

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**



**PROPUESTA DE MEJORA PARA UNA PERCEPCIÓN FAVORABLE DE
LOS EMPLEADOS SOBRE LA SITUACIÓN DE RESPONSABILIDAD
SOCIAL DE UNA EMPRESA MAQUILADORA**

**TESIS QUE
PARA OBTENER EL GRADO DE:
MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN**

PRESENTA

LUCIO ALBERTO GONZÁLEZ LARRINAGA

Director de Tesis

Dr. Eduardo Sánchez López

Mexicali, B. C.

Febrero del 2020

Resumen

A partir de los resultados de una encuesta para determinar la situación de la responsabilidad social de una empresa percibida por sus empleados se definió una estrategia enfocada a promover una percepción favorable de estos. El instrumento utilizado constó de 59 reactivos divididos en cuatro secciones (empleados, medio ambiente, ética y legal) y la opción de respuesta fue en escala Likert. El instrumento fue sometido tanto a una prueba piloto como a una de fiabilidad en la que se utilizó el alfa de Cronbach. Los resultados indicaron que en lo general una percepción no destacando de manera particular por sus bajas calificaciones: igualdad laboral, compensación y salud mental. A partir de los resultados obtenidos se establecieron una serie priorizada de recomendaciones encaminadas a mejorar la situación de la responsabilidad social de la empresa cuya base fue el valor promedio de las respuestas obtenidas en cada reactivo.

Palabras claves: Responsabilidad social corporativa, empleados, percepción.

Abstract

Based on the results of a survey to determine the situation of social responsibility of a company perceived by its employees, a strategy was defined to promote a favorable perception. The instrument used consisted of 59 questions divided into four sections (employees, environment, ethics and legal) and the response option was on a Likert scale. The instrument was subjected to both a pilot test and a reliability test in which Cronbach's alpha was used. The general results of the study indicated that the perception of the employees regarding the company's social responsibility is not in good, this result was more apparent in the areas of labor equality, compensations and mental health. Based on the results obtained, a prioritized series of

recommendations directed to improve the social responsibility of the firm were established based on the average value of the responses obtained in each reagent.

Keywords: Corporate social responsibility, employees, perception.

Contenido

Capítulo I Introducción.....	1
1.1 Antecedentes.....	1
1.2 Planteamiento del problema.....	7
1.3 Objetivos:.....	7
1.4 Pregunta de la investigación.....	8
1.5 Hipótesis:.....	8
1.6 Justificación.....	8
Capítulo II Marco teórico.....	9
2.1 Teoría base.....	9
2.2 Responsabilidad Social.....	9
2.3 Responsabilidad Social Empresarial.....	10
2.3.1 Ventajas de la Responsabilidad Social Empresarial.....	13
2.3.2 Responsabilidad Social hacia los Empleados.....	16
2.3.3 Responsabilidad Social hacia el Medio ambiente.....	37
2.3.4 Ética como parte de la Responsabilidad Social.....	46
2.3.5 Responsabilidad Social en el aspecto Legal.....	52
2.4 Percepciones.....	54
2.4.1 Percepción - Mercadotecnia Interna.....	58
Capítulo III Metodología.....	62
3.1 Diseño.....	62

3.2 Contexto de la empresa	62
3.3 Población y muestra.....	63
3.4 Operacionalización de las variables	63
3.5 Instrumento de recolección de datos	64
3.6 Validación del instrumento de recolección de datos.....	65
3.7 Recolección de datos	66
3.8 Análisis	66
Capítulo IV Resultados	67
Capítulo V Conclusiones.....	86
Capítulo VI Recomendaciones	87
Referencias:	91
Anexos:.....	102

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Operacionalización de las variables	64
Tabla 2. Alfa de Cronbach por constructo	67
Tabla 3. Resultado del cálculo de la muestra del presente estudio	68

Capítulo I Introducción

1.1 Antecedentes

La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) puede ser definida como: “las expectativas económicas, legales, éticas y discrecionales que la sociedad tiene de las organizaciones en un momento dado en el tiempo” (Carroll, 1979, citado por Wendlandt, et al., 2016).

La RSC busca el bien común de los grupos de interés de una organización, mediante la implementación de prácticas internas y externas (Nieto, Melgar y Coronel, 2015) y es por ello importante para la empresa ya que se ha encontrado que las prácticas de RSC impactan favorablemente en indicadores organizacionales como la satisfacción, el compromiso y la justicia laboral.

Turker (2009) analizó como la RSC afecta el compromiso organizacional de los empleados basado en la teoría de la identidad social (TIS). Los hallazgos del estudio revelaron que la RSC a miembros de grupos de interés sociales y no sociales, empleados y clientes, eran los vaticinadores significativos del compromiso organizacional.

La esencia del comportamiento de negocios responsable con la sociedad es que una empresa debe equilibrar las acciones estratégicas para beneficiar a sus accionistas con el deber de ser un buen ciudadano corporativo (Thompson, et al., 2012).

Una empresa con una buena reputación y una imagen pública adecuada es más competitiva porque establece una relación de confianza con clientes, proveedores y accionistas. No se trata solo de un beneficio social o ambiental, sino que supone también un beneficio económico para la empresa y una forma de sostenibilidad a mediano y largo plazos. Las empresas que adoptan la RSC aumentan sus ventas y mejoran su participación de mercado, fortalecen su posicionamiento de marca y su imagen corporativa, lo cual favorece la atracción y retención de talento humano.

Además, la RSC promueve la minimización de costos operativos y atrae a los inversionistas (Kotler y Lee, 2005, citado por Arbaiza, 2014).

Argumentos como la mejora de la imagen de la empresa, la generación de lealtad de los trabajadores, la atracción de personal más calificado, una mayor disposición a colaborar en los momentos difíciles, la captación de inversiones estables, etc., son aspectos positivos derivados de una política empresarial responsable (Raufflet, et al., 2012).

Algunos ejemplos de tipos de aspectos de la RSC a los empleados son: remuneración y prestaciones, seguridad y salud, derechos laborales / normas de trabajo globales, trato justo / ético en la contratación, revisiones, promociones y áreas afines (Hellriegel, et al., 2017).

“El desempeño responsable de los recursos humanos (RH) difiere de las perspectivas tradicionales porque se enfoca en los resultados de decisión de RH relacionados con la eficiencia y el crecimiento. Las perspectivas tradicionales del desempeño RH buscan una administración más eficiente, un desarrollo organizacional y un crecimiento económico. La administración de recursos humanos (ARH; Human Resource Management, HRM) responsable busca estas mismas metas, pero difiere porque también integra la sostenibilidad, la responsabilidad y la ética a lo largo de todos sus aspectos. El resultado solicitado es que los recursos humanos demuestren visiblemente la manera en que los empleados ayudan a optimizar la línea de triples resultados, crear valor para los grupos de interés (internos y externos) y tomar decisiones moralmente correctas. El liderazgo de RH tiene una responsabilidad, tanto profesional como organizacionalmente de dirigir prácticas responsables. Esto significa desarrollar los RH de forma diferente, mientras se continúan proporcionando contribuciones tradicionales” (Laasch y Conaway, 2015).

Por equidad se entiende el grado máximo de justicia. Con ello se logra la justicia social y se actualiza el viejo dogma de que a trabajo y jornadas iguales les corresponderá salario igual.

Respecto de la igualdad es importante destacar que consiste en evitar la discriminación (Lemus, 2009).

La Ley de Estadounidenses con Discapacidades (ADA, por su sigla en inglés) prohíbe la discriminación contra individuos calificados con discapacidades en todas las prácticas de empleo (Pride, Hughes, y Kapoor, 2015).

Para muchos trabajadores, los seguros médicos son muy importantes al elegir un patrón, porque son muy costosos. Por consiguiente, casi todos los patrones ofrecen alguno, ya sea de hospitalización o por discapacidad (Dessler, 2009)

La remuneración o compensación es el total de todas las retribuciones que se otorgan a los empleados a cambio de sus servicios. Los propósitos generales de la remuneración son atraer, retener, y motivar a los empleados (Mondy, 2010),

Desde el punto de vista de los recursos humanos, la salud y la seguridad de las personas representan una de las principales bases para conservar una fuerza de trabajo adecuada (Chiavenato, 2007).

Los derechos del empleado se pueden definir como las garantías de un trato justo que los trabajadores esperan a cambio de sus servicios a un empleador (Morris, Bohlander y Snell, 2017)

Morris, Bohlander y Snell (2017), afirman que “uno de los temas más importantes que deben estudiarse en cualquier libro de administración de recursos humanos es la igualdad de oportunidades de empleo (EEO).

La salud, entendida en sentido amplio como el bienestar físico, psicológico y social, va mucho más allá del esquema biomédico, abarcando la esfera subjetiva y del comportamiento del ser humano. (Oblitas, 2017).

Si bien se ha demostrado que en el salario y los beneficios son altamente motivadores para el empleado, un ambiente favorable ha sido considerado como el factor más determinante para mantenerse en un empleo (Riquelme, 2017).

La sustentabilidad ambiental es el compromiso de una organización con la calidad a largo plazo de nuestro ambiente (Collier, 2016).

“La conciencia social de los administradores de negocios responsables, la promoción de un gobierno preocupado y un interés creciente del público han conducido a un mayor esfuerzo para reducir la contaminación ambiental, a conservar los recursos naturales, y a revertir algunos de los peores efectos de la negligencia que se cometieron en el pasado en esta área. La contaminación es la polución del agua, aire o tierra, ocasionada por las acciones humanas en la sociedad industrializada. Desafortunadamente, los líderes de negocios y del gobierno han ignorado el problema o no se preocuparon por ello hasta que la contaminación se volvió un asunto de vida o muerte en Estados Unidos. Actualmente, los estadounidenses esperan que los líderes de negocios y gubernamentales emprendan acciones decididas a limpiar el medio ambiente y mantenerlo así” (Pride, et al., 2015).

El reciclaje, o recuperación de material implica la recolección de residuos y su procesamiento subsiguiente para fabricar productos nuevos (Vesilind, Morgan y Heine, 2013). Que se hará con los residuos sólidos representa un desafío para la profesión de la ingeniería (Vesilind, Morgan y Heine, 2013). Asegurar y mantener un suministro adecuado de agua ha sido uno de los factores clave del desarrollo de los asentamientos humanos (Howe y Hand, 2012).

La ética empresarial es un tema imprescindible en los planes de RSC, no sólo por los graves casos de corrupción que cada tanto se descubren ante la opinión pública, sino también por los

desafíos que la globalización y el avance tecnológico han generado para las empresas (Arbaiza, 2014).

“Puede decirse que la ética es una reflexión sobre los valores que encierra una decisión. Su objeto consiste en aplicar los principios éticos generales a las características peculiares de la empresa y los negocios” (Según Debeljuh, 2009)

La integridad es hacer lo correcto, incluso cuando nadie te está observando” (dicho anónimo citado por Reynolds, 2016). La propiedad intelectual es el término que se utiliza para describir los trabajos de tipo mental – tipo arte, libros, películas, fórmulas, invenciones, música y procesos – que son distintivos y son propiedad o creación de una sola persona o grupo. La propiedad intelectual está protegida por los derechos de autor, patentes y leyes de secretos comerciales (Reynolds, 2016).

La responsabilidad jurídica es la responsabilidad social de una empresa de obedecer las leyes y normas de dicha empresa al tratar de cumplir con sus responsabilidades económicas (Williams, 2013).

“La empresa debe estar formalmente regulada y cumplir obligaciones para desarrollar sus actividades económicas en el marco de la ley” (Según Arbaiza, 2014).

La adopción de políticas de RSC ha pasado de ser una práctica voluntaria, a ser regulada directa o indirectamente por instrumentos internacionales y legislación nacional. El cumplimiento o no de estas políticas será sancionado tanto por la vía administrativa y judicial como también con la pérdida de reputación de las empresas que no cumplan con los estándares internacionales de RSC (Anguita, 2011).

La percepción es el proceso de prestar atención selectivamente a la información y asignarle significado (Gibson, 1966, citado por Verderber et al., 2015). Para cada uno la percepción se

convierte en la realidad. Lo que una persona ve, escucha e interpreta es real y se considera verdadero para ella.

“La percepción es nuestra experiencia sensorial del mundo alrededor de nosotros. Esta envuelve reconocer los estímulos del ambiente y las acciones que son respuesta a esos estímulos. La percepción es la clave para ganar información y entender el mundo alrededor de nosotros. Sin ella, no seríamos capaces de sobrevivir en este mundo lleno con estímulos rodeándonos. Esto es porque la percepción no solo moldea nuestra experiencia del mundo, sino que nos permite actuar dentro de nuestro ambiente” (Hussein, 2018).

En el estudio de Ahmed y Rafiq (2003), ellos discuten los asuntos clave y los retos para la investigación de marketing interno. Los asuntos abordados incluyen: la necesidad de investigación acerca de cómo la coordinación interfuncional puede ser lograda para la implementación efectiva de estrategias de marketing; la necesidad de una perspectiva de una mercadotecnia de relaciones en la mercadotecnia interna; la necesidad de investigación de estrategias de comunicación interna; y el rol de la mercadotecnia interna en desarrollar competencias organizacionales.

Las personas no viven aisladas y tampoco son autosuficientes, sino que se relacionan continuamente con otras, o con su ambiente por medio de la comunicación. La comunicación es la transferencia de información o de significado de una persona a otra. Asimismo, es la manera de relacionarse con otras personas a través de ideas, hechos, pensamientos y valores (Chiavenato, 2007).

“Comunicación: describe la forma de comunicación adoptada en la empresa y que facilite las conexiones y fluencias entre unidades orgánicas y personas, como se combinan dependiendo el tipo de comunicación, lo virtual o lo presencial; lo escrito, lo hablado o no verbal, lo formal o lo informal, lo interno o lo externo, etc. Asimismo, simboliza los mecanismos de solución a las

posibles barreras de comunicación de tipo semánticas, físicas, fisiológicas, psicológicas o fisiológicas” (Arbaiza, 2011).

1.2 Planteamiento del problema

La empresa está consciente que la responsabilidad social es un tema de suma importancia y desea atenderlo, y la opinión de los empleados es importante para una buena imagen, prestigio de la empresa, y un mayor compromiso de estos.

1.3 Objetivos:

Objetivo general

Fundamentar y proponer acciones de mejora en el área de responsabilidad social con capacidad de impactar positivamente la percepción de la responsabilidad social de la empresa maquiladora sujeta a este caso de estudio.

Objetivos específicos

- 1.- Determinar la situación actual que la planta ubicada en Mexicali tiene en el área de responsabilidad social.
- 2.- Establecer cuáles son las acciones en el área de responsabilidad social que puede establecer la empresa para respaldar la opinión favorable de los empleados hacia la empresa.
- 3.- Proponer un programa particular de responsabilidad social que impacte positivamente sobre la percepción que sobre esta tienen los empleados de la planta de Mexicali.

1.4 Pregunta de la investigación

¿Es la percepción de los empleados acerca de la responsabilidad social de la empresa sujeta a ser determinada, y a partir de ello generar recomendaciones con potencial para impactar en la mejora de la percepción?

1.5 Hipótesis:

H0 El diagnóstico de la percepción de los empleados acerca de la responsabilidad social de la empresa genera elementos para establecer acciones por parte de la empresa con potencial para impactar positivamente sobre la percepción.

H1 El diagnóstico de la percepción de los empleados acerca de la responsabilidad social de la empresa no genera elementos para establecer acciones por parte de la empresa con potencial para impactar positivamente sobre la percepción.

1.6 Justificación

Ser un buen lugar para trabajar atrae a gente con talento y los motiva. Ser una empresa socialmente responsable, y que los empleados y la comunidad te perciban como tal, es un activo intangible de la empresa y crea un mayor compromiso de los empleados hacia la empresa.

El trabajo se justifica porque propone un instrumento con una cobertura de temas lo suficientemente amplia para poder servir de base para que otras empresas lo utilicen como base diagnóstica para su situación en el área de responsabilidad social y en su caso tomar medidas correctivas para mejorar el nivel de responsabilidad social de la empresa manufacturera

Capítulo II Marco teórico

2.1 Teoría base

La teoría base es un estudio realizado por Turker (2009), en el cual, se miden las percepciones de empleados acerca de la responsabilidad social de su empresa. El propósito de su estudio es analizar como la RSC afecta el compromiso organizacional de los empleados basado en la teoría de la identidad social (TIS). Los hallazgos del estudio revelaron que la RSC a miembros de grupos de interés sociales y no sociales, empleados y clientes, eran los vaticinadores significativos del compromiso organizacional. Este estudio base es importante para este trabajo, porque en él se miden las percepciones. Este estudio también mide las percepciones de los empleados de la empresa en relación con la responsabilidad social de esta.

Otro estudio realizado por Nieto, Melgar y Coronel (2015), cuyo objetivo fue adaptar culturalmente y validar la Escala CSR desarrollada por Turker. Este estudio midió la percepción de la responsabilidad corporativa en la industria de dispositivos médicos.

2.2 Responsabilidad Social

Para Amdani (2017), “Responsabilidad Social es el compromiso contraído por las acciones u omisiones de cualquier individuo o grupo que genera un impacto en la sociedad y en su comunidad vecina”.

De acuerdo con Gestion.Org (2019), “la Responsabilidad social es un compromiso por parte de los miembros de una sociedad, ya sea de manera individual o grupal, implicando que se tenga en consideración el impacto que provocará una determinada decisión”.

“El concepto de Responsabilidad Social, se refiere a la obligación o a la carga que tiene un integrante de la sociedad respecto a otros miembros o al grupo en su conjunto” (Definición.De, 2019).

Definición ABC (2019) afirma que, “Se llama Responsabilidad Social a la obligación / Compromiso que los miembros de una determinada comunidad, sociedad, ya sea individualmente cada uno, o bien como parte de un grupo social, tendrán entre sí, así como también para la sociedad o comunidad en su conjunto”.

2.3 Responsabilidad Social Empresarial

La RSE puede ser definida de la siguiente manera: “la responsabilidad social de la empresa abarca las expectativas económicas, legales, éticas y discrecionales que la sociedad tiene de las organizaciones en un momento dado en el tiempo” (Carroll, 1979, citado por Wendlandt, et al., 2016). La aportación de Carroll también es importante para el presente estudio.

Según Thompson, et al. (2012), “La esencia del comportamiento de negocios responsable con la sociedad es que una empresa debe equilibrar las acciones estratégicas para beneficiar a sus accionistas con el deber de ser un buen ciudadano corporativo. La tesis es que los administradores de la compañía están obligados a mostrar una conciencia social al operar la empresa y, en particular, a tomar en cuenta como las decisiones de la administración y las acciones de la compañía afectan el bienestar de los empleados, comunidades locales, el ambiente y la sociedad en conjunto. Por lo tanto, actuar con responsabilidad social va más allá de solo participar en proyectos de servicio a la comunidad y donar dinero a obras de caridad y otras causas sociales valiosas. Demostrar responsabilidad social entraña también emprender acciones que ganen la confianza y el respeto de todos los interesados: operar de manera honesta y ética, luchar porque la

compañía es un buen lugar para trabajar, mostrar respeto genuino por el ambiente, y tratar de marcar la diferencia para el mejoramiento de la sociedad” (p. 305). Thompson pide emprender acciones que ganen la confianza y el respeto de los interesados. Este estudio medirá las percepciones de los empleados y los proveedores locales, con respecto a la responsabilidad social de esta empresa manufacturera.

De acuerdo con Soto y Cárdenas (2007), “En la actualidad, el sector privado desempeña un papel importante en la vida de las personas y las comunidades del mundo. No solamente destaca en su función de generador de empleos y de riqueza, sino también como agente de desarrollo en todas las sociedades en las que participa. Las empresas privadas, inmersas en una comunidad mayor, deben comportarse como ciudadanos responsables, ajustados a la ética corporativa y al respeto por las personas y el medio ambiente. En otras palabras, la empresa no solo tiene una función económica, sino una serie de obligaciones éticas con respecto a la sociedad” (pág. ix). Soto y Cárdenas consideran que el sector privado desempeña un papel importante en la vida de las personas y en las comunidades.

