

Administración

Responsabilidad social empresarial en américa latina: Un panorama general

Isabel Font Playán
Patricia Gudiño Pérez
César Medina Salgado
Arturo Sánchez Martínez
Miriam Cardoso Brum*



RESUMEN

El trabajo es una exploración a la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y tiene por objetivo mostrar el contexto general del fenómeno, el origen y evolución de las ideas que lo integran, se revisan las iniciativas más destacadas y se observan las áreas de oportunidad.

En las prácticas de la RSE se distinguen conceptos de filosofía, cultura, gestión, comportamiento, compromiso voluntario y desarrollo sostenible. Con base en estas ideas se propone la siguiente definición de RSE: “Filosofía para orientar las prácticas gerenciales hacia un comportamiento organizacional responsable, que contribuya, fomente, procure y promueva el bienestar social y salud ambiental”.

*Profesores-Investigadores del Departamento de Administración de la UAM Azcapotzalco

ABSTRACT

This essay is an exploration to Corporate Social Responsibility (CSR) and must by objective show phenomenon general context, the origin and evolution of the ideas that integrate it, the most outstanding initiatives are reviewed and the opportunity areas are observed.

The CSR practices are distinguished by concepts of philosophy, culture, management behavior, voluntary commitment and sustainable development, based on these ideas as proposal the following concept: "Philosophy to guide managerial practices towards responsible organizational behavior, which contributes, fosters, seek, and promote social welfare and environmental health".

Palabras clave: Responsabilidad Social Empresarial, Comportamiento organizacional
Key words: Corporate Social Responsibility, Organizational behavior

Introducción

El presente trabajo es una exploración al tema de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y tiene por objetivo mostrar el contexto general del fenómeno, el origen y evolución de las ideas que lo integran, para contextualizar iniciativas globales, latinoamericanas y nacionales y destacar las áreas de oportunidad, al final se incluyen algunas reflexiones para vincular trabajos posteriores.

En Ciencias Sociales, el desarrollo de la humanidad ha estado vinculado principalmente con el entorno de la evolución del tejido social, su organización e instituciones, la economía, el comercio y los adelantos tecnológicos. En estas actividades del ser humano han estado presentes la ética y la moral a través de reglas, para garantizar prácticas denominadas “correctas”, a pesar de serlo no tanto o de existir partes impropias u ocultas.

Al revisar las diferentes culturas en el mundo, se podrá encontrar en ellas consideraciones, restricciones y conceptos que enjuiciaban la actividad comercial, tal como lo describen, Canessa y García (2005): “En las culturas griega y romana las actividades comerciales fueron consideradas como un “mal necesario” apareciendo restricciones filosóficas sobre el trabajo de los mercaderes. En la edad media continúan las restricciones religiosas planteadas por la iglesia católica que consideraba como despreciables las actividades comerciales y de negocios. Hacia el siglo XIII, ante el crecimiento del comercio en las ciudades europeas, Santo Tomás de Aquino estableció el concepto del precio justo determinado por los mercados y los márgenes de utilidad razonables obtenidos en el proceso de comercio. La ideología judía favorable al capitalismo,

la reforma y el nacimiento de la ética protestante hacen que el comercio ya no sea visto como una labor denigrante. Entre los siglos XV y XIX el comercio y las industrias crecen de forma sostenida, convirtiendo a la ética capitalista en un eje fundamental del desarrollo de la humanidad”.

Como es sabido, el comercio existe desde hace milenios y data de la época en que los individuos empezaron a hacer trueques e intercambios, sustituyendo la autosuficiencia de sus necesidades y deseos. Más adelante, la especialización se desarrolló para satisfacer las necesidades de todo un grupo, causando este intercambio comercial que las ciudades evolucionaran. La formación de mercados fue una fuerza importante en la promoción de la competencia y el desarrollo económico.

Ulteriormente, por invenciones tecnológicas surge la revolución industrial y comercial, donde las empresas jugaron un papel protagónico debido a la producción en masa, siendo su objetivo principal el intercambio más que la suficiencia particular (Gudiño y Sánchez, 2007).

A consecuencia, se alentó una orientación hacia la tecnología de producción, implicando la elaboración de productos que el fabricante decidía, prestando poca atención a los deseos reales de los compradores. La administración de la empresa se concentraba en mejorar la eficiencia de la producción y la distribución (Gudiño y Sánchez, 2007).

En la década de los cincuenta, inició la consolidación de las empresas después de la Segunda Guerra Mundial, cuando los países industrializados alcanzaron tasas de crecimiento superiores a las obtenidas en los últimos 130 años, generando una expansión a nivel mundial de las transacciones comerciales de estos países.

Después de las diferentes crisis del entorno internacional en los años 70, surge la iniciativa económica denominada Neoliberalismo, — apoyada por los países más desarrollados como Estados Unidos, Francia, Alemania, Inglaterra, Japón, Italia, Canadá— con el propósito de regular las relaciones comerciales y eliminar las barreras al comercio. Esta estrategia económica y política, favorecida por los avances en la informática y las telecomunicaciones, consolidó el fenómeno denominado globalización.

El sistema se caracterizó por la aceleración de la difusión y la penetración del progreso tecnológico, la saturación progresiva de las necesidades correspondientes al núcleo central del mercado, así como la madurez e internacionalización de los mercados, resultado de la reducción de tarifas aduaneras, y a la naturalización del libre juego del mercado.

Lo anterior permitió el crecimiento de las organizaciones basado en el desarrollo de la producción y la tecnología, elaboración de productos y servicios no diseñados para satisfacer una necesidad específica del consumidor, favoreciendo mensajes publicitarios que engañaban con el fin de fomentar el consumismo, la expansión económica y del comercio, la búsqueda de mano de obra barata y la desaparición de barreras de entrada con el fin de crear un mercado único y acumular los mayores beneficios (Gudiño y Sánchez, 2005).

