

Responsabilidad social empresarial: Hacia una agenda de investigación en México

Alejandro José Saldaña Rosas*



RESUMEN

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en México se encuentra en una etapa incipiente de desarrollo, en comparación con los avances que hay en otros países. Este exiguo desarrollo de políticas de RSE en parte es la causa de que el mundo académico poco se haya interesado por el tema, por lo que las investigaciones al respecto son escasas. Los conceptos que animan a la RSE en nuestro país son básicamente filantrópicos, caritativos y asistencialistas, lo cual representa un serio obstáculo para la implementación de la norma mexicana NMX-SAST-004-IMNC-2004 en la que se establecen directrices para la implementación de un sistema de gestión de responsabilidad social, así como para la norma ISO 26000, cuya publicación se espera para mediados de 2010. En este artículo se proponen algunos ejes para conformar una agenda de investigación en RSE para México.

* Investigador del Instituto de Investigaciones y Estudios Superiores de las Ciencias Administrativas, Universidad Veracruzana

ABSTRACT

Corporate Social Responsibility (CSR) is at an early stage of development in Mexico, comparing with its advance in other countries. One of the reasons of this limited development is that there is not enough interest of the academic world about this theme, having just a few research projects about it. CRS in our country is basically motivated by philanthropic, charitable and welfare concepts. It represents a serious obstacle for the implementation of the Mexican standard NMX-SAST-004-IMNC-2004, that sets guidelines for the implementation of a management system for social responsibility, as well as for the ISO 26000 standard, which publication is expected in mid-2010. This article proposes some axes to form a research agenda for CSR in Mexico.

Palabras clave: Responsabilidad Social Empresarial, Stakeholders, Filantropía

Key words: Corporate Social Responsibility, Stakeholders, Philanthropy

Introducción

En los últimos quince años aproximadamente, la Responsabilidad Social Empresarial¹ (RSE), ha ganado terreno en las agendas de los gobiernos, de los ejecutivos y directivos de empresa, e inclusive en los medios universitarios, si bien aún existen muchos vacíos en la investigación académica. Para muchos, la RSE no es más que un recurso para eludir compromisos fiscales o una estrategia de marketing social, mientras que para otros representa todo un hito que estaría transformando a las empresas al punto de convertirlas en agentes de cambio social. Frente a ambas posiciones extremas –con suficientes argumentos cada una– se impone la necesidad de un juicio atemperado y el desarrollo de proyectos de investigación que apunten a relevar las tendencias de la RSE en nuestro país. La intención de este trabajo es presentar un conjunto de hipótesis y de argumentos que abonen a la construcción de una agenda de investigación en materia de RSE en México.

El antecedente de este artículo es una investigación cualitativa realizada en el año 2005 sobre la percepción de la RSE en habitantes de dos ciudades mexicanas, el Distrito Federal y Monterrey. La investigación tuvo tres fases: i) estudio de gabinete, básicamente del abordaje que se da a la RSE en los medios de comunicación en nuestro país; ii) grupos de discusión, 5 en el DF y 5 en Monterrey, con una composición equilibrada de mujeres y hombres,

rangos de edad entre los 23 y los 50 años, de niveles socioeconómicos entre medio-bajo y alto con perfiles profesionales plurales (estudiantes, empleados, ejecutivos, políticos, pequeños y medianos empresarios y agentes culturales y creadores artísticos) y; iii) entrevistas (cinco en cada ciudad) con líderes de opinión de diferentes ámbitos: político, académico, empresarial, cultural y periodístico.

El estudio tuvo como objetivos principales identificar las percepciones sociales de la RSE en México, así como bosquejar el entramado empresarial e institucional (firmas, fundaciones, organizaciones certificadoras, etcétera.) en que se inserta y desarrolla la vertiente social de las firmas. Una parte de los resultados de aquel trabajo se presentan en las páginas siguientes.

La importancia que la RSE ha adquirido en los últimos años obedece a una tendencia mundial (Pérez, 2001) que ha dado lugar a la norma ISO 26000, cuyos lineamientos serán publicados por la International Organization for Standardization en septiembre de 2010, después de cinco años de intensos trabajos en los que han participado alrededor de 500 expertos². Esta norma ofrecerá orientaciones a las empresas que deseen lanzarse a implementar políticas de Responsabilidad Social, pero no es una norma para certificar a las firmas ni tampoco es un sistema de gestión. En otras palabras, el alcance de la norma ISO 26000 es limitado, toda vez que sus lineamientos no tendrán efectos de certificación ni tampoco establecerán

¹ En este trabajo, RSE y Responsabilidad Social Corporativa son equivalentes.

