

La Responsabilidad Social Empresarial: Una estrategia enfocada al desarrollo sustentable. Caso: Las ESR de Hermosillo, Sonora.

*Corporate Social Responsibility: A strategy focused on sustainable development.
Case: The ESR of Hermosillo, Sonora.*

Luis Enrique Ibarra Morales

Universidad Estatal de Sonora

luisim00@hotmail.com

Emma Vanessa Casas Medina

Universidad Estatal de Sonora

casasx@yahoo.com

Erika Olivas Valdez

Universidad Estatal de Sonora

eolivas14@hotmail.com

RESUMEN

Hoy en día, el cambio climático supone tanto riesgos como oportunidades para las organizaciones, sus inversionistas y sus grupos de interés. Las organizaciones pueden enfrentarse a muchos riesgos que representan un aumento en su estructura de costos u otros factores que pueden afectar su competitividad y su estabilidad financiera, debido a los cambios en el medio ambiente y en los patrones de conducta en materia de ética empresarial. La filosofía de incorporar la responsabilidad social en la planeación estratégica de las empresas, puede ofrecer muchas oportunidades de progreso para las empresas, ya que conduce, además del cumplimiento estricto de las obligaciones legales, se contribuye al desarrollo sustentable. Bajo este esquema de actuación social; las estrategias, políticas y procedimientos empresariales, buscarán disminuir las preocupaciones sociales, laborales, medio ambientales y de respeto a los derechos humanos que surgen de la relación y el diálogo transparente con sus grupos de interés, responsabilizándose así, de las consecuencias e impactos que se deriven de sus acciones. En ese sentido, el presente artículo expondrá la evaluación del desempeño y el beneficio que la responsabilidad social genera

en las empresas, en aras de adoptar una nueva ética en su actuación y aportar al logro de la sustentabilidad.

Palabras clave: Responsabilidad social; grupos de interés; ética empresarial; sustentabilidad.

Abstract

Today, climate change poses both risks and opportunities for organizations, investors and stakeholders. Organizations can face many risks which increase in their cost structure and other factors that may affect their competitiveness and financial stability, due to changes in the environment and patterns of conduct on business ethics. The philosophy of incorporating social responsibility in strategic planning of businesses, can offer many opportunities for advancement for companies as it leads, as well as strict compliance with legal obligations, contributing to sustainable development. Under this scheme of social action; strategies, policies and business procedures, seek to reduce social, environmental, labor concerns, and respect for human rights arising from the relationship and transparent dialogue with its stakeholders, and taking responsibility for the consequences and impacts resulting from their actions. In that sense, this article will present the performance evaluation and the benefit that generates social responsibility in business, in order to adopt a new ethic in their performance and contribute to the achievement of sustainability.

Key Words: Social responsibility; stakeholders; business ethics; sustainability.

Fecha recepción: Agosto 2011

Fecha aceptación: Octubre 2011

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación evaluó el desempeño y el beneficio que la responsabilidad social genera en las organizaciones que logran obtener el Distintivo de Empresa Socialmente Responsable (ESR), desde la visión de los responsables de las mismas empresas, a través de su autoevaluación y vinculación con la sociedad y el cómo contribuyen al desarrollo local sustentable de la región donde se localizan u operan.

Para efectos del presente artículo, la investigación se basó en la visión de negocios que incorpora la responsabilidad social como una estrategia transversal y estratégica, mediante la cual, las empresas mejoran su desempeño social, económico y medio ambiental; así como el desarrollo sostenible, ofreciendo a todos los grupos de interés y a la sociedad en general, un valor agregado, independientemente de los bienes o servicios que éstas comercializan u ofrecen. Sin embargo, desde una perspectiva estratégica, la responsabilidad social empresarial puede convertirse en una fuente de enorme progreso social y de una ventaja competitiva, a medida que las empresas aplican sus recursos, experticia y conocimiento a las actividades que benefician directamente a la calidad de vida de los grupos de interés, sus familias y la propia comunidad en general.

Como consecuencia, un número creciente de empresas perciben que la responsabilidad social es un tema que no está restringido solamente a las acciones sociales, legales o ambientales desarrolladas por la organización en una comunidad; sino que implica también, el diálogo y la interacción con los diversos públicos relacionados con la empresa. Para que la organización actúe con responsabilidad social, desde una perspectiva sistémica y amplia, es necesario que el concepto de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) sea incorporado a sus procesos de gestión administrativa y de calidad y, por lo tanto, que pase a formar parte integral de sus estrategias de negocio y de su sistema de planeación estratégica (Porter, 2006).