La teoría de Hitt, Black y Porter (2006), afirma que “El argumento de la perspectiva de la responsabilidad social radica en que la sociedad es la que permite la existencia a las empresas, por ende, las empresas tienen responsabilidades y obligaciones con la sociedad en su conjunto, no solo con los accionistas” (pág. 1744). Estos autores reconocen que las empresas están dentro de una sociedad, y, por lo tanto, es muy importante que estas, actúen con responsabilidad social.

Drucker (1974) afirma que "Las responsabilidades sociales (ya sea un negocio, un hospital, o una universidad) puede surgir en dos áreas. Ellas pueden surgir de los impactos sociales de la institución. O ellas pueden surgir como problemas de la sociedad misma. Ambas son de interés para la administración porque la institución la cual los administradores administran vive de

necesidad en una sociedad y una comunidad. Pero, por otra parte, las dos áreas son diferentes. La primera trata con lo que la institución hace a la sociedad. El segundo está interesado con lo que la institución puede hacer por la sociedad (pág. 326). Siguiendo las ideas de Drucker, si la empresa contamina, debe de hacer algo para no producir contaminación. También debe aportar algo a la sociedad.

Drucker (2004) analizó la RSE y afirma que, “una empresa que no muestra una utilidad por lo menos igual a su costo de capital es irresponsable; desperdicia los recursos de la sociedad. El desempeño económico es la base sin la cual los negocios no pueden descargar ningunas otras responsabilidades, no puede ser un buen empleador, un buen ciudadano, un buen vecino. Pero el desempeño económico no es la única responsabilidad de una empresa, más que el desempeño educacional es la única responsabilidad de una escuela, o el cuidado de la salud es la única responsabilidad de un hospital. Cada organización debe asumir responsabilidad por su impacto en empleados, el ambiente, los clientes, y quien sea o lo que sea que toca. Eso es responsabilidad social. Pero también sabemos que la sociedad en mayor medida pondrá atención en las grandes organizaciones, con fines de lucro y sin fines de lucro, que enfrenten las principales enfermedades sociales. Y es mejor que estemos atentos, porque las buenas intenciones no son siempre socialmente responsables. Es irresponsable para una organización aceptar (y mucho menos perseguir) responsabilidades que impedirían su capacidad de desempeñar su tarea principal y su misión, o actuar donde no tiene competencia (pág. 126). Drucker da importancia a la responsabilidad con los empleados, con el ambiente, y todo lo que la empresa toca, así como atender los problemas sociales”.

“Nosotros somos responsables ante la comunidad en la cual vivimos y trabajamos y también ante la comunidad mundial. Debemos ser buenos ciudadanos, respaldar buenas

actuaciones y obras de beneficencia y pagar nuestros impuestos. Debemos alentar las mejoras cívicas, así como mayores oportunidades de salud y educación. Debemos mantener en buenas condiciones la propiedad que tenemos el privilegio de usar, protegiendo el medio ambiente y los recursos naturales”, (Ramírez, 2014, pág. 23).

La Fundación del Empresario Chihuahuense, A.C. (2018), publicó que “Una empresa responsable cumple, como mínimo, con la normatividad y sus obligaciones legales, considera a sus empleados, su capital más valioso, está conformada por personas socialmente responsables, está sensibilizada con la problemática social de su comunidad. Conserva el medio ambiente. Compite con lealtad”. Esta teoría es importante para el presente estudio porque señala la importancia de cumplir con la normatividad y obligaciones legales, así como el cuidado del medio ambiente y la consideración de que los empleados son el capital más valioso.

La teoría de Nieto, et al. (2015), afirma que “Cuando las organizaciones reconocen el impacto económico, social y ambiental, derivado de sus actividades operativas (De la Cuesta y Valor, 2003, citado por Nieto, et al., 2015) y además poseen un ambiente corporativo ético (Chang, 2011, citado por Nieto, et al., 2015), son consideradas socialmente responsables. Nieto también reconoce el impacto social y ambiental derivado de las actividades operativas, así como la ética.

2.3.1 Ventajas de la Responsabilidad Social Empresarial

Afirma la Fundación del Empresario Chihuahuense, A.C. (2018), “Cuando se participa activamente en un proceso de autodiagnóstico, los miembros de la empresa: Proporcionan las respuestas, asumiendo un papel de investigadores de su propia realidad. Aprenden a calificar las respuestas a partir de los indicadores aceptados. Analizan los resultados obtenidos. Priorizan la importancia de los resultados. Elaboran el plan de desarrollo para mejorar a partir de la

capacitación e implementación de acciones necesarias. Controlan el plan de desarrollo atendiendo todos los aspectos que intervienen”. Ellos hablan de un autodiagnóstico de la Responsabilidad Social de la empresa y hablan del involucramiento de los empleados.

Nieto, et al. (2015), dicen que “La literatura sugiere que la percepción de los empleados en relación con las prácticas de RSC influye en las actitudes laborales (Duarte, 2011; Nisha, 2012; Rego et al., 2011; Turker, 2008a; Tziner et al., 2011, citados por Según Nieto, et al., 2015) de los empleados, impactando en indicadores como el compromiso organizacional (Santos, Guillen, & Montalbán, 2012, citados por Según Nieto, et al., 2015) y la satisfacción laboral (Kaufmann & Oлару, 2012, citado por Según Nieto, et al., 2015).

Reitera Arbaiza (2014), “una empresa con una buena reputación y una imagen pública adecuada es más competitiva porque establece una relación de confianza con clientes, proveedores y accionistas. Es decir, no se trata solo de un beneficio social o ambiental, sino que supone también un beneficio económico para la empresa y una forma de sostenibilidad a mediano y largo plazos. Según las conclusiones de las investigaciones reseñadas por Kotler y Lee (2005), las empresas que adoptan la RSE aumentan sus ventas y mejoran su participación de mercado, fortalecen su posicionamiento de marca y su imagen corporativa, lo cual favorece la atracción y retención de talento humano. Además, la RSE promueve la minimización de costos operativos y atrae a los inversionistas” (pág. 58).

En el estudio de Raufflet, et al. (2012), “Las razones estrategias o los argumentos instrumentales comprenden aquellos elementos que nos presentan las posibles ventajas que tiene para el éxito del negocio y de la empresa el desarrollo de la RSE, lo cual se conoce como business case o visión estratégica de la RSE. Argumentos como la mejora de la imagen de la empresa, la generación de lealtad de los trabajadores, la atracción de personal más calificado, una mayor

disposición a colaborar en los momentos difíciles, la captación de inversiones estables, etc., son aspectos positivos derivados de una política empresarial responsable” (pág. 25).

Cada día somos más conscientes de que lo que es bueno para la sociedad es bueno para la empresa y lo que empezaron haciendo las grandes compañías, ahora forma parte de las estrategias de casi todos los negocios. Y es que se ha demostrado que llevar a cabo una apropiada política de RSC supone beneficios como: Aumento de la motivación y fidelidad de los trabajadores; así como su grado de compromiso, al sentirse partícipes de proyectos que van más allá de los logros comerciales, Incrementa la satisfacción y lealtad de los clientes, que en numerosas ocasiones también colaboran con los mismos proyectos, mejora la imagen pública de la empresa y su reputación, aporta a la empresa un valor diferencial y capta la atención de nuevos talentos que valoran las compañías socialmente comprometidas, que promueven la solidaridad, la multiculturalidad y la diversidad, y además mejora y fomenta las relaciones de la empresa con su entorno, (Grupo Antón, 2016).

Afirma Cajiga (2018), que “La Responsabilidad Social Empresarial es hoy un valor agregado y una ventaja competitiva para la empresa. Aquellas empresas que desde hoy incorporen o refuercen sus acciones de responsabilidad social lo harán a su propio ritmo y de acuerdo con sus posibilidades; mañana tendrán la exigencia del entorno. Es, al mismo tiempo, un imperativo para los negocios y una ventaja competitiva. Actualmente se considera que los pilares de una estrategia exitosa de negocios son: capital adecuado, buena gerencia, productos y servicios de calidad, dominio de la tecnología, servicio al cliente y una estrategia integral de responsabilidad social. Todos estos pilares están ligados entre sí y son interdependientes”.

“Ser una empresa responsable que respeta a su personal y es ejemplo para la comunidad empresarial (Redacción , 2014): Los colaboradores que cuentan con un empleo formal tienen más

tranquilidad y trabajan mejor, contar con sistemas de evaluación con retroalimentación a sus colaboradores, así como sistemas de reconocimiento, elevan la productividad del personal, establecer un sistema de pago por mérito, es decir, gana más quien más produce, medido también con la evaluación de desempeño, genera una sana competencia interna y un círculo virtuoso hacia el incremento en la productividad, tener planes de capacitación alineados a las necesidades del personal y de la empresa asegura un mejor rendimiento, capacitando a los jefes y gerentes en liderazgo efectivo e implementando buenas prácticas, se genera un mejor clima laboral, lo que ayuda a disminuir la rotación de personal y reduce los costos de reclutamiento y entrenamiento, las empresas que son laboralmente formales, que tienen un mejor clima y una menor rotación, cuentan con personal que ofrece un mejor servicio y elevan significativamente la productividad de las empresas”.

2.3.2 Responsabilidad Social hacia los Empleados

Raufflet et al. (2012) publicaron que, “El desarrollo humano se entiende como: el proceso de ampliación de las opciones reales de las personas, brindándoles mayores oportunidades de educación, atención médica, ingreso y empleo, y abarcando el espectro total de opciones humanas, desde un entorno físico en buenas condiciones hasta libertades económicas y políticas (PNUD, 1990)” (pág. 82). Este autor habla de brindar oportunidades de educación, atención médica, ingreso y empleo a los empleados.

Para Laasch y Conaway (2015),” El capital social es cualquier valor cualitativo representado por los seres humanos. Consta de los individuos, el capital humano, incluyendo el conocimiento, las habilidades, los valores, la salud física, y el bienestar personal. Por otro lado, el capital social también incluye el capital que se crea de forma colectiva mediante la interacción

dentro de los grupos de seres humanos, como valores conjuntos, cultura y bienestar colectivo. Cualitativamente una medida del capital social podría ser el crecimiento poblacional o el número de personas” (pág. 62). Este autor habla de que el capital social tiene conocimientos, habilidades, valores, salud física y bienestar personal. Este estudio debe buscar medir esa dimensión de la responsabilidad social hacia el personal de esta empresa.

De acuerdo con Pride, et al. (2015), “Los administradores que se adhieren al enfoque socioeconómico de la responsabilidad social de un negocio, junto con importantes legislaciones gubernamentales para proteger al público comprador, han expandido los derechos a los consumidores. Las últimas cinco décadas han visto progresos similares en la afirmación de los derechos de los empleados, para lograr el trato igualitario en el lugar de trabajo. Cualquiera debería de tener la oportunidad de obtener un trabajo para el cual se encuentre certificado y a ser recompensado con base en su desempeño y capacidad. Este es un asunto importante para la sociedad, y también lo es para los negocios. Sin embargo, con el paso los años, esta oportunidad ha sido negada a miembros de varias minorías. Una minoría es un grupo racial, religioso, político, nacional u otro, concebido como diferente de la mayoría de la que forma parte. Frecuentemente es señalado por recibir un trato desfavorable” (pág. 50). Este autor habla de la igualdad de oportunidades a las minorías. Estas minorías pueden ser por grupo racial, religioso, político, etc.

Habla Collier (2016), que “la sustentabilidad social es el compromiso de una organización para mantener comunidades saludables y una sociedad que mejora la calidad de vida. La sustentabilidad social es importante porque toda la organización debe proteger la salud y bienestar de todas las partes interesadas con justicia y proporcionarles los medios esenciales” (pág. 17). Este autor da énfasis en la importancia de proteger la salud y bienestar, y de proporcionar los medios esenciales a los empleados.

“Algunos ejemplos de tipos de presiones que los empleados a las empresas son: remuneración y prestaciones, seguridad y salud, derechos laborales / normas de trabajo globales, trato justo / ético en la contratación, revisiones, promociones y áreas afines (pág. 102). Este autor enumera ejemplos específicos que abarca la Responsabilidad social hacia los empleados”, (Hellriegel, et al., 2017).

La teoría de Arbaiza (2011), es que “el potencial humano, es una visión proyectada del capital intelectual y el talento humano a futuro, es decir, la idea de sustentabilidad institucional manifestada en el desarrollo individual de la persona en sus dimensiones espirituales, emocionales, racionales, y fisiológicas e integradas de modo sinérgico al desarrollo organizacional” (pág. 3). Este autor resalta que se deben proteger las dimensiones: espiritual, emocional, racional y fisiológicas de los empleados.

Para Benito et al. (2009), “La seguridad, la salud y la higiene en el trabajo son una responsabilidad que la empresa tiene con sus colaboradores. Los riesgos no solo comprenden aquellos relacionados con la integridad física, sino también los que perjudican la salud mental. Por ejemplo, el estrés laboral genera ausentismo, conflictos entre los trabajadores, baja productividad, y malestar físico. Asimismo, el mobbing o acoso laboral (hostigamiento o violencia psicológica de pares, subordinados o jefes), es un grave problema que afecta al empleado y que genera renuncias, ausentismo, además de problemas psicológicos, como ansiedad y depresión” (citado por Arbaiza, 2014, pág. 48). Este autor habla de cuidar la salud mental de los empleados, como por ejemplo el estrés y el acoso laboral.

Laasch y Conaway (2015), afirman que “el desempeño responsable de los recursos humanos (RH) difiere de las perspectivas tradicionales porque se enfoca en los resultados de decisión de RH relacionados con la eficiencia y el crecimiento. Las perspectivas tradicionales del

desempeño RH buscan una administración más eficiente, un desarrollo organizacional y un crecimiento económico. La administración de recursos humanos (ARH; Human Resource Management, HRM) responsable busca estas mismas metas, pero difiere porque también integra la sostenibilidad, la responsabilidad y la ética a lo largo de todos sus aspectos. El resultado solicitado es que los recursos humanos demuestran visiblemente la manera en que los empleados ayudan a optimizar la línea de triples resultados, crear valor para los grupos de interés (internos y externos) y tomar decisiones moralmente correctas. El liderazgo de RH tiene una responsabilidad, tanto profesional como organizacionalmente de dirigir prácticas responsables. Esto significa desarrollar los RH de forma diferente, mientras se continúan proporcionando contribuciones tradicionales” (pág. 331). Estos autores hablan de que las empresas socialmente responsables, integran la sostenibilidad, la responsabilidad y la ética en sus procesos de administración de recursos humanos.

2.3.2.1 Responsabilidad Social hacia los Empleados – Igualdad laboral

“Por equidad se entiende el grado máximo de justicia. En el derecho del trabajo se entiende como el justo equilibrio entre las fuerzas productivas. Con ello se logra la justicia social y se actualiza el viejo dogma de que a trabajo y jornadas iguales les corresponderá salario igual. Respecto de la igualdad es importante destacar que consiste en evitar la discriminación. Entonces por igualdad humana se entiende el tratamiento equiparado que se otorga a las personas que están en las mismas situaciones, condiciones, y circunstancias; es no tratar a una persona de manera diferente de la que se trata a otro semejante; por lo que en el tratamiento al trabajador no habrá distinción de raza, sexo, edad, religión, ideas políticas, o clase social”, (Lemus, 2009, pág. 5).

Pride, Hughes, y Kapoor (2015), reiteran que “Aprobada en 1963, la Ley de Igualdad de la Remuneración, coincide en parte con el título VII de la Ley de Derechos Civiles. La ley de Igualdad de Remuneración especifica que las mujeres y hombres que efectúan trabajos equivalentes deben tener el mismo salario. Los trabajos equivalentes son aquellos que demandan la misma fuerza, habilidad y responsabilidad, y que son desempeñados en las mismas condiciones. Las discrepancias en los pagos son legales si pueden atribuirse a diferencias de antigüedad, calificación o desempeño. A pesar de existir esta ley en los libros desde hace más de medio siglo, las mujeres y hombres no son tratados en igualdad de condiciones en el lugar de trabajo. Por ejemplo, hay solamente 20 CEO mujeres en las compañías de Fortune 500, y las mujeres todavía ganan 18% menos que los hombres” (pág. 257).

La teoría de Sáenz (2016), afirma que “La igualdad de oportunidades: la no discriminación. Las organizaciones deberían evitar la discriminación en todas las prácticas laborales y entregar igualdad de oportunidades para todos los individuos. La discriminación se define como cualquier distinción, exclusión o preferencia basada en motivos de raza, color, sexo, religión, opinión política, ascendencia nacional u origen social que tenga por efecto anular o alterar la igualdad de oportunidades o de trato en el empleo y la ocupación” (pág. 205).

“Uno de los temas más importantes que deben estudiarse en cualquier libro de administración de recursos humanos es la igualdad de oportunidades de empleo (EEO). Dicha igualdad, o el empleo de las personas en forma justa y sin prejuicios, llama la atención de los medios de comunicación, tribunales, legisladores, y gerentes de recursos humanos y de sus empresas por igual. En 2012 se presentaron 99,412 cargos por discriminación en el lugar o centro de trabajo en el sector privado ante la Comisión para la Igualdad de Oportunidades de Empleo en Estados Unidos (Equal Employment Opportunity Commission, EEOC), la dependencia federal

que hace cumplir las leyes para el empleo justo en ese país. Se cree que parte del incremento de la cantidad de denuncias es el resultado de las malas condiciones económicas y un sentido de desesperación por parte de los empleados que han perdido sus puestos de trabajo. Una fuerza laboral más diversa y multicultural también ha incrementado cada vez más la importancia que tiene para los gerentes conocer y cumplir con numerosas leyes de EEOC”, (Morris, Bohlander y Snell, 2017, pág. 90).

Para Arbaiza (2011) la “Cultura de Clan. Es una organización en la que predomina el compromiso verdadero y genuino del personal, aquel que viste la camiseta de la empresa, en las buenas y en las malas. Hay un mensaje sólido y fuerte en la identidad organizacional creado por los fundadores y transmitido de generación en generación a su personal a lo largo del tiempo, basado en un proceso de socialización permanente. Quien forma parte de la empresa se hace acreedor de una especie de membresía emocional que permite fluidez, convergencia, e integración en el comportamiento organizacional. Los principales valores en los cuales se sustenta la institución son: la cooperación, la consideración, la coincidencia, la equidad, y la igualdad social” (pág. 208).

2.3.2.2 Responsabilidad Social hacia los Empleados – Atención a empleados con capacidades diferentes

Pride, Hughes, y Kapoor (2015) establecen que “La Ley de Estadounidenses con Discapacidades (ADA, por su sigla en inglés) prohíbe la discriminación contra individuos calificados con discapacidades en todas las prácticas de empleo – incluyendo procedimientos de solicitudes de trabajo, contratación, despido, ascenso, compensación, capacitación, y otros términos y condiciones del empleo -. Todos los empleadores privados y dependencias gubernamentales con 15 empleados o más están cubiertos por la ADA. Definir quién es un

individuo calificado con una discapacidad es, por supuesto, difícil. Dependiendo de cómo se interpreta el término anterior, más de 50 millones de estadounidenses pueden ser incluidos en esta ley. También manda que todos los negocios que sirven al público deben hacer accesibles sus instalaciones a las personas con discapacidades” (pág. 259).