² De acuerdo a la información disponible en la página web de la International Organization for Standardization los referentes básicos para la elaboración de la norma ISO 26000 han sido recuperados del Swedish Standards Institute y de la Brazilian Association of Technical Standards, lo cual es un indicador de quiénes son los países líderes en la materia. Para profundizar en la información se puede consultar la página de la ISO: (<http://isotc.iso.org/livelink/livelink/fetch/2000/2122/830949/3934883/3935096/home.html?nodeid=4451259&vernum=0> consulta el 27 de julio de 2009).

esquemas o modelos de gestión para las firmas, aunque es indudable que la implementación de sistemas de control de gestión, como el Balance Scorecard, conduce necesariamente a que las organizaciones productivas atiendan las expectativas de otros actores más allá de los inversionistas³. En esta tesitura, es posible conjeturar que la publicación de la norma ISO 26000 es una expresión más del cambio de paradigmas (Clarke, y Clegg, 1998) que ha transformado radicalmente el mundo de los negocios y del management en las últimas décadas.

Si en el ámbito internacional la publicación de la norma ISO 26000 es inminente, en México se dispone desde el año 2005 de la norma NMX-SAST-004-IMNC-2004 en la que se establecen directrices para la implementación de un sistema de gestión de responsabilidad social. No obstante que nuestro país está formalmente al día en esta materia, lo cierto es que el arraigo y la madurez de la RSE son aún muy incipientes y aún más, este nuevo cariz de las firmas es visto con recelo y hasta con abierta desconfianza por diferentes sectores de la población.

Los rezagos que acusa México en materia de RSE quizás estén en la base de la escasa investigación dedicada al tema, sobre todo de trabajos que pongan en diálogo datos empíricos (cualitativos y/o cuantitativos) con sólidos encuadres teóricos. En este sentido, la tarea de construir agendas de investigación en la materia es relevante. A efecto de trazar algunos ejes de una posible agenda de investigación sobre RSE en México, en los siguientes apartados de este trabajo se establece: el contexto en el que opera la RSE en nuestro país (apartado 2);

posteriormente en el apartado 3 se traza una somera semblanza de la estructura y el alcance de la RSE; en el apartado 4 se presentan un conjunto de argumentos que apuntan a una caracterización de la RSE en México; en la sección número 5, con los argumentos presentados en los anteriores apartados, se establecen los ejes básicos que pueden articular una agenda de investigación sobre Responsabilidad Social en nuestro país y finalmente, en el apartado 6 se apuntan algunas conclusiones.

Para fines de este trabajo y toda vez que entre las organizaciones y empresas mexicanas con perfiles de RSE es un axioma compartido (al menos declarativamente), partimos de la siguiente definición:

Responsabilidad Social Empresarial es el compromiso consciente y congruente de cumplir integralmente con la finalidad de la empresa, tanto en lo interno como en lo externo, considerando las expectativas económicas, sociales y ambientales de todos sus participantes, demostrando respeto por la gente, los valores éticos, la comunidad y el medio ambiente, contribuyendo así a la construcción del bien común (Cajiga Calderón, s/f.).

Esta definición hace eco de la establecida en el Libro Verde de la Comisión de las Comunidades Europeas para fomentar un marco para la responsabilidad social de las empresas, donde se establece que "la mayoría de las definiciones de la responsabilidad social de las empresas entienden este concepto como la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores" (Comisión de las

³ Por esta razón, la teoría de los stakeholders se revela como un bastión conceptual de primer orden para analizar la RSE.

Comunidades Europeas, 2001:7). La vaguedad y el carácter meramente descriptivo de ambas definiciones plantea un primer tema de la agenda de investigación en RSE: la perspectiva teórica, ya que al menos hace falta integrar la conceptualización de la RSE dentro del entramado conceptual de la firma y aún más, dentro de la teoría social.

I. Contexto de la RSE en México

Los orígenes de la RSE en nuestro país pueden rastrearse hasta el nacimiento de las organizaciones patronales, como la Confederación Patronal de la República Mexicana (COPARMEX) o la Unión Social de Empresarios de México, A.C. (USEM), si bien las acciones sociales “de caridad” emprendidas por la iglesia se remontan a la colonia y a los primeros empresarios del siglo XIX que tenían una fuerte influencia católica. Sin embargo, por esa vía cualquier guiño hacia lo social por parte de los empresarios podría considerarse como una acción de RSE, con lo cual el concepto se desgasta y resulta completamente vacío para el análisis. Por ende, tenemos que establecer algunos criterios que nos permitan “fijar” un punto de referencia histórico para el origen de la RSE en México. A reserva de profundizar en el análisis, es posible considerar los siguientes criterios como las razones de fondo que permiten situar el origen y la relativa posterior expansión de la RSE en México:

a) Las tendencias observadas a nivel internacional que han cristalizado en una serie de normas, leyes, lineamientos, acuerdos y compromisos establecidos a nivel nacional