Por su parte, los gobiernos con el fin de lograr sus objetivos económicos y los sociales en cada país, comenzaron a atenuar las normas que regían la inversión extranjera, el trabajo y el medioambiente (Brugmann y C. K. Prahalad, 2007).

Consecuentemente, y dada la insuficiencia de las leyes para garantizar el cumplimiento de normas y reglas (Roitter, 1996), se da la proliferación de multinacionales ofertando sin número de productos y servicios en los mercados. La fuerte competencia nacional e internacional, propicio deshumanización en la administración de los recursos humanos, deterioro medio ambiental y búsqueda del éxito, sin importar las consecuencias de los actos.

Son conocidos los propósitos de bajar costos, ser más competitivos y de tener mayores utilidades, así los productos son fabricados en condiciones cuestionables, ya sea desde el punto de vista laboral o del impacto ambiental, quedando bajo sospecha permanente. Ejemplo de esto son los casos como Nike, Shell Oil, Enron, Worldcom, Hewlett Packard en los que se identifica, falta de respeto por los derechos humanos, degradación ambiental, manipulación contable, revelación de información confidencial o prácticas empresariales inapropiadas (Brugmann y Parlad, 2007).

O situaciones como la indiferencia de la industria farmacéutica ante la pandemia provocada por el VIH en África (Porter y Kramer, 2007); de McDonald's ante la obesidad, la diabetes y la mala nutrición; de *Coca Cola Company* por su utilización del agua en la aldea de Plachinada en Kerala, India; de Merck y GlaxoSmithKlinea por exigir el uso de patentes para medicamentos contra el SIDA, y a Monsanto por introducir semillas modificadas genéticamente (Brugmann y C.K. Prahalad, 2007).

Estos eventos derivados de las malas prácticas empresariales han provocado: crisis de confianza en las actividades empresariales, el cuestionamiento de la sociedad sobre la responsabilidad en el desarrollo y su organización para demandar a las empresas un compromiso

social y ambiental, a través de prácticas coherentes.

Por lo expuesto, las empresas se han visto obligadas a cambiar de paradigma. Si bien, antes la función principal de las organizaciones era la creación de valor a través de la producción de productos y servicios que satisficieran las necesidades de la sociedad, las nuevas presiones de la sociedad, en cualquiera de sus roles, están transformado los valores y las perspectivas de la actividad empresarial, exigiéndoles mejorar su actuación, no sólo en el aspecto financiero, sino además, en el social y ambiental, implicando que las organizaciones sean responsables de sus actos e impactos en el planeta.

I. La RSE en el mundo

La RSE no es un fenómeno reciente, la Asociación Empresarial para el Desarrollo (AED, 2006), identifica desde 1943 en Jonson & Jonson un credo en el cual se introduce una nueva filosofía industrial definiendo la responsabilidad de la empresa hacia sus clientes, empleados, comunidad y públicos de interés. Sin embargo, se considera su desarrollo a partir de los 50, Garriga y Melé (2004), citado por Truño (2007), fijan como inicio de la literatura moderna de RSE la publicación del libro *Social Responsibilities of the Bussinesman* de Howard R. Bowen en el año 1953.

Más adelante, en los años 60, se identifican a los empresarios Thomas Watson de IBM, David Rockefeller del *Chase Manhattan* entre otros, como aquellos que plantearon la idea de una responsabilidad social, según Acción Empresarial (2003).

Por su parte, Truño (2007) comenta que el origen de la RSE en Europa, estaba unido a la función estatal de

regular el bienestar comunitario. Antes de esto, el Estado no asumía la función social, eran los empresarios quienes asumían un comportamiento paternalista o social, que fue desapareciendo posteriormente al crearse mutualidades, de los fondos de solidaridad, y de la construcción progresiva del Estado del Bienestar en Europa.

En 1992, en el marco de la Cumbre de la Tierra organizada por Naciones Unidas en Río de Janeiro, como consecuencia del Informe presentado en el año 1987 por la Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo (Informe Brundtland), la Unión Europea y otras partes signatarias de la Declaración de Río se comprometieron a formular estrategias de desarrollo sostenible. Pero es hasta 1999 con la entrada en vigor del Tratado de Ámsterdam cuando se hace del desarrollo sostenible una de las principales tareas de la Comunidad Europea (Vidal, 2003).

Otro hecho favorecedor de la RSE, fue el lanzamiento por parte de la Organización para la Cooperación Económica y el Desarrollo (OECD, siglas en inglés) de *Guidelines for Multinacional Enterprises*. Estas guías buscan asegurar la armonía las operaciones de las empresas y las políticas de los gobiernos, fortalecer la confianza entre el sector privado y las sociedades donde operan, así como fomentar la contribución de las multinacionales al desarrollo sostenible.

Sin embargo, es a partir de los impactos de la globalización en la economía, de la conciencia ecológica y del desarrollo de nuevas tecnologías, que surge la preocupación y adquiere importancia la RSE a través de movimientos globales de presión por parte de accionistas, inversionistas, trabajadores y sindicatos, consumidores y ONG's.

Las ideas de RSE toman fuerza a principios de la década de los 90, consolidándose en 1998, cuando la entidad *Social Accountability International* (SAI) crea la norma SA 8000 (*Social Accountability 8000*), reconocida hoy internacionalmente y que fue desarrollada con base en la Declaración Universal de Derechos Humanos, las Convenciones de la Organización Internacional del Trabajo, la Convención de las Naciones Unidas acerca de los Derechos de los Niños, y la Convención de las Naciones Unidas sobre la Eliminación de todas las formas de Discriminación contra la Mujer.

