

# CÓMO MEDIR LA PERCEPCIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN LA INDUSTRIA DE DISPOSITIVOS MÉDICOS

Área de investigación: Entorno de las Organizaciones

**Diana Mireya Nieto Hipólito**

Universidad Autónoma de Ciudad Juárez  
México  
diana\_nieto@utcj.edu.mx

**Josefa Melgar Bayardo**

Universidad Autónoma de Ciudad Juárez  
México  
jmelgar@uacj.mx

**Nancy A. Coronel González**

Universidad Autónoma de Ciudad Juárez  
México  
nancycoronel19@hotmail.com

XX  
CONGRESO  
INTERNACIONAL  
DE  
CONTADURÍA  
ADMINISTRACIÓN  
E  
INFORMÁTICA





## CÓMO MEDIR LA PERCEPCIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN LA INDUSTRIA DE DISPOSITIVOS MÉDICOS

### Resumen

La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) busca el bien común de los grupos de interés de una organización, mediante la implementación de prácticas internas y externas. Hasta ahora se ha encontrado que las prácticas de RSC impactan favorablemente en indicadores organizacionales como la satisfacción, el compromiso y la justicia laboral, de ahí la importancia de medir la percepción que tienen de ella los empleados



A continuación se presenta un estudio cuyo objetivo es adaptar culturalmente y validar la Escala CSR desarrollada por Turker (Turker, 2009). Para la validación del contenido se contó con la participación de 7 expertos, mientras que para la validez de confiabilidad participaron 67 empleados de nivel medio que laboran en la Industria de Dispositivos Médicos en Ciudad Juárez, Chihuahua. La validez de contenido se llevó a cabo durante los meses de septiembre y octubre del 2014, por otro lado los datos para validar el contenido se recogieron durante los meses de febrero y marzo 2015. La investigación es de tipo cuantitativo, transversal, descriptivo, exploratorio, no probabilístico y no experimental. Luego de las pruebas realizadas se obtuvo un instrumento compuesto por 16 preguntas, que presenta un Alfa de Crobach de 0.98, el cual permite medir las dimensiones de la RSC.



**Palabras clave:** Responsabilidad social corporativa, RSC, percepción empleados





## Introducción

Cuando las organizaciones reconocen el impacto económico, social y ambiental, derivado de sus actividades operativas (De la Cuesta & Valor, 2003) y además poseen un ambiente corporativo ético (Chang, 2011), son consideradas socialmente responsables. Se ha encontrado que la adopción de prácticas de responsabilidad social por parte de las empresas forma parte de un ejercicio de retribución a la sociedad, esta tendencia organizacional voluntaria (Túnez & Valarezo, 2012), va más allá de una novedad pasajera y del cumplimiento de las políticas gubernamentales. También se ha reportado que estas prácticas impactan de manera interna y externa, tal influencia puede medirse a través de la percepción que tienen de ellas los empleados (Nisha, 2012; Rego, Leal, & Pina, 2011; Rupp, Ganapathi, Aguilera, & Williams, 2006; Shauki, 2011; Turker, 2008a; Tziner, Bar, Oren, & Kadosh, 2011), directivos (Barroso, 2008; Godos-Díez & Fernández, 2011; Mababu, 2010; Mercado & García, 2007) y clientes (Alvarado & Schlesinger, 2008). 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) de los empleados, impactando en indicadores como el compromiso organizacional (Santos, Guillen, & Montalbán, 2012) y la satisfacción laboral (Kaufmann & Olaru, 2012).

Se han reportado estudios de la percepción de la RSC realizados en Europa, Asia, América del Norte y del Sur, durante el desarrollo de estas investigaciones se han utilizado diferentes instrumentos para determinar cómo perciben los empleados las actividades socialmente responsables. La Tabla 1 contiene algunos de los instrumentos utilizados en estos estudios, cabe destacar que en México la percepción de la RSC se ha estudiado en empleados del ámbito académico con respecto a la importancia de fomentar la RSC como parte de un proceso formativo (Alcocer, 2009), también se ha analizado la descripción de la RSC desde la perspectiva de los directivos y/o dueños de empresas (Mercado & García, 2007), además de se ha investigado qué entienden por responsabilidad social empresarial los directivos (Barroso, 2008); sin embargo, a pesar de estos estudios todavía se requiere un instrumento adaptados a la cultura de México, con un alto nivel de validez de constructo y confiabilidad.





**Tabla 1: Instrumentos utilizados para medir la percepción de la RSC.**

Autor/Año	Instrumento
Turker (2009a)	Escala CSR de Turker
Alcocer (2009)	Cuestionario diseñado por el autor
Mababu (2010)	Standard CSR Questionnaire elaborado por KPMG y la Universidad de Stanford
Tziner et al. (2011)	Escala CSR Turker
Shauki (2011)	Cuestionario diseñado por el autor
Rego et al. (2011)	Employees' perceptions of Corporate Citizenship
Duarte (2011)	Perceived Corporate Social Responsibility Scale (PCSR-S)
Godos-Díez & Fernández (2011)	Escala PRESOR
Nisha (2012)	Cuestionario diseñado por el autor

Fuente: Elaboración propia con base en los autores.