e internacional. En primer lugar y a manera de marco general, hay que señalar a la Declaración Universal de los Derechos Humanos de 1948, ya que allí se postulan una serie de principios y derechos que incluyen los ámbitos laborales (derecho a la sindicalización, a la equidad salarial, entre otros). Otros documentos básicos han emanado de la Organización Internacional del Trabajo y la OCDE, sin embargo, en la mayoría de los casos se trata de “recomendaciones”, por lo que su observancia es discrecional. Si bien se trata de documentos que abordan temáticas tan variadas como la sustentabilidad o el derecho al trabajo, sin duda constituyen un marco de referencia obligado para contextualizar el surgimiento de la RSE en nuestro país. Sin duda, la norma ISO 26000 marcará un punto de inflexión en el desarrollo de la RSE toda vez que será la referencia internacional más sistematizada y por lo mismo quizás con mayor alcance. Para un recuento de los documentos e iniciativas que aportan el contexto para el surgimiento y expansión de la RSE se sugiere la lectura del trabajo de Huerta Moreno (2009).

b) Un segundo factor es la recomposición del estado, que pasó de tener una fuerte presencia en la definición e implementación de la política social (a través de ampliar la oferta de servicios en educación, salud, vivienda, etc.) a una función de compensación social vía el subsidio a la demanda⁴. Esta tendencia, de orden mundial, en México se tradujo en el adelgazamiento del aparato público logrado a través de la venta, fusión, desincorporación o liquidación de cientos de empresas

⁴ Política social que ha conducido a que la pobreza en México se haya incrementado en los últimos años, tal y como lo reconoció hace unos días el Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social, CONEVAL. Consultar las notas publicadas en el diario La Jornada

públicas (no estratégicas, en teoría), que en algunos casos en efecto representaban una carga para las finanzas públicas; sin embargo, la transición del estado “interventor” al estado “regulador” no estuvo exenta de problemas e incluso de abusos, toda vez que el salvaje adelgazamiento del sector público lo llevó a una condición francamente famélica. La política social pasó de financiar la oferta de servicios a apoyar la demanda, lo cual permitió a las empresas y fundaciones canalizar recursos en materia de salud, educación, cultura y recreación, entre otros rubros. En este contexto, los particulares no han querido, podido, o sabido, hacerse cargo de las actividades abandonadas por el estado, lo que ha dado lugar a una suerte de “áreas vacías”, específicamente en materia de salud, educación, vivienda, combate a la pobreza y la marginación, medio ambiente y promoción del arte y la cultura. Son estas “áreas vacías” las que al parecer comenzarían a ser atendidas o cubiertas por las empresas, y sobre todo por las fundaciones, a través de acciones caracterizadas como socialmente responsables.

- c) El cambio de paradigmas organizacionales. Hoy, la empresa ha trascendido –y por mucho– su rol tradicional como productora de bienes y servicios y como generadora de fuentes de empleo, para convertirse en quizás la principal instancia social productora de sentido, esto es, hoy en día “la empresa es un elemento central de la producción de la sociedad” (Aubert y de Gaulejac, 1995:33). Específicamente, la empresa ha mutado de la ortodoxia managerial cuyos esfuerzos se canalizaban a lograr los máximos rendimientos para los accionistas, hacia la búsqueda de esquemas de

gestión orientados a tejer relaciones con un vasto y abigarrado conjunto de otros participantes, los llamados stakeholders. El hecho de que las firmas deban atender (o al menos poner atención) a las expectativas de los stakeholders (González, 2007): clientes, proveedores, empleados, asociados, funcionarios locales y nacionales, agencias certificadoras, organizaciones civiles, etc., presenta formidables retos para los investigadores toda vez que nos enfrentamos a la necesidad de construir marcos de análisis que permitan comprender y caracterizar no sólo a cada uno de los “participantes” sino los tipos de lazos tejidos con las empresas. En este sentido y a manera de hipótesis es posible sostener que uno de los fundamentos conceptuales de la RSE es la teoría de los stakeholders.

- d) El cuarto factor determinante en el desarrollo de la RSE en México es el surgimiento de organismos avocados a su impulso. En esta perspectiva destaca el surgimiento del Programa de Filantropía Empresarial, impulsado por el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI) a principios de los noventa. El mismo CEMEFI junto con la COPARMEX, la Confederación USEM, Desarrollo Empresarial Mexicano y la Editorial Expansión lanzaron la convocatoria, en el año 2000, para reconocer las “mejores prácticas” de RSE. Un año después se instaura el Distintivo Empresa Socialmente Responsable (ESR), que es uno de los más conocidos en México, al menos en términos propagandísticos. En el mismo año 2001 se constituye la Alianza por la Responsabilidad Social en México (AliaRSE). Finalmente y como se mencionó líneas arriba, en el año 2005 se publica la norma NMX-SAST-004-IMNC-2004 en la que se establecen

lineamientos para la implementación de un sistema de gestión de Responsabilidad Social en las empresas.