De igual manera, en el 2000 la Organización de las Naciones Unidas (ONU), aborda la RSE mediante el lanzamiento de los denominados “Diez Principios del Pacto Global” (*Global Compact*), con el fin de proteger los derechos humanos, fomentar el cuidado del ambiente y combatir la corrupción.

En 2001, la Comunidad Europea elaboró el denominado “Libro Verde de la Unión Europea”, con el objetivo de desarrollar un marco de responsabilidad social para las empresas europeas y en 2004, se manifiesta la Agencia Europea para la Seguridad y la Salud en el Trabajo considerando a la RSE como una prioridad estratégica importante para la reducción de los siniestros laborales y afirma que debe ser integrada con las medidas de prevención de riesgos laborales.

La Organización Internacional para la Estandarización (ISO por sus siglas en inglés), conocida por sus normas genéricas respecto a la gestión de la calidad (serie ISO9000) y de la gestión medioambiental (serie ISO14000), inició en el año 2001 un proceso de reflexión sobre la conveniencia de llegar a emitir algún tipo de norma

sobre la RSE, dando paso a la creación en marzo del 2005 de un Grupo de Trabajo que en la actualidad se encuentra elaborando una “Guía de Recomendaciones para las empresas” en materia de Responsabilidad Social Corporativa que culminará en la denominada Norma ISO26000.

Esta guía no pretende ser certificable, pero sí aportar una definición general de RS y establecer principios aplicables a cualquier organización que desee incorporarla en ámbitos como es el Gobierno Organizacional, Derechos Humanos, Prácticas laborales, Medioambiente, Prácticas operacionales justas, Desarrollo social y/o temas de Consumidores.

De igual manera, busca complementar otros instrumentos e iniciativas como el Pacto Mundial de Naciones Unidas, el *Global Reporting Initiative* (GRI) y los Lineamientos de la OCDE para empresas multinacionales.

Actualmente, en Québec, se paso a la fase de borrador de Estándar Internacional, el cual será publicado en septiembre de este año (2009), con el fin de usarse como guía y ser sometido a ratificación en febrero de 2010 para finalmente presentarse en la Celebración Global de la Responsabilidad Social en mayo de ese mismo año.

Los puntos referentes a RS por parte del grupo de trabajo de la ISO26000 son (Massai, 2007): responsabilidad de una organización por los impactos de sus decisiones y actividades en la sociedad y en el medioambiente, a través de un comportamiento transparente y ético que: es consistente con el desarrollo sustentable y el bienestar de la sociedad; toma en cuenta las expectativas de los *stakeholders*; cumple con las leyes aplicables y es

consistente con las normas internacionales de comportamiento y; está integrada a través de toda la organización.

A partir de principios del nuevo siglo, la RSE comienza a institucionalizarse a nivel mundial de manera creciente, so sólo a nivel empresarial si no también a nivel de gobierno. En el año 2000 el Reino Unido crea un Ministerio de RSE, modifica la ley de pensiones y requiere la divulgación de inversiones socialmente responsables (Acción Empresarial, 2003).

La Unión Europea en 2001, inicia el desarrollo de una estrategia de RSE y en el Reino Unido la revisión de la ley de sociedades, promoviendo mayor “*accountability*” por impactos sociales y ambientalistas. En ese mismo año, la Asociación de Aseguradores Británicos emiten las guías de revelación de inversiones sociales responsables.

En 2002 el Primer Ministro de Francia nombra un Ministerio de Desarrollo Sustentable. Por otro lado, en el marco del *World Economic Forum* (WEF), los países suscriben una declaración de ciudadanía corporativa y en abril de ese año, el *Global Reporting Initiative*, se convierte en una institución permanente.

II. RSE en latinoamérica y en México

De acuerdo con Canessa y García (2005), las primeras manifestaciones del movimiento de RS en América se presentaron en la década de los sesenta, con el surgimiento de la Asociación de Reguladores Cristianos de las Compañías del Brasil (ADCE) en 1965, institución preocupada por difundir la idea de RS en toda la región, pero es hasta los ochenta que logra tener protagonismo.

En los noventas, aparecen un conjunto de instituciones en distintos países como Perú 2021 en 1996, Instituto Ethos de Brasil en 1998, Acción RSE en el 2000, FUNDEMÁS de El Salvador en 2000; así como redes internacionales como es el caso de Forum Empresa, creada en 1997 por empresarios, líderes civiles, ONG´s, Universidades e Instituciones Públicas, teniendo actualmente su sede en Santiago de Chile.

En México, los orígenes de la RSE se ubican a mediados del siglo XX con la fundación del Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi) en 1992, quien emite, en 1997, el Programa de Responsabilidad Social Empresarial en México, y en 2000, la convocatoria para reconocer a las Mejores Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial, contando con la participación de organizaciones como: la Confederación Patronal de la República Mexicana (Coparmex), La Unión Social de Empresarios de México (USEM), Desarrollo Empresarial Mexicano y el Grupo Editorial Expansión, otorgándose por primera vez el Distintivo ESR 2001 a la Empresa Socialmente Responsable.

Ese mismo año, se integra la Alianza por la Responsabilidad Social Empresarial (AliaRSE) con la participación de Administración por Valores (Aval), la Coparmex, el Consejo Coordinador Empresarial (CCE), Cemefi, la Usem e Impulsa (antes Desarrollo Empresarial Mexicano) y en el 2002, se une la Confederación de Cámaras Industriales (CONCAMIN).