### Marco Teórico

Según Carroll (1991) el grupo de actividades implementadas en una organización para cumplir con la RSC, puede realizarse desde las dimensiones económica, legal, ética y discrecional. La dimensión económica establece que los negocios están obligados a lograr sus objetivos (Argandoña, 2007), obtener ganancias (Friedman, 1970), mantener un crecimiento económico, satisfacer las necesidades de los consumidores (Carroll, 1979; Maignan & Ferrell, 2000) y procurar el bien común (Argandoña, 1998). Por otro lado la dimensión legal indica que las organizaciones deben cumplir sus obligaciones económicas dentro de un marco de legalidad (Carroll, 1979; Friedman, 1970; Garriga & Melé, 2004; Maignan & Ferrell, 2000), promover la protección de los derechos humanos (Garriga & Melé, 2004), dando cuenta del cumplimiento de esas responsabilidades ante los empleados, quienes son los más directamente afectados por la responsabilidad de la empresa (Argandoña, 2007). Así mismo, las organizaciones están legalmente obligadas a proporcionar bienes y servicios que satisfagan las necesidades de los clientes con los requisitos legales mínimos, cumpliendo con las leyes y políticas establecidas por el gobierno federal, estatal y local (Carroll, 1991). De acuerdo con la pirámide de RSC, las organizaciones cumplen su responsabilidad ética cuando satisfacen las expectativas de la sociedad, respetan las normas éticas y morales, evitan que las normas éticas comprometan los objetivos corporativos y van más allá del cumplimiento de leyes y reglamentos (Carroll, 1991). Finalmente una organización cumple con su responsabilidad discrecional o filantrópica, cuando de manera voluntaria gerentes y empleados realizan actividades de caridad dentro de su comunidad local, con el objetivo de mejorar la calidad de vida o participan con instituciones educativas públicas y privadas (Carroll, 1991).

La RSC tiene entre sus atributos ser un acto voluntario, que las empresas han aprendido a implementar durante el ejercicio de sus operaciones, Garriga & Melé (2004) propone clasificar las teorías de la RSC en instrumentales,





políticas, integrativas y éticas, la Tabla 2, contiene una descripción de dichas teorías.

**Tabla 2: Clasificación de las teorías de la RSC**

Teorías de la RSC	Descripción
Instrumentales	<p>En este grupo de teorías la RSC representa una herramienta estratégica que permite lograr objetivos económicos y crear riqueza. Las teorías instrumentales pueden catalogarse en función del objetivo económico propuesto.</p> <p>Un primer grupo de estas teorías considera que el objetivo es maximizar el valor de utilidades para los accionistas, con frecuencia, esto da lugar a una orientación de beneficios a corto plazo.</p> <p>Por otra parte un segundo grupo se centra en el objetivo estratégico de lograr ventajas competitivas, lo que produciría beneficios a largo plazo.</p> <p>Mientras un tercer grupo se enfoca en la mercadotecnia orientada al aumento de ingresos y ventas, mejorar las relaciones con los clientes y crear una buena reputación de la marca de forma ética.</p>
Políticas	<p>Este grupo de teorías y enfoques de RSC, se centran en:</p> <p>Las interacciones y conexiones entre las empresas y la sociedad.</p> <p>El poder de las empresas por la posición que tienen en la sociedad.</p> <p>La responsabilidad inherente de las empresas ante la sociedad.</p> <p>Incluyen las consideraciones políticas y analizan las políticas relacionadas con el debate de la RSE, aunque hay una gran variedad de enfoques, se distinguen las teorías del Constitucionalismo Corporativo y la Ciudadanía Corporativa.</p>
Integrativas	<p>Las teorías de esta categoría argumentan que las organizaciones deben integrar las demandas de la sociedad para beneficio de su continuidad y crecimiento, para lograrlo se requiere un análisis y detección de las necesidades y demandas sociales, buscar una respuesta con la finalidad de alcanzar la legitimidad social, una mayor aceptación social y prestigio.</p>
Éticas	<p>La ética es el enfoque principal de las teorías agrupadas en esta categoría, mencionan que es un requisito indispensable para consolidar la relación entre empresa y sociedad. Sus principios se basan en aquello que se debe hacer para lograr una buena sociedad. Los enfoques que destacan dentro de esta categoría son: la teoría normativa de los grupos de interés, la protección de derechos humanos, el desarrollo sustentable y el bien común.</p>





## Planteamiento del problema

Actualmente la RSC se está adoptando debido a las ventajas competitivas que ofrece a las organizaciones y por el bienestar que brinda a sus grupos de interés. Ya sea que se practique de una manera interna o externa, la RSC siempre impacta en cualquier organización que promueve su beneficio, de ahí que los directivos y dueños también estén obligados a medir y auditar los efectos de sus prácticas de RSC internas y externas (De la Cuesta & Valor, 2003). Los resultados que arrojen estas mediciones pueden ser erróneos si el instrumento utilizado fue tomado de otro lenguaje o contexto cultural (Ramada-Rodilla, Serra-Pujadas, & Delclós-Clanchet, 2013). Aunque se han encontrado instrumentos utilizados en otros países, en México hacen falta instrumentos validados y confiables que permitan determinar la percepción de la RSC por parte de los empleados.



## Objetivos

Realizar una adaptación cultural al instrumento para medir la percepción de la RSC por parte de empleados diseñado por Turker (2009b), también se busca determinar la validez del constructor y su confiabilidad interna.