A partir de los anteriores referentes, podemos deducir que la RSE en México es de muy reciente implantación, por lo que no es de extrañar que su alcance sea aún extremadamente limitado y sobre todo, acotado a las grandes firmas y a las fundaciones. En el siguiente apartado abordamos este tópico.

1. Semblanza de la RSE en México

El alcance de la RSE en nuestro país es sumamente limitado, si tomamos como punto de referencia las empresas que han obtenido el Distintivo ESR y las que han recibido alguna capacitación para acoger la norma NMX-SAST-004-IMNC-2004. En el primer caso y para el año 2009, las empresas que han participado en el autodiagnóstico de Empresa Socialmente Responsable son 750, entre grandes, medianas y pequeñas. Si consideramos que en nuestro país existen poco más de tres millones de empresas, las que han realizado el autodiagnóstico (y presumimos que han obtenido la distinción de ESR) representan apenas el .025% del total.

Por otra parte, más allá del número de empresas “Socialmente Responsables” es interesante observar que el proceso para alcanzar la distinción se basa en un cuestionario de autoevaluación, el cual posteriormente es analizado y aprobado –en su caso- por un grupo de expertos. Para la autoevaluación existen dos instrumentos (formatos), uno dirigido a las grandes empresas y otro para las Pymes. El análisis de cada uno de los documentos, y sobre todo, la contrastación con la evidencia empírica, son tareas que

exceden a este trabajo, por lo que solamente se mostrarán brevemente los tópicos que se evalúan, sin presentar las preguntas en detalle.

Las tablas siguientes sintetizan los instrumentos de autoevaluación que las empresas deben llenar para la Distinción de Empresa Socialmente Responsable.

Cuadro 1.

Diagnóstico de ESR, grandes empresas, 2008

Dimensión	VARIABLES
Calidad de vida en la empresa	Empleabilidad Gestión del capital humano Balance entre trabajo y familia Seguridad y salud (condiciones laborales) Seguridad laboral Capacitación, educación y desarrollo Diversidad e igualdad de oportunidades
Ética empresarial	Derechos humanos y cultura de la dignidad humana Gobierno corporativo Compromiso con los grupos de interés (relación o stakeholders) Compromiso ético Trato justo y globalidad Apertura y transparencia Alineación estratégica Combate a la corrupción
Comunicación, publicidad responsable y promoción del consumo responsable	Publicidad y comunicación Consumo responsable Protección a la salud y seguridad del consumidor Respeto a los derechos del consumidor Productos y servicios
Vinculación con la comunidad	Difusión de la Responsabilidad Social Empresarial Ciudadanía y civismo

	empresarial Inversión social Programas de voluntariado Balance social Cadena de valor
Uso sustentable de los recursos y del medio ambiente	Operación ambiental Políticas ambientales Inversión Capacitación y programas ambientales Relaciones externas Instalaciones Entrada y salida de recursos Transporte Manejo del impacto ambiental

Fuente: Elaboración propia con datos del CEMEFI⁵

En cuanto a las pequeñas y medianas empresas, el instrumento de autodiagnóstico es mucho más reducido, como se observa en la tabla siguiente:

Cuadro 2.

Diagnóstico de ESR, Pymes, 2008

Dimensión	Variables
Cadena de valor de pequeñas y medianas empresas	Gestión de la RSE Responsabilidad social de la empresa (calidad de vida) Vinculación con la comunidad Gestión ética de la empresa Cuidados y preservación de los recursos y el medio ambiente

Fuente: Elaboración propia con datos del CEMEFI

Otra estimación del grado de penetración de la RSE en México la podemos obtener de la información proporcionada por el Comité Nacional de Productividad e Innovación Tecnológica, A.C. (COMPITE), institución sin

finés de lucro orientada a dar servicios de consultoría y capacitación a las micro, pequeñas y medianas empresas a precios accesibles (inclusive, el gobierno federal aporta una parte del costo de los servicios, en función del tamaño de la empresa). De acuerdo a la información disponible en el sitio web de COMPITE, en el año 2008 las actividades vinculadas a RSE arrojaron los siguientes resultados:

Cuadro 3.
Actividades de RSE en 2008

Indica	Responsabilidad Social e Integridad
Servicios	553
MiPyME's	534
Horas Efectivas	3280
Participantes	873

Fuente: Elaboración propia en base a datos de COMPITE

Como podemos observar, solamente 534 empresas y 873 personas recibieron consultoría u orientación en materia de RSE. Ante este panorama no es exagerado afirmar que la RSE en México se encuentra en un estado muy incipiente de desarrollo, sobre todo entre las micro, pequeñas y medianas empresas, que de acuerdo a la Secretaría de Economía representan aproximadamente el 98% del total de empresas en nuestro país.