Se habla de la responsabilidad social como una nueva dimensión empresarial preocupada por el concepto de sostenibilidad, en el que tienen cabida a un mismo nivel los rubros económico, social y medio ambiental. El desarrollo sostenible se sitúa como un fin a alcanzar por medio de la adecuada implementación de un modelo de empresa socialmente responsable (Lizcano y Moneva, 2003, p.5). Las acciones de la empresa serán responsables socialmente, cuando al ser juzgadas por la sociedad, se consideran que han sido de máxima ayuda, porque han proveído a la comunidad de los bienes y servicios que deseaba y en las cantidades requeridas, con el mínimo costo financiero y social, y éste ha sido distribuido equitativamente (Farmer y Hogue 1985, p.4).

La referencia citada de Farmer y Hogue a las “cantidades requeridas”, en cuanto a salida, es una llamada de atención a la sobreproducción de bienes, ligada estrechamente con la utilización de recursos y por tanto, con la sostenibilidad y la calidad de hacer bien las cosas. El menor “costo

financiero” se logra con la utilización eficiente de los recursos, por tanto es otro de los factores en directa relación con la sostenibilidad. El menor “costo social” al que aluden y la “distribución equitativa” de los costos, advierte sobre la exigencia de equilibrio entre los tres ejes (económico, social y medio ambiental), por el que no puede optimizarse uno de los ejes (el económico) a costa de un mayor costo social o medio ambiental. Sin embargo, la definición del punto o proporción dónde se sitúa el reparto equitativo, precisará de una aportación y decisión normativa. El sistema de asignación por el mercado, señalan los autores, es ineficaz para realizar el reparto de costos, pues la mayoría de los costos sociales no quedan incluidos en él, sino que aparecen como externalidades (medio ambientales y sociales).

En ese sentido, se tomó como base para el desarrollo de la investigación, la evaluación del impacto, positivo o negativo, que han generado las tres dimensiones centrales e integrales de la RSE; -la dimensión social, la dimensión económica y la dimensión ambiental-, como parte del desarrollo local y sustentable en la ciudad de Hermosillo, Sonora; lugar donde se localizan y operan las empresas que han sido seleccionadas para tal efecto.

Definiendo cada una de las dimensiones que integran la RSE, se tiene que la dimensión social implica la responsabilidad compartida y subsidiaria de inversionistas, directivos, colaboradores y proveedores para el cuidado y fomento de la calidad de vida en el trabajo y el desarrollo integral y pleno de todos ellos. Conlleva también, a la realización de acciones y aportaciones propias y gremiales seleccionadas para contribuir con tiempo y recursos a la generación de condiciones que permitan y favorezcan la expansión del espíritu empresarial y el pleno desarrollo de las comunidades y, por tanto, a un entorno de mercado favorable para el desarrollo de su negocio.

La responsabilidad de la dimensión económica se enfoca a la generación y distribución del valor agregado entre colaboradores y accionistas; asimismo, implica la generación y distribución de bienes y servicios útiles y rentables para la comunidad; además de su aportación a la causa pública vía la contribución impositiva. Por otro lado, la empresa debe participar activamente en la definición e implementación de los planes económicos de su región y su país.

La dimensión ecológica, implica la responsabilidad total sobre las repercusiones ambientales de sus procesos, productos y subproductos; y, por lo tanto, la prevención —y en su caso remedio—

de los daños que causen o pudieran causar. Conlleva a la realización de acciones específicas para contribuir a la preservación y mejora ecológica común, para el bien de la humanidad actual y futura.

El análisis de cada dimensión pone de manifiesto la definición de líneas estratégicas específicas, para que cada empresa actúe de acuerdo al contexto donde se desenvuelve y contribuye al desarrollo de la comunidad. En ese sentido, El Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi) reconoce cuatro líneas o ámbitos básicos estratégicos que explican su presencia en toda actividad de la empresa: Ética y gobernabilidad empresarial; calidad de vida de la empresa; vinculación y compromiso con la comunidad y su desarrollo y; el cuidado y preservación del medio ambiente, en el entendido que, los ámbitos de la RSE responden a principios empresariales universales.

Con base a todo lo anterior, el desarrollo de la investigación partió del hecho de que son pocas las empresas mexicanas las que cuentan con el Distintivo de Empresa Socialmente Responsable, ya que de acuerdo a la base de datos del Sistema de Información Empresarial Mexicano (SIEM), existen registradas 704,020 empresas¹, de las cuales, al mes de abril del año 2013, solamente se reconocen como ESR a un total de 774; de acuerdo a la información proporcionada por el Cemefi y la Alianza por la Responsabilidad Social Empresarial (AliaRSE) en su página Web oficial.