Sáenz (2016), afirma acerca de la “Discriminación por capacidad. Un individuo con una discapacidad es una persona que tiene una discapacidad física, o mental que limita en forma sustancial una o más de las actividades principales del vivir diario. Las actividades principales del diario son aquellas que una persona común puede realizar con poca o ninguna dificultad, como caminar, respirar, ver, oír hablar, aprender, y trabajar. Un empleado o solicitante calificado con una discapacidad es alguien que cumple con los requisitos laborales de habilidad, experiencia, educación y demás del puesto que ocupa o al que aspira, y que, con o sin un acomodo razonable, puede desempeñar las funciones esenciales del puesto” (pág. 212).

Para Morris, Bohlander y Snell (2017), “La discriminación contra los discapacitados se prohibió por primera vez en las actividades financiadas con fondos federales por medio de la Ley de Rehabilitación Vocacional de 1973. Sin embargo, los discapacitados no estaban entre las clases protegidas por la ley de Derechos Civiles de 1964. Para solucionar estas deficiencias, en 1990 el Congreso aprobó la Ley para estadounidenses con Discapacidades (Americans with Disabilities Act, ADA), que prohíbe a los empleadores discriminar a las personas con discapacidades físicas y mentales y con enfermedades crónicas” (pág. 100).

Arbaiza (2011) también informa que “hay otras informaciones que no son recomendables de ser consideradas (en una convocatoria) porque denotarían posturas de discriminación y atenderían abiertamente contra la legislación laboral e inclusive los derechos constitucionales de todo ciudadano, exponiéndose la empresa a penalidades laborales y a juicios de quien se pudiese

sentir afectado. Estos aspectos básicos discriminatorios serían: edad... género... raza... religión... y discapacidad física, por ejemplo, no permitir concursar a un candidato cuya discapacidad física no atente contra las funciones que debe desarrollar” (pág. 69)

“Trabajadores con discapacidades. Este segmento constituye la minoría más numerosa de Estados Unidos, abarcando todas las razas, géneros, niveles socioeconómicos, educativos y todas las generaciones. Hay aproximadamente 16 millones en edad laboral que sufren alguna discapacidad, y entre 60 y 70% de ellos están desempleados o subempleados. El Bureau of Labor Statistics predice que en 2010 habrá un déficit de 10 millones de empleados. Para los expertos, la generación actual de estadounidenses discapacitados está bien preparada para ingresar en el mercado laboral y ofrecer una solución alterna a la escasez de mano de obra que enfrentan las empresas”, (Dalton, Hoyle, y Watts, 2007, pág. 234).

2.3.2.3 Responsabilidad Social hacia los Empleados – Atención Médica

Según Arbaiza (2011), “la compensación puede darse en: salud, mediante el pago de seguros médicos o de consultas y recetas médicas” (pág. 171).

Dessler (2009) establece que, “Para muchos trabajadores, los seguros médicos son muy importantes al elegir un patrón, porque son muy costosos. Por consiguiente, casi todos los patrones ofrecen alguno, ya sea de hospitalización o por discapacidad... Los seguros médicos, de hospitalización y por discapacidad sirven para proteger a los empleados de los costos de hospitalización y de la pérdida de ingresos por accidentes laborales o enfermedades. Muchos patrones los compran a compañías que ofrecen seguros de vida, seguros por accidentes, o a las organizaciones Blue Cross (para los gastos hospitalarios), y Blue Shield (para los gastos médicos).

Otros establecen contratos con organizaciones para el cuidado de la salud o proveedoras preferenciales” (pág. 521).

La teoría de Chiavenato (2007) reitera que “Las prestaciones espontáneas son las otorgadas por la generosidad de la empresa, dado que no son exigidas por la ley ni por negociación colectiva. También se conocen como prestaciones adicionales a la ley (en inglés los llamados fringe benefits), e incluyen: vales de despensa, fondo de ahorro, alimentos, transporte, prestamos, asistencia médico-hospitalaria prestada mediante convenio, ayuda para jubilación, entre otros” (pág. 320).

Para Mondy (2010), “En Estados Unidos la Ley de Seguridad Social de 1935 (Social Security Act) creó un sistema de prestaciones de retiro. También estableció la Administración de la Seguridad Social. Las posteriores reformas a la ley añadieron otras modalidades de protección, como el seguro de discapacidad, prestaciones de los sobrevivientes y cuidados médicos (este último sistema se conoce en Estados Unidos como Medicare). Los gastos de los Seguros médicos por beneficiario se han duplicado en términos reales en las dos últimas décadas y a medida que una mayor cantidad de baby boomers se vuelvan elegibles, los costos aumentaran en forma considerable. Los incrementos en los costos son el resultado de un mayor uso de servicios de cuidados posteriores a estados graves, como servicios especializados en enfermería, cuidados de salud en el hogar y programas de rehabilitación” (pág. 306).

Según Morris, Bohlander y Snell (2017), “La mayoría de las empresas monitorean de cerca sus programas de remuneración y beneficios. Las principales preocupaciones de las empresas estadounidenses en relación con estos temas son el gran incremento de los costos de la atención médica y el cumplimiento de la Reforma de la Ley de salud y la Ley de Protección al Paciente y Cuidado de la Salud (Obamacare). Las empresas deben adoptar enfoques diferentes para mantener sus costos de salud dentro de un límite, como cobrar mayores primas de cobertura por los cónyuges

cuando éstos pueden obtener cobertura de sus propios empleadores. Otro enfoque consiste en otorgar una suma de dinero a los empleados para que adquieran por su cuenta un seguro médico... Otra forma en que las empresas administran los beneficios es por medio de la subcontratación de empleados. Cuando se utiliza esta práctica, las empresas firman un contrato con una organización empleadora profesional (professional employer organization, PEO). Una PEO (generalmente una empresa más grande) lleva la administración de las tareas de recursos humanos de una empresa más pequeña y se convierte en una coempleadora de sus empleados. La PEO cumple todos los deberes de un empleador de recursos humanos: contrataciones, nóminas y evaluaciones del desempeño” (pág. 17).

2.3.2.4 Responsabilidad Social hacia los Empleados – Compensaciones

En el estudio de Morris, Bohlander y Snell (2017), “La compensación consta de tres componentes principales. La compensación directa incluye los sueldos y salarios, incentivos, bonos y comisiones, de los empleados. La compensación indirecta engloba los beneficios que proporcionan los empleadores, mientras que la compensación no monetaria incluye los programas de reconocimiento a los empleados, trabajos gratificantes, apoyo organizacional, buen ambiente laboral y horarios de trabajo flexibles que contemplen las necesidades de los empleados” (pág. 344).

“Las remuneraciones y compensaciones es el proceso técnico especializado que se encarga de valorizar y retribuir el esfuerzo desplegado por los trabajadores y por sus resultados de eficiencia y eficacia obtenidos en el desempeño de sus funciones (Arbaiza, 2011). Un aspecto esencial del proceso consiste en establecer una estructura salarial basada en dos anclas: el equilibrio externo, por el cual las remuneraciones de los diversos puestos deberán otorgarse en

base al promedio del mercado salarial externo en el sector, y el equilibrio interno, referido a la equidad y distribución justa de los salarios entre puestos y categorías” (pág. 18).

“La remuneración de los empleados se refiere a todas las formas de retribuciones destinadas a los trabajadores, las cuales derivan de su empleo. Tiene dos componentes principales: los pagos monetarios directos (pagos, salarios, incentivos, comisiones y bonos), y los pagos monetarios indirectos (prestaciones económicas como el seguro pagado por el patrón y las vacaciones)”, (Dessler, 2009, pág. 422).

Chiavenato (2007) establece que “La remuneración se refiere a la recompensa que el individuo recibe a cambio de realizar las tareas de la organización. Se trata, básicamente, de una relación de intercambio entre las personas y la organización. Cada empleado negocia su trabajo para obtener un pago económico y extraeconómico” (pág. 283)

En el estudio de Mondy (2010), “La remuneración o compensación es el total de todas las retribuciones que se otorgan a los empleados a cambio de sus servicios. Los propósitos generales de la remuneración son atraer, retener, y motivar a los empleados” (pág. 268).

2.3.2.5 Responsabilidad Social hacia los Empleados – Entorno físico en buenas condiciones y seguridad

“La buena salud y las prácticas de seguridad son características de las organizaciones de primer nivel. Cada año, el Great Place to Work (GPTW), aplica una encuesta a los empleados de las organizaciones y elabora una lista de los mejores lugares para trabajar en Estados Unidos. En una encuesta reciente, 96% de los empleados que trabajan en las 100 mejores empresas que señala el instituto respondió “suele ser cierto” o “casi siempre cierto” que sus lugares de trabajo son físicamente seguros. Los empleadores también reconocen la importancia de implementar programas de seguridad y salud, porque los beneficios de hacerlo superan los costos asociados con

las licencias por enfermedad, compensación al trabajador, pagos por incapacidad y el reemplazo de los empleados que se lesionan o mueren. Un estudio que realizó la compañía de seguros Liberty Mutual descubrió que los empleadores ahorraron 3 dólares por cada dólar que invierten en seguridad en el trabajo”, (Morris, Bohlander y Snell, 2017, pág. 458).

De acuerdo con Arbaiza (2011), “otros de los elementos de la buena dirección de personas es la capacidad de motivación del personal para lograr que este se identifique y vista la camiseta, para lo cual podría identificarse qué tipo de motivaciones impulsan a los trabajadores a buscar una mejor calidad de vida, pudiendo ser los aspectos fisiológicos o primarios de morada, alimentación, etc.; o los de seguridad, referidos a la estabilidad laboral, o ante accidentes; o los sociales, por intermedio de las interacciones con los semejantes; o el ego, que se valoren y reconozcan sus méritos individuales; o de realización, referido al desarrollo humano integral” (pág. 14).

Dessler (2009) publicó que “La seguridad y la prevención de accidentes son importantes para los gerentes por varias razones; por ejemplo, la cantidad alarmante de accidentes relacionados con el trabajo. En un año reciente, 5,559 trabajadores estadounidenses murieron en incidentes laborales. Además, hubo más de 4.4 millones de lesionados y enfermedades ocupacionales, resultado de accidentes en el trabajo (aproximadamente 5 casos al año por cada 100 empleados de tiempo completo en Estados Unidos). Un estudio estimó que organismos como la Oficina de Estadísticas Laborales (que calcula las lesiones y las enfermedades laborales al tomar muestras de los registros de las compañías) quizás subestiman dos o tres veces la cantidad real de lesiones y enfermedades” (pág. 638).

“Desde el punto de vista de los recursos humanos, la salud y la seguridad de las personas representan una de las principales bases para conservar una fuerza de trabajo laboral adecuada (Chiavenato, 2007). En general la higiene y la seguridad laboral son dos actividades íntimamente

relacionadas porque garantizan que en el trabajo haya condiciones personales y materiales capaces de mantener cierto nivel de salud de los empleados. Según el concepto presentado por la Organización Mundial de la Salud (OMS), la salud es un estado total de bienestar físico, mental y social, y no solo consiste en la ausencia de males o enfermedades. La higiene laboral se refiere al conjunto de normas y procedimientos que busca proteger la integridad física y mental del trabajador, el resguardo de los riesgos de salud inherentes a las tareas del puesto y al ambiente físico donde se realiza. La higiene laboral gira en torno al diagnóstico y la prevención de males ocupacionales, a partir del estudio y el control de dos variables: el hombre y su ambiente laboral” (pág. 332).

“La seguridad se relaciona con el hecho de proteger a los empleados contra las lesiones causadas por accidentes relacionados con el trabajo. Dentro de la amplia definición de seguridad se incluyen factores relacionados con los efectos de las lesiones provocadas por tensión continua y de la violencia en el lugar de trabajo y en la familia. La salud se refiere al hecho de que los empleados se mantengan libres de enfermedades físicas y emocionales. Los problemas generados en estas áreas pueden afectar seriamente la productividad de un trabajador y la calidad de su vida laboral. Tienen la capacidad de disminuir en forma espectacular la eficacia de una empresa y la moral de los empleados. De hecho, las lesiones y las enfermedades relacionadas con el trabajo son más comunes de lo que piensa la mayoría de la gente”, (Mondy, 2010, pág. 340).

2.3.2.6 Responsabilidad Social hacia los Empleados – Derechos laborales

Para Arbaiza (2011), “Hay otras informaciones que no son recomendables de ser consideradas porque denotarían posturas de discriminación y que atenderían abiertamente contra la legislación laboral, e inclusive los derechos constitucionales de todo ciudadano, exponiéndose

la empresa a penalidades laborales y a juicios de quien se pudiese sentir afectado. Algunos aspectos básicos discriminatorios serían: la edad... el género... la raza... la religión... la discapacidad física... el estado civil...” (pág. 70).

Dessler (2009) afirma que “La administración de recursos humanos con frecuencia exige que tomemos decisiones que implican equidad. Usted contrata a un candidato y rechaza a otro, asciende a uno y baja de categoría a otro, le paga más a uno y menos a otro, acepta sus propias quejas mientras rechaza las de otros. La manera en que los empleados reaccionan a tales decisiones depende, hasta cierto punto, de si ellos consideran que las decisiones y los procesos que las produjeron son justos. La equidad es inseparable de lo que la mayoría de la gente llama justicia. Una compañía justa es, entre otras cosas, equitativa, imparcial, y subjetiva en la forma en la que hace las cosas” (pág. 554).

La teoría de Chiavenato (2007), nos afirma que “El contrato psicológico se refiere a la expectativa recíproca del individuo y de la organización de extenderse mucho más que cualquier contrato formal de empleo en el que establezca el trabajo a realizar y la recompensa correspondiente. Aunque no sea un acuerdo formal ni algo claramente expresado, el contrato psicológico es un compromiso tácito entre individuo y organización respecto a una vasta gama de derechos, privilegios y obligaciones establecidos por la práctica, que serán respetados y observados por ambas partes. El contrato psicológico es un elemento importante en cualquier relación de trabajo que influye en el comportamiento de ambas partes. Cada persona representa sus propios contratos que rige tanto en las relaciones interpersonales como la relación que ella mantiene consigo misma (relación intrapersonal). Una fuente frecuente de dificultades en las relaciones interpersonales es la falta de acuerdos claros y explícitos. Las personas no siempre expresan abierta y explícitamente lo que desean y lo que necesitan. El esclarecimiento de los

contratos, tanto en las relaciones intrapersonales como en las interpersonales es importante para una experiencia interpersonal efectiva. Del mismo modo, tanto para la organización como para el individuo es prominente que ambos exploren los dos aspectos del contrato, y no únicamente el formal” (pág. 80).

En el estudio de Mondy (2010), “El estatus de los trabajadores no es permanentemente fijo en una organización. Los empleados se mueven constantemente hacia arriba, hacia los lados, hacia abajo y hacia afuera de la organización. Para asegurar que el personal con las habilidades y la experiencia necesarias esté disponible en todos los niveles, se requiere de esfuerzos constantes y concertados encaminados al mantenimiento de buenas relaciones internas con los empleados. Las relaciones internas con los empleados comprenden las actividades de administración de recursos humanos asociadas con el movimiento de los empleados dentro de la organización. Estas actividades incluyen las promociones, las transferencias, los descensos de categoría, las renunciaciones, los despidos y el retiro o la jubilación. La disciplina y la acción disciplinaria también son aspectos decisivos en las relaciones internas con los empleados” (pág. 412).

Morris, Bohlander y Snell (2017) reiteran que “Los derechos del empleado se pueden definir como las garantías de un trato justo que los trabajadores esperan a cambio de sus servicios a un empleador. Estas expectativas se convierten en derechos cuando son concedidas a los empleados por los tribunales, legislaturas o los empleadores. En los últimos 50 años, diversas leyes contra la discriminación, los reglamentos sobre salarios y horarios y la legislación de salud y seguridad han garantizado los derechos básicos de los empleados y generado numerosas mejoras laborales para los trabajadores en Estados Unidos” (pág. 498).

2.3.2.7 Responsabilidad Social hacia los Empleados – Trato Justo en la Contratación

“Selección es el proceso técnico especializado que se encarga de escoger, en estricto orden de mérito, entre los candidatos reclutados, a aquellos que cumplan y satisfagan los requisitos señalados en la convocatoria. Para poder seleccionar personal se hace necesaria la aplicación de diversas pruebas que puedan evaluar al candidato según las competencias requeridas por la institución, pudiendo hacer pruebas de conocimientos, tests psicológicos, pruebas de habilidades prácticas, referencias de experiencias laborales anteriores y pruebas médicas”, (Arbaiza, 2011, pág. 17).

“Las leyes que prohíben la discriminación de miembros de grupos minoritarios en Estados Unidos no son nuevas (Dessler (2009). Por ejemplo, la V Enmienda de la Constitución de los Estados Unidos (ratificada en 1791), establece que nadie será privado de su vida, libertad o patrimonio sin antes mediar un proceso justo. La XIII Enmienda (1865), que prohibía la esclavitud, los tribunales la han aplicado para prohibir la discriminación racial. La XIV Enmienda (1868), declara ilícito que cualquier estado apruebe o aplique cualquier ley que reduzca los privilegios y las inmunidades de los ciudadanos de Estados Unidos; los tribunales han interpretado, en general, que esta ley prohíbe la discriminación debido al género, el origen nacional o la raza. La ley de Derechos Civiles de 1866 otorga a todas las personas iguales derechos para celebrar y aplicar contratos, así como para beneficiarse de las leyes de la nación. Otras leyes, así como diversas decisiones de la Corte, declararon ilegal la discriminación en contra de grupos minoritarios a principios de 1900, al menos en teoría” (pág. 32).

Chiavenato (2007) da a conocer que, “Hay un dicho popular que dice que la selección consiste en elegir al hombre adecuado para el sitio adecuado. En otras palabras, la selección busca entre los candidatos reclutados a los más adecuados para los puestos que existen en la empresa, con la intención de mantener o aumentar la eficiencia y el desempeño del personal, así como la

eficiencia de la organización. Así la selección busca solucionar dos problemas básicos: adecuación de la persona al trabajo y eficiencia y eficacia de la persona en el puesto” (pág. 169).

Según Mondy (2010), “La selección es el proceso de elegir, a partir de un grupo de solicitantes, al individuo que mejor se adapte a un puesto en particular y a la organización. El acoplamiento adecuado de las personas con los puestos y con la organización es la meta del proceso de selección... Si los individuos están demasiado capacitados, deficientemente capacitados o, por alguna razón, no se adaptan al puesto de trabajo o a la cultura de la organización, serán ineficaces y probablemente abandonarán la empresa, ya sea voluntariamente o de alguna forma” (pág. 158).

En el estudio de Morris, Bohlander y Snell (2017), “uno de los temas más importantes que deben estudiarse en cualquier libro de administración de recursos humanos es la igualdad de oportunidades de empleo (EEO). Dicha igualdad, o el empleo de las personas en forma justa y sin prejuicios, llama la atención de los medios de comunicación, tribunales, legisladores, y gerentes de recursos humanos y de sus empresas por igual. En 2012 se presentaron 99,412 cargos por discriminación en el lugar o centro de trabajo en el sector privado ante la Comisión para la Igualdad de Oportunidades de Empleo en Estados Unidos (Equal Employment Opportunity Commission, EEOC), la dependencia federal que hace cumplir las leyes para el empleo justo en ese país. Se cree que parte del incremento de la cantidad de denuncias es el resultado de las malas condiciones económicas y un sentido de desesperación por parte de los empleados que han perdido sus puestos de trabajo. Una fuerza laboral más diversa y multicultural también ha incrementado cada vez más la importancia que tiene para los gerentes conocer y cumplir con numerosas leyes de EEOC” (pág. 90).