Así, las empresas que tienen programas de RSE son menos y se limitan casi siempre a grandes firmas filiales de trasnacionales (Coca Cola, Ford, Danone), o bien a nacionales de gran tamaño (Telmex, Bimbo, Cemex). Otra vertiente son las compañías mexicanas de viejo cuño que

⁵ Información obtenida de la página web del Centro Mexicano para la Filantropía. <http://www.cemefi.org/esr/pdf/ESR%202008%20diagnostico%20empresas%20grandes.pdf>, consulta el 29 de julio de 2009.

desde sus orígenes han realizado obras sociales, primero orientadas a sus propios empleados y luego a su comunidad; en esta línea son notables las experiencias de los empresarios de la ciudad de Monterrey.

En la percepción en torno a la RSE podemos ubicar diversas densidades, esto es, una gama de representaciones que va desde la pequeña empresa que ofrece “buen trato” a sus empleados, hasta las fundaciones cuya dimensión y nivel de alcance las connotan con un paralelismo estrecho con las secretarías de estado (como en el caso de la Fundación Telmex, que tiene presencia prácticamente en todos los ámbitos sociales, en el deporte, en la cultura, etc.). Es claro que la hegemonía en RSE se vertebra en torno a las grandes fundaciones, por lo que ellas definen la agenda, las pautas de intervención, las alianzas, los mecanismos de difusión, las estructuras de enlace con la administración pública y otros actores, los esquemas de modulación social.

Los sectores en que se ha focalizado la RSE se corresponden con las “áreas vacías” dejadas por el estado en su proceso de reconversión y que no han sido suficientemente cubiertas por el mercado ni por el tercer sector (Organizaciones de la Sociedad Civil, OSC). En esta tesitura podemos afirmar que prácticamente no hay espacio social que no haya sido ocupado por acciones de RSE, de donde desprendemos que más importante que ubicar los sectores específicos de incidencia, es caracterizar los programas en términos de la movilización social que han generado y el sentido que los ha animado.

Los sectores más destacados por su incidencia de acciones de RSE en México son:

- Educación: becas a estudiantes de escasos recursos (sobre todo en nivel básico y en licenciatura, los apoyos
- menguan a nivel preparatoria), equipamiento de aulas y escuelas con TIC’S (computadoras e Internet), construcción de escuelas.
- Nutrición: programas de despensas a familias de escasos recursos, dulces nutritivos para niños.
- Vivienda: apoyo a la construcción de casas en comunidades rurales, indígenas y marginadas.
- Salud. En este sector es en el que se concentra el programa de RSE más visible y emblemático de México: el Teletón. En salud destacan las campañas de donación de órganos, trasplantes (riñón, córneas), aparatos auditivos, lentes y cirugía extramuros.
- Niños y niñas en situación de vulnerabilidad. Programas dirigidos a apoyar a niños/as en situación vulnerable (en la calle y de la calle); también, construcción y financiamiento de albergues para huérfanos y/o niños/as sin techo; albergues para niños/as indígenas.
- Arte y cultura. Exposiciones (fijas e itinerantes), financiamiento a producciones audiovisuales (programas de TV, cd’s, dvd’s), apoyo a publicaciones y a proyectos escénicos y musicales, entre otros.
- Fomento deportivo: Promoción de competencias deportivas (copa Telmex de fútbol), patrocinio y co-financiamiento de carreras para recaudar fondos (carrera Televisa Deportes), patrocinio de atletas.
- Justicia: fianzas sociales de Telmex (la Fundación Telmex paga las fianzas de personas de escasos recursos que han incurrido en delitos del fuero común o federal considerados no graves, a fin de obtener su liberación. Telmex ha aportado la fianza a más de 6000 personas).
- Medio ambiente: campañas de reforestación, conservación de flora y fauna, educación y capacitación

ambiental.

- Desastres naturales. Programas emergentes de las fundaciones más grandes (Televisa, Telmex, Azteca, entre otras) para llevar recursos a zonas afectadas por desastres naturales (huracanes, terremotos, incendios.)

Ante el debilitamiento del estado, la desarticulación de la sociedad civil y el pasmo de las organizaciones sindicales y políticas, la empresa emerge como instancia proveedora de recursos materiales y simbólicos y como factor de modulación social. Lo público (salud, educación, vivienda, cultura, justicia...) ha entrado en una especie de subasta donde las empresas y fundaciones que más recursos tienen, pujan con mayor ahínco y obtienen para sí las prebendas derivadas de ello: exenciones de impuestos, reconocimiento público, posicionamiento de mercado, legitimidad social y prestigio institucional. Las donaciones a organizaciones acreditadas para tal fin son deducibles de impuestos, lo que sin duda es un gran atractivo para muchas fundaciones.

1.1. Propositiones para una caracterización de la RSE en México

En función de la información recaba y de los puntos de vista vertidos en los grupos de discusión realizados en las ciudades de México y Monterrey, podemos caracterizar a las tendencias prevalecientes en materia de RSE en México como esencialmente asistencialistas, paternalistas y caritativas, más que como puntales estratégicos de la gestión empresarial y mucho menos como actividades orientadas al fortalecimiento del lazo social, la construcción de mayores espacios de autonomía individuales y

colectivos y la incidencia en procesos de ciudadanía de la vida pública. En México, el paso de las perspectivas asistencialistas y filantrópicas hacia una conceptualización de la RSE como inversión social aún está por darse, si bien algunas firmas y organizaciones del tercer sector ya han comenzado a avanzar paulatinamente en esta dirección.