## Justificación

Los empleados de la Industria de Dispositivos Médicos deben elaborar instrumentos que cumplan con normas y estándares de calidad nacional e internacional, por ello se seleccionó a las empresas que pertenecen a dicha industria ya tienen una gestión de recursos humanos acorde a las prácticas socialmente responsables. Pero a pesar de ser una de las industrias con mayor índice de crecimiento anual, no se han encontrado reportes de investigaciones en relación con las prácticas de RSC percibidas por sus empleados. Este estudio servirá para ofrecer a la comunidad científica un instrumento adaptado y validado que permita medir la percepción de la RSC por parte de empleados de la Industria de Dispositivos Médicos. Cuando Turker (2009b) diseñó su escala de RSC incluyó la responsabilidad mostrada ante la sociedad, la cual considera el cuidado al medioambiente natural, las futuras generaciones y las Organizaciones no Gubernamentales, también integró la responsabilidad mostrada ante el gobierno, clientes y los empleados.

## Metodología

La investigación desarrollada corresponde a un estudio cuantitativo de tipo transversal, descriptivo y no experimental, realizada en dos etapas. En la primera etapa se validó el contenido del instrumento desarrollado por Turker (2009b) para determinar la percepción de la RSC por parte de los empleados, durante la segunda etapa se realizaron las pruebas de validez de contenido, validez del constructor y confiabilidad interna. Para la adaptación y





validación del contenido se hizo una traducción al español de la versión original en inglés de la Escala RSC propuesta por Turker (2009), la cual incluye 42 preguntas, cabe mencionar que la traducción estuvo a cargo de un centro oficial de traducción. En este centro se hizo una primera traducción del inglés al español, para posteriormente traducirlo a la inversa, del español al inglés con la intención de cuidar la originalidad del instrumento (ver Tabla 4). También se hicieron análisis estadísticos descriptivos para cada una de las preguntas del instrumento.

### Validez de contenido

La validación de contenido se realizó durante los meses de septiembre y octubre del 2014, para ello se envió por correo la versión español a un panel de 10 expertos previamente seleccionados. Los criterios para incluir a los expertos fue su conocimiento de las prácticas de RSC, por medio de la investigación, por coordinar este tipo de actividades o por laborar en empresas donde se realizan. Solamente siete de los diez expertos completaron el formato para evaluar el contenido y enviaron sus respuestas por correo, la Tabla 3 recoge los datos demográficos de los expertos que participaron en el estudio.

No Experto	Género	Ocupación	Nivel de Estudios
1	Femenino	Investigadora	Maestría
2	Femenino	Docente	Doctorado
3	Masculino	Docente	Doctorado
4	Masculino	Administrativo	Maestría
5	Masculino	Supervisor de RRHH	Licenciatura
6	Femenino	Investigadora	Doctorado
7	Femenino	Coordinadora Programa RSC	Licenciatura

Fuente:  
Elaboración propia.





El panel de expertos estuvo conformado por 4 (57.14%) personas del género Femenino y 3 (42.86%) del género masculino, 3 (42.86%) de ellos tienen estudios a nivel de doctorado, 2 (28.57%) poseen título de maestría, el resto de ellos tienen estudios de licenciatura. Con respecto a su ocupación 2 (28.57%) se desempeñan como docentes, otros 2 (28.57%) se dedican a la investigación, 1 (14.28%) es supervisor de recursos humanos, 1 (14.28%) es coordinador de un programa de RSC y el otro tiene un cargo administrativo dentro de la empresa donde labora.



Los expertos que participaron en el estudio calificaron la representatividad, pertenencia, comprensión, interpretación y claridad de cada pregunta en una escala del 1 al 4. En el caso de la representatividad, el 1 indica “nada representativo” y el 4 “muy representativo”. Para validar la pertenencia de la pregunta, los expertos debían indicar si la pregunta correspondía con algunas de las siguientes dimensiones: sociedad, empleados, clientes o gobierno. Con respecto a la comprensión el 1 representa que la pregunta es “incomprensible” y el 4 que se “comprende claramente”. En relación a la interpretación de las preguntas, en la escala 1 indica que “se puede interpretar de múltiples formas” y el 4 indica que “tiene una única interpretación”. Mientras que para validar la claridad de las preguntas, el número 1 indica que el ítem es “extenso; falta de concisión” y el número 4 corresponden a un ítem “conciso/directo”.



Para calcular el grado de acuerdo entre los expertos en dichos criterios de valoración se calculó el índice de Kappa para cada uno de ellos. Luego se eliminaron aquellas preguntas que a juicio de los expertos estaban repetidas o no consideraron como necesarias, posteriormente se hicieron ajustes en la redacción de las preguntas siguiendo las recomendaciones sugeridas por ellos. Lo anterior se hizo con la finalidad de asegurar que el contenido de los ítems a incluir en el instrumento sea relevante para los empleados y con ello evitar obstáculos de lenguaje durante el proceso de medición. Los datos proporcionados por los expertos se capturaron en una hoja de cálculo en Excel, mientras que las pruebas estadísticas y de análisis se realizaron en el programa SPSS 21.