Es importante mencionar, que del universo de empresas con el Distintivo de ESR en México; en el Estado de Sonora, de un registro de 6,145 empresas, solamente 41 de ellas cuentan al mes de abril de 2013, con el Distintivo ESR, lo que representa un 5.29% del total nacional, de acuerdo a la información proporcionada por El Cemefi, ver Tabla 1.

Tabla 1. Empresas Sonorenses con el Distintivo de ESR, año 2013.

#	Empresas Socialmente Responsables. Distintivo ESR 2012
1	Instituto Tecnológico de Sonora, Unidad Académica Navojoa
2	Autos Hermosillo, S.A. de C.V. / Autos Kino
3	Molino La Fama
4	Molymex, S.A de C.V.
5	Universidad de Sonora

¹ La información contenida pertenece sólo a las empresas registradas en el SIEM y no a la totalidad de las existentes en el país.

6	Salsas Castillo, S.A. de C.V.
7	Transportes Pitic
8	Grupo Norson
9	AOASS
10	Grupo Coliman, División Noroeste
11	LDM, S.A. de C.V.
12	Cámara Mexicana de la Industrria de la Construcción, Delegación Sonora
13	COPARMEX. Confederación Patronal de la República Mexicana del Estado de Sonora
14	Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia del Estado de Sonora
15	T&P Refrigeración, S.A. de C.V.
16	Peirsen
17	Industrias Barda, S.A. de C.V.
18	Grupo Nava
19	Financiera FINVAY
20	Ambientes SIL
21	Argonaut Gold Inc., Compañía Minera Pitalla, S.A. de C.V.
22	Boclaims Reclamadores
23	Carrocerías y Remolques Kuzzy, S.A. de C.V.
24	Construpima, S.A. de C.V.
25	Agros de Cajeme
26	Minera Santa Rita, S. de R.L. de C.V. "Mina El Chanate"
27	Cajeme Motors
28	Sales del Valle
29	R. Baidón y Asociados
30	Hortícola del Desierto, S.C. de R.L. de C.V.
31	Campo Pablo Bórquez, S.A. de C.V.
32	Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia del Municipio de Hermosillo
33	ICIC Delegación Sonora
34	Navojoa Motors
35	Aarson Productos Hospitalarios
36	Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado de Sonora
37	Manpower, S.A. de C.V.
38	Pan American Silver Mina Álamo Dorado
39	Recicladora de Sonora
40	La Cascada, Centro de Convenciones
41	Cobre del Mayo, S.A. de C.V.

Fuente: Elaboración propia a partir de la información proporcionada y publicada por El Cemefi, abril de 2013.

El obtener el Distintivo ESR® acredita a la empresa ante los empleados, inversionistas, clientes, autoridades y sociedad en general, por asumir voluntaria y públicamente el compromiso de una gestión socialmente responsable, como parte de su cultura y estrategia de negocio. El Distintivo ESR® compromete a la empresa para el cumplimiento de los estándares propuestos en la obligación moral, la ética y gobernabilidad empresarial; la sustentabilidad y el cuidado por el medio ambiente; licencia para operar y la calidad de vida de los grupos de interés (stakeholders) para la empresa y, la reputación, vinculación y compromiso con la comunidad y su desarrollo sustentable.

En resumen, se puede deducir que el fundamento teórico de la responsabilidad social empresarial, es un cambio en el paradigma en el funcionamiento de las empresas con logran obtener el Distintivo de ESR, ya que de un búsqueda permanente de un resultado financiero que sea convincente, se ha pasado a los tres objetivos específicos (económico, social y medioambiental). Por otro lado, los stakeholders cada día están demandando mayor reconocimiento y representación de sus intereses; en ese sentido, las estrategias y actividades de las empresas tendrán que adaptarse de una u otra forma a los cambios que se produzcan, cumpliendo los requisitos de sustentabilidad y de interrelación con los grupos de interés.

MARCO TEÓRICO

De acuerdo a la Norma ISO 26000:2010, ésta tiene la intención de ayudar a las organizaciones para contribuir al desarrollo sostenible. Su objetivo es promover un entendimiento común en el ámbito de la responsabilidad social, y para complementar otros instrumentos e iniciativas de responsabilidad social, no para reemplazarlos. ISO 26000:2010 no es una norma de gestión, no es aún con propósitos de certificación, regulatorios o contractuales, más bien, tiene la intención de proporcionar a las organizaciones una orientación más clara y concisa sobre la responsabilidad social empresarial.