El nodo central de la conceptualización caritativa radica en una relación de inequidad basada en la interpelación de los sujetos en función de sus carencias, esto es, las empresas y fundaciones interpelan al otro en términos negativos: los que no tienen casa, los que no tienen educación, los que no tienen computadoras e internet, los que no tienen salud, los que formalmente son ciudadanos pero no tienen acceso a los mínimos de bienestar, los que no tienen suficientes oportunidades, los pobres, los discapacitados, los enfermos y los marginales.

Esta interpelación por la carencia hace de los sujetos simples objetos de compasión y de caridad, lo que "autoriza" a lo público (el Estado) y a lo privado (las empresas y fundaciones) a actuar en su beneficio. Allí donde no hay ejercicio y reivindicación de derechos ciudadanos, la benevolencia hace su aparición. El resultado es una relación de inequidad en la que unos que tienen dan, y otros que carecen, reciben... y agradecen. El corolario del asistencialismo y la filantropía es la formación de subjetividades agradecidas (Duschatzky y Redondo), no de subjetividades participativas y autónomas.

Por otra parte, la RSE no se contempla dentro de las estrategias comerciales, de posicionamiento, de fortalecimiento de redes y de aprendizaje de las firmas, cuando más se conciben como acciones que sirven para

deducir impuestos y para mejorar la imagen de la empresa ante la sociedad. Esta caracterización se ajusta lo mismo a las grandes fundaciones (Televisa, Telmex, Azteca, BBVA, Banamex), a las compañías que realizan acciones de RSE (Bimbo, CEMEX, Modelo, Gigante, HP) y a firmas, organizaciones y fundaciones de menor tamaño (Unión de Empresarios para la Tecnología en la Educación, UNETE).

En este sentido, la RSE en México está a tono con las tendencias mostradas a nivel latinoamericano:

En Latinoamérica coexisten variados matices respecto a la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), en directa relación a las prácticas corporativas más recurrentes, historia local, nivel de exigencia de los consumidores, etc. La tendencia que se observa en la mayoría de los países analizados, demuestra que aún prevalece un enfoque de responsabilidad social más asociado a la filantropía, que tiene sus orígenes, principalmente, en una fuerte influencia de la religión católica (RSE y VINCULAR, 2005:14).

Al alero de esta caracterización consideremos a continuación algunas de las percepciones sociales que hay sobre la RSE en México (información recuperada en los grupos de discusión y en las entrevistas realizadas en las ciudades de México y Monterrey):

a) Por una parte, se establece un fuerte lazo entre RSE y gran empresa, esto es, la Responsabilidad Social Empresarial se asocia mucho más a la labor de las grandes firmas que a la de las medianas, pequeñas y microempresas. La relación que se establece entre capacidad económica y compromiso social, deriva en que las empresas medianas y pequeñas con menores flujos de capital, estarían hasta cierto punto eximidas de aportar recursos en acciones de RSE. Así, la

percepción social es que el grado de responsabilidad social está en función del tamaño de la empresa.

- b) Un segundo rasgo de la percepción sobre de RSE en México está vinculada con las acciones que las empresas emprenden con su propio personal. En sentido estricto, las acciones de las empresas con su personal (salarios justos, prestaciones, apoyos para educación o vivienda, etc.) escaparían al concepto de RSE, pero a los ojos de los sujetos que participaron en los grupos de discusión no es así, por lo que es dable construir la hipótesis de que la cultura de RSE en México pasa, en primer término y antes que nada, por las acciones orientadas hacia el personal que labora en las empresas.
- c) Una tercera característica de la cultura de RSE en México consiste en estimar que las empresas están obligadas a “retribuir” algo de lo que se apropian de la sociedad. Este rasgo responde a un enraizado sentimiento de “despojo” o “saqueo” que priva en México. En otras palabras, las empresas estarían obligadas a devolver a la sociedad a través de la RSE parte de lo que se han “apropiado”. De acuerdo con esta hipótesis, la RSE haría las veces de mecanismo compensatorio mediante el cual la sociedad quedaría resarcida de las pérdidas ocasionadas por la actividad empresarial. Mecanismo compensatorio que, sin embargo, no evitaría un saldo deficitario para la sociedad frente a las actividades empresariales. Luego entonces, es posible sostener a nivel de hipótesis que en el imaginario social habría un sentimiento adverso a las empresas debido al saqueo (no necesariamente por parte de las empresas, sino también de los tres niveles de gobierno: municipal, estatal y federal) que la sociedad percibe ha sido objeto,

y en el discurso emergería como su contrario: la necesidad –y hasta la obligación- de que las empresas devuelvan o reintegren a la sociedad lo que de ella han obtenido.