#### Validez del constructor y confiabilidad interna

Para probar la validez del constructo se contó con la participación de 67 personas que laboran en la Industria de Dispositivos Médicos donde se practica la responsabilidad social, se excluyeron dos casos debido a que no completaron todas las preguntas. Se trató de una muestra por conveniencia dirigida al personal que labora en el nivel medio y tiene conocimiento de las prácticas de RSC que se realizan dentro de su organización laboral. Las respuestas de los participantes en el estudio fueron capturadas en una hoja de cálculo en Excel, posteriormente se exportaron al programa estadístico SPSS 21, donde se corrió el análisis factorial confirmatorio, se calculó la medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin y la prueba de esfericidad de Barlett. Para el análisis factorial se utilizó el método de componentes







principales y el método de rotación Varimax; además se calculó la confiabilidad interna del instrumento y de cada uno de los factores obtenidos mediante el alpha de Cronbach.

Durante el periodo comprendido entre febrero y marzo del 2015, se aplicaron los instrumentos a 67 empleados de nivel medio que laboran en la Industria de Dispositivos Médicos, la encuesta fue la técnica utilizada para recolectar los datos. La muestra estuvo conformada por 28 (41.8%) mujeres y 37 (55.2%) hombres, con una edad promedio de 33 años, siendo la edad mínima 21 años y la máxima 59. En cuanto al nivel de estudios, 24 (35.8%) reportaron contar con estudios de bachillerato, 21 (31.3%) indicaron tener estudios de licenciatura, otros 5 (7.5%) revelaron contarse con estudios de maestría, mientras que el resto posee estudios de secundaria. Además 30 (44.8%) de los participantes ocupan un puesto de técnicos, 6 (9.0%) reportaron desempeñarse como supervisores y el resto 29 (46.2%) ocupan puestos administrativos, o están en las áreas de producción o calidad.

## Resultados

### Validez de contenido

Luego de revisar los formatos de los expertos donde evaluaron el contenido del instrumento, se obtuvieron 13 preguntas, se seleccionaron solamente aquellas preguntas que los expertos calificaron en un rango de 3 a 4, la Tabla 4 resume los totales obtenidos en cada una de las preguntas. Posteriormente se hizo una revisión y adaptación de las preguntas seleccionadas, finalmente se agregaron tres preguntas más. El resultado es una encuesta conformada por 16 preguntas que integran las dimensiones de empleados, clientes, gobierno y sociedad las cuales pueden verse en la Tabla 4. El instrumento presenta una escala de tipo Likert del 1 al 7, donde 1 corresponde a “Muy en desacuerdo”, 4 a “Indiferente” y 7 a “Muy de acuerdo”, además incluye datos demográficos como el género, año de nacimiento, estado civil, nivel de estudios, puesto que desempeña, turno, antigüedad en años en la empresa y en el puesto.





No	Pregunta original traducida al español	Representatividad	Comprensión	Interpretación	Claridad	Totales
1	Nuestra empresa proporciona una amplia gama de beneficios indirectos para mejorar la calidad de vida de los empleados.	1				1
2	Los empleados en nuestra empresa reciben un sueldo razonable para mantener una calidad de vida aceptable.		1			1
3	Nuestras políticas de la empresa les proporcionan un entorno sano y seguro a todos los empleados.		1			1
4	Nuestra empresa apoya a los empleados que desean adquirir estudios adicionales.	1	1	1		3
5	Hay números suficientes de oportunidades para desarrollar mis destrezas en mi empleo actual.	1				1
6	Nuestras políticas de la empresa animan a los empleados a que desarrollen sus destrezas y carreras.					0
7	Nuestra empresa implementa políticas flexibles para proporcionarles un buen equilibrio entre trabajo y vida a sus empleados.					0
8	La gerencia de nuestra empresa se ocupa principalmente de las necesidades y deseos de los empleados.					0
9	Las decisiones gerenciales relacionadas con los empleados suelen ser justas.	1		1	1	3
10	Yo creo que nuestra empresa les proporciona igualdad de oportunidades a todos sus empleados.	1	1	1	1	4
11	Uno de los principales principios de nuestra empresa es proporcionarles productos de alta calidad a sus clientes.	1	1	1	1	4
12	Nuestros productos cumplen con las normas nacionales e internacionales.		1			1
13	La extensión de garantía de nuestros productos es la opción más ventajosa en el mercado.	1		1	1	3



14	A sus clientes, nuestra empresa les proporciona información completa y exacta sobre sus productos.	1				1
15	Nuestra empresa respeta los derechos de los clientes más allá de los requisitos legales.	1	1			2
16	La satisfacción del cliente es muy importante para nuestra empresa.	1	1	1		3
17	Nuestra empresa responde a las reclamaciones de sus clientes.		1		1	2
18	Nuestra empresa es conocida como una empresa respetada y digna de confianza.	1	1			2
19	Nuestra empresa enfatiza la importancia de sus responsabilidades sociales con la sociedad.		1			1
20	Nuestra empresa contribuye a escuelas, hospitales y parques según las necesidades de la sociedad.	1	1	1	1	4
21	Nuestra empresa contribuye a campañas y proyectos que fomentan el bienestar de la sociedad.	1				1
22	Nuestra empresa se esfuerza por crear oportunidades de empleo.	1	1	1	1	4
23	Nuestra empresa siempre paga sus impuestos de manera regular y continua.	1	1	1	1	4
24	Nuestra empresa cumple con las normas legales completa y prontamente.					0
25	Nuestra empresa intenta ayudar al gobierno a resolver problemas sociales.	1	1	1	1	4
26	Nuestra empresa actúa de manera legal en todos los asuntos.	1				1
27	El principio fundamental de nuestra empresa es la honestidad en todas las negociaciones.					0
28	Nuestra empresa colabora con sus competidores en proyectos de responsabilidad social.		1		1	2
29	Nuestra empresa compite con sus rivales en un marco ético.	1				1
30	Nuestra empresa siempre se evita la competencia desleal.	1	1	1	1	4