En ese sentido, la Norma ISO 26000:2010, sostiene que las organizaciones deben de respetar al menos, los siete principios básicos de la responsabilidad social que se describen en la misma Norma ISO y, que todos, de una forma u otra forma, se relacionan directamente con el desarrollo sustentable de la región, como lo son:

Principio 1. Rendición de cuentas.

Principio 2. Transparencia.

Principio 3. Comportamiento ético.

Principio 4. Respeto a los intereses de los stakeholders o grupos de interés.

Principio 5. Respeto al principio de legalidad.

Principio 6. Respeto a la norma internacional de comportamiento.

Principio 7. Respeto a los derechos humanos.

Sin embargo, existe en la misma Norma ISO 26000:2010, la materia fundamental IV: El medio ambiente, la cual las decisiones y actividades de las organizaciones invariablemente generan un impacto en el medio ambiente, independientemente donde se ubiquen. Esos impactos están asociados al uso que la organización realiza de los recursos, la localización de sus actividades, la generación de contaminación y residuos peligrosos y tóxicos y, los impactos de las actividades de la organización sobre los hábitats naturales. Para reducir sus impactos ambientales, las organizaciones deberían adoptar un enfoque integrado que considere las implicaciones directas e indirectas de carácter económico, social de salud y ambiental de sus decisiones y actividades, tal y como se mencionó anteriormente.

Para ello, se han incluido en el conjunto de indicadores una serie de aspectos, tales como el Ambiental (*son 15 y están estructurados de tal forma que, reflejen los tipos de impacto, compromisos y acciones que una organización tiene y ha implementado sobre el cuidado y preservación del medio ambiente*). También, se han incluido indicadores que por su naturaleza, tratan de medir el grado de compromiso que las organizaciones tienen al momento de incluir entre sus actividades, acciones relacionadas y tendientes a generar estudios de impacto ambiental en toda la cadena productiva, de acuerdo a las normas y procesamientos legales existentes.

Por otro lado, la cantidad de energía y la fuente primaria que la organización consume indirectamente a través de la adquisición de electricidad, calor o vapor, puede indicar los esfuerzos de la organización en la gestión de los impactos ambientales y reducir su contribución al cambio climático. La intención de este indicador es mostrar los resultados de los esfuerzos proactivos para la mejora de la eficiencia energética, mediante los procesos tecnológicos y otras medidas de ahorro de energía. Una mejor eficiencia en el uso de la energía puede traducirse en un ahorro sustancial en los gastos o una reducción en la estructura de costos y elevar así, la ventaja competitiva mediante la diferenciación de sus bienes y servicios en el mercado.

En la dimensión Económica, (*se han incluido 12 indicadores relacionados con la influencia que una organización puede tener sobre la economía local o regional, como son la generación de*

empleos directos y el pago de salarios e impuestos). Una organización puede atraer inversiones adicionales en la economía local y regional de forma indirecta, si apoya también a las empresas locales, a través de su cadena de proveedores. La búsqueda de proveedores locales puede ser una estrategia para contribuir a asegurar el suministro o apoyar una economía local estable y puede resultar más eficiente para localidades que se encuentran en lugares más remotos. La proporción del gasto local también puede ser un factor importante para contribuir a la economía local y mantener buenas relaciones con la comunidad. Sin embargo, el impacto general de la contratación de proveedores locales dependerá de su comportamiento en relación con la sustentabilidad.

En cuanto a la dimensión Social, *(se han incluido 16 indicadores que están vinculados a las interacciones con las estructuras de mercado y con las instituciones sociales que definen el entorno social en el que interactúan los grupos de interés)*. Estas interacciones y el enfoque de la relación de la organización con grupos sociales, tales como comunidades, son un componente importante del desempeño en la sustentabilidad. Los indicadores de la dimensión Social, por tanto, se centran en los impactos que las organizaciones generan en las comunidades en las que operan, y en cómo la organización gestiona y arbitra las interacciones con otras instituciones sociales. En concreto, se busca información sobre sobornos y corrupción, participación en la elaboración de políticas públicas, prácticas monopolísticas y en el cumplimiento con leyes y regulaciones distintas de las laborales y medio ambientales.