No obstante, en México la RSE no se ha generalizado aparentemente por varias razones: poca información disponible; considerarse una moda o una actividad de mercadotecnia, en particular de relaciones públicas;

considerase un lujo de las grandes empresas, seguir con el viejo paradigma de que la responsabilidad de una organización es crear trabajo, cumplir leyes y dar dividendos y, continuar con la idea de que el desarrollo social de una comunidad es responsabilidad del gobierno (Gudiño y Sánchez, 2005).

Lo poco que se ha hecho en esta materia, responde a la incursión de México en el mercado global. Para permanecer en el mercado, ya no sólo nacional, sino internacional, las organizaciones se han visto obligadas a incorporar programas como el pacto Mundial al que convoca la ONU, y que las propias empresas, a través de COPARMEX difunden en México. (Gudiño y Sánchez, 2005).

Según De la Torre (2006), otra iniciativa es la implementación de la norma SA8000 en México, basada en la ISO26000 (de la cual se habla más adelante en este reporte); así como el uso de *benchmarking* el cual en México sólo algunas compañías grandes realizan.

Por otro lado, Greaves (2006), señala que en los últimos años ha crecido el número de fundaciones empresariales o de programas sociales corporativos institucionales que apoyan la RSE. En 1996 se creó la Fundación del Empresariado Chihuahuense, A.C. (FECHAC), encargada de operar recursos provenientes de un gravamen adicional al impuesto sobre nómina propuesto por los empresarios del estado para destinar recursos a obras sociales. En el 2005 el CCE, lanzó la Fundación del Empresariado en México (Fundemex) con el objeto de lograr una participación "más estructurada" de los empresarios en el entorno externo y combate a la pobreza.

La misma autora, comenta que algunos líderes

empresariales han tomado parte en ámbitos antes exclusivos del Estado como la conservación y restauración del patrimonio cultural, prestación de servicios financieros, capacitación para el empleo, desarrollo comunitario, construcción de vivienda, fortalecimiento de las organizaciones de la sociedad civil; desempeñado roles sociales importantes en cuanto a la captación y canalización de recursos (propios y ajenos), y la conjunción de esfuerzos para fines sociales. "De igual manera, se han estrechado los vínculos con organizaciones internacionales de RSE, y en México tan sólo en el segundo semestre del 2005, alrededor de 200 empresas habían firmado los diez principios básicos de RSE contenidos en el Pacto Global de Naciones Unidas, los cuales versan sobre el respeto a los derechos humanos y laborales, el medio ambiente, y la lucha anticorrupción" (Greaves, 2006: 15).

También el sector público ha tenido participación en el tema; por ejemplo, la Secretaría de la Función Pública (SPF) ha promovido, a través de manuales, normas para el comportamiento ético de las empresas. La Procuraduría Federal de Protección al Medio Ambiente (Profepa), promulgó la Ley General de Equilibrio Ecológico y de Protección al Medio Ambiente. La Secretaría de Economía incorporó el Modelo Nacional para la Calidad Total, así como cláusulas relativas al compromiso de la empresa con la sociedad, y prácticas de buena ciudadanía. Esta misma dependencia, a través del Comité Nacional para la Productividad e Innovación tecnológica (COMPITE) elaboró y publicó los lineamientos sobre la Responsabilidad Social e Integridad de las Empresas, también se estableció dentro de la Secretaría de Economía el Punto Nacional de Contacto (PNC), que se encarga de darle seguimiento a los

lineamientos de la OCDE en México.

Las empresas galardonadas reciben una escultura y un diploma, además del apoyo para difundir y reproducir el material ganador en los sitios *web*, boletines y publicaciones de AliaRSE, Forum Empresarial, CEMEFI; y medios de comunicación con los que estas instituciones tengan convenios.

La práctica de la responsabilidad social, enfrenta grandes desafíos en México, pues los programas varían de empresa en empresa y éstos son únicamente programas filantrópicos, que por un lado, carecen de aspectos que involucren sus actividades al interior de la organización y por otro, de aspectos ambientales, sociales y de derechos humanos (Ruiz, 2004). Son programas que se centran principalmente en la educación y la salud; no se miden en cuanto al impacto y su efectividad y son utilizados para vanagloriarse, o desperdician recursos en dádivas (Gudiño y Sánchez, 2005).

Esta tendencia se puede observar en las diferentes empresas que han surgido con el objetivo de asesorar a organizaciones para la implementación y gestión de programas de responsabilidad social de acuerdo a diferentes áreas de oportunidad, pero que en realidad son programas de beneficencia. Lo cual deja clara la confusión entre el concepto de RSE y el de filantropía, o bien que se utiliza sólo con el fin de generar mayor aceptación de sus marcas o enaltecer su imagen en su entorno de influencia.

La práctica de la RSE en México

Algunas empresas mexicanas que ostentan practicar la RSE son Grupo Bimbo, Cinopolis, CEMEX y Fundación Televisa.

Dentro de las acciones de RSE del Grupo Bimbo, se destacan las enfocadas a la salud, el medio ambiente, desarrollo comunitario, la educación y la ética. En el rubro de salud, cuenta con un programa que incentiva la educación nutricional entre los empleados y al exterior, apoya a distintas organizaciones como la Fundación Mexicana para la Salud, La Casa de la Amistad, Apac y junto con la compañía farmacéutica Pfizer, ayuda a ofrecer atención nutricional y cardiovascular.

En medioambiente, la empresa en los últimos años ha reducido su consumo de energía en sus plantas, creó la fundación Reforestamos México, A.C., dedicada a cuidar y reforestar los bosques, en particular en la selva Lacandona y Campeche.