31	Nuestra empresa implementa programas especiales para reducir al mínimo sus efectos negativos en el medio ambiente natural.	1	1	1	1	4
32	Nuestra empresa participa en actividades que pretenden proteger y mejorar la calidad del medio ambiente natural.	1	1	1	1	4
33	Nuestra empresa cuenta con el equipo necesario para reducir sus efectos ambientales negativos.	1				1
34	Nuestra empresa realiza inversiones bien planificadas para evitar la degradación del medio ambiente.	1				1
35	Nuestra empresa se dirige a un crecimiento sostenible que toma en cuenta a las futuras generaciones.					0
36	Nuestra empresa realiza inversiones para crear una mejor vida para las futuras generaciones.					0
37	Nuestra empresa realiza inversiones para crear oportunidades de empleo para las futuras generaciones.	1				1
38	Nuestra empresa lleva a cabo proyectos de investigación y desarrollo para mejorar el bienestar de la sociedad en el futuro.					0
39	Nuestra empresa hace contribuciones monetarias suficientes a instituciones de beneficencia.					0
40	Nuestra empresa anima a sus empleados a participar en forma voluntaria en actividades.	1				1
41	Nuestra empresa apoya a organismos no gubernamentales que trabajen en áreas problemáticas.					0
42	Nuestra empresa considera todas las advertencias de los organismos no gubernamentales.					0



### Validez de constructo y confiabilidad interna

El análisis factorial muestra la existencia de cuatro factores que explican el 91.11% de la varianza, esto luego de extraer los factores usando el método de componentes principales tal como se aprecia en la Tabla 5. La medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin tuvo un valor de 0.91, este valor es bueno, considerando que el valor mínimo recomendado es de 0.5 (Malhotra, 2004), por lo que el tamaño de la muestra es aceptable.

Tabla 5: Varianza total explicada

Componente	Autovalores iniciales			Sumas de las saturaciones al cuadrado de la extracción			Suma de las saturaciones al cuadrado de la rotación		
	Total	% de la varianza	% acumulado	Total	% de la varianza	% acumulado	Total	% de la varianza	% acumulado
1	12.641	79.005	79.005	12.641	79.005	79.005	4.913	30.704	30.704
2	.930	5.814	84.819	.930	5.814	84.819	3.699	23.119	53.823
3	.537	3.355	88.174	.537	3.355	88.174	3.043	19.018	72.841
4	.470	2.938	91.112	.470	2.938	91.112	2.923	18.271	91.112
5	.335	2.091	93.203						
6	.304	1.898	95.101						
7	.216	1.352	96.454						
8	.139	.866	97.320						
9	.110	.689	98.009						
10	.084	.524	98.533						
11	.066	.414	98.947						
12	.056	.348	99.295						
13	.036	.227	99.522						
14	.030	.186	99.708						
15	.027	.170	99.878						
16	.020	.122	100.000						

Método de extracción: Análisis de Componentes principales.

Fuente: Elaboración propia.

Los factores obtenidos se muestran en la Tabla 6 y corresponden con los obtenidos por Turker (2009b). El instrumento analizado durante el estudio se compone de cuatro dimensiones integradas por la sociedad, gobierno, clientes y empleados. Se puede apreciar que los ítems del 12 al 16 conforman la dimensión de la sociedad. De igual manera los ítems del 8 al 11, integran la dimensión del gobierno. Mientras que la dimensión de los clientes se integra con los ítems del 5 al 7. Finalmente los ítems 1,3 y 4 forman parte de la dimensión de los empleados. Llama la atención que la pregunta 2 se agrupo dentro de las preguntas relacionadas con los clientes, aunque el contenido corresponde al grupo de los empleados.



Tabla 6: Matriz de componentes rotados<sup>a</sup>

	Componente			
	1	2	3	4
P1				.704
P2			.711	
P3				.680
P4				.874
P5			.646	
P6			.603	
P7			.553	
P8		.734		
P9		.508		
P10		.701		
P11		.512		
P12	.738			
P13	.728			
P14	.741			
P15	.774			
P16	.769			

Método de extracción: Análisis de componentes principales.

Método de rotación: Normalización Varimax con Kaiser.

a. La rotación ha convergido en 14 iteraciones.

Fuente: Elaboración propia

El instrumento presenta un índice de confiabilidad interna aceptable, se obtuvo un Alfa de Cronbach de 0.98, mientras que el factor que incluye las preguntas relacionadas con los empleados tiene un Alfa de Cronbach de 0.88, siendo este el factor que presenta el menor índice de confiabilidad, los demás factores poseen índices superiores a 0.95 (Tabla 7). La pregunta dos no se consideró como parte del factor 2 debido a que su contenido se relaciona con los empleados.

Tabla 7. Matriz de coeficientes de Alfa de Cronbach por factor.