La corrupción puede ser un riesgo importante para la reputación y la puesta en marcha de un negocio en una organización. La corrupción está ampliamente vinculada con la pobreza en economías de transición, daños medio ambientales, abuso contra los derechos humanos, atropellos a la democracia, desviación de inversiones y, debilitamiento del estado de derecho. El mercado, las normas internacionales y los grupos de interés esperan con creciente intensidad que las organizaciones demuestren su adhesión a los principios de integridad, el buen gobierno, la adopción de una nueva ética en su actuación y buenas prácticas empresariales.

METODOLOGÍA

El presente trabajo aborda un tema que se encuentra en boga; no obstante para el caso de las empresas hermosillenses se desconoce la existencia de estudios previos, por lo que se puede llegar a considerar como un estudio exploratorio, de diseño "no experimental", ya que no se tuvo injerencia en los resultados, solo se tomó la visión de los entrevistados y se registró su punto de vista para su análisis.

Las entrevistas fueron realizadas con la aplicación de un cuestionario estructurado, donde se obtuvo información más específica acerca de la apreciación del encuestado sobre el desempeño de la empresa en los tres ámbitos de estudio. La aplicación del cuestionario se basó en la escala de Likert con cinco categorías: Totalmente de acuerdo, De acuerdo, Indiferente (Ni de acuerdo ni en desacuerdo), En desacuerdo y Totalmente en desacuerdo; por lo que se consideró un estudio de campo. Este ejercicio de autoevaluación realizado por el entrevistado, brindó información más específica sobre la situación actual que experimenta la empresa en materia de responsabilidad social (julio de 2012), por lo que se considera que el estudio es de corte transversal.

Dicho estudio se llevó a cabo, con la participación de los responsables de diez empresas localizadas en la ciudad de Hermosillo, Sonora, en la cual participaron un director general; dos gerentes; cuatro administradores y tres responsables del programa de responsabilidad social de la empresa.

El manejo de datos se realizó a partir de la captura de cada una de las secciones que estructuran el cuestionario, con un enfoque cuantitativo, ya que se presenta la información a partir del uso de la estadística descriptiva, como son las medidas de tendencia y los porcentajes de frecuencia de las respuestas.

Específicamente se procesaron los puntajes obtenidos en cada una de las dimensiones, siendo el resultado de la sumatoria de las respuestas entregadas por los participantes que completaron el instrumento de medición. A cada categoría de respuesta se le asignó un determinado valor. Los tratamientos que se le hicieron a las variables son: Totalmente de acuerdo: 1; De acuerdo: 0.75;

Indiferente (Ni de acuerdo ni en desacuerdo): 0.5; En desacuerdo: 0.25 y; Totalmente en desacuerdo: 0. En aquellas categorías donde el participante no contestó por diversas razones, se le consideró un valor de 0.

En ese sentido, se determinaron los criterios de valoración que darán la puntuación para las tres dimensiones de estudio, para el análisis del desempeño en el ámbito del desarrollo sustentable de la localidad, tal y como se muestra en la siguiente Tabla.

Tabla 2. Criterios de desempeño por empresa y tipo de dimensión.

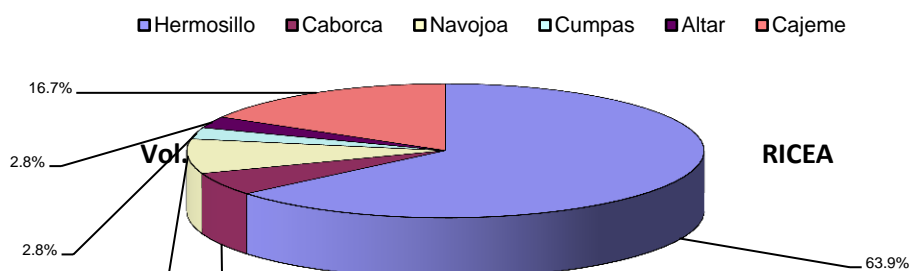
Desempeño	Dimensión Social <i>Rango de Puntuación</i>	Dimensión Económica <i>Rango de Puntuación</i>	Dimensión Ambiental <i>Rango de Puntuación</i>
Favorable	≤ 16	≤ 12	≤ 15
Moderado	≤ 12	≤ 9	≤ 11
Desfavorable	≤ 8	≤ 6	≤ 7
Pésimo	≤ 4	≤ 3	≤ 3

Fuente: Elaboración propia.