Ante el escrutinio y la mirada social, las acciones de responsabilidad empresarial manifiestan un carácter profundamente paradójico, toda vez que se reconocen los beneficios que aportan a la sociedad, pero se escamotea su legitimidad debido a los intereses de primer orden que las animan, esto es, las aportaciones sociales están empañadas por la búsqueda de la consecución de los objetivos económicos de las firmas.

1.2 Temas para la agenda de investigación de la RSE en México

Como se ha señalado a lo largo de este documento, la RSE en México está aún en una etapa muy incipiente de desarrollo y quizás esta sea una de las razones por las que en los medios universitarios escasamente se han emprendido investigaciones sobre el tema. Algunos de los trabajos más destacados en la materia son los de Pérez Chavarría (2001), Barroso Tanoira (2008), Mercado y García (2007), Husted y Salazar (2005) y el de Greaves Lainé (2005). Una constante en estos trabajos es que se trata de investigaciones de carácter exploratorio y por ende, son más bien descriptivos.

En la elaboración de una posible agenda de investigación es necesario profundizar en las vertientes teóricas a efecto de construir un marco de análisis ajustado al caso mexicano, sobre todo para dar cuenta de la RSE en las MIPyMES. A mi parecer, los ejes de la agenda de investigación básicamente son cinco.

- a) Teórico. Una línea de trabajo conceptual que al alero de la teoría de los stakeholders analice e interprete la RSE. En esta perspectiva es necesario recuperar las aportaciones de Donalson y Preston (1995) y de Freeman (1984), entre muchos otros, a fin de articular la gestión de la RSE con las expectativas de los stakeholders que, como sabemos y por antonomasia se definen como “cualquier grupo o individuo que puede afectar o ser afectado por el logro de los objetivos de la empresa” (Freeman, 1984:24). Colocar en el centro de la atención la perspectiva de los lazos que la empresa establece con diversos agentes que la afectan o que son afectados por su desempeño, nos obliga a echar mano de dispositivos metodológicos que enfatizan los vínculos, más que caractericen a los actores. En esta tesitura, el análisis de redes sociales se revela como una herramienta de primer orden. En otras palabras, se trata de re-construir las redes de relaciones de los stakeholders y de caracterizar los diferentes vínculos establecidos con la(s) empresa(s) y entre ellos.
- b) Económico. Un segundo eje consiste en el análisis del impacto de la RSE en los rendimientos de la empresa; más allá de buenas intenciones o de declaraciones grandilocuentes, es necesario emprender la enorme y muy compleja tarea de investigar si las empresas que asumen a cabalidad los compromisos de RSE tienen mejores desempeños económicos que aquellas que no lo hacen, y si esto representaría una ventaja competitiva de largo aliento o sólo coyuntural. Esta tarea es de primer orden puesto que permitiría –acaso- gatillar a la RSE como una estrategia de gestión que tendería a abatir ciertos costos ocultos (por ejemplo, los derivados de la

indiferencia hacia determinadas externalidades negativas, como la contaminación ambiental o incluso el malestar en la organización). En otras palabras, se trata de investigar –y demostrar, en su caso- que la RSE es un buen negocio.

Político. Sería iluso suponer que la arrogación de compromisos de RSE en México ocurrirá como parte de una tendencia “natural” que se presenta a escala internacional, o por obra y gracia de la “ética empresarial”. Lejos de presumir que las empresas y los empresarios plenamente responsables pueden desarrollarse en cualquier contexto social (como parte de un proceso “natural” de desarrollo del capitalismo), es necesario preguntarnos “¿Dentro de qué condiciones sociales y económicas va a ser más probable que las empresas tomen una responsabilidad social?” (Benedicte, 2004:3). Esta veta es quizás la menos explorada, no obstante es ineludible por cuanto nos emplaza en el análisis de los dispositivos y las tecnologías de poder que atraviesan y circundan a las empresas y su responsabilidad ante la sociedad.

Si bien estos son los grandes ejes que vertebran una posible agenda de investigación sobre RSE en nuestro país, no son los únicos y baste consignar la necesidad de indagar en los esquemas de transparencia y rendición de cuentas, en los procesos de gobierno de las empresas o en los compromisos en materia de sostenibilidad para percatarnos que estamos ante un reto de enormes proporciones.

Conclusiones

La Responsabilidad Social en México se encuentra en un proceso de transición entre los postulados caritativos y

filantrópicos hacia concepciones de mayor compromiso hacia la sociedad; la transición, sin embargo, no necesariamente significa que las perspectivas asistencialistas van a quedar en el pasado. Uno de los acicates más importantes para este cambio son las normas establecidas en la materia, específicamente la ISO 26000 que será publicada el año 2010, si bien su observancia tendrá un carácter voluntario.