Factores	Dimensiones	Items	Alfa de Cronbach
1	Sociedad	P12, P13, P14, P15 y P16	0.97
2	Gobierno	P8, P9, P10 y P11	0.95
3	Clientes	P5, P6 y P7	0.98
4	Empleados	P1, P3 y P4	0.88





## Resultados del instrumento por pregunta

Finalmente se encontró que los empleados de nivel medio de la Industria de Dispositivos Médicos de Ciudad Juárez tienen conocimiento de las prácticas de RSC realizadas al interior y exterior de la empresa donde laboran. La Tabla 8 resume los porcentajes obtenidos en cada una de las preguntas incluidas en el instrumento, llama la atención que el 38.8 % de los empleados está muy de acuerdo con el apoyo que reciben para seguir estudiando mientras que un 32.8 % percibe que en su lugar de trabajo se ofrecen diversas oportunidades para que los empleados desarrollen sus habilidades. Los mayores porcentajes se presentan en las preguntas relacionadas con los clientes, pues un 58.2 % de los empleados reportó que uno de los principales principios de la empresa es proporcionar productos de alta calidad a sus clientes. Por otra parte un 47.8% percibe que su empresa siempre paga sus impuestos de manera regular y continúa. Finalmente un 40.3 % considera que la empresa implementa programas para reducir al mínimo los efectos negativos en el medio ambiente.



No	Pregunta	Muy en desacuerdo	Bastante en desacuerdo	Algo en desacuerdo	Indiferente	Algo de acuerdo	Bastante de acuerdo	Muy de acuerdo
1	Los empleados en la empresa reciben el salario suficiente para mantener una buena calidad de vida.	13.4%	0.3%	10.4%	9.0%	26.9%	19.4%	17.9%
2	La empresa apoya a los empleados que quieran seguir estudiando.	10.4%	4.5%	3.0%	7.5%	14.9%	20.9%	38.8%
3	La empresa ofrece diversas oportunidades para que los empleados desarrollen sus habilidades.	9.0%	6.0%	6.0%	7.5%	32.8%	14.9%	23.9%
4	La empresa ofrece igualdad de oportunidades a todos los empleados.	11.9%	10.4%	9.0%	7.5%	28.4%	14.9%	17.9%
5	Uno de los principales principios de la empresa es proporcionar productos de alta calidad a sus clientes.	6.0%	4.5%	3.0%	1.5%	13.4%	13.4%	58.2%
6	Los productos de la empresa cumplen con las normas de	6.0%	4.5%	3.0%	0%	14.9%	16.4%	55.2%



7	<p>calidad nacional e internacional. La empresa proporciona información completa y exacta sobre sus productos.</p>	6.0%	4.5%	4.5%	1.5%	17.9%	17.9%	47.8%
8	<p>La empresa respeta los derechos de los clientes y responde a sus reclamaciones.</p>	6.0%	3.0%	4.5%	0%	16.4%	19.4%	50.7%
9	<p>La empresa contribuye a campañas y proyectos que fomentan el bienestar de la sociedad.</p>	6.0%	4.5%	4.5%	1.5%	25.4%	19.4%	38.8%
10	<p>La empresa siempre paga sus impuestos de manera regular y continua.</p>	7.5%	4.5%	3.0%	11.9%	11.9%	13.4%	47.8%
11	<p>La empresa cumple con las normas legales completa y prontamente.</p>	7.5%	3.0%	7.5%	1.5%	7.5%	28.5%	44.8%
12	<p>La empresa actúa de manera legal en todos los asuntos.</p>	9.0%	3.0%	6.0%	3.0%	16.4%	22.4%	40.3%
13	<p>La empresa implementa programas para reducir al mínimo los efectos negativos en el medio ambiente.</p>	7.5%	3.0%	3.0%	6.0%	19.4%	20.9%	40.3%
14	<p>La empresa participa en actividades que pretenden proteger y mejorar la calidad del medio ambiente natural.</p>	7.5%	3.0%	7.5%	4.5%	16.4%	20.9%	40.3%
15	<p>La empresa cuenta con el equipo, la tecnología e infraestructura necesaria para reducir sus efectos ambientales negativos.</p>	9.0%	3.0%	9.0%	4.5%	14.9%	22.4%	37.3%
16	<p>La empresa realiza proyectos de investigación y desarrollo que contribuirán al bienestar de la</p>	9.0%	4.5%	6.0%	9.0%	16.4%	16.4%	38.8%



sociedad en el futuro.

Fuente: Elaboración propia con base en Turker (2009b).

### Discusión

Los resultados muestran que los empleados conocen cuáles son las prácticas RSC realizadas por su empresa de forma voluntaria, para el bienestar de ellos, los clientes, la comunidad y el gobierno. A pesar de que el instrumento validado presenta un Alfa de Cronbach de 0.98 no se puede considerar su aplicación de manera universal, se debe recordar que el impacto de las prácticas de RSC pueden variar de acuerdo al tamaño de la empresa, las características de la industria, la situación económica y contexto social (Carroll, 1991). De ahí que los resultados obtenidos al finalizar el estudio son válidos sólo en las mismas condiciones, por ello se espera que este estudio pueda replicarse a futuro en otro tipo de empresas de nuestro país, con un tamaño de muestra más amplio, sólo de esta manera podremos comparar si los resultados empíricos obtenidos corresponden con los fundamentos teóricos de nuestro estudio. Esto permitirá afinar el instrumento validado a lo largo de esta investigación y en un futuro ofrecer a las organizaciones un modelo que facilite medir los resultados de estas actividades de forma sistemática.