El Desarrollo comunitario está enfocado en dos direcciones, la primera de ellas es la comunidad indígena, en donde incentiva acciones encaminadas a mejorar la explotación de recursos naturales, da apoyo a la Fundación Mexicana para el Desarrollo Rural, Fundación Tarahumara y Patronata Prozona Mazahua. La segunda, es la promoción de una cultura emprendedora en el país, mediante el apoyo a la fundación Pro Empleo Productivo e Impulsa.

En educación, la empresa financia la escuela Crisol, una primaria para niños de familias con escasos ingresos, además de contribuir a los proyectos institucionales de la Universidad Nacional Autónoma de México, el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey, la Universidad de Monterrey y la Escuela Bancaria y Comercial.

En el tema de ética, la organización sigue los lineamientos del Código de Mejores Prácticas Corporativas, el cual fue creado por la Bolsa Mexicana de Valores, para

que las empresas que cotizan en bolsa aumenten la confianza de los inversionistas. Cuenta además con un código de ética autorregulatorio que incluye a clientes, accionistas, proveedores, empleados y consumidores.

En el caso de Cinépolis, sus acciones y/o programas de RSE están enfocados en promover la conciencia social y la educación, permitiendo la proyección en sus pantallas de mensajes que apoyan los Derechos Humanos y una sociedad más justa y más equitativa.

Así mismo, contribuye a través de donativos de la empresa y de sus clientes en el financiamiento de operaciones de cataratas para personas de bajos recursos. Colabora en la construcción de viviendas para familias cuyos ingresos no sean mayores a 2.5 salarios mínimos al día, con Fundación Televisa, Fidecomiso Provivah y Fundación Ara.

Destina a instituciones de beneficencia social, los ingresos totales de aproximadamente 25 funciones o premieres que programa durante el año. Apoya, junto con la organización *Fair Travel* (la cual incentiva el compromiso social), la reforestación de la región Cocucho en Michoacán.

Fomenta el respeto a la diferencia y la equidad de género, no discriminando a ningún tipo de persona; hecho reconocido por la Secretaría del Trabajo y Previsión Social. Además de pertenecer al Movimiento Congruencia, que es una asociación dedicada a promover la integración laboral y desarrollo de personas con alguna discapacidad.

Por su parte CEMEX, cuenta con una plataforma para gerenciar la sustentabilidad en toda la compañía, abarcando desde la gestión de asuntos de ambiente, salud integral, seguridad industrial, bienestar de la comunidad, hasta el cumplimiento de lineamientos de la Iniciativa de

Sustentabilidad del Cemento (González, 2008: 140).

Adicionalmente, colabora con gobiernos federales, estatales y locales, en el reemplazo de pisos de tierra por pisos de concreto antibacterial, con el fin de contribuir en la conservación de un ambiente limpio y saludable.

Ayuda a familias de escasos recursos a construir sus viviendas, a través de la organización de grupos de autofinanciamiento, además de brinda asesoría técnica, para así disminuir el tiempo de construcción de una vivienda de cuatro años a sólo uno.

Cuenta con el programa Construmex, en el cual los clientes que radican en Estados Unidos, tienen la posibilidad de enviar dinero a México, para la compra de material que necesiten sus familias, el cual se entrega directamente en el lugar indicado, por medio de los 2 mil distribuidores con que cuenta la empresa.

Realiza distintas acciones de apoyo la sociedad, como becas para niños, atención médica y dental en otros países, así como apoyo a centros sin fines de lucro para personas con capacidades diferentes.

Fundación Televisa, empresa importante no sólo en México, sino también en Latinoamérica, las acciones de RSE, que destacan son principalmente de filantropía como son los programas de Bécalos, Redondeo y Goles por México, los cuales recaban fondos para impulsar la educación básica, bajar el índice de deserción en las escuelas y atender a "niños de la calle"; equipan escuelas primarias y secundarias públicas del país, con aulas de medios (salones con computadoras); para salud, nutrición y vivienda, respectivamente.

Por otro lado, con el fin de optimizar la productividad, se está desarrollando el realizando acciones

como instalar detectores que apaguen las luces cuando no haya nadie trabajando; y conseguir papel sólo con proveedores que comprueben esquemas de reforestación. Además de medir el impacto ecológico de la empresa y concientizar a la sociedad por medio de mensajes en distintos medios, como noticieros o telenovelas.

En otro sentido, para fomentar la práctica de la RSE, CEMEFI entrega desde 2001 dos tipos de reconocimientos a las empresas.

El primero de ellos es conocido como “Distintivo ESR”, el cual “acredita a la empresa ante 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, y sustentar el cumplimiento de los estándares propuestos para los siguientes ámbitos de la responsabilidad social empresarial: Calidad de vida en la empresa, Ética empresarial, Vinculación de la empresa con la comunidad y Cuidado y preservación del medio ambiente” (CEMEFI, 2008: 1).

El distintivo se entrega en tres categorías: Empresas privada, Sector público y PYMES y cadena de valor. Aquellas empresas que obtengan el distintivo, reciben un diploma, una carta que autoriza el uso del distintivo ESR durante un año, una escultura nombrada “Escultura Empresas Socialmente Responsable”, así como un manual para la utilización del distintivo ESR.

El otro reconocimiento es el que se entrega por las Mejores Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial. El cual tiene como objetivo “reconocer públicamente a las empresas con prácticas ejemplares de Responsabilidad Social Empresarial, que demuestren al mismo tiempo

aportar éxito al negocio y tener un impacto positivo en la sociedad al promover y estimular a otras empresas a adoptarlas como parte de su estrategia hacia la excelencia” (CEMEFI, 2008: 1).