2.3.2.8 Responsabilidad Social hacia los Empleados – Salud Mental

De acuerdo con Arbaiza (2011), “Las emociones entendidas como manifestaciones de los sentimientos internos que tenemos y sobre los cuales tenemos el derecho de manifestarnos abiertamente, a través de una sonrisa, al estar alegres, o con un llanto y pesar al convivir con situaciones difíciles o angustiantes, o de realizar catarsis para relajarnos ante problemas de cualquier tipo. Sin embargo, en la realidad muchas veces la persona y/o trabajador se reprime y trata de ocultar o disimular sus expresiones sentimentales buscando quizás protegerse de burlas o indiferencias que pueda recibir. Así, por ejemplo, no es raro observar en algunas empresas que un ejecutivo que jefatura algún área o equipo evite felicitar a un subordinado por un trabajo meritorio bajo el pretexto de “porque se le va a felicitar si está haciendo su trabajo normal... no se vaya a acostumbrar”. Es una actitud lamentable puesto que apenas es un simple gesto, pero sincero (sin necesidad de aumentos de sueldo o alguna compensación material), hubiese bastado para otorgar una recompensa moral que al trabajador lo hubiese hecho sentir muy feliz” (pág. 19).

Según Dessler (2009), “Problemas como el alcoholismo y el abuso de drogas en ocasiones reflejan causas psicológicas subyacentes como estrés y depresión. Por ejemplo, factores como el exceso de trabajo y los problemas con los supervisores o los clientes pondrían a la persona bajo tanto estrés, provocando una reacción psicológica como el abuso de drogas. Hay varios factores externos que derivan en estrés laboral; entre ellos, el horario y el ritmo de trabajo, la seguridad del puesto, el transporte al trabajo, y el regreso a casa, así como la cantidad y el tipo de clientes. Incluso el ruido, como las personas que hablan mientras suenan los teléfonos, contribuyen al estrés” (pág. 665).

Chiavenato (2007) afirma que “Las condiciones físicas del trabajo no son lo único que importa, sino que se necesita algo más. Las condiciones sociales y psicológicas también forman parte del ambiente laboral. Investigaciones recientes demuestran que, para alcanzar la calidad, y

la productividad, las organizaciones deben contar con personas motivadas que se involucren en los trabajos que realizan y recompensadas adecuadamente por su contribución. Así, la competitividad de la organización pasa, obligatoriamente, por la calidad de vida en el trabajo. Para atender al cliente externo, no se debe olvidar al cliente interno. Para conseguir satisfacer al cliente externo, las organizaciones primero deben satisfacer a sus trabajadores responsables del producto o servicio que ofrecen. La administración de la calidad total en una organización depende fundamentalmente de la optimización del capital humano; lo cual está condicionado de que tan bien se sienten las personas trabajando dentro de la organización” (pág. 349).

Mondy (2010) publicó que “La salud se refiere al hecho de que los empleados se mantengan libres de enfermedades físicas y emocionales” (pág. 340).

“La salud, entendida en sentido amplio como el bienestar físico, psicológico y social, va mucho más allá del esquema biomédico, abarcando la esfera subjetiva y del comportamiento del ser humano. No es la ausencia de alteraciones y de enfermedad, sino un concepto positivo que implica distintos grados de vitalidad y funcionamiento adaptativo. Desde el punto de vista subjetivo, está relacionada con un sentimiento de bienestar. Los aspectos objetivos de la misma tienen relación con la capacidad de funcionamiento de la persona”, (Oblitas, 2017, pág. 3).

2.3.2.9 Responsabilidad Social hacia los Empleados – Ambiente laboral

Randstad (2015) analizó este tema y reitera que “El ambiente laboral es uno de los elementos más importantes en el día a día de la empresa, sin embargo, las características que lo determinan son difíciles de precisar. Pueden ser de naturaleza tangible o intangible, y se ha demostrado que influyen notoriamente en la productividad y en la vida privada de los empleados. Para el 63% de los empleados, un ambiente de trabajo desfavorable es el factor que más afecta el

balance entre trabajo y vida privada. Y si bien las encuestas han demostrado que en el salario y los beneficios son primordiales en la elección de un empleador, un 53% de los empleados ha elegido el balance entre vida privada y trabajo como el factor determinante para mantenerse en su empleo. Es claro que el ambiente de trabajo es determinante en las relaciones de trabajo, pero ¿qué define el ambiente laboral? Desde el punto de vista de los empleados, el clima laboral es el conjunto de condiciones que contribuye a lograr la satisfacción en el trabajo. Desde el punto de vista de la empresa, en cambio, puede definirse como aquello que hace que el empleado sea más productivo. Existen elementos tangibles e intangibles en la construcción de un buen ambiente laboral. Los elementos tangibles (que pueden ir desde un aumento salarial hasta la colocación de una máquina de café) no determinan unilateralmente el ambiente de trabajo, puesto que las percepciones que los empleados tienen de estas mejoras no son necesariamente buenas. A menudo, una empresa realiza gastos considerables en bienes materiales sin lograr que el ambiente laboral mejore porque lo que los empleados están esperando en realidad son gestos, como pueden ser la valoración del trabajo realizado”.

Para Trillo (2018), “Según el Informe extraído tras el estudio del IMEA (Índice de Medición de Empleados y Empleadas, elaborado por Alares), los puntos que más valoran los trabajadores y trabajadoras son el aspecto económico y las facilidades para la conciliación. Para el 63% de los encuestados, la cantidad de dinero que reciben por su labor es fundamental. Los servicios para la conciliación de la vida laboral y personal le siguen con un 55%. El tercer aspecto que los encuestados consideran necesario es el clima laboral y la motivación que la empresa les transmite. Para el 40% de los trabajadores y trabajadoras, que haya un buen ambiente profesional y que se realicen actividades que aumenten sus ganas de colaborar, es indispensable”.

Ramírez (2016) da a conocer que “El ambiente laboral debe ser cuidado y siempre monitoreado para poder ser una empresa exitosa ya que se dice que “empleados felices hacen empresas exitosas”. En la realidad, este factor no solo hace que las empresas sean exitosas, sino que también duren por muchos años. ¿Cuántos ejemplos podemos tener de empresas que nacieron, se desarrollaron y por una mala decisión que afectó alguna condición laboral, rápidamente se vinieron a pique y en poco tiempo desaparecieron? Normalmente, esto pasa con las micro y pequeñas empresas, - en otros casos si las empresas son grandes probablemente por su poderío económico no desaparecen-, pero el costo de volver a levantarse es enorme. Muchos empresarios o gerentes a veces olvidan que el mayor porcentaje de valor de su empresa es la gente que la integra, por lo que deben tratar a su negocio como un ser viviente, y como tal, cualquier factor externo e interno pueden hacer que se modifiquen los comportamientos (ya sean para mejorar o para dañar la salud laboral)”.

Gerencie.com (2017) afirma que “El ambiente laboral de la empresa es un factor que tiene una gran incidencia en el desempeño, en la productividad del trabajador, y por extensión en el éxito de empresa. El ambiente laboral ha cobrado notoriedad mediáticamente ante los elevados índices de suicidios de empleados en France Telecom, que han llevado a la conciencia pública la importancia de tener un adecuado ambiente laboral, pero muchas empresas no sienten ni piensan lo mismo. Un ambiente laboral inapropiado, como se ha podido ver, puede desde llevar a un empleado a suicidarse, hasta un bajo rendimiento de los empleados, lo cual resulta económicamente costoso para la empresa”.

La teoría de Riquelme (2017) establece que “El ambiente laboral es un elemento muy trascendental en el día a día de la empresa, pese a que es difícil determinar o precisar las características que lo propician. Sin embargo, se ha demostrado que este influye notablemente en

la productividad y en la vida personal de los empleados. Si bien se ha demostrado que en el salario y los beneficios son altamente motivadores para el empleado, un ambiente favorable ha sido considerado como el factor más determinante para mantenerse en un empleo. Está claro que el ambiente de trabajo es determinante en las relaciones laborales, pero ¿qué o quienes definen el ambiente laboral? Desde el punto de vista del empleado, el ambiente laboral es el conjunto de contextos que contribuyen a lograr la satisfacción o comodidad en el trabajo. Desde el punto de vista de la empresa, es aquellos elementos que hacen que el trabajador sea más productivo”.

2.3.3 Responsabilidad Social hacia el Medio ambiente

Raufflet et al. (2012), afirman que “es imposible que el ser humano viva en el medio ambiente sin interactuar con él, pues necesita de sus recursos: sol, agua, suelo fértil, vegetales, minerales, etc. Igualmente, el ser humano deposita en la tierra los productos y residuos de sus actividades. Por lo tanto, las actividades humanas tienen aspectos ambientales que deben ser gestionados. Es posible definir “aspecto ambiental” como “cualquier elemento de las actividades, productos y servicios de una organización que puede interactuar con el medio ambiente” (ISO 14001, 2004). Algunos aspectos ambientales de las empresas son el consumo de energía o de otros recursos naturales, el desecho de residuos peligrosos, los ruidos o la alteración del paisaje, por citar ejemplos dispares” (pág. 64). Este autor habla de la importancia de gestionar las actividades ambientales de la empresa y enumera la clase de recursos naturales que deben ser cuidados.

“El capital ambiental (a menudo llamado capital natural) incluye cuantitativamente el monto de recursos naturales tanto renovables como no renovables. Aquí, los recursos no deben interpretarse estrictamente solo como contribuciones de producción material, sino que también deben abarcar los servicios no materiales provistos por el ambiente natural, como el valor

recreativo de disfrutar la naturaleza y la polinización de las flores por parte de las abejas. Una medida cualitativa del capital ambiental evita el enfoque resultante y estrecho e incluye las características internamente valiosas de la biosfera, como la resistencia de los ecosistemas y la riqueza de las interconexiones representadas por la gran biodiversidad”, (Laasch y Conaway, 2015, pág. 63). Este autor considera al medio ambiente como capital ambiental o capital natural, e incluye los aspectos cualitativos del medio ambiente.

“Los efectos de las actividades humanas sobre el medio ambiente no se perciben en toda su dimensión hasta que ocurren problemas graves que afectan a los seres vivos (Arbaiza, 2014). Es necesario tomar en cuenta que un accidente ambiental, como un derrame de petróleo en el océano, no se circunscribe a la zona donde ocurrió, sino que sus efectos alcanzan a todo el planeta... De forma general es posible decir que el deterioro ambiental se revela principalmente en la contaminación de las aguas, la destrucción de la flora y la fauna marinas, la desaparición progresiva de la fauna silvestre, la destrucción de los bosques y la flora, la contaminación atmosférica, la acumulación de residuos industriales no biodegradables, el cambio climático y la contaminación auditiva, entre otros” (pág. 64). Este autor habla de que las empresas a veces contaminan ha provocan desastres naturales.

Afirma Hellriegel, et al. (2017), que “la protección de la naturaleza es uno de los temas centrales que cada vez despierta mayor preocupación e interés en una serie de grupos de interés primarios y secundarios. El desarrollo sustentable implica desarrollar actividades de modo que se protege a la naturaleza, al tiempo que se logra el progreso económico, satisfaciendo así las necesidades de la generación presente sin poner en peligro la posibilidad de que las generaciones futuras también puedan satisfacer las suyas” (pág. 101). Este autor subraya la importancia de la

protección a la naturaleza y que las generaciones futuras puedan disfrutar también de un ambiente natural adecuado.

De acuerdo con Portney (2015), “Es claro que, en su núcleo, la sostenibilidad es un concepto que se enfoca en la condición del ambiente biofísico de la tierra, particularmente con respecto al uso y agotamiento de los recursos naturales. No es lo mismo que conservación o preservación de los recursos naturales, aunque algunos argumentan que ahí es donde pueden ser encontradas las raíces de la sustentabilidad. Es más acerca de encontrar una forma de estado estable de manera que la tierra, o una parte de ella, pueda soportar la población humana y el crecimiento económico sin que por último se amenace la salud humana, de los animales y plantas” (pág. 4). Este autor subraya la importancia de encontrar una forma de estado estable de manera que la tierra pueda soportar la población humana y el crecimiento económico.

Pride, et al. (2015) dan a conocer que “La conciencia social de los administradores de negocios responsables, la promoción de un gobierno preocupado y un interés creciente del público han conducido a un mayor esfuerzo para reducir la contaminación ambiental, a conservar los recursos naturales, y a revertir algunos de los peores efectos de la negligencia que se cometieron en el pasado en esta área. La contaminación es la polución del agua, aire o tierra, ocasionada por las acciones humanas en la sociedad industrializada. Desafortunadamente, los líderes de negocios y del gobierno han ignorado el problema o no se preocuparon por ello hasta que la contaminación se volvió un asunto de vida o muerte en Estados Unidos. Actualmente, los estadounidenses esperan que los líderes de negocios y gubernamentales emprendan acciones decididas a limpiar el medio ambiente y mantenerlo así” (pág. 54). Este autor habla de la importancia de cuidar el medio ambiente y que la sociedad espera que las empresas lo hagan.

Collier (2016), en su estudio nos reitera que “la sustentabilidad ambiental es el compromiso de una organización con la calidad a largo plazo de nuestro ambiente. La sustentabilidad ambiental es importante porque las preocupaciones ambientales están incrementando la presión en todas las organizaciones que producen bienes y ofrecen servicios en todo el mundo” (pág. 17). Collier también apoya la idea del compromiso de la organización hacia el cuidado a largo plazo del ambiente.

2.3.3.1 Responsabilidad Social hacia el Medio ambiente – Reciclaje

Según Askeland y Wright (2015), “Cuando se diseña un material para una aplicación determinada, deben considerarse varios factores. El material debe adquirir las propiedades físicas y mecánicas deseadas, debe poder ser procesado o fabricado en la forma que se pretende y ofrecer una solución económica del problema de diseño. La satisfacción de estos requerimientos de una manera que proteja al ambiente – quizás mediante la promoción del reciclaje de los materiales – también es esencial. Si satisface estos requerimientos de diseño, el ingeniero puede tener que afrontar diversas disyuntivas para poder generar un producto útil, pero comercial” (pág. 14).

De acuerdo con la teoría de Laasch y Conaway (2015), “Logística inversa: El reciclaje solo trabaja si los productos al final de su ciclo de vida útil se transportan de regreso para reintegrarse al proceso de producción. Esta es la tarea principal de la logística inversa, que forma un parte crucial de una economía circular y sostenible” (pág. 318).

“Finalmente, el mandato del consumidor para que las empresas fabriquen productos más amigables con el ambiente también afecta la dimensión del empaque, en especial de las cuatro R: rediseñar, reducir, reciclar y reutilizar. La Unión Europea tiene políticas estrictas sobre las cantidades de desperdicio del empaque que se generan y los niveles de reciclaje de esos materiales.

Dependiendo de los materiales del empaque (20% para plásticos y 60% para vidrio), se hace responsables a los productores, importadores, distribuidores, mayoristas y minoristas para generar el desperdicio. En Alemania, que tiene los requerimientos más difíciles de cumplir, todo el empaque debe ser reutilizable o reciclable, y el empaque se debe mantener y el mínimo necesario para la protección y la venta apropiada del producto. Los exportadores de la Unión Europea deben encontrar distribuidores que puedan cumplir con esos requerimientos, y convenir en la forma de dividir los costos”, (Czinkota y Ronkainen, 2013, pág. 369).

Los investigadores Campaña, Díaz y Mendoza (2011) publicaron que “El Instituto Nacional de Ecología dice que manejo integral y sustentable de los residuos sólidos es la combinación de flujos de residuos, métodos de recolección y procesamiento, de lo cual derivan los beneficios ambientales, optimización económica y aceptación social en un sistema de manejo practico para cualquier región. Esto se puede lograr – señala – al combinar opciones de manejo que incluyen esfuerzos de reutilización y reciclaje, tratamientos que involucran compostaje, biogasificación, incineración con recuperación de energía, así como la disposición final en rellenos sanitarios” (pág. 284).

Vesilind, Morgan y Heine (2013) dan a conocer que “El reciclaje, o recuperación de material, por otra parte, implica la recolección de residuos y su procesamiento subsiguiente para fabricar productos nuevos; por ejemplo, transformar los recipientes de plástico para alimentos en bancas para el parque o ropa, o convertir las latas de aluminio usadas en latas nuevas... Los fabricantes pueden mejorar la factibilidad del reciclaje y la recuperación de material al elaborar de manera consciente productos cuya recuperación y reciclaje sean sencillos y baratos o que puedan ser reutilizados. En algún momento la sociedad puede hacer obligatorias esas reglas, pero los esfuerzos voluntarios serían mucho más eficaces que los mandatos del gobierno. Una instalación

de procesamiento central se conoce como instalación de recuperación de material, o IRM. La característica principal de la recuperación de material en una instalación de este tipo es que se recuperan materiales producidos por los residuos domésticos mixtos o separados en la fuente y luego se introducen para su uso industrial. Observe que el proceso de reciclado debe incluir la recolección, el procesamiento, la transportación y la venta del material a una industria que luego lo utilice. Este último paso es muy importante, el proceso de reciclaje depende de la disposición de la industria para comprar el material que se recicla. Sin el desarrollo de mercados dignos de confianza, el proceso no puede ser viable” (pág. 453).

2.3.3.2 Responsabilidad Social hacia el Medio ambiente – Manejo de Residuos

Vesilind, Morgan y Heine (2013) publicaron que “No parece mucho (4.6 lb/día) hasta que se multiplica por el número total de personas en Estados Unidos. De pronto 1.4 billones de libras de basura por día suena como lo que es, un montón monumental de basura. ¿Qué se hará con estos residuos sólidos de nuestra sociedad efluente? La búsqueda de una respuesta representa un monstruoso desafío para la profesión de la ingeniería. Los residuos domésticos y comerciales ordinarios comunes, llamados basura o residuos municipales (RSM) son el tema de este capítulo. Desde el punto de vista técnico, la basura está formada por desechos de alimentos, y residuos domésticos, casi todo lo demás que hay en un bote de basura. Los desechos son artículos más grandes, como refrigeradores viejos, ramas de árbol, colchones, y otros productos voluminosos, que por lo común no se recolectan con el residuo doméstico. Una subcategoría muy importante de residuos sólidos, llamados residuos peligrosos, se estudia en el siguiente capítulo. El problema de los residuos sólidos municipales puede dividirse en tres pasos: 1) recolección y transportación de

residuos sólidos domésticos, comerciales e industriales, 2) recuperación de fracciones útiles de este material, 3) disposición de los residuos en el ambiente” (pág. 445).

Los investigadores Calixto, Herrera y Hernández (2012) afirman que “Se llama suelo contaminado a la porción de terreno, superficial o subterráneo, cuya calidad ha sido perturbada como consecuencia del vertido directo o indirecto de residuos o productos que pueden ser peligrosos; este tipo de suelo aparece por actividades agrícolas, industriales, recreativas, de urbanización y domésticas. Los suelos contaminados son originados principalmente por diversas actividades inadecuadas del ser humano sobre el ambiente, por ejemplo, las fugas de petróleo como consecuencia de la falta de mantenimiento de las tuberías, el almacenamiento de productos tóxicos, los residuos de origen doméstico sobre las tierras sin un control o tratamiento adecuado, etc. Entre los principales contaminantes del suelo se encuentran los orgánicos, los metálicos, los fertilizantes y plaguicidas, la salinización y la acidificación” (pág. 179).

Romero, Romero y Muñoz (2015) dan a conocer que “El impacto ambiental es el efecto causado por las acciones del hombre sobre el medio ambiente. Los impactos o efectos de las acciones de desarrollo pueden ser favorables o desfavorables (para el ecosistema o una parte del mismo). El impacto ambiental está constituido tanto por los cambios en las características ecológicas o impacto ecológico, como por los aspectos que caen en los impactos socioeconómicos y culturales del ambiente humano. Ambos tipos de impacto van en detrimento de la productividad del ecosistema y de su capacidad para amortiguar los procesos degenerativos que impiden el desarrollo al disminuir la calidad de vida. Por esta razón, la mayoría de las evaluaciones de impacto ambiental hacen énfasis en los impactos negativos” (pág. 151).