Con el fin de construir los indicadores que permitieran identificar la visión de las ESR de la ciudad de Hermosillo, Sonora, en cada una de las tres dimensiones de la RSE, se realizó una búsqueda bibliográfica de los diferentes protocolos en los indicadores de desempeño G3 (2000-2006, GRI); asimismo, se consultaron resultados de mediciones y evaluaciones realizadas en otras entidades u organizaciones existentes.

Ahora bien, partiendo del hecho que de las 41 empresas que cuentan con el Distintivo de ESR; 23 empresas, lo que equivale al 64 por ciento, radican y operan en la ciudad de Hermosillo, Sonora; mientras que el resto (36%) están distribuidas en los municipios de Navojoa, Cajeme, Cumpas, Altar y Caborca, es por ello, que la investigación se enfocó a la ciudad de Hermosillo, Sonora, por tener el mayor porcentaje de empresas con el Distintivo de ESR y ser más significativo el aporte en los resultados, como se puede apreciar en la siguiente gráfica.

Gráfica 1. Distribución de empresas con el Distintivo ESR en Sonora.



Fuente: Elaboración propia, a partir de la información proporcionada por la Cemefi.

Para calcular el tamaño de la muestra conociendo el tamaño de la población, se utilizó la fórmula, para el cálculo de muestras para estudios sociales (Anderson, 1999).

$$n = \frac{Z\alpha^2 * p * q * N}{e^2 * (N-1) + Z\alpha^2 (p)(q)}$$

Donde:

N = Tamaño de la población; Z = Nivel de confianza; p = Probabilidad de éxito; q = Probabilidad de fracaso y; e = Error máximo permisible.

El valor del coeficiente $Z\alpha$, de acuerdo a un nivel de seguridad de $Z\alpha$ igual a 95%, el coeficiente sería 1.96; la probabilidad de éxito del 95% y de fracaso 5%; con error máximo permisible de 0.1; en ese sentido, el cálculo arrojó el siguiente un resultado de 10 empresas como espacio muestral, conformado por las siguientes empresas que se muestran en la Tabla 3.

Tabla 3. Empresas hermosillenses con el Distintivo ESR, de acuerdo al tamaño de la muestra.

#	Empresas hermosillenses con Distintivo de ESR
1	Salsas Castillo, S.A. de C.V.
2	Transportes Pitic
3	Grupo Coliman, División Noroeste
4	LDM, S.A. de C.V.
5	T&P Refrigeración, S.A. de C.V.
6	Peirsén
7	Molino La Fama
8	Autos de Hermosillo, S.A. de C.V. / Autos Kino
9	Carrocerías y Remolques Kuzzy, S.A. de C.V.
10	Construpima, S.A. de C.V.

Fuente: Elaboración propia, a partir de la información proporcionada en la Tabla 1 y con base a los cálculos para el tamaño de la muestra y la función aleatorio.entre de Excel 2003-2007.

El cuestionario que se aplicó a las empresas seleccionadas en la muestra, recoge en sus tres apartados, aspectos relevantes en materia de medio ambiente, desarrollo social y económico, a partir del marco teórico o de referencia utilizado. Finalmente, hay que mencionar que los datos se procesaron en los programas Excel y STATA V.12, para su análisis estadístico.

RESULTADOS

En esta sección se presentan los resultados obtenidos por cada una de las dimensiones planteadas, como parte del estudio de investigación realizado, tratando de destacar aquellos aspectos relevantes y/o especiales contemplados en el cuestionario aplicado a cada una de las empresas de la muestra, para después, poner a consideración de los lectores, el análisis del impacto en cuanto al ámbito del desarrollo sustentable en la localidad donde actualmente operan las empresas que fueron seleccionadas para el estudio.

Como parte de los resultados obtenidos después de haberse aplicado el cuestionario, de acuerdo al tamaño de muestra obtenido y que fueron seleccionadas de forma aleatoria; asimismo, para construir un indicador único, se procedió a sumar los valores y obtener un promedio aritmético para cada una de las tres dimensiones asignadas, tal y como se muestra en la Tabla 4. Posteriormente, se identificó el desempeño global de las empresas, de acuerdo a la tabla construida anteriormente (Tabla 2).

Tabla 4. Resultados por empresa y dimensión.