Pueden participar empresas públicas o privadas de cualquier sector, que lleven al menos dos años en operación; existiendo cinco áreas de reconocimiento:

- Calidad de vida en la empresa
- Cuidado y preservación del medio ambiente
- Vinculación e involucramiento de la empresa con la comunidad
- Gestión ética de la empresa
- Aplicación de la responsabilidad social empresarial en la cadena de valor (PYMES)
- Promoción de consumo responsable.

Por ello solamente algunas empresas mexicanas destacan por sus acciones de responsabilidad social empresarial, González (2008).

Por otro lado, en México desde hace varios años, la empresa consultora HayGroup y la editorial HSM, realizaron un estudio para identificar a las empresas líderes en distintos rubros, entre ellos el de responsabilidad social. Éste consistió en recopilar información a nivel empresarial, evaluando siete tópicos: imagen, **responsabilidad social**, recursos humanos, finanzas, productos y servicios, atención al cliente y operaciones.

Para la obtención de información, se aplican encuestas electrónicas a ejecutivos de alguno de los doce sectores económicos elegidos para el estudio. Se usa una muestra de más de mil ejecutivos de primer nivel.

Posteriormente, con base en los datos obtenidos, se califica a las empresas y se les dio una calificación (en

escala de 1 a 10 puntos) en cada tópico, además de una calificación global. Para efectos de este trabajo sólo se presentan las empresas (primeros 10 lugares de 50) que este estudio considera líderes en cuanto la responsabilidad social.

Cabe destacar, que dos de las empresas mencionadas anteriormente por sus prácticas de responsabilidad social, Bimbo y Cemex; se encuentran en los lugares 24 y 36 respectivamente.

10	Toyota	Automóviles y camiones así como partes para vehículos automotores	8.7
----	--------	---	-----

Fuente: Gestión de negocios (2008: 26)

III. Áreas de oportunidad en la RSE

La RSE es un fenómeno de debate desde todos los sectores; organizaciones sindicales y empresariales, organizaciones civiles, gobiernos, universidades, etcétera y es el resultado de un proceso amplio de reflexión a escala internacional respecto al modelo de desarrollo de la sociedad actual. Sin embargo, aún existen diversas áreas y temas por cubrir y analizarse para mejorar las iniciativas.

Al respecto, Casado (s/f), comenta que si bien, la RSE ha sido promovida por necesidades imperativas externas, obligando a la empresa a adoptarla, esta no viene acompañada de un compromiso real por los temas sociales, sino por una necesidad de adaptación y supervivencia, quedando muy distantes de generar un verdadero cambio cultural y conceptual de la empresa, razón por la cual, no convence ni a la sociedad, ni dentro de la misma empresa. Lo anterior se deriva de las siguientes carencias, según las palabras del autor:

En la mayoría de las empresas el departamento de RSE depende del área de mercadotecnia y el presupuesto de las cuentas de comunicación, mostrando ser una herramienta de ésta. En estos casos, el perfil del director o encargado de la RSE es un técnico convencido del potencial de la empresa en generar valor social, buen orador y comunicador social, con grandes dotes de relaciones públicas, pero con muy poca incidencia en las líneas tradicionales de negocio.

Cuadro 1.
Empresas líderes en responsabilidad social 2008

Posición	Empresa	Sector	Promedio
1	Nissan	Automóviles y camiones así como partes para vehículos automotores	9.5
2	Coca-Cola Company	Bebidas y tabaco	9.5
3	Coca-Cola FEMSA	Bebidas y tabaco	9.2
4	SONY	Equipo de computación, comunicación medición, componentes y accesorios electrónicos	9.1
5	COMEX	Química	9.1
6	Jugos del Valle	Bebidas y tabaco	9.1
7	Ford Motor	Automóviles y camiones así como partes para vehículos automotores	9
8	Volkswagen	Automóviles y camiones así como partes para vehículos automotores	8.9
9	Cervecería Cuauhtémoc Moctezuma	Bebidas y tabaco	8.7

El desarrollo sostenible es una meta de largo plazo que muchas veces no son compatibles o complementarias con las estrategias anuales de la empresa y previsiones de inversión de corto plazo. Generar una relación requiere de un compromiso constante en el tiempo por parte de la empresa y de que todas las partes puedan proyectar un futuro común y compartido.

A medida que las empresas crecieron, también la necesidad de capital surgiendo los accionistas, quienes poseen un porcentaje de la propiedad. Debido a ello, las empresas tienen mayor interés en priorizar el alza de sus acciones a corto plazo que en crear una producción sostenible y coherente con los agentes de interés involucrados. Es la monopolización de la propiedad por parte de los accionistas, que jerarquizan el proceso de toma de decisiones sin considerar a los principales participantes en el desarrollo del capital intelectual de la empresa, los trabajadores, o a los agentes de interés que interactúan con ella.

Para lograr su aportación es necesario que se identifiquen objetivos en las áreas sociales y medioambientales, paralelamente a la cuenta de resultados tradicional, pues será muy complejo valorar el impacto de la RSE e identificar la contribución al progreso social. Es necesario, según Casado (s/f), reconceptualizar la manera en que se cuantifican los “intangibles” de la empresa y cómo se “internalizan” las “externalidades”. Es en este punto donde se manifiesta la carencia, no existen herramientas que evalúen el impacto socioeconómico o medioambiental de la empresa en el entorno en el que opera. Una primera necesidad es hacer tangibles los bienes

y beneficios de las áreas sociales y ambientales para que se puedan tener un impacto en la toma de decisiones y las líneas estratégicas de la empresa.