“El impacto directo de la industria sobre la naturaleza se produce básicamente por la ocupación del espacio, la utilización de los recursos naturales y la generación de residuos: desechos

y contaminantes. De estos impactos, la contaminación es el aspecto que se ha examinado con mayor detalle, y no es raro encontrar opiniones en el sentido de que sería la única forma de impacto de la industria sobre el medio”, (Campaña, Díaz, y Mendoza, 2011, pág. 99).

2.3.3.3 Responsabilidad Social hacia el Medio ambiente – Uso Eficiente de Agua

“Mientras la densidad de las poblaciones sea suficientemente baja, la pronta disponibilidad de agua, para beber y otros usos, así como la eliminación eficaz de los residuos transportados por el agua quizá no representen un problema serio. (Vesilind, Morgan y Heine, 2013). Por ejemplo, en la América Colonial los pozos y corrientes superficiales proporcionaban agua segura y los desechos se eliminaban en otros cursos de agua cercanos sin alboroto ni preocupación. Aún hoy, gran parte de la América rural no necesita sistemas de agua y de aguas residuales más complejos que un pozo y una fosa séptica. Pero las personas son animales sociales y comerciales, y en el proceso de congregarse en ciudades han creado un problema de suministro y eliminación de aguas adecuados” (pág. 265).

Calixto, Herrera y Hernández (2012) establecen que “El agua, elemento fundamental para la vida, cubre las tres cuartas partes de la superficie de la tierra; el volumen equivale a 1,460 millones de kilómetros cúbicos, no obstante, existen áreas del planeta donde el agua es muy escasa. Cerca del 94% del agua no es utilizable de manera directa para el consumo humano, ya que se encuentra en mares y océanos, 4% pertenece al agua continental y 2% del agua se concentra en glaciares, casquetes polares, lagos, humedad, superficial, vapor atmosférico, ríos y arroyos” (pág. 168).

Howe y Hand (2012) afirman que “Asegurar y mantener un suministro adecuado de agua ha sido uno de los factores clave del desarrollo de los asentamientos humanos. El aspecto que más

les preocupaba a las primeras comunidades era la cantidad disponible de agua. Sin embargo, el crecimiento poblacional incrementó la demanda de agua, ejerciendo presión sobre las fuentes superficiales, tanto en volumen, como de alta calidad; además, la contaminación de dichas fuentes con las descargas residuales que generan las actividades agrícolas, industriales y urbanas han provocado el deterioro de la calidad de muchas otras fuentes” (pág. 1).

El investigador Gribbin (2014) reitera que “Los ingenieros no pueden evitar confrontar los problemas planteados por la precipitación y su consiguiente escurrimiento. Algunos de los primeros esfuerzos de la humanidad se centraban en la antigua batalla con las fuerzas de la naturaleza en forma de agua. Durante gran parte de nuestra historia, los ingenieros y sus predecesores han tratado los problemas del agua con diferentes soluciones empíricas, es decir, cualquier cosa que pareciera funcionar. Solo en los últimos tiempos, estos esfuerzos han tomado la forma sistemática de leyes y fórmulas cuantitativas” (pág. 3).

“Se le llama hidrosfera al conjunto de toda el agua que hay en la tierra. De acuerdo con la extensión y el lugar, geográfico que ocupa el recurso hídrico, recibe el nombre de océanos, mares, ríos, lagos, pantanos, glaciares, agua subterránea. La hidrosfera se formó en una época temprana de la evolución terrestre, a partir del vapor producido por las erupciones volcánicas. El vapor se condensó y formó nubes que luego generaron lluvias torrenciales a lo largo de millones de años. La mayor parte del agua se encuentra en los océanos, los cuales cubren casi las tres cuartas partes de la superficie terrestre. En el hemisferio norte las aguas ocupan cerca de 154 millones de km², frente a los 100 millones de las tierras emergidas. En el hemisferio sur, en cambio, los mares ocupan 206 millones de km², frente a sólo 48 millones de km² de tierra firme. En toda la tierra hay aproximadamente 1,400 millones de km³ de agua de los cuales, solo el 3.5% es agua dulce y,

de esta, la mayor cantidad se encuentra en estado sólido en los polos”, (Campaña, Díaz, y Mendoza, 2011, pág. 22).

2.3.4 Ética como parte de la Responsabilidad Social

Según Raufflet et al. (2012), “De la definición de ética de la filósofa española Adela Cortina, se pueden extraer los siguientes elementos: es un saber, para actuar, de un modo racional, en el conjunto de nuestra vida” (pág. 18). Este autor habla de una definición filosófica de la ética.

Para Laasch y Conaway (2015), “Nuestra definición en la práctica es que la ética empresarial es el estudio interdisciplinario de los problemas y las oportunidades éticos en los negocios. Esta definición básica incluye los elementos centrales, los problemas interdisciplinarios, y los problemas morales/éticos. Los últimos, los problemas éticos, son el tema principal de la ética empresarial en la teoría y la práctica. En la práctica, la ética empresarial pretende alcanzar la decisión y el comportamiento correcto en el problema ético, dilema o situación. En la teoría, la ética empresarial pretende estudiar la forma en que las personas deben actuar en los negocios y la razón por la que actúan o no de cierta manera” (pág. 118). Este autor afirma que la ética debe ser aplicada a las situaciones y las decisiones de los negocios.

Hellriegel et al. (2017), afirman que “los códigos de ética al interior de la empresa son importantes para que los empleados sepan cómo manejarse según sus principios y valores: un código de ética define los principios que se espera que respeten los empleados cuando actúan en nombre de la organización” (citado por Arbaiza, 2014, pág. 49). Este autor habla de la importancia de que los empleados de la empresa se conduzcan con ética y que siempre que actúen en nombre de la organización, lo hagan con ética.

De acuerdo con Williams (2013), “El comportamiento ético cumple con principios aceptados de lo que es correcto o incorrecto. Dependiendo del estudio que se esté analizando, de un tercio a tres cuartos de todos los empleados admite haber robado algo a sus empleadores, haber cometido fraude informático, haber cometido malversaciones de fondos, haber vandalizado propiedad de la empresa, haber saboteado proyectos de la misma, haber fingido lesiones para recibir prestaciones laborales de compensación o seguros o haberse reportado enfermo sin estarlo realmente” (pág. 65). Este autor habla de lo que es el comportamiento ético y de que según las encuestas entre un tercio y tres cuartos de los empleados han realizado comportamientos no éticos en las empresas.

Pride, et al. (2015), afirma que “la ética es el estudio de lo correcto e incorrecto y la moralidad de las decisiones tomadas por los individuos. Una decisión o acción ética es aquella que es correcta según algún estándar de comportamiento. La ética empresarial es la aplicación de estándares morales en el ámbito de los negocios” (pág. 34). Este autor también explica lo que es la ética y la ética en los negocios.

Hellriegel, et al. (2017) reitera “La importancia de los aspectos de ética que afrontan los gerentes o administradores y los empleados ha aumentado en los años recientes debido al comportamiento carente de ética e ilícito que han observado algunos de los altos directivos de varias organizaciones estadounidenses importantes, como Enron, Tyco, y Adelphia. Las prácticas notoriamente carentes de ética y, con frecuencia, ilícitas que siguieron los altos directivos de estas organizaciones terminaron en quiebras, enormes pérdidas financieras, para los accionistas y pérdida de empleo para las personas. Las conductas carentes de ética de empresas en lo individual han provocado que los estadounidenses en general hayan dejado de confiar en los líderes

empresariales” (Pág. 78). Este autor habla de que el tema de la ética en los negocios ha adquirido importancia debido al desempeño no ético que han tenido algunos ejecutivos de negocios.

“Puede decirse que la ética es una reflexión sobre los valores que encierra una decisión (Debeljuh, 2009). Su objeto consiste en aplicar los principios éticos generales a las características peculiares de la empresa y los negocios” (pág. 16). Este autor habla de la ética en las decisiones de negocios y de la aplicación de los principios éticos en la empresa.

“La ética empresarial es un tema imprescindible en los planes de RSE, no solo por los graves casos de corrupción que cada tanto se descubren ante la opinión pública, sino también por los desafíos que la globalización y el avance tecnológico han generado para las empresas. Por ejemplo, temas como la biotecnología, la farmacología, el acceso a la información confidencial y privada, entre otros, son fuentes de grandes debates para las empresas que se dedican a estos campos”, (Arbaiza, 2014, pág. 49). Este autor afirma que la ética es indispensable en un programa de RSE y que los nuevos desafíos de la globalización y el avance tecnológico han generado para las empresas.

2.3.4.1 Ética como parte de la Responsabilidad Social – Integridad

Ferrell, Fraedrich, y Ferrell (2016) analizaron este tema y reiteran que “Para nuestros propósitos, nos referimos a moralidad como la filosofía personal de alguien respecto a lo que está bien o mal. Lo importante es que cuando se habla de moralidad se hace a título personal, se trata de la propia filosofía o el conjunto de valores sobre el bien y el mal en relación con uno mismo. Podemos recurrir a convicciones personales al tomar decisiones éticas en cualquier contexto. La ética de negocios comprende principios organizacionales, valores, y normas que pueden haberse originado en los individuos, en las declaraciones organizacionales, o en el sistema legal que guía

el comportamiento individual y grupal en los negocios (visión, misión, reglas y políticas, entre otros). Los principios son límites de comportamiento específicos y generalizados que no deben traspasarse. A menudo se convierten en la base de las reglas. Algunos ejemplos pueden incluir derechos humanos, libertad de expresión y los fundamentos, de la justicia. Los valores son creencias duraderas e ideales impuestos por el grupo social. Algunos valores deseables o éticos para las empresas en la actualidad son el trabajo en equipo, la confianza y la integridad. Dichos valores por lo común se basan en las mejores prácticas industriales u organizacionales” (pág. 5). Según un dicho anónimo, “La integridad es hacer lo correcto, incluso cuando nadie te está observando” (citado por Reynolds, 2016, pág. 1).

De acuerdo con la teoría de Debeljuh (2009), “el origen etimológico de la palabra corrupción puede aclarar la naturaleza del concepto. Se trata de un término muy antiguo que procede del vocablo latino corruptionis y que tiene varias acepciones. La primera de ellas se traduce como acción y efecto de corromper o corromperse. A su vez, esta definición nos lleva al término corromper que tiene básicamente dos acepciones: sobornar a alguien con dadas o de otra manera y alterar o trastocar la forma de alguna cosa. De ahí que la corrupción se asocie con la pérdida de aquello que hace completo a alguien e implica desviar o desnaturalizar una cosa del fin al que naturalmente se dirige. Su contrario, el término integridad, elude a una cualidad de todo ser que no carece de ninguna de sus partes” (pág. 176).

Para Etkin (2016), “en cuanto a las razones, la ética analiza los valores humanos y sociales de libertad, igualdad, justicia, equidad, honestidad o transparencia, como premisas implícitas en el comportamiento de los individuos en la organización. Como marco de referencia normativo, referido a la conducta socialmente deseable, los valores son ideales estables, no dependen de los intereses transitorios en situaciones particulares. Estos principios y valores éticos no son medios,

sino fines en sí. Hacen al desarrollo humano (la integridad del carácter), y son guía para las acciones correctas (la moralidad de los actos), ya que toman en consideración las consecuencias sobre otros actores y en su contexto” (pág. 29).

“El éxito del liderazgo se basa en los rasgos personales, incluyendo la integridad: tener el carácter para ser honesto (no mentir, robar o engañar). La confianza entre los empleados es vital y se fundamenta en la integridad. Si usted no es honesto con las personas y se aprovecha de ellas, no confiarán en usted y no tendrá la capacidad para influir en ellas. Por lo tanto, existe un vínculo directo entre ser ético y ser un líder efectivo”, (Lussier, 2016, pág. 52).

2.3.4.2 Ética como parte de la Responsabilidad Social – La marca como propiedad Intelectual

“La propiedad intelectual es el término que se utiliza para describir los trabajos de tipo mental – tipo arte, libros, películas, fórmulas, invenciones, música y procesos – que son distintivos y son propiedad o creación de una sola persona o grupo (Reynolds, 2016). La propiedad intelectual está protegida por los derechos de autor, patentes y leyes de secretos comerciales. Las leyes de derecho de autor protegen las obras de autor como arte, libros, filmes, y música; las leyes de patentes protegen invenciones y las leyes de secretos comerciales ayudan a salvaguardar la información que se considera crítica para el éxito de una organización” (pág. 230).

De acuerdo con Sanromán y Cruz (2015), “Como quedó asentado desde el principio, la empresa necesita bienes para funcionar; entre ellos se cuentan los corpóreos, que son los tangibles – maquinaria, mobiliario, inmuebles -, y los incorpóreos, que son los derechos de autor, de propiedad intelectual, de propiedad industrial – por ejemplo, patentes, marcas, nombre comercial, denominaciones de origen, etc.... La importancia del estudio de esta materia radica en la protección jurídica que el legislador establece a favor de la creatividad humana, al regular en

diferentes leyes, tanto la propiedad intelectual, como el derecho de autor, es decir, la Ley de Propiedad Industrial (PLI) y la Ley Federal de Derecho de Autor (LFDA), así como tratados internacionales relacionados y suscritos por México. Asimismo, para las grandes empresas se ha convertido en el activo más importante de la compañía, por ejemplo, Coca-Cola” (pág. 164).

Según Lerma (2017), “Productos originales: son los genuinos, sobre los cuales se pueden contar derechos protegidos por la legislación relativa a la propiedad intelectual como patentes y marcas... No es casual que en los tratados comerciales que firman países desarrollados con otros en vías de desarrollo exijan que en la legislación interna de los países firmantes se proteja la propiedad industrial de marcas y patentes, las cuales forman parte de las ventajas competitivas que poseen las empresas de los países desarrollados” (pág. 12).

Ulrich y Eppinger (2013) establece que “Cuatro tipos de propiedad intelectual son relevantes para el diseño y desarrollo de un producto... Patente es un monopolio temporal otorgado por un gobierno a un inventor para excluir a otros de usar, hacer o vender una invención... Marca Registrada es un derecho exclusivo otorgado por un gobierno a un propietario de marca registrada para usar un nombre o símbolo específico en asociación con una clase de productos o servicios... Secreto comercial es información que ofrece a su propietario una ventaja competitiva a su comercio o negocio y la mantiene en secreto... Derecho de autor es un derecho exclusivo otorgado por un gobierno para copiar y distribuir una obra original de expresión, ya sea literaria, gráfica, musical, artística, de entretenimiento o software” (pág. 324).

Debeljuh (2009) da a conocer que “Para funcionar en el mercado hace falta una marca; un activo crucial en material de trascendencia pública, que provee valor a la empresa titular, al consumidor y al canal de distribución, al tiempo que permite diferenciar a cada firma de los demás jugadores del mercado llegando incluso a constituirse en fuente de ventaja competitiva. Una marca

registrada confiere a su titular el derecho exclusivo de su uso para distinguirla en el mercado respecto de sus productos o servicios parecidos o similares de otras empresas. El titular podrá prohibir a terceros que comercializan productos o servicios similares con una marca idéntica o similar que pueda inducir a confusión del público” (pág. 105).

2.3.5 Responsabilidad Social en el aspecto Legal

Para el investigador Arbaiza (2014), “la empresa debe estar formalmente regulada y cumplir obligaciones para desarrollar sus actividades económicas en el marco de la ley” (pág. 46).

“La responsabilidad jurídica es la responsabilidad social de una empresa de obedecer las leyes y normas de dicha empresa al tratar de cumplir con sus responsabilidades económicas, (Williams, 2013, p. 80)

2.3.5.1 Responsabilidad Social en el aspecto Legal – Aplicación de leyes y reglamentos

La aplicación de leyes y reglamentos puede ser definida (Camacho, 2015) como “Respeto al principio de legalidad. Consiste en que una organización debe aceptar que el respeto al principio de legalidad es obligatorio. El principio de legalidad se refiere a la supremacía del derecho, y en particular a la idea de que ningún individuo u organización está por encima de la ley, y de que los gobiernos están también sujetos a la ley. Este principio se contrapone con el ejercicio arbitrario del poder. El respeto a este principio implica que una organización cumple con todas las leyes y regulaciones aplicables”.

Para Carroll (1991), “Responsabilidades legales. Se busca cumplir las leyes y las reglas del juego preestablecidas” (citado por Cancino y Morales, 2008)

Anguita (2011) publicó “En este trabajo el autor examina el rol que cumple el derecho en la Responsabilidad Social de la Empresa (RSE), tanto en el derecho nacional como internacional. La adopción de políticas de RSE ha pasado de ser una práctica voluntaria a ser regulada directa o indirectamente por instrumentos internacionales y legislación nacional. El cumplimiento o no de estas políticas será sancionado tanto por la vía administrativa y judicial como también con la pérdida de reputación de las empresas que no cumplan con los estándares internacionales de RSE. La principal tesis de este artículo será demostrar la importancia del derecho en las prácticas de RSE y las herramientas jurídicas para hacer cumplirla”.

La institución The World Bank (2006) establece que “Este primer contexto, el interno contempla la interacción de los recursos de la Empresa en función de sus resultados. Para esto se consideran dos dimensiones: El Cumplimiento del marco legal ya que es necesario reconocer que la empresa no puede ser responsable socialmente si no está cumpliendo, antes que nada, con el régimen legal ya que ésta es la base de cualquier acción de RSE y el fundamento para el desarrollo de cada uno de nuestros países. De cualquier otro modo, las acciones de la empresa carecerán de legitimidad y sostenibilidad en el largo plazo. Recordemos que la evasión y la falta de transparencia no son sinónimos de competitividad y que tenemos que pasar de ventajas comparativas a ventajas competitivas sostenibles en el largo plazo, porque la mano de obra barata está dejando de serlo por la falta de tecnificación y productividad. Necesitamos invertir en el desarrollo de las capacidades de nuestra gente y nuevas tecnologías que incorporen también la preservación del medio ambiente”.

Por su parte, Di Biase y Samsing (2006), “ante las numerosas definiciones de responsabilidad social y después de un análisis detallado, concluyeron que todas ellas “definen un piso para determinar desde cuándo se puede comenzar a clasificar a la empresa socialmente

responsable. El límite es el cumplimiento de todas las disposiciones legales que debe cumplir. Cumplido aquello, toda acción adicional permite a la empresa ser clasificada como una entidad socialmente responsable” (citado por Ojeda, 2014)

2.4 Percepciones

Para Feldman (2014), “En términos formales, la sensación es la activación de los órganos sensoriales por parte de una fuente de energía física, mientras que la percepción es la clasificación, interpretación, análisis e integración de los estímulos que realizan los órganos sensoriales y el cerebro; por otra parte, un estímulo es cualquier fuente de energía que al pasar produce una respuesta en un órgano sensorial” (pág. 87). Este autor da una definición general de lo que son las percepciones.

Verderber et al. (2015), afirman que “la percepción es el proceso de prestar atención selectivamente a la información y asignarle significado (Gibson, 1966). En ocasiones, nuestras percepciones del mundo, de otras personas y de nosotros mismos están de acuerdo con las percepciones que otros tienen. En otras ocasiones, nuestras percepciones son muy distintas a las de los demás. Para cada quien la percepción se convierte en la realidad. Lo que una persona ve, escucha e interpreta es real y se considera verdadero para ella. Otra persona que puede ver, escuchar o interpretar algo completamente diferente a partir de la misma situación considera que esta percepción distinta también es real y verdadera. Así que cuando nuestras percepciones son distintas de aquellos con los que interactuamos, el proceso de compartir el significado se convierte en un reto. ¿Cómo funciona? Básicamente, tu cerebro selecciona la información que recibe de tus sentidos (estímulos sensoriales), la organiza y, por último, la interpreta” (pág. 28). Este autor reconoce que el proceso de prestar atención es selectivo. También menciona que la percepción es

la realidad, es decir, lo que una persona percibe, esa es la realidad en la mente de esa persona. También menciona que cada persona puede interpretar de manera distinta una misma situación.