### Limitaciones y sugerencias

Una de las limitaciones del estudio es el tamaño de la muestra considerar, por lo que sugiere ampliar el número de participantes en investigaciones futuras. También se recomienda indicar a los empleados que los datos proporcionados durante la investigación serán tratados de manera confidencial.

### Conclusión

Actualmente la mayoría de las organizaciones siguen realizando prácticas RSC internas y externas sin saber cuáles de estas acciones tienen una mayor influencia en sus empleados. Si el objetivo de la RSC es el bien común de la empresa y sus empleados, entonces son éstos últimos quienes pueden desde su percepción indicar si se está logrando o no. Finalmente son ellos quienes perciben la RSC como un instrumento que utiliza su empresa para obtener utilidades, mientras se ven beneficiados con oportunidades de desarrollo. Por ello se sugiere a los directivos consideren el punto de vista de sus empleados sobre las prácticas de RSC adoptadas por su organización, pues este grupo de interés interno podrá orientarlas hacia una gestión integral de los recursos humanos. Por ahora no es posible determinar con precisión si los empleados de una industria específica prefieren laborar en empresas que acatan todas las disposiciones legales, mientras buscan el beneficio de su comunidad y de las generaciones futuras, todavía falta investigar más a fondo la percepción de la





RSC por parte de los empleados, se espera que el instrumento aquí validado sirva para futuras líneas de investigación.

## Referencias

Alcocer, M. (2009). La percepción de los profesores sobre la importancia de fomentar la responsabilidad social en el proceso formativo de una Facultad de nivel superior. *Ciencia@UAQ*, 2, 60-68.

Alvarado, A., & Schlesinger, M. (2008). Dimesionalidad de la responsabilidad social empresarial percibida y sus efectos sobre la imagen y la reputación: una aproximación desde el modelo de Carroll *Estudios Gerenciales*, 24, 37-59.

Argandoña, A. (1998). La teoría de los stakeholders y el bien común. Paper presented at the EBEN 10th Annual Conference Praga, Checoslovaquia.

Argandoña, A. (2007). Responsabilidad social de la empresa: ¿Qué modelo económico? ¿Qué modelo de empresa? *Documentación Social*, 14.

Argandoña, A. (2010). Las virtudes en una teoría de la acción humana (pp. 18). Madrid España: Universidad de Navarra.

Aristóteles. (1931). *Obras Completas VI. Ética a Nicómaco* (F. Gallach Palés, Trans.). Madrid, España.

Barroso, F. (2008). La responsabilidad social empresarial un estudio de 40 empresas en la ciudad de Yucatán. *Contaduría y Administración*, 73-91.

Bertalanffy, L. (1950). An outline of general system theory. *The British Journal for the Philosophy of Science*, 1, 134-165.

Carroll, A. (1979). A three-dimensional conceptual model of corporate performance. *Academy of Management Review*, 4, 497-505.

Carroll, A. (1991). The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders. *Business Horizons*.

CCE, C. d. I. C. E. (2001). *LIBRO VERDE. Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*. Bruselas.

De la Cuesta, M., & Valor, C. (2003). Responsabilidad social de la empresa Concepto, medición y desarrollo en España. *BOLETIN ECONOMICO DE ICE*, 14. Retrieved from





Díaz, M., Peña, M., & González, A. (2012). La comunicación y el grado de satisfacción en las relaciones interpersonales de los trabajadores de una pequeña empresa de la industrial metal mecánica. . Global Conference on Business & Finance Proceedings, 7, 934-939.

Drack, M., & Schwarz, G. (2010). Recent Developments in General System Theory. Systems Research and Behavioral Science, 27, 601-610.

Duarte, A. (2011). Corporate Social Responsibility from an Employees' Perspective: Contributes for Understanding Job Attitudes. Doctor in Social and Organizational Psychology, area of Organizational Behavior by, Instituto Universitario de Lisboa.



Edmans, A. (2012). The Link between Job Satisfaction and Firm Value, With Implications for Corporate Social Responsibility. Academy of Management Perspectives, 1-19.

Freeman, E. (1994). The politics of stakeholder's theory: some future directions. Business Ethics Quarterly, 16.

Friedman, M. (1970). The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits. The New York Times Magazine, 6.



Gaete, R., Valderrama, C., Carmona, G., Elgueta, A., & Quiroz, J. (2009). Diagnóstico de la función de Gestión de Recursos Humanos de los Servicios Públicos de la ciudad de Antofagasta en Chile desde la perspectiva de la Responsabilidad Social Corporativa Interna. Documentos y Aportes en Administración Pública y Gestión Estatal, 39-71.

Garriga, E., & Melé, D. (2004). Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the Territory. Journal of Business Ethics, 53, 51-71.

Godos-Díez, J., & Fernández, R. (2011). ¿Cómo se percibe la dirección socialmente responsable por parte de los altos directivos de empresas en España?\*. Universia Business Review, 19.

Gutierrez, R., Ramirez, M., & García, B. (2012). Estudio del compromiso organizacional en un colegio particular, en Ensenada, B.C. . Global Conference on Business & Finance Proceedings, 7.