La falta de concreción sobre qué se debería cuantificar, qué partidas deberían incluirse, cómo se debería informar y a quién debería incluir. El *Global Reporting Initiative (GRI)*, es la iniciativa más avanzada en el esfuerzo por crear un sistema de información sobre las áreas económicas, ambientales y sociales de la empresa, pero sigue siendo incapaz de evaluar la percepción de los agentes de interés y genera demasiadas discrepancias sobre los indicadores utilizados en el área social.

Por ello, implementar un programa o cualquier actividad de RSE implica dificultades a las cuales se deben enfrentar, como la resistencia a adaptarse al entorno, pues se piensa que la RSE es un gasto innecesario que no reditúa en nada; y sólo se preocupan por vender a bajos costos obteniendo mayores ganancias, sin importar lo que pase en el futuro con el medio ambiente y la sociedad (EKA, 2008).

Otro aspecto importante es la necesidad de contar con un buen gobierno corporativo¹, lo cual no es fácil debido a la falta de transparencia y ética en muchas organizaciones, por ello las empresas además de adaptarse a su entorno, deben de lograr un cambio en su interior para poder implementar una responsabilidad social de manera integral. Una empresa que no cuenta con un buen gobierno corporativo no es bien vista por accionistas y clientes, pudiendo provocar incluso el cierre de la organización como pasó con Enron en Estados Unidos.

La cantidad de dinero que se invierte en programas

¹ Extiéndase gobierno corporativo como “conjunto de normas que codifican y regulan el funcionamiento de los órganos de gobierno de la empresa: los accionistas, el directorio y la alta administración, con el fin de proteger los intereses de la compañía” (Arias, 2008).

o actividades de RSE, varía de acuerdo a las capacidades de cada empresa, lo cual de entrada limita a las PyMES y empresas familiares, ya que no cuentan con la capacidad para invertir en programas de ese tipo. Esto se vuelve un aspecto negativo para ellas, ya que actualmente las empresas socialmente responsables están ganando terreno en los mercados.

Un aspecto adicional al implementar la RSE, es que los beneficios de ésta no se dan en el corto plazo, por lo tanto, si la empresa no cuenta con suficientes recursos humanos, materiales y sobre todo financieros para afrontar la inversión de implementar un programa de este tipo, es poco probable que se aventuren a adoptar alguno (las PyMES están más expuestas a esto), y por ende pierden terreno frente a las empresas que sí lo hacen.

En el tercer encuentro del Grupo Temático Nacional que se llevó a cabo en 2006, enfocado a la RSE, se mencionó que las prácticas de RSE deben de realizarse voluntariamente y al mismo tiempo ser creíbles, por ello no se pueden evaluar sólo por la empresa, se necesita un marco legal que la fomente mediante un proceso transparente. Lo cual a la fecha no se da en muchos países; lo cual se vuelve otro inconveniente al momento de implementar la responsabilidad social.

En dicha reunión, se detectaron como dificultades para la implementación de la RSE en las PyMES, la limitación de recursos, sobre todo en el caso de las microempresas que, en muchas ocasiones, rozan el umbral de la supervivencia empresarial; El desconocimiento de lo que es la RSE, y por tanto, de su gestión; la falta de formación, incluso de los responsables de recursos humanos; la identificación de buenas prácticas escasa y,

por tanto de argumentos para motivar al empresario a gestionar su responsabilidad social, (GNT3, 2006).

Al mismo tiempo, los medios de comunicación favorecieron la exposición social y la visibilidad mundial de las empresas, viviendo éstas las consecuencias de su actuación y por ende el deterioro de su imagen; situación que convirtió a la reputación en un intangible importante, gestionable (Casado, s/f) y de ventaja competitiva.

Adicionalmente, Vidal (2003) destaca el aspecto de voluntariedad y obligatoriedad, mencionando la dificultad de realizar un análisis comparativo de RSE entre dos empresas instaladas en dos países con legislaciones distintas. Una empresa puede ser socialmente responsable en un país donde la legislación es voluntaria y otra, sólo responsable de cumplir con sus obligaciones, en un país donde la legislación así lo demande. Incluso, una misma empresa puede ser catalogada de distinta manera en diferentes países.

Reflexiones finales

Como se ha dicho, el fenómeno que marcó una vorágine de cambios en el ambiente de las organizaciones fue la globalización, principalmente en tres factores: el económico, el social y el ambiental, resultado de favorecer prácticas empresariales irresponsables. A principios de los 90, diversos actores de la sociedad cuestionaron a las organizaciones por su comportamiento, surgiendo la preocupación por la relación entre el medio ambiente y las formas de producción y consumo. En 1992, en la Cumbre de la Tierra, toma fuerza el concepto de Desarrollo Sostenible, el cual, determina la necesidad de cuidar y

conservar los recursos, no sólo para generaciones inmediatas sino también futuras.

Estas ideas exigieron nuevos ejercicios organizacionales, prácticas éticas que contribuyan al desarrollo no sólo económico, sino también social y ambiental. Acciones que impacten equilibradamente en cada uno de estos factores.

Sin embargo, el desarrollo sostenible, no puede ser resultado sólo de la actividad empresarial, sino de la agregación de todos los actores de la sociedad, el Estado, las ONG's, las universidades, los consumidores, accionistas e inversionistas.

Para alcanzar el objetivo del desarrollo sostenible se requiere de comportamientos responsables de todos los actores; de prácticas con responsabilidad social y no sólo, como se observa en México, de filantropía, es decir de

aplicar los preceptos que norman, por ejemplo, la ISO26000.