Empresa #	Dimensión Social	Dimensión Económica	Dimensión Ambiental
Salsas Castillo, S.A. de C.V.	14.75	11.25	11.50
Transportes Pitic	15.50	11.75	14.25
Grupo Coliman, División Noroeste	13.25	12.00	14.25
LDM, S.A. de C.V.	15.00	11.50	14.25
T&P Refrigeración, S.A. de C.V.	9.75	9.75	5.75
Peirsén	13.50	11.75	12.25
Molino La Fama	10.75	11.50	13.50
Autos de Hermosillo, S.A. de C.V. / Autos Kino	15.50	11.75	14.50
Carrocerías y Remolques Kuzzy, S.A. de C.V.	12.00	9.00	11.75
Construpima, S.A. de C.V.	15.25	11.25	13.00
Promedio =	14.29	11.20	12.72

Fuente: Elaboración propia, a partir de los resultados obtenidos.

En la Tabla 5, se presentan las medidas de dispersión de los resultados por cada una de las variables sujetas de estudio.

Tabla 5. Medidas de dispersión de los resultados por variable.

Variable	Obs	Mean	Std. Dev.	Min	Max
Dimensión Social	10	13.525	2.076489	9.75	15.5
Dimensión Económica	10	11.15	0.9803627	9	12
Dimensión Ambiental	10	12.5	2.61672	5.75	14.5

Fuente: Elaboración propia, a partir de los resultados obtenidos del STATA.

En un primer análisis descriptivo, de acuerdo a los resultados de la Tabla 5, pareciera que los empresarios o administradores de las empresas hermosillenses tienen una visión sobre su función como empresa socialmente responsable, sesgada hacia la dimensión social, al autoevaluarse como empresas que actualmente están cumpliendo o están totalmente de acuerdo con los criterios de esta variable. No obstante, fue necesario realizar un análisis más exhaustivo por cada variable o dimensión de los resultados obtenidos, para corroborar la afirmación anterior; para ello es necesario presentar a continuación la frecuencia porcentual de las autoevaluaciones de las 10 empresas para cada una de estas tres dimensiones evaluadas.

Tabla 6. Porcentaje y frecuencia de las resultados en la área de la dimensión social.

Dimensión Social	Freq.	Percent	Cum.
9.75	1	10	10
10.75	1	10	20
12	1	10	30
13.25	1	10	40
13.5	1	10	50
14.75	1	10	60
15	1	10	70
15.25	1	10	80
15.5	2	20	100
Total	10	100	

Fuente: Elaboración propia, a partir de los resultados obtenidos del STATA.

De acuerdo a la tabla anterior, se puede observar que en la dimensión social, el 70% de los representantes de las empresas entrevistadas, consideran que la organización realiza acciones sociales “favorables”, mientras que el 30% restante, consideran que la empresa realiza acciones “moderadas” en materia social.

Tabla 7. Porcentaje y frecuencia de las resultados en el área de la dimensión económica.

Dimensión Económica	Freq.	Percent	Cum.
9	1	10	10
9.75	1	10	20
11.25	2	20	40
11.5	2	20	60
11.75	3	30	90
12	1	10	100
Total	10	100	

Fuente: Elaboración propia, a partir de los resultados obtenidos del STATA.

Para este caso, el 90% de los representantes de las empresas entrevistadas, indicó que las acciones en la dimensión económica son relevantes para la empresa y por ende, se declararon en total acuerdo con la aplicación de dichas acciones como empresa socialmente responsable, lo cual coincide con otro tipo de estudios (como el de Francisco Barroso, publicado en 2008), que señala que las empresas en la práctica seguirán buscando el beneficio propio más que el colectivo o de la propia sociedad.

Tabla 8. Porcentaje y frecuencia de las resultados en el área de la dimensión ambiental.

Dimensión Ambiental	Freq.	Percent	Cum.
5.75	1	10	10
11.5	1	10	20
11.75	1	10	30
12.25	1	10	40
13	1	10	50
13.5	1	10	60
14.25	3	30	90
14.5	1	10	100
Total	10	100	

Fuente: Elaboración propia, a partir de los resultados obtenidos del STATA.

Por último, los resultados arrojados en la dimensión medio ambiental, el 90% de los representantes de las empresas entrevistadas, indicó que las acciones son favorables y relevantes para la empresa, ya que representa ahorros en costos por la buena práctica en el uso de los recursos energéticos, reflejándose también de forma similar en la dimensión económica, ya que presentan un gran ahorro financiero.

De acuerdo a los resultados obtenidos de forma individual por cada una de las dimensiones que comprenden la sustentabilidad, se puede generalizar que las empresas que operan en la ciudad de Hermosillo, Sonora, y que ostentan del Distintivo de ESR tienen un desempeño favorable en cuanto al desarrollo regional sustentable, pero con expectativas de mejorar a futuro, de acuerdo a las aportaciones y/o comentarios adicionales que se realizaron al momento de responder el cuestionario.