La teoría de Espíndola (2011), dice que “nada hay en el entendimiento que primero no haya entrado por los sentidos, decía Tomás de Aquino. Lo más elemental en la didáctica es el manejo de la percepción; por ella entendemos como el sujeto integra las sensaciones que recibe del ambiente. Antes de entrar en operaciones de razonamiento de alto nivel, el profesor debe garantizar que la percepción del alumno sea lo más clara posible. Las operaciones internas que podemos efectuar con la percepción son las siguientes: memoria (registro de percepciones), imaginación (capacidad para reproducir una imagen), fantasía (habilidad para transformar un estímulo) y sentido común (capacidad para integrar estímulos e imágenes mentales; no en el sentido de la lógica natural). Todas esas capacidades, desde luego, están integradas y se refuerzan mutuamente; también se llevan a cabo en función de la experiencia previa del alumno. Sin embargo, se ha descubierto que uno de los problemas más extendidos al impartir clase es que a menudo faltan intuiciones o ejemplos simples y claros que ilustren los conceptos abstractos; este constituye un problema de percepción” (pág. 62). Este autor reconoce que el entendimiento entra primero por los sentidos, y que la didáctica es el manejo de las percepciones. En este estudio se busca medir las percepciones, y después hacer una estrategia de responsabilidad social que impacte positivamente en la percepción de los empleados y proveedores locales hacia la empresa. Es decir, manejo de percepciones.

Según Ordieres (2012), “La nueva teoría kantiana del idealismo afirmaba que nuestras percepciones no son el resultado de un proceso psicológico por el que los ojos transmiten una imagen del mundo hasta el cerebro. Mejor dicho, las percepciones son el resultado de un proceso psicológico que combina lo que los ojos ven con lo que ya pensamos, sentimos, sabemos, queremos

y creemos, y después utiliza esa combinación de información sensorial y conocimiento ya existente para construir nuestra percepción de la realidad” (pág. 54). Este autor aporta a este estudio que la percepción no es lo que la gente ve, sino que la información ya existente en el cerebro de las personas tiene influencia en cómo percibe la gente lo que ve.

Para Coon y Mitterer (2016), “El cerebro necesita encontrar continuamente los patrones en un mar de sensaciones. ¿Cómo organizamos las sensaciones en percepciones significativas? Nuestro cerebro crea la percepción mediante el uso de los conocimientos preexistentes, como los principios de agrupación perceptual y las constancias perceptivas que nos ayudan a dar sentido a las sensaciones” (pág. 142). Este autor también habla de la importancia de los conocimientos preexistentes. Esta es la razón cual, debemos estudiar la situación actual (los hechos), pero también debemos analizar la situación actual en opiniones (percepciones) de los empleados y proveedores locales.

Homs (2011), afirma que “para comprender la dinámica del mercado primero debemos remitirnos a la idea de lo que es el mercado. Independientemente de las definiciones conceptuales de importantes autores, podemos darle al mercado una interpretación adicional como un entorno y sistema social en los que se mueven los productores de bienes y servicios que constituyen la oferta, y, por otro lado, los consumidores, que se convierten, por tanto, en la demanda. La sinergia de ambos sectores da vida a este mundo integral que llamamos mercado. El mercado tiene vida propia y, como tal, sus conductas. Con base en ello, la base del marketing estratégico es la premisa de la previsibilidad del comportamiento del mercado. Ante determinadas variables que se derivan de las campañas de los oferentes de bienes y servicios, quienes actúan en un contexto económico, social, político y cultural, el mercado reaccionara de un modo previsible. Del mismo modo que las personas son previsibles en su comportamiento, al tomar en cuenta el perfil psicológico y las

situaciones que nos toca vivir, la sociedad como grupo reacciona igual... el marketing inicia a partir del fenómeno de la percepción. Su objetivo, a través del posicionamiento, es inducir la percepción del consumidor hacia la fortaleza competitiva más importante de la marca, buscando hacerlo ver como diferente y único” (pág. 21). La aportación de este autor a este estudio es que el marketing inicia en la percepción, y su objetivo es a través del posicionamiento, inducir la percepción del consumidor hacia la fortaleza competitiva más importante de la marca. En este estudio vamos a medir las percepciones, y después desarrollaremos una estrategia de responsabilidad social, que, a través de un programa de marketing interno, induzca la percepción de los empleados y proveedores locales hacia una opinión favorable hacia la empresa.

“La gente de marketing vive preocupada haciendo investigaciones y captando hechos. Analizan la situación para asegurarse de que la verdad está de su lado. Luego saltan confiados a la arena del marketing, seguros de saber que tienen el mejor producto y que finalmente, el mejor producto vencerá. Es una ilusión. No existe una realidad objetiva. No hay hechos. No hay mejores productos. Lo único que existe en el mundo del marketing son percepciones en la mente de los clientes actuales y potenciales. La percepción es la realidad. Todo lo demás es una ilusión. Toda verdad es relativa. Relativa a su mente o a la de cualquier otro ser humano. Cuando dice “yo estoy en lo cierto y el otro está equivocado” lo que realmente está diciendo es que percibe mejor la realidad que los demás”, (Ries y Trout, 1993, pág. 23). Este autor afirma que la percepción es la realidad en la mente de la gente, es decir, así como la gente percibe las cosas, esa es su realidad y actúa de acuerdo con ello.

Los investigadores Trout y Rivkin (2000) afirman que “Los argumentos nunca son hechos en el vacío. Siempre hay competidores rodeándote, tratando de hacer argumentos para sí mismos. Tu mensaje tiene que hacer sentido en el contexto de la categoría. Tiene que comenzar con lo que

el mercado ha oído y registrado de tu competencia. Lo que realmente quieres es una fotografía rápida de las percepciones que existen en la mente, nada de pensamientos profundos. Lo que buscas son las fortalezas y debilidades perceptuales de ti y tus competidores tal como existen en las mentes de tu grupo meta de clientes. Nuestro modo favorito de investigación es alinear los atributos básicos que rodean una categoría y después pedir a la gente que los califique en una escala del 1 al 10. Esto es hecho competidor por competidor. El objetivo es ver quién posee qué idea o concepto en la categoría” (pág. 67). Estos autores que se dedican a la mercadotecnia usan la misma metodología que se utilizara en este estudio. Estudian primero la situación actual. Este análisis incluye un estudio con el cual se miden las percepciones. Ellos también usan la medición de percepciones como un primer paso antes de desarrollar una estrategia que tenga influencia en la percepción de la gente.

Hussein (2018) da a conocer que “la percepción es nuestra experiencia sensorial del mundo alrededor de nosotros. Esta envuelve reconocer los estímulos del ambiente y las acciones que son respuesta a esos estímulos. La percepción es la clave para ganar información y entender el mundo alrededor de nosotros. Sin ella, no seríamos capaces de sobrevivir en este mundo lleno con estímulos rodeándonos. Esto es porque la percepción no solo moldea nuestra experiencia del mundo, sino que nos permite actuar dentro de nuestro ambiente”.

2.4.1 Percepción - Mercadotecnia Interna

En el estudio de Ahmed y Rafiq (2003), ellos discuten los asuntos clave y los retos para la investigación de marketing interno. No es una discusión exhaustiva, pero ellos elaboran en lo que ellos consideran las características pertinentes de la mercadotecnia interna y algunos de los asuntos y preguntas que necesitan ser abordados para el desarrollo futuro del concepto y la filosofía. Los

asuntos abordados incluyen: la necesidad de investigación acerca de cómo la coordinación interfuncional puede ser lograda para la implementación efectiva de estrategias de marketing; la necesidad de una perspectiva de una mercadotecnia de relaciones en la mercadotecnia interna; la necesidad de investigación de estrategias de comunicación interna; y el rol de la mercadotecnia interna en desarrollar competencias organizacionales. Sin embargo, comienzan la discusión examinando el lazo entre la satisfacción del empleado y el desempeño organizacional”.

2.3.1.1 Percepción - Mercadotecnia Interna - Comunicación Interna

Según Verderber, Verderber y Sellnow (2015), “En las palabras de la antropóloga cultural americana Margaret Mead: Nunca dudes que un pequeño grupo de personas consideradas y comprometidas puede cambiar el mundo. De hecho, es lo único que siempre lo ha logrado. Cuando grupos de personas trabajan juntos de manera efectiva para lograr una meta común, los resultados de sus esfuerzos colectivos pueden ser profundos. Por otro lado, cuando grupos de personas funcionan deficientemente, los resultados varían desde insignificantes hasta desastrosos... Aunque participamos en diferentes tipos de grupos cada día, la investigación sobre la comunicación grupal no surgió sino hasta finales del siglo XX. De hecho, la mayoría de la investigación sobre grupos conducida en la primera mitad del siglo XX vino de analistas trabajando en negocios e industrias y no de académicos” (pág. 192).

De acuerdo con Arbaiza (2011), “Comunicación: describe la forma de comunicación adoptada en la empresa y que facilite las conexiones y fluencias entre unidades orgánicas y personas, como se combinan dependiendo el tipo de comunicación, lo virtual o lo presencial; lo escrito, lo hablado o no verbal, lo formal o lo informal, lo interno o lo externo, etc. Asimismo,

simboliza los mecanismos de solución a las posibles barreras de comunicación de tipo semánticas, físicas, fisiológicas, psicológicas o fisiológicas. (pág. 11).

Para Cucchi (2011), “La capacidad de relacionarnos (transmitir ideas, vivencias y sentimientos), ha permitido el desarrollo de la raza humana y, por ende, de todas las organizaciones sociales creadas por ella; entre las que se encuentran las empresas, y por intermedio de estas, de los proyectos que llevan a cabo. La falta de comunicación conduce indefectiblemente a un mal rendimiento; a raíz del avance de la disciplina de la comunicación, es posible mejorar las habilidades en este aspecto. Cuanto más eficiente sea la comunicación, mejor será el rendimiento global de un organismo social en funcionamiento y mayor será el nivel de los objetivos alcanzados en un proyecto. La gestión de la comunicación del proyecto incluye todos aquellos procesos que son necesarios para que este genere información, la distribuya, almacene y disponga de ella en tiempo y forma” (pág. 61).

“A pesar de que las organizaciones han existido en una u otra forma desde épocas prehistóricas, no fue sino hasta principios del siglo XX que se desarrollaron y difundieron las teorías formales de la organización en sentido amplio. La mayoría de estas teorías establecen principios claros acerca de la comunicación organizacional o elaboran hipótesis implícitas acerca del rol de la comunicación en las organizaciones eficientes. Por tanto, antes de revisar los estudios empíricos que se han realizado en torno a la materia, es necesario presentar un panorama general de las teorías organizacionales en las que se basa buena parte de esta información. Aunque existen muchos muchos enfoques o teorías de la organización, la mayoría se puede resumir en cuatro categorías básicas: 1) teoría clásica, 2) teoría humanista, 3) teoría de los sistemas, 4) teoría contingente. En realidad, cada una de estas propuestas teóricas representa una escuela de

pensamiento, lo cual en cierta forma a afectado el estudio y la práctica de la comunicación en las organizaciones”, (Fernández y Galguera, 2008, pág. 9).

La comunicación interna puede ser definida (Chiavenato (2007) como “Las personas no viven aisladas y tampoco son autosuficientes, sino que se relacionan continuamente con otras, o con su ambiente por medio de la comunicación. La comunicación es la transferencia de información o de significado de una persona a otra. Dicho de otra forma, es el proceso por el cual se transmite información y significado de una persona a otra. Asimismo, es la manera de relacionarse con otras personas a través de ideas, hechos, pensamientos y valores. La comunicación es el proceso que une a las personas para que compartan sentimientos y conocimientos, y que comprende transacciones entre ellas. En toda comunicación existen por lo menos dos personas: la que envía un mensaje y la que lo recibe. Una persona sola no puede comunicarse, el acto de la comunicación solo se puede realizar si existe otra persona receptora. Las organizaciones no pueden existir ni operar sin comunicación; esta es la red que integra y coordina todas las partes” (pág. 59).

Capítulo III Metodología

3.1 Diseño

Esta investigación es descriptiva, no experimental, con un enfoque cuantitativo. La investigación evaluó todos los factores que influyen sobre la percepción de los empleados, acerca de las actividades que lleva a cabo la empresa manufacturera sujeta a este estudio. Las variables se analizaron en su contexto sin ser manipuladas.

Esta investigación pretende hacer una propuesta de mejora para una percepción favorable de los empleados sobre la situación de la responsabilidad social de la empresa maquiladora sujeta a este caso de estudio.

Se hizo una revisión bibliográfica de las teorías de responsabilidad social y se escogió la teoría base de Turker (2009) para este estudio.

Turker (2009) analizó como la RSC afecta el compromiso organizacional de los empleados basado en la teoría de la identidad social (TIS). Los hallazgos del estudio revelaron que la RSC a miembros de grupos de interés sociales y no sociales, empleados y clientes, eran los vaticinadores significativos del compromiso organizacional.

3.2 Contexto de la empresa

La empresa es una industria maquiladora. Es una compañía internacional. El estudio se hizo en una planta ubicada en la ciudad de Mexicali.

3.3 Población y muestra

Para obtener la información y su posterior análisis el proceso metodológico inició con la definición de la población la cual fue: Todos los empleados que trabajan en una planta industrial, ubicada en Mexicali.

Una vez determinado la población (N), se llevó a cabo la selección de una muestra estadística a partir de la población de estos elementos (N=70). La muestra se obtuvo considerando una confianza de .95 y un error máximo de .05, utilizando la siguiente fórmula (Torres et al, 2006):

$$n = \frac{N * Z_{\alpha/2} * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha/2} * p * q}$$

Donde:

n= tamaño de muestra

N= Tamaño de la población

$Z_{\alpha/2}$ = Valor crítico

p= Probabilidad de éxito

q= probabilidad de fracaso

d= error

3.4 Operacionalización de las variables

Mediante una revisión bibliográfica se realizó la operacionalización de las variables. Se definieron dos variables, la responsabilidad social y la percepción:

Tabla 1. Operacionalización de las variables

Marco Teórico		
Variable	Dimension	Indicador
Responsabilidad social	Empleados. Laasch y Conaway (2015).	Igualdad laboral. Lemus (2009).
Según Turker (2009)		Atención a empleados con capacidades diferentes. Dalton, Hoyle, y Watts (2007).
		Atención Médica. Morris, Bohlander y Snell (2017)
		Compensación. Mondy (2010).
		Entorno físico en buenas condiciones y seguridad. Dessler (2009).
		Derechos laborales. Mondy (2010).
		Trato justo en la contratación. Morris, Bohlander y Snell (2017).
		Salud mental. Oblitas (2017).
		Ambiente laboral. Riquelme (2017).
	Medio ambiente. Collier (2016).	Reciclaje. Vesilind, Morgan y Heine (2013).
		Manejo de residuos. Romero, Romero y Muñoz (2015).
		Uso eficiente de agua. Campaña, Díaz, y Mendoza (2011)
	Ética. Arbaiza (2014).	Integridad. Según Lussier (2016).
		Respeto a propiedad intelectual. Debeljuh (2009).
	Legal. Williams (2013).	Aplicación de Leyes y reglamentos. The World Bank (2006).
Percepción. Hussein (2018).	Mercadotecnia Interna. Ahmed y Rafiq (2003).	Comunicación interna. Chiavenato (2007)

3.5 Instrumento de recolección de datos

Para recopilar la información relevante se construyó un instrumento el cual consideró 15 variables independientes: igualdad laboral (5 afirmaciones), atención a empleados con capacidades diferentes (4 afirmaciones), atención médica (3 afirmaciones), compensación (4 afirmaciones), entorno físico en buenas condiciones y seguridad (4 afirmaciones), derechos laborales (3 afirmaciones), trato justo en la contratación (4 afirmaciones), salud mental (3 afirmaciones), ambiente laboral (3 afirmaciones), reciclaje (5 afirmaciones), manejo de residuos (3 afirmaciones), uso eficiente de agua (3 afirmaciones), integridad (4 afirmaciones), respeto a la propiedad intelectual (4 afirmaciones), aplicación de leyes y reglamentos (4 afirmaciones), además del sexo del entrevistado, edad, posición laboral, planta u outsourcing, y antigüedad.

A los entrevistados se les dio una serie de afirmaciones, como, por ejemplo: “La empresa ofrece iguales oportunidades a todos los empleados”, y se les solicitó lo siguiente: “Califica del 1 al 10”. Para evaluar la respuesta de los entrevistados el instrumento conformado utilizó la escala

con un rango desde (1), siendo esta la calificación más baja, y finalizó con (10), siendo esta la calificación más alta.

Los resultados de las respuestas a los reactivos en escala Likert de cada variable fueron utilizados para obtener la media.

3.6 Validación del instrumento de recolección de datos

Con el fin de hacer una prueba piloto del instrumento y realizar los ajustes necesarios en cuanto a su aplicación se seleccionaron 30 individuos de la población. Adicionalmente la prueba permitió realizar una prueba de fiabilidad utilizando el alfa de Cronbach.

El método de consistencia interna basado en el alfa de Cronbach permite estimar la fiabilidad de un instrumento de medida a través de un conjunto de ítems que se espera que midan el mismo constructo o dimensión teórica.

La validez de un instrumento se refiere al grado en que el instrumento mide aquello que pretende medir. Y la fiabilidad de la consistencia interna del instrumento se puede estimar con el alfa de Cronbach. La medida de la fiabilidad mediante el alfa de Cronbach asume que los ítems (medidos en escala tipo Likert) miden un mismo constructo y que están altamente correlacionados. (Welch & Corner, 1988). Cuanto más cerca se encuentre el valor del alfa a 1 mayor es la consistencia interna de los ítems analizados. La fiabilidad de la escala debe obtenerse siempre con los datos de cada muestra para garantizar la medida fiable del constructo en la muestra concreta de investigación.

Como criterio general, (Mallery & George, 2010) sugieren las recomendaciones siguientes para evaluar los coeficientes de alfa de Cronbach:

- Coeficiente alfa $>.9$ es excelente

- Coeficiente alfa $>.8$ es bueno
- Coeficiente alfa $>.7$ es aceptable
- Coeficiente alfa $>.6$ es cuestionable
- Coeficiente alfa $>.5$ es pobre
- Coeficiente alfa $<.5$ es inaceptable

3.7 Recolección de datos

Una vez que se definió la consistencia interna del instrumento era adecuada se llevó a cabo la encuesta. Esta se llevó al cabo escogiendo a los entrevistados al azar.

3.8 Análisis

Los resultados de cada entrevista fueron capturados en el programa Microsoft Excel 2010 y la base de datos conformada fue utilizada para correr el análisis estadístico utilizando el programa SPSS Statistics 21.

Capítulo IV Resultados

El resultado de la prueba piloto realizada al instrumento indicó que no era necesario hacer ajustes.

Tabla 2. Alfa de Cronbach por constructo

Constructo	Alfa de Cronbach
Igualdad Laboral	0.871
Atención a empleados con capacidades diferentes	0.928
Atención Médica	0.970
Compensación	0.889
Entorno físico en buenas condiciones y seguridad	0.927
Derechos laborales	0.882
Trato justo en la contratación	0.900
Salud mental	0.897
Ambiente laboral	0.854
Reciclaje	0.956
Manejo de Residuos	0.922
Uso eficiente de agua	0.916
Integridad	0.892
Respeto a propiedad intelectual	0.934
Aplicación de leyes y reglamentos	0.908
Comunicación interna	0.887

Con excepción de las variables igualdad laboral, ambiente de trabajo y derechos laborales que obtuvieron valores de alfa de Cronbach de .87, .85 y .88 respectivamente, el resto de las variables alcanzaron valores superiores a .90 por lo que se consideró que el instrumento presentó un buen nivel de fiabilidad.