En los objetivos organizacionales y en las prácticas de la RSE se distinguen los elementos siguientes: filosofía, cultura, gestión, comportamiento, compromiso voluntario y desarrollo sostenible. Con base en estas ideas se propone la siguiente definición de Responsabilidad Social como una aproximación a éste concepto: "Filosofía para orientar las prácticas gerenciales hacia un comportamiento organizacional responsable, que contribuya, fomente, procure y promueva el bienestar social y salud ambiental".

Derivado de lo anterior, es posible señalar que la RSE debe ser más que acciones altruistas, sino toda una manera nueva de pensar y operar, lo cual revela un reto para el surgimiento de una filosofía administrativa más humanista, ambientalista, consistente e integral.

Bibliografía

- Abraham (2006) La ergonomía. Publicado el 28 de febrero http://www.wikilearning.com/articulo/la_ergonomia-abstract/9779-1
- Acción Empresarial (2003), "ABC de la responsabilidad social empresarial en Chile y el Mundo". Acción Empresarial, Chile.
- Almodóvar, Margarita; de la Torre, Gustavo; Fuentes, Luis; Iturbide Laura; Lozano, Gerardo; Macías, Santiago y Rodríguez, Edgar, (2006), "Una nueva definición para México", en *Harvard Business Review*, num. 9, vol. 84.
- Asociación Empresarial para el Desarrollo (2006). Midiendo y evaluando la responsabilidad empresarial. Diario El Financiero, 7-13 agosto. AED Costa Rica.
- Brugmann, Jeb y C.K. Prahalad (2007). Cocrear un nuevo pacto social para las empresas. *Harvard Business Review* Agosto Vol.85, núm. 8
- Canessa Giuliana y Emilio García (2005). El ABC de la Responsabilidad social empresarial en el Perú y en el Mundo. Perú2021, Perú.
- Casado, Fernando (s/f), Las carencias de la RSE. De la responsabilidad al compromiso. CIES, España. mesd.net/grupcies/boletin/307446_ArticuloI_Edic_49.pdf
- CEMEFI (2006), Fundamentos de la Responsabilidad Social Empresarial, en <http://cemefi.org/>, visitado el 23 de julio de 2007.
- CEMEFI (2008), "Convocatoria Distintivo ESR novena edición", en http://www.cemefi.org/esr/pdf/DISTINTIVO%20ESR/CONVOCATORIA_DISTINTIVO_2009.pdf
- <http://www.cemefi.org/esr/pdf/MEJORES%20PRACTICAS/CONVOCATORIA%20MP2008.pdf>
- Comisión de las Comunidades Europeas (2001) "El libro verde: Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas", Bruselas COM(2001) 366.
- EKA (2008), "¿Por qué implementar la Responsabilidad Social Empresarial?", en *EKA la revista empresarial*,
- http://www.ekaenlinea.com/index.php?option=com_content&task=view&id=3337&Itemid=85
- Grupo Temático Nacional 3 (2006), "Conclusiones del tercer encuentro del GNT3", en: http://www.mtas.es/uafse/equal/descargas/Encuentro_RSE_Equal_BArna.pdf
- Greaves, Patricia (2006), "Empresarios Mexicanos ante la Responsabilidad Social", Universidad Iberoamericana, en http://www.uia.mx/campus/publicaciones/IIIDSES/pdf/desarrollo/5_empresarios_mexicanos.pdf

- González, L., Mauricio (2008), *Responsabilidad Social Empresarial*, México, Editorial Norma

- Gudiño, Patricia y Arturo Sánchez (2007). La Nueva Economía y las estrategias de mercadotecnia. UAM, México.

- Gudiño, Patricia y Arturo Sánchez (2005). Mercadotecnia para trascender: aplicación de la ética para la responsabilidad social. Gestión y estrategia no. 28. UAM, México.

- Massai, Regina (2007). Norma ISO 26000: Lo que dejó la Sesión Plenaria de Sydney 2007. Entrevista por editor_chile, en <http://www.redpuentes.org/>, visitado el 23 de diciembre de 2007.

- Porter, Michael y Mark Kramer (2006). Estrategia y sociedad: el vínculo entre ventaja competitiva y responsabilidad social corporativa. HBR. Latinoamérica.

- RedPuentes RSE (2007). Sesión plenaria para la elaboración de la ISO 26000 de Responsabilidad Social. En <http://www.redpuentes.org/agenda-actividades-rse>, visitado el 22 de Diciembre de 2007.

- Redpuentes.org. 2006. Borrador ISO 26000. [Publicación en línea]. Disponible desde internet en: www.redpuentes.org/centro-de-documentos/iso-responsabilidad-social-26.000/borrador-iso-26000.pdf/view [con acceso el 3-11-08].

- Roitter, M. (1996) "La razón social de las empresas: una investigación sobre los vínculos entre empresa y

sociedad en Argentina", Documento CEDES, No 115, Buenos Aires.

- Ruiz, Gabriela (2004), Acciones que convienen. Expansión, Ed. 904, 24 de noviembre, México.

- Truño, Jordi (2006). La responsabilidad social corporativa en la gestión empresarial. En <http://www.uab.es>

- Vallaeys, Francois (sf), "Breve marco teórico de la Responsabilidad Social Universitaria", en <http://blog.pucp.edu.pe/media/410/20061018-20061018-BREVE%20MARCO%20TEORICO%20DE%20RSU.doc>

- Vidal, Isabel (2003), Desarrollo sostenible, responsabilidad social corporativa y partenariado social, Módulo Primero del Máster en Responsabilidad Social Corporativa. Contabilidad y Auditoría Social, Universidad de Barcelona.

Otras fuentes

- www.accionempresarial.cl

- www.accountability.org.uk

- www.accionrse.cl

- www.cce.org.mx

- www.cemefi.org

- www.iso.org

- www.oecd.org