En comparación con otros países de economías similares a la nuestra, como Brasil o Argentina, la RSE en México tienen escasa penetración y poco reconocimiento entre las firmas y en la misma sociedad; inclusive, no es del todo equivocado afirmar que la RSE es potestad de las grandes empresas y de las fundaciones.

Si aceptamos que la RSE emplaza a las empresas a responder ante el conjunto de actores que son influidos o que influyen en ellas, entonces, como investigadores de las organizaciones, estamos compelidos a asumir una postura. La construcción de agendas de investigación y de redes de colaboración académica sobre temas de RSE significa avanzar un paso en esta dirección.

En este trabajo se han propuesto tres ejes para construir una posible agenda de investigación sobre RSE en nuestro país: i) conceptual: articulación (y contradicciones) entre las teorías de los stakeholders y las teorías sobre la RSE; ii) económico: análisis de los (posibles) beneficios derivados de la implementación de la RSE como parte de la estrategia de negocios, y; iii) político: estudio de los escenarios sociales y económicos que promueven o favorecen que los empresarios asuman responsabilidades sociales.

Bibliografía

- Barroso Tanoira, Francisco (2008). "Responsabilidad Social Empresarial. Un estudio en cuarenta empresas de la ciudad de Mérida, Yucatán". *Contaduría y Administración*, septiembre-diciembre, número 226. UNAM, D.F. México, pp. 73-91
- Bull, Benedicte (2004). "Responsabilidad social de las empresas: ¿Una solución para el desarrollo en América Latina?" *Revista Venezolana de Gerencia*, diciembre-febrero, año/vol. 9 número 028. Universidad de Zulia, Maracaibo, Venezuela.
- Cajiga Calderón, J.F. *El Concepto de responsabilidad social empresarial*. Centro Mexicano para la Filantropía.
- Carneiro Caneda, Manuel. *La responsabilidad social corporativa interna : la "nueva frontera" de los recursos humanos*. Madrid : ESIC Editorial, 2004.
- Clarke, T. y Clegg, S.(1998) *Changing Paradigms. The Transformation of Management Knowledge for The 21 Century*. Harper Collins Business, London, Great Britain
- Comisión de la Comunidades Europeas: "*Libro Verde Fomentar un marco europeo para la Responsabilidad Social de las Empresas*" (OM (2001) 366 Final)
- Donaldson, Thomas y Preston, Lee E. (1995). "The Stakeholder Theory of the Corporation: Concepts, Evidence, and Implications". *The Academy of Management Review*, Vol. 20, No. 1, (Enero, 1995), pp. 65-91
- Duschatzky, Silvia y Redondo, Patricia (s/f). *El Plan Social Educativo y la Crisis de la Educación Pública. Reflexiones sobre los sentidos de las políticas compensatorias en los tiempos de la Reforma Educativa*. En <http://168.96.200.17/ar/libros/anped/1403T.PDF>
- Freeman, R. E. 1984. *Strategic management: A stakeholder approach*. Boston: Pitman.
- González Esteban, Elsa (2007). "La teoría de los stakeholders. Un puente para el desarrollo práctico de la ética empresarial y de la responsabilidad social corporativa". *Veritas*, Volúmen II, N° 17 (2007) pp. 205-224
- Greaves Lainé Patricia (2005). *Empresarios mexicanos ante la responsabilidad social*. Universidad Iberoamericana, México.
- Huerta Moreno Guadalupe (2009). "**La responsabilidad social empresarial, ¿complemento de la política social?**" **Foro Pobre, Pobreza, Empobrecimiento; para contender con la pobreza**, UAM X. 9. 10 y 11 de marzo 2009.
- Husted Corregan, Bryan y Salazar Cantú José de Jesús (2005). "Un Estudio Exploratorio sobre la Estrategia Social de Empresas Grandes Ubicadas en México". *Contaduría y Administración*, Universidad Autónoma de México, número 215. Distrito Federal, pp. 9-23
- Mercado Salgado Patricia y García Hernández Patricia (2007). *La Responsabilidad Social en empresas del Valle de*

Toluca (México). Un estudio exploratorio. *Estudios Gerenciales*, enero-marzo año/vol. 23 número 102. Universidad ICESI. Cali, Colombia pp. 119-135

• Pérez Chavarría Mariela (2001). La responsabilidad social corporativa en México: ¿Ser o parecer? Análisis de la comunicación en 25 empresas del país. *Red DirCom Iberoamericana*. Disponible en <http://www.reddircom.org/>

[textos/marielaperez.pdf](#), consulta el 15 de julio de 2009

• RSE, Red Interamericana y VINCULAR (2005). *Situación de la RSE en Latinoamérica. Hacia un desarrollo sustentable*. En <http://www.vincular.org/docs/libro/SituacionRSELatinoamerica.pdf>, consulta el 29 de julio de 2009.