El cálculo del tamaño de la muestra dio el siguiente resultado:

Tabla 3. Resultado del Cálculo de la muestra del presente estudio.

Cálculo tamaño de muestra Finita		Tamaño de la muestra "n" = 59.34
Parámetro	Valor	
N	70	
Z	1.96	
P	50%	
Q	50%	
E	5%	

Para la población de 70 empleados en la empresa, el cálculo de la muestra nos dio por resultado aplicar 59.34 encuestas. Se hicieron 65 entrevistas, ya que las 5 personas restantes no estuvieron disponibles o no estaban en la empresa en las dos ocasiones que se visitó la empresa para hacer entrevistas.

Una vez aplicadas las entrevistas se obtuvo la media de cada una de las preguntas, siendo estos los resultados agrupados por dimensión:

Igualdad Laboral

Reactivo	Media
1 La empresa ofrece iguales oportunidades a todos los empleados.	6.7231
2 En la empresa se cumple la política de igualdad laboral y no discriminación.	7.5077
3 En la empresa los conocimientos y capacidades son más importantes que las recomendaciones para avanzar.	6.8615
4 En su centro de trabajo, el mecanismo para prevenir, atender, y sancionar las prácticas de discriminación y violencia laboral es efectivo.	7.2308
5 En su centro de trabajo no son frecuentes los actos discriminatorios por ser mujer u hombre, por edad, apariencia, discapacidad, entre otros.	8.0923

Con el indicador “igualdad laboral” se evaluó la opinión de los empleados acerca de la igualdad dentro de la empresa. Este indicador fue evaluado con calificaciones bajas. En las afirmaciones 1 y 3 se obtuvieron calificaciones de 6. En las afirmaciones 2 y 4 se obtuvieron calificaciones de 7. En la afirmación 5 se evaluó la frecuencia de los actos discriminatorios, y la calificación fue 8. Se puede observar una oportunidad de mejora en este indicador.

Atención a empleados con capacidades diferentes

Reactivo	Media
6 En su centro de trabajo, el espacio, el mobiliario y el equipo son adecuados para las personas con discapacidad.	7.4615
7 En su centro de trabajo, las rampas, estacionamiento, sanitarios, oficinas, pasillos y escaleras son adecuados y accesibles para personas con discapacidad.	8.0923
8 En su centro de trabajo, los medios tecnológicos y de comunicación permiten que cualquier persona con discapacidad desempeñe sus actividades de manera óptima.	7.7077
9 En su centro de trabajo, los mecanismos o políticas de inclusión laboral para personas con discapacidad, personas adultas mayores o con VIH, son efectivas.	7.5538

Con el indicador “atención a empleados con capacidades diferentes” se evaluó la opinión de los empleados acerca de este rubro dentro de la empresa. El reactivo 6 evaluó el mobiliario y el equipo, el 7 las instalaciones, el 8 los medios tecnológicos y el 9 los mecanismos de inclusión laboral. Todas ellas fueron evaluadas con 7, solo la pregunta 7 fue evaluada con calificación de 8. Por lo tanto, la percepción de los empleados acerca de la atención a los empleados con capacidades diferentes tiene oportunidad de ser mejorada.

Atención Médica

Reactivo	Media
10 La prestación de atención médica que brinda la empresa a sus empleados es adecuada.	8.0000
11 El servicio médico que se encuentra en las instalaciones de la empresa brinda un buen servicio.	8.3846
12 Me siento satisfecho con los servicios de atención médica que brinda la empresa.	8.1385

Con el indicador “atención médica” se evaluó la opinión de los empleados acerca de la atención médica que brinda la empresa a sus empleados. Todas ellas fueron evaluadas con calificaciones de 8. Esta es un área de fortaleza en la empresa.

Compensación

Reactivo	Media
13 Los Empleados de la empresa reciben el salario suficiente para mantener una buena calidad de vida.	5.8462
14 En su centro de trabajo la competencia por mejores puestos, condiciones de laborales o salariales es justa.	5.9385
15 En su centro de trabajo se recibe un salario igual por igual trabajo sin importar sexo, apariencia, edad, u otras características personales.	7.5231
16 En la empresa se paga un salario justo a los trabajadores.	5.9692

Con el indicador “compensación” se evaluó la opinión de los empleados acerca de la compensación económica que reciben ellos de la empresa. Este indicador fue evaluado muy bajo. Las preguntas 13, 14 y 16 fueron evaluadas con una calificación de 5 puntos. Solo la pregunta 15 fue evaluada con 7.5. Este indicador, tiene una gran oportunidad de mejora.

Entorno físico en buenas condiciones y seguridad

Reactivo	Media
17 La empresa facilita ambiente de trabajo saludable, higiénico y seguro.	7.6000
18 La empresa tiene instalaciones en buenas condiciones y seguras.	8.2154
19 Estoy satisfecho con las condiciones de las instalaciones y la seguridad en la empresa.	8.0154
20 La empresa le da importancia a las condiciones laborales seguras y a la condición de las instalaciones.	8.0615

Con el indicador “entorno físico en buenas condiciones y seguridad” se evaluó la opinión de los empleados acerca de este rubro dentro de la empresa. Las afirmaciones Likert acerca de este indicador fueron evaluadas con calificaciones que varían entre 7.6 y 8.2. No hubo mucha variación en las calificaciones. Esta es un área de interés para la empresa.

Derechos laborales

Reactivo	Media
21 La empresa cumple adecuadamente con sus obligaciones contractuales con los empleados.	7.9231
22 En su centro de trabajo mujeres y hombres tienen por igual oportunidades de ascenso y capacitación.	8.2462
23 Para la empresa es importante el respeto los derechos de los empleados.	8.4308

Con el indicador “derechos laborales” se evaluó la opinión de los empleados acerca de los derechos laborales de los trabajadores de la empresa. En la afirmación 21 se pidió que evaluaran si la empresa cumple con sus obligaciones contractuales y se obtuvo una calificación de 7.9. En la afirmación 22 se pidió que evaluaran las oportunidades de ascenso de hombres y mujeres, obteniendo una calificación de 8.2 y en la afirmación 23, se pidió que evaluaran acerca de los derechos de los empleados y se recibió una calificación de 8.4. Las calificaciones nos indica que esta es un área de interés para la empresa.

Trato justo en la contratación

Reactivo	Media
24 La empresa orienta bien a los empleados al ingresar y durante su permanencia.	7.3385
25 En su centro se realizan despidos solo cuando es estrictamente necesario.	7.8462
26 En su centro de trabajo las oportunidades de desarrollo laboral son para todos los empleados.	7.7538
27 El proceso de contratación de la empresa es justo para el empleado.	8.1385

Con el indicador “trato justo en la contratación” se evaluó el trato que reciben los empleados durante su contratación en la empresa. Todas estas afirmaciones recibieron calificaciones de 7. La afirmación 27, pide que se evalúe si el proceso de contratación es justo, recibiendo una calificación de 8. Esta fue la afirmación que fue mejor evaluada en este indicador, pero, aun así, se ve una oportunidad de mejora.

Salud mental

Reactivo	Media
28 La empresa fomenta un ambiente de salud mental y libre de estrés.	6.9077
29 Usted labora en la empresa, en un ambiente libre de estrés y de salud mental.	7.4615
30 En la empresa el ambiente de salud mental y libre de estrés es importante.	7.8923

Con el indicador “salud mental” se evaluaron las condiciones de salud mental y estrés que el empleado vive dentro de la empresa, de acuerdo con la percepción del empleado. Los valores obtenidos variaron entre 6.9 y 7.8. Hubo algo de variación en los resultados, pero todas estas calificaciones son bajas. Esta es un área de oportunidad para la empresa.

Ambiente laboral

Reactivo	Media
31 Para la empresa es importante el trato respetuoso de sus empleados.	8.4000
32 La empresa se preocupa por que las personas que en ella laboran obtienen un trato digno y decente.	7.9231
33 En la empresa hay un buen ambiente laboral.	7.8308

Con el indicador “ambiente laboral” se evaluó el ambiente laboral en la empresa, de acuerdo con la opinión de los empleados. También en este indicador se puede apreciar una oportunidad para la empresa para mejorar la percepción de sus empleados.

Reciclaje

Reactivo	Media
34 Los programas para reducir los efectos negativos en el medio ambiente que realiza la empresa son efectivos.	7.3077
35 La empresa promueve un compromiso con la sociedad y el medioambiente.	7.4769
36 La participación de la empresa en actividades que pretenden proteger y mejorar la calidad del medio ambiente natural, es la adecuada.	7.3231
37 El equipo, la tecnología y la infraestructura de la empresa ayudan a reducir sus efectos ambientales.	7.3692
38 El reciclaje que realiza la empresa es eficiente en disminuir la contaminación.	7.2615

Con el indicador “reciclaje” se evaluó la percepción del empleado acerca de las prácticas de reciclaje que realiza la empresa. Todas las afirmaciones Likert recibieron calificaciones de 7, por lo cual son un área de oportunidad para la empresa, para realizar acciones que ayuden a mejorar la percepción del empleado con respecto a esta.

Manejo de residuos

Reactivo	Media
39 La disposición de los desechos sólidos y líquidos de la empresa, ayuda a disminuir la contaminación de la atmósfera.	7.6923
40 La empresa hace un esfuerzo por disminuir su contaminación.	8.0615
41 Los residuos de la empresa se disponen adecuadamente.	8.1231

Con el indicador “manejo de residuos” se evaluó la percepción de los empleados acerca del manejo de residuos (deshechos) que realiza la empresa. La media de las calificaciones tuvo una variación entre 7.6 y 8. Esta es un área de interés para la empresa.

Uso eficiente de agua

Reactivo	Media
42 La empresa fomenta un uso eficiente del agua.	8.4615
43 El uso del agua en la empresa es eficiente.	8.6000
44 Para la empresa es importante el uso eficiente del agua.	8.6615

Con el indicador “uso eficiente de agua” se evaluó la percepción de los empleados con relación al uso del agua por parte de la empresa. Las calificaciones obtenidas tuvieron una variación entre 8.4 y 8.6. Esta es un área de fortaleza para la empresa.

Integridad

Reactivo	Media
45 La empresa se asegura que sus empleados actúan dentro de los estándares definidos por la ley.	8.4462
46 En la empresa se promueve cumplir con los aspectos éticos, aunque afecten negativamente el desempeño económico.	7.7846
47 En la empresa se promueve mi compromiso con los principios éticos bien definidos.	7.8923
48 Los empleados conocen y respetan el código de Ética y/o conducta de la empresa	7.1846

Con el indicador “integridad” se evaluó la opinión de los empleados en relación con las prácticas de integridad y ética que promueve la empresa entre sus empleados. Los valores obtenidos varían entre 7.1 y 8.4. Esta es un área de interés para la empresa.

Respeto a propiedad intelectual

Reactivo	Media
49 La empresa fomenta el respeto a la propiedad intelectual de los productos de sus clientes.	8.9692
50 En la empresa es importante la propiedad intelectual de los productos de los clientes.	8.9538
51 La empresa busca proteger la propiedad intelectual de los productos de los clientes.	8.9231
52 Para los empleados de la empresa la propiedad intelectual de los productos es importante.	8.6462

Con el indicador “respeto a la propiedad intelectual” se evaluó la opinión de los empleados, acerca de las prácticas que realiza la empresa, para proteger la propiedad intelectual de los productos que la empresa ensambla. Estos productos, así como la propiedad intelectual de ellos, pertenece a clientes de la empresa, que le pagan para que realice las actividades de ensamble y almacenaje de los productos. Las calificaciones obtenidas son buenas, y varían entre 8.6 y 8.9. esta es un área de fortaleza para la empresa.

Aplicación de Leyes y reglamentos

Reactivo	Media
53 La empresa cumple con las normas legales completa y prontamente.	8.5077
54 La empresa actúa de manera legal en todos los asuntos.	8.5156
55 La empresa evita Infringir la ley, incluso si esto ayuda a mejorar el rendimiento.	8.0923
56 La empresa respeta siempre los principios definidos por el sistema regulatorio.	8.3231

Con el indicador “aplicación de leyes y reglamentos” se evaluó la percepción de los empleados en relación con la aplicación de leyes y reglamentos por parte de la empresa. Se obtuvieron buenas calificaciones. Estas varían entre 8 y 8.5. Esta también es un área de fortaleza de la empresa.

Comunicación interna

Reactivo	Media
57 La empresa donde trabaja actúa de manera socialmente responsable.	8.3077
58 La comunicación de la empresa con los empleados es la adecuada.	7.6615
59 Los empleados de la empresa son informados de las cosas importantes.	7.5077

Con el indicador “comunicación interna” se evaluó la percepción de los empleados en relación con la comunicación que tiene la empresa con sus empleados. Los reactivos 58 y 59 pidieron que se evaluara esta comunicación y se obtuvo una calificación de 7.6 y 7.7. El reactivo 57 pidió a los empleados que evaluaran la afirmación “la empresa donde trabaja actúa de manera socialmente responsable” obteniendo una calificación de 8.3

Las dimensiones que fueron mejor evaluadas fueron: Atención Médica, uso eficiente de agua, respeto a la propiedad intelectual, y aplicación de leyes y reglamentos, pues en estas dimensiones, todas las preguntas obtuvieron calificaciones arriba de 8.0000.

En un rango intermedio tenemos: atención a los empleados con capacidades diferentes, entorno físico en buenas condiciones y seguridad, derechos laborales, trato justo en la contratación, ambiente laboral, reciclaje, manejo de residuos, integridad, y comunicación interna, ya que, en estas dimensiones, la media de las calificaciones estuvo en un rango entre 7 y 8.

Las dimensiones en las cuales hay que prestar mayor atención son: igualdad laboral, con calificaciones que varían entre 6.7231 y 8.0923, compensación con calificaciones que varían entre 5.8462 y 7.5231, y salud mental, con calificaciones que varían entre 6.9077 y 7.8923.

Capítulo V Conclusiones

Los resultados del presente trabajo indican la percepción de los empleados hacia la empresa con respecto a sus condiciones en lo que respecta a la R.S.E. no es alta, pues si bien no muestra dimensiones con bajos valores promedio, tampoco se observan dimensiones en las cuales se logre calificación alta.

Lo antes mencionado hace necesario que la empresa lleve a cabo un proceso de evaluación de su situación interna respecto a la R.S.E. y del proceso de comunicación de la empresa con los empleados de las acciones que la empresa realiza en el área de responsabilidad social. Es conveniente que implemente acciones para mejorar la percepción de la RSE por parte de sus empleados.

La estrategia que aquí se propone, dado que es basada en fuentes de información confiables, debe ser considerada como un elemento de apoyo práctico para la mejora de la percepción por parte de los empleados, quienes al mejorar esta, podrán establecer un mayor compromiso con la empresa.

Capítulo VI Recomendaciones

Acciones de apoyo a la mejora de la percepción

Las áreas que resultaron evaluadas con calificaciones más bajas son las siguientes tres, y por lo tanto son la oportunidad para el programa:

Con relación a Compensación (Calificaciones entre 5.8 y 7.5). Se recomienda a la empresa que ajuste sus sueldos al promedio de lo que paga la industria a puestos similares. Lanzar un programa de comunicación con los empleados donde se les dé a conocer el plan de desarrollo para los empleados, con el cual los conocerán los empleados como pueden ir escalando y logrando mejoras salariales.

En cuanto a Igualdad Laboral (Calificaciones entre 6.7 y 8.09). Se recomienda mantener a los empleados adecuadamente informados sobre los procesos de selección de las promociones internas, para que estos sean más transparentes. También ya se mencionó el punto de dar a conocer el plan de desarrollo de los empleados dentro de la empresa.

Salud mental (Calificaciones entre 6.9 y 7.8). Definir tiempos normales de operación para cada área de la empresa tales como: recibo de materiales, almacenaje de productos recibidos, preparación de material para producción, producción, acomodo en almacén de producto terminado, preparación de material para embarque, embarques, así como las áreas administrativas. El objetivo es darles a las áreas su tiempo normal de operación y que no se vuelva todo urgente.

A continuación, los siguientes indicadores salieron evaluados con calificaciones entre 7 y 8, por lo tanto, son áreas de interés. Se recomiendan las siguientes acciones:

Acerca de la dimensión de Trato justo en la contratación (Calificaciones entre 7.3 y 7.8). Se recomienda dar a conocer claramente los requisitos de los puestos que se están promocionando en aspectos tales como: los estudios necesarios y la experiencia necesaria, y hacer una

retroalimentación a los empleados no seleccionados donde se les informe de sus debilidades o las razones por las que no se les contrato o promovió.

Integridad (Con calificaciones entre 7.1 y 8.4). Se recomienda que la empresa delegue en los gerentes la responsabilidad de fomentar con el personal a su cargo los valores humanos y sociales de libertad, igualdad, justicia, equidad, honestidad y transparencia, y que desarrollen políticas en sus departamentos acordes a estos valores.

En cuanto al Reciclaje y Manejo de Residuos (Con calificaciones entre 7.3 y 8.1). Debido a que gran parte del material de empaque con que se reciben las materias primas está siendo reciclado actualmente, se recomienda que de manera periódica se informe al personal dichas cifras, para que se den cuenta del esfuerzo que está haciendo la empresa en el área de reciclaje.

En relación con atención a empleados con capacidades diferentes (Calificaciones entre 7.4 y 8.09). Se recomendó instalar rampas en todas las entradas a la empresa, asignar lugares de estacionamiento para discapacitados, hacer adecuaciones a los baños para los discapacitados y la instalación de un elevador para tener acceso al segundo piso.

En cuanto a la Comunicación Interna (Con calificaciones entre 7.5 y 8.3). Se recomienda hacer una junta mensual con los empleados, en la cual se les informe de los asuntos importantes del momento. Esta junta puede ser llevada a cabo por áreas.

Entorno Físico en Buenas Condiciones y Seguridad (Calificaciones entre 7.6 y 8.2). Instalar un regulador de velocidad a los montacargas. Asignar a los supervisores de almacén la responsabilidad de dar rondines para revisar que no haya materiales colocados con riesgo de caerse de las estanterías y provocar accidentes, hacer amonestaciones a las personas que circulen en el almacén fuera de las rutas de circulación para peatones y lanzar un programa llamado “cero accidentes” donde los empleados puedan hacer propuestas para evitarlos.

Ambiente laboral (Con calificaciones entre 7.8 y 8.4). Se recomienda que la empresa fomente la amistad y para ello considere la realización una reunión en el verano de todos los empleados (antes de la temporada alta) y también que se promueva la participación de los empleados en la posada, a la cual, algunos empleados no asisten actualmente, todo esto con el fin de mejorar la amistad y el buen ambiente laboral en la empresa.

En cuanto a Derechos Laborales (Calificaciones entre 7.9 y 8.4). Se recomienda darle mayor difusión al buzón de quejas y sugerencias de los empleados. Trabajar en conjunto con el sindicato, para resolver las quejas de los empleados en materia de derechos laborales.

Las categorías que resultaron con calificaciones más altas, por lo tanto, son fortalezas son las siguientes:

Acerca de la Atención Médica (Con calificaciones entre 8.0 y 8.1). Se recomienda una revisión al área de servicio médico, y se verifique que cuente con el medicamento necesario para dar la asistencia a los empleados y un programa que fomente el uso del área de servicio médico de la empresa.

Uso eficiente de agua (Con calificaciones entre 8.4 y 8.6). La empresa no contamina el agua en su proceso productivo. Se recomienda que se hagan adecuaciones a los baños para que haya mingitorios y excusados ahorradores de agua.

Respeto a la propiedad intelectual (Con calificaciones entre 8.6 y 8.9). La empresa revisa a los empleados al salir para evitar robos de productos. Se recomienda que se lance una campaña de capacitación a los empleados donde se les haga conciencia, de que estas revisiones y medidas de seguridad son para evitar robos de productos de los clientes, lo cual se traduce en mayor negocio para la compañía y seguridad de su empleo.