CONCLUSIONES

De acuerdo a los resultados obtenidos a partir del análisis de las tres dimensiones que comprenden el desarrollo sustentable, los cuales indicaron que el desempeño general en lo social, económico y medio ambiental es favorable para la localidad, ya que los impactos en cuanto al desarrollo y progreso han sido muy significativos.

En otras palabras, el que las organizaciones tengan un comportamiento socialmente responsable ha rendido importantes ganancias para la empresa. El integrarse en la sociedad, respetar el medio ambiente y ser socialmente responsable con los empleados y proveedores de la empresa, ha logrado dar a la misma, una imagen atrayente y diferenciada en el mercado donde compiten y se desenvuelven, convirtiéndose en una verdadera ventaja competitiva, la cual representa tener una sólida presencia en la localidad, región e inclusive en otros países o economías emergentes, lo que representa mayores retos, utilidades y una rentabilidad sostenida en el largo plazo.

En ese sentido y haciendo referencia a los principios de la administración estratégica, todas las organizaciones, tanto públicas como privadas, tienen una misión, una visión, una(s) estrategia(s),

políticas, metas y objetivos corporativos, que han de llevar a cabo como parte de su modelo de negocio; sin embargo, todas ellas tienen un ámbito de actuación que se puede deducir como socialmente responsable, desde el punto de vista de los objetivos cuantificables, a través de indicadores susceptibles de ser valorados y verificados en el tiempo; es por ello, que se podrá estimar y gestionar los límites de la Responsabilidad Social Empresarial en las organizaciones implicadas.

Es importante mencionar que, algunas de las empresas seleccionadas lograron obtener el Distintivo de ESR hace un par de años, por lo que se encuentran en un proceso de mejora continua y de medición constante para mantenerlo. Se debe de recordar que las empresas socialmente responsables, lejos de publicar el Distintivo que las acredita como ESR, deben de trabajar en aras de buscar beneficios comunes a corto como a largo plazo, ya que una actuación responsable conlleva a suponer una aplicación correcta de los insumos, de las tecnologías, de diferentes metodologías, aplicación correctas de conocimientos, de los procesos de gestión administrativa y de calidad, poner de manifiesto la experiencia adquirida , etcétera, y por ende, debe formar parte de las políticas internas y externas de las empresas de hoy en día. En otras palabras, es crear y desarrollar una nueva ética en su actuación, como preocuparse por buscar la sustentabilidad social, asumir el compromiso de actuar de forma responsable y económicamente respecto al medio ambiente, los stakeholders, las personas y la sociedad en general, a fin de aumentar el bienestar de todos los que conviven, trabajan y se desarrollan en una localidad determinada.

BIBLIOGRAFIA

Anderson, D.R., Sweeney, D.J. & Williams, T.A. (1999). Estadística para Administración y Economía. México: Ed. Thompson.

Barroso, F., (2008). La Responsabilidad Social empresarial. Un estudio en cuarenta empresas de la Ciudad de Mérida, Yucatán. *Revista Contaduría y Administración*. 226, 73-91.

Donald S., S. & Donald F., V. (2005). An Empirical Analysis of the Strategic Use of Corporate Social Responsibility. USA: Rensselaer Polytechnic Institute.

- Farmer, R.; Hogue, W. (1985). *Corporate Social Responsibility*. Lexington, M.A.: D.C.Heath & Co,
- GRI, (2002). *Sustainability Reporting Guidelines*. Edición 2002, [en línea]. Últimas consultas el 26 y 29 de julio de 2012. Disponible en web:<http://www.globalreporting.org/>
- Lizcano, J.L.; Moneva, J.M. (2003). “Marco conceptual de la responsabilidad social corporativa”, en Documento AECA, Comisión de Responsabilidad Social Corporativa de AECA.
- López M., G. (2009). *La realidad española de la RSC, a través de los informes de sostenibilidad de las empresas, en el bienio 2006-2007*. (Tesis inédita de doctorado). Universidad Complutense de Madrid, Facultad de Ciencias de la Información.
- Porter, M.E., & Kramer, M. R. (2006). *Strategy and Society: The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility*. *Harvard Business Review*, 84-98.
- Vaca A., R.M., Moreno D., M.J. & Riquel L., F. (s/f). *Análisis de la Responsabilidad Social Corporativa desde Tres Enfoques: Stakeholders, Capital Intelectual y Teoría Institucional. Conocimiento, innovación y emprendedores: camino al futuro* (pp. 3130-3143). Universidad de la Rioja, España.