Kaufmann, M., & Olaru, M. (2012). The impact of Corporate Social Responsibility on Business Performance, can it be measured, and if so, how? . Paper presented at the The Berlin International Economics Congress 2012, Berlin.





Mababu, R. (2010). Actitudes de los Empresarios y Directivos hacia la Responsabilidad Social Corporativa. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 26.

Madium, R. (2004). Ética y Estrategia en un Marco Teórico Referencial de la Ética de Negocios. *RAC*, 24.

Maignan, I., & Ferrell, O. (2000). Measuring Corporate Citizenship in Two Countries: The Case of the United States and France. *Journal of Business Ethics*, 23, 283-297.

Maldonado-Radillo, S., Guillén, A., & Carranza, R. (2012). El compromiso organizacional del personal docente y administrativo de una universidad pública. *Revista Internacional de Administración y Finanzas*, 5, 135-142.

Marín, L., & Rubio, A. (2008). ¿Moda o Factor Competitivo? Un Estudio Empírico de Responsabilidad Social Corporativa en PYME. *Tribuna de Economía*, 177-193.

Melgar, J. (2011). Efectos del downsizing en la satisfacción laboral y el compromiso de los supervisores de producción: Caso de la Industria Maquiladora de Ciudad Juárez, Chihuahua, México. Tesis Doctoral, Universidad de Granada.

Mercado, P., & García, P. (2007). La responsabilidad social en empresas del Valle de Toluca (México). UN estudio exploratorio. *Estudios Gerenciales*, 23, 119-135.

Meyer, J., & Allen, N. (1991). A Three-Component Conceptualization of Organizational Commitment. *Human Resource Management Review*, 1(1), 61-90.

Meyer, J., Allen, N., & Smith, C. (1993). Commitment to organizations and occupations: Extension and test of the three-component conceptualization. *Journal of Applied Psychology*, 78, 538-551.

Nisha, P. (2012). The Impact of CSR Perception on Job Attitudes of Employees in India. *Advances In Management*, 5, 58-61.

Páez, I. (2010). La influencia del desempeño social corporativo en la satisfacción laboral de los empleados: una revisión teórica de los empleados desde una perspectiva multinivel. *Estudios Gerenciales*, 26, 20.

Pátlan-Perez, J., Martínez, E., & Hernández, R. (2012). El clima y la justicia organizacional y su efecto en la satisfacción laboral. *Revista Internacional de Administración y Finanzas*, 5, 1-19.





Peña, M., Olloqui, A., & Aguilar, A. (2012). Relación de factores en la satisfacción laboral de los trabajadores de una pequeña empresa de la industria Metal - Mecánica. *Revista Internacional de Administración y Finanzas*, 6, 115-128.

Peña, M., Olloqui, A., & Fraire, A. (2013). Relación de Factores en la Satisfacción Laboral de los trabajadores de una Pequeña Empresa de la Industria Metal-Mecánica. *Revista Internacional de Administración y Finanzas*, 6, 115-128.

Pérez, A. (1991). *Teoría de la Acción Humana en las organizaciones. La acción personal.* (Primera edición ed.). Madrid, España.

Pérez, J. (1997). Motivación y Satisfacción Laboral: retrospectiva sobre sus formas de análisis. *REIS*, 133-167.

Raineri, A. (2007). Distribución de satisfacción laboral en diferentes grupos de empleados en Chile: similitud con culturas individualistas. *Estudios de Administración*, 14, 43.

Rego, A., Leal, S., & Pina, M. (2011). Rethinking the Employees' Perceptions of Corporate Citizenship Dimensionalization. *Journal of Business Ethics*, 207–218.

Rupp, D., Ganapathi, J., Aguilera, R., & Williams, C. (2006). Employee reactions to corporate social responsibility: an organizational justice framework. *Journal of Organizational Behaviour*, 8. doi: 10.1002/job.380

Santos, F., Guillen, C., & Montalbán, F. (2012). Contrato de trabajo, compromiso y satisfacción: moderación de la empleabilidad. *Revista de Administração de Empresas*, 52, 345-359.

Server, R., & Capó, J. (2009). La Responsabilidad Social Empresarial en un contexto de crisis. Repercusión en las Sociedades Cooperativas. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 26.

Shauki, E. (2011). Perceptions on Corporate Social Responsibility: A Study in Capturing Public Confidence. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 18, 200–208.

Túnez, J., & Valarezo, K. (2012). RSC: Reputación, Sostenibilidad, Compromiso. *Chasqui*, 7.

Turker, D. (2008a). How Corporate Social Responsibility Influences Organizational Commitment Duygu Turker. *Journal of Business Ethics*, 89, 189–204.





Turker, D. (2008b). Measuring Corporate Social Responsibility: A Scale Development Study. *Journal of Business Ethics*, 85, 411–427.

Tziner, A., Bar, Y., Oren, L., & Kadosh, G. (2011). Corporate Social Responsibility, Organizational Justice and Job Satisfaction: How do They Interrelate, If at All? *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 27, 67-72.

Weiss, D., Dawis, R., Inghand, G., & Lofquist, L. (1967). *Manual for the Minnesota Satisfaction Questionnaire*. Minnesota Studies In Vocational Rehabilitation, XII.

Wood, D. (2010). Measuring Corporate Social Performance: A Review. *International Journal of Management Reviews*, 35. doi: 10.1111/j.1468-2370.2009.00274.x