Aplicación de leyes y reglamentos (Con calificaciones entre 8.0 y 8.5). Dar capacitación en el área legal a los departamentos que lo requieran y buscar la agilización de trámites tales como regularización en normas vigentes de ecología, en materia laboral, comercio exterior, etc.

Referencias:

Ahmed, K., Rafiq, M. (2003) "Internal marketing issues and challenges", European Journal of Marketing, Vol. 37 Issue: 9, pp.1177-1186, <https://doi.org/10.1108/03090560310498813>

Amdani, Y. (2017). La Responsabilidad Social, un compromiso de todos. 08/13/2019, de Empresas & Management Sitio web:
<https://www.estrategiaynegocios.net/opinion/1067395-345/la-responsabilidad-social-un-compromiso-de-todos>

Anguita, C. (2011). El rol del derecho en la responsabilidad social de la empresa. 11/09/2018, de Americaeconomia.com Sitio web:
https://mba.americaeconomia.com/sites/mba.americaeconomia.com/files/el_rol_del_derecho_en_la_responsabilidad_social_empresarial.pdf

Arbaiza, L. (2014). Administración y organización: un enfoque contemporáneo. Perú: CENGAGE Learning.

Arbaiza, L. (2011). Administración del potencial humano. Argentina: CENGAGE Learning.

Askeland, R. y Wright, W. (2015). Ciencia e ingeniería de materiales (7a. ed.). México: CENGAGE Learning.

Cajiga, J. F. (2018). El concepto de Responsabilidad Social Empresarial. 08/24/2018, de Cemefi
Sitio web: https://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf

Calixto, R., Herrera, L. y Hernández, V. D. (2012). Ecología y medio ambiente. México:
CENGAGE Learning.

Camacho, J. I. (2015). Las normas de Responsabilidad Social. Su dimensión en el ámbito laboral
de las empresas. 11/09/2018, de ScienceDirect Sitio web:
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1870467015000020>

Campaña, E. B., Díaz, R., y Mendoza, M. (2011). Desarrollo sustentable: una oportunidad para
la vida (2a. ed.). México: McGraw-Hill Interamericana.

Cancino, C. y Morales, M. (2008). Responsabilidad Social Empresarial. 11/09/2018, de
Repositorio Académico de la Universidad de Chile Sitio web:
http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/122747/Cancino_Morales_2008.pdf

Chiavenato, I. (2007). Administración de Recursos Humanos. México: McGraw Hill.

Collier, D. (2016). Administración de operaciones (5a. ed.). México: CENGAGE Learning.

Coon, D. y Mitterer J. O. (2016). Introducción a la psicología: el acceso a la mente y la conducta.
Mapas conceptuales y comentarios (13a. ed.). México: CENGAGE Learning.

Cucchi, D. (2011). Herramientas de Management para enfrentar la incertidumbre. Argentina:

CENGAGE Learning.

Czinkota, M. R. y Ronkainen, I. A. (2013). Marketing internacional (10a. ed.). México:

CENGAGE Learning.

Dalton, M., Hoyle, D. G. y Watts, M. W. (2007). Relaciones humanas (3a. ed.). México:

CENGAGE Learning.

Debeljuh, P. (2009). Ética empresarial en el núcleo de la estrategia corporativa. Argentina:

CENGAGE Learning.

Definición ABC. (2019). Definición de Responsabilidad Social. 08/13/2019, de Definición ABC

Sitio web: <https://www.definicionabc.com/social/responsabilidad-social.php>

Definicion.De. (2019). Responsabilidad social. 08/13/2019, de Definicion.De Sitio web:

<https://definicion.de/responsabilidad-social/>

Dessler, G. (2009). Administración de recursos humanos. México: Pearson.

Drucker, P. F. (1974). Management: Tasks, Responsibilities, Practices. U.S.A.: Harper Collins

Publishers Inc.

Drucker, P. F. (2004). *The Daily Drucker*. USA: Harper Collins.

Espíndola, J. L. (2011). *Reingeniería educativa: enseñar y aprender por competencias* (2a. ed.). México: CENGAGE Learning.

Etkin, J. (2016). *Brechas éticas: en las organizaciones, sistemas virtuosos y tramas perversas*. Argentina: CENGAGE Learning.

Feldman, R. S. (2014). *Psicología con aplicaciones de países de habla hispana*. México: McGraw Hill Interamericana.

Fernández, C. y Galguera, L. (2008). *La comunicación humana en el mundo contemporáneo* (3a. ed.). México: McGraw-Hill Interamericana.

Ferrell, O. C., Fraedrich, J. y Ferrell, L. (2016). *Ética en los negocios: casos y toma de decisiones* (11a. ed.). México: CENGAGE Learning.

Fundación del empresario Chihuahuense. (2018). *Instrumento de Autodiagnóstico para las empresas*. 8/24/2018, de Fecha Sitio web:
http://www.fecha.org/pdf/instrumento_de_autodiagnostico_de_rse_para_las_empresas.pdf

Gerencie.com. (2017). El ambiente laboral es un factor determinante en la productividad del trabajador. 10/21/2018, de Gerencie.com Sitio web: <https://www.gerencie.com/el-ambiente-laboral-es-un-factor-determinante-en-la-productividad-del-trabajador.html>

Gestion.Org. (2019). Que es la Responsabilidad Social. 08/13/2019, de Gestion.Org Sitio web: <https://www.gestion.org/que-es-la-responsabilidad-social/>

Gribbin, J. E. (2014). Introducción a la hidráulica e hidrología con aplicaciones para la administración del agua pluvial (4a. ed.). México: CENGAGE Learning.

Grupo Antón. (2016). 5 beneficios de la Responsabilidad Social Corporativa. 08/24/2018, de Grupo Antón Sitio web: <http://www.grupoanton.es/ntn/2016/09/01/5-beneficios-de-la-responsabilidad-social-corporativa/>

Hellriegel, D., Jackson, S. E. y Slocum Jr., J. W. (2017). Administración: un enfoque basado en competencias (12a. ed.). México: CENGAGE Learning.

Hitt, M. A., Black, J. S. y Porter, L. W. (2006). Administración. México: Pearson Education.

Homs, R. (2011). La esencia de la estrategia de marketing. México: CENGAGE Learning.

Howe, K. J. y Hand, D. W. (2012). Principios de tratamiento del agua. México: CENGAGE Learning.

Hussein, R. (2018). How Perception Affects Us: The Pathways and Types of Perception.

09/05/2018, de Cognifit Sitio web: <https://blog.cognifit.com/how-perception-affects-us-the-pathways-and-types-of-perception/>

Kotler, P. y Lee N. (2005). Corporate Social Responsibility. USA: Wiley.

Laasch, O. y Conaway, R. N. (2015). Principios de administración responsable: sostenibilidad, responsabilidad y ética globales. México: CENGAGE Learning.

Lemus, P. (2009). Derecho del trabajo (2a. ed.). México: CENGAGE Learning.

Lerma, A. E. (2017). Desarrollo de productos. México: CENGAGE Learning.

Lussier, R. (2016). Liderazgo: teoría, aplicación y desarrollo de habilidades. México: CENGAGE Learning.

Mallery, P., & George, D. (2010). SPSS for Windows step by step: A simple guide and r Quantitative methods for public administration: techniques and applications.

Mondy, R. W. (2010). Administración de Recursos Humanos. México: Pearson.

Morris, S. S., Bohlander, G. W., y Snell, S. A. (2017). Administración de recursos humanos (17a. ed.). México: CENGAGE Learning.

Nieto, D. M., Melgar, J. y Coronel, N. A. (2015). Como medir la Percepción de la Responsabilidad Social corporativa en la Industria de Dispositivos Médicos. 08/27/2018, de UNAM Sitio web: <http://congreso.investiga.fca.unam.mx/docs/xx/docs/10.05.pdf>

Oblitas, L. A. (2017). Psicología de la salud y calidad de vida (4a. ed.). México: CENGAGE Learning.

Ojeda, J. F. (2014). Marco Teórico de la Responsabilidad Social Corporativa. 11/09/2018, de ResearchGate.net Sitio web: https://www.researchgate.net/publication/273764058_Marco_teorico_de_la_responsabilidad_social_corporativa

Ordieres, A. (2012). Formación en el pensamiento crítico. México: McGraw-Hill Interamericana.

Portney, K. E. (2015). Sustainability. USA: The MIT Press.

Pride, W. M., Hughes, R. J. y Kapoor, J. R. (2015). Introducción a los negocios (4a. ed.). México: CENGAGE Learning.

Ramírez, G. (2016). Cómo conocer y mejorar el ambiente laboral en tu empresa. 10/21/2018, de Entrepreneur Sitio web: <https://www.entrepreneur.com/article/283217>

Ramírez, R. J. (2014). Administración, Segunda Edición. México: McGraw Hill.

Randstad. (2015). El ambiente laboral, eso que siempre está y muchas veces no prestamos atención. 20/21/2018, de Randstad Sitio web: https://www.randstad.com.ar/tendencias-360/archivo/el-ambiente-laboral-eso-que-siempre-esta-y-muchas-veces-no-prestamos-atencion_57/

Raufflet, E., Lozano, J. F., Barrera, D. E. y García, C. (2012). Responsabilidad social empresarial. México: Pearson.

Redacción Gestión. (2014). Los beneficios de la Responsabilidad Social en la empresa y su impacto en los proveedores. 08/24/2018, de Gestión Sitio web: <https://gestion.pe/tendencias/management-empleo/beneficios-responsabilidad-social-empresa-impacto-proveedores-67791>

Reynolds, G. W. (2016). Ética en la tecnología de la información (5a. ed.). México: CENGAGE Learning.

Ries, A. y Trout, J. (1993). Las 22 Leyes Inmutables del Marketing. México: McGraw Hill.

Riquelme, M. (2017). Ambiente laboral, clave para el desarrollo de las labores. 20/21/2018, de Web y Empresas Sitio web: <https://www.webyempresas.com/ambiente-laboral/>

Romero, S., Romero, O., y Muñoz, D. (2015). Introducción a la ingeniería (2a. ed.). México: CENGAGE Learning.

Sáenz, C. (2016). ISO 26000: guía de responsabilidad social, desarrollo de la comunidad y prácticas laborales. Argentina: CENGAGE Learning.

Sanromán, R. y Cruz, A. (2015). Derecho corporativo y la empresa (2a. ed.). México: CENGAGE Learning.

Soto, E. y Cárdenas, J. A. (2007). Ética en las organizaciones. México: McGraw Hill.

The World Bank. (2006). ¿Qué es RSE? 11/09/2018, de The World Bank Sitio web: https://siteresources.worldbank.org/CGCSRLP/Resources/Que_es_RSE.pdf

Thompson, A. A., Gamble, J. E. y Peteraf, M. A. (2012). Administración estratégica: teoría y casos (18a. ed.). México: McGraw Hill.

Torres, M., Paz, K. y Salazar, F. (2006). Tamaño de una muestra para una Investigación de Mercado. 08/29/2019, de Revista Electrónica Ingeniería Primero Sitio web: http://www.fgsalazar.net/LANDIVAR/ING-PRIMERO/boletin02/URL_02_BAS02.pdf

Trillo, V. (2018). Un buen ambiente laboral, clave del éxito en las empresas. 10/21/2018, de RRHH Digital Sitio web: <http://www.rrhhdigital.com/secciones/actualidad/131916/Un-buen-ambiente-laboral-clave-del-exito-en-las-empresas>

Trout, J. y Rivkin, S. (2000). *Differentiate or Die*. USA: John Wiley & Sons, Inc.

Turker, D. (2009). How Corporate Social Responsibility Influences Organizational Commitment. *Journal of Business Ethics* (2009) 89:189–204. 08/27/2018, de JSTOR Sitio web: <https://www.jstor.org/stable/pdf/40295049.pdf>

Ulrich, K. T. y Eppinger, S. D. (2013). *Diseño y desarrollo de productos* (5a. ed.). México: McGraw-Hill Interamericana.

Verderber, K. S., Verderber, R. F. y Sellnow, D. D. (2015). *¡Comunícate!* (14a. Ed.) México: CENGAGE Learning.

Vesilind, P. A., Morgan, S. M. y Heine, L. G. (2013). *Introducción a la ingeniería ambiental* (3a. ed.). México: CENGAGE Learning.

Welch, S., & Corner, J. C. (1988). *Quantitative methods for public administration: techniques and applications*. Boston MA: Allyn and Bacon.

Wendlandt, T. R., Álvarez, M. T., Núñez, M. A. y Valdez, D. I. (2016). Validación de un instrumento para medir la responsabilidad social empresarial en consumidores de México. 08/24/2018, de Scielo Sitio web:
<http://www.scielo.org.co/pdf/adter/n29/n29a04.pdf>

Williams, C. (2013). Admón: administración (6a. Ed.). México: CENGAGE Learning.

Anexos:

INSTRUMENTO PARA ENTREVISTA

Folio	
-------	--

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS



Cuestionario de opinión de los empleados acerca de la responsabilidad social de la empresa

El siguiente cuestionario es para que los empleados evalúen la responsabilidad social de la empresa. La entrevista será confidencial y se mantendrá anonimato de los entrevistados.

Por favor evalúa las siguientes afirmaciones del 1 al 10 siendo 1 en total desacuerdo y 10 totalmente de acuerdo.

Igualdad Laboral

Reactivo	Califica del 1 al 10
1 La empresa ofrece iguales oportunidades a todos los empleados.	
2 En la empresa se cumple la política de igualdad laboral y no discriminación.	
3 En la empresa los conocimientos y capacidades son más importantes que las recomendaciones para avanzar.	

4 En su centro de trabajo, el mecanismo para prevenir, atender, y sancionar las prácticas de discriminación y violencia laboral es efectivo.	
5 En su centro de trabajo no son frecuentes los actos discriminatorios por ser mujer u hombre, por edad, apariencia, discapacidad, entre otros.	

Atención a empleados con capacidades diferentes

Reactivo	Califica del 1 al 10
6 En su centro de trabajo, el espacio, el mobiliario y el equipo son adecuados para las personas con discapacidad.	
7 En su centro de trabajo, las rampas, estacionamiento, sanitarios, oficinas, pasillos y escaleras son adecuados y accesibles para personas con discapacidad.	
8 En su centro de trabajo, los medios tecnológicos y de comunicación permiten que cualquier persona con discapacidad desempeñe sus actividades de manera óptima.	
9 En su centro de trabajo, los mecanismos o políticas de inclusión laboral para personas con discapacidad, personas adultas mayores o con VIH, son efectivas.	

Atención Médica

Reactivo	Califica del 1 al 10
10 La prestación de atención médica que brinda la empresa a sus empleados es adecuada.	
11 El servicio médico que se encuentra en las instalaciones de la empresa brinda un buen servicio.	
12 Me siento satisfecho con los servicios de atención médica que brinda la empresa.	

Compensación (reconocimiento)

Reactivo	Califica del 1 al 10
13 Los Empleados de la empresa reciben el salario suficiente para mantener una buena calidad de vida.	
14 En su centro de trabajo la competencia por mejores puestos, condiciones de laborales o salariales es justa.	
15 En su centro de trabajo se recibe un salario igual por igual trabajo sin importar sexo, apariencia, edad, u otras características personales.	
16 En la empresa se paga un salario justo a los trabajadores.	

Entorno físico en buenas condiciones y seguridad

Reactivo	Califica del 1 al 10
17 La empresa facilita ambiente de trabajo saludable, higiénico y seguro.	
18 La empresa tiene instalaciones en buenas condiciones y seguras.	
19 Estoy satisfecho con las condiciones de las instalaciones y la seguridad en la empresa.	
20 La empresa le da importancia a las condiciones laborales seguras y a la condición de las instalaciones.	

Derechos laborales

Reactivo	Califica del 1 al 10
21 La empresa cumple adecuadamente con sus obligaciones contractuales con los empleados.	
22 En su centro de trabajo mujeres y hombres tienen por igual oportunidades de ascenso y capacitación.	
23 Para la empresa es importante el respeto los derechos de los empleados.	

Trato justo en la contratación

Reactivo	Califica del 1 al 10
24 La empresa orienta bien a los empleados al ingresar y durante su permanencia.	
25 En su centro se realizan despidos solo cuando es estrictamente necesario.	
26 En su centro de trabajo las oportunidades de desarrollo laboral son para todos los empleados.	
27 El proceso de contratación de la empresa es justo para el empleado.	

Salud mental

Reactivo	Califica del 1 al 10
28 La empresa fomenta un ambiente de salud mental y libre de estrés.	

29 Usted labora en la empresa, en un ambiente libre de estrés y de salud mental.	
30 En la empresa el ambiente de salud mental y libre de estrés es importante.	

Ambiente laboral

Reactivo	Califica del 1 al 10
31 Para la empresa es importante el trato respetuoso de sus empleados.	
32 La empresa se preocupa por que las personas que en ella laboran obtienen un trato digno y decente.	
33 En la empresa hay un buen ambiente laboral.	

Reciclaje

Reactivo	Califica del 1 al 10
34 Los programas para reducir los efectos negativos en el medio ambiente que realiza la empresa son efectivos.	
35 La empresa promueve un compromiso con la sociedad y el medioambiente.	
36 La participación de la empresa en actividades que pretenden proteger y mejorar la calidad del medio ambiente natural, es la adecuada.	
37 El equipo, la tecnología y la infraestructura de la empresa ayudan a reducir sus efectos ambientales.	
38 El reciclaje que realiza la empresa es eficiente en disminuir la contaminación.	

Manejo de residuos

Reactivo	Califica del 1 al 10
39 La disposición de los desechos sólidos y líquidos de la empresa, ayuda a disminuir la contaminación de la atmósfera.	
40 La empresa hace un esfuerzo por disminuir su contaminación.	
41 Los residuos de la empresa se disponen adecuadamente.	

Uso eficiente de agua

Reactivo	Califica del 1 al 10
42 La empresa fomenta un uso eficiente del agua.	
43 El uso del agua en la empresa es eficiente.	
44 Para la empresa es importante el uso eficiente del agua.	

Integridad

Reactivo	Califica del 1 al 10
45 La empresa se asegura que sus empleados actúan dentro de los estándares definidos por la ley.	
46 En la empresa se promueve cumplir con los aspectos éticos, aunque afecten negativamente el desempeño económico.	

47 En la empresa se promueve mi compromiso con los principios éticos bien definidos.	
48 Los empleados conocen y respetan el código de Ética y/o conducta de la empresa	

Respeto a propiedad intelectual

Reactivo	Califica del 1 al 10
49 La empresa fomenta el respeto a la propiedad intelectual de los productos de sus clientes.	
50 En la empresa es importante la propiedad intelectual de los productos de los clientes.	
51 La empresa busca proteger la propiedad intelectual de los productos de los clientes.	
52 Para los empleados de la empresa la propiedad intelectual de los productos es importante.	

Aplicación de Leyes y reglamentos

Reactivo	Califica del 1 al 10
53 La empresa cumple con las normas legales completa y prontamente.	
54 La empresa actúa de manera legal en todos los asuntos.	
55 La empresa evita Infringir la ley, incluso si esto ayuda a mejorar el rendimiento.	
56 La empresa respeta siempre los principios definidos por el sistema regulatorio.	

Comunicación interna

Reactivo	Califica del 1 al 10
57 La empresa donde trabaja actúa de manera socialmente responsable.	
58 La comunicación de la empresa con los empleados es la adecuada.	
59 Los empleados de la empresa son informados de las cosas importantes.	

	1 Masculino	2 Femenino
60 Sexo		

61 Edad	
---------	--

	1 Producción o Almacén	2 Supervisor	3 Gerente
62 Posición			

	1 De Planta	2 Outsourcing
63 Planta u outsourcing		

64 Antigüedad	
---------------	--

Encuestador	
-------------	--