

# VIII. El concepto de Responsabilidad Social Empresarial y su aceptación en las Empresas Mexicana

María Guadalupe Serna<sup>1</sup>  
Instituto Mora

## Introducción

El tema de la responsabilidad social aplicado a las empresas y entendido como el conjunto de acciones que éstas deben llevar a cabo, y están encaminadas a generar algún bien social, generalmente más allá de los intereses de la empresa; y que las leyes han establecido como tal, es un asunto que ha generado amplios debates desde la década de los setenta. No obstante, éstos se han intensificado en los últimos años, en gran parte como consecuencia del proceso de globalización. El crecimiento a niveles insospechados de las corporaciones, que ahora se cuentan entre las economías más grandes del mundo, desplazando así a las economías de país, ha puesto en alerta a amplios grupos de la sociedad civil y de las comunidades sociales en general acerca de la necesidad de exigir actuaciones transparentes y socialmente responsables por parte de estas entidades económicas.

Las preocupaciones se han enfocado también hacia la manera tan diferente en el comportamiento de estas corporaciones puesto que, en las comunidades donde se localizan sus sedes centrales, llevan a cabo acciones de responsabilidad que contrastan con la forma en como se conducen en las comunidades locales de aquellos países donde tienen sus distintas plantas de producción y ensamblaje. En otras palabras, en la medida en que no es posible localizar a las empresas y corporaciones como una entidad perteneciente a un país, dadas las características de las cadenas productivas y de proveedores, la problemática para definir la manera en que éstas se deben conducir y en que consiste ser una entidad socialmente responsable se vuelve un territorio donde prevalece la ambigüedad.

Sin embargo, es importante destacar que no se trata exclusivamente de la forma en como se deben conducir las grandes corporaciones, en términos de acciones de responsabilidad social; sino de la forma en que las empresas, esto es las unidades de producción, con independencia de su tamaño, localización geográfica o sector de actividad, deben actuar frente a la sociedad. Estas preocupaciones han generado una multiplicidad de interrogantes, por ejemplo: ¿Qué son en un sentido práctico las acciones de responsabilidad social llevadas a cabo por las empresas?, ¿cuáles son las razones por las que las empresas se preocupan por atender a este aspecto?, ¿cómo se entiende la responsabilidad social empresarial, desde la perspectiva de los empresarios?, ¿de dónde surge esta preocupación?, ¿qué beneficios le aporta esto a la empresa? Todas ellas son necesarias de ser analizadas en busca de respuestas.

---

<sup>1</sup> Guadalupe Serna. Profesora investigadora en el Instituto de Investigaciones Dr. José María Luis Mora, GSerna@institutomora.edu.mx

Como parte de estas preocupaciones, el objetivo de este texto, es analizar lo que se entiende por responsabilidad social empresarial (RSE), que finalmente es el telón de fondo donde se ubican estos cuestionamientos. Las múltiples definiciones que el concepto ha tenido y la manera en que estas han propiciado su ambigüedad, así como las críticas que esto ha generado. También me interesa explorar la manera en que algunas empresas en México definen lo que ellas entienden por RSE y cómo se traduce esto en acciones prácticas.

### **El concepto de Responsabilidad Social Empresarial**

El concepto de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) [*Corporate Social Responsibility*] (CSR) por sus siglas en inglés, ha sido un tema recurrente desde la década de los setenta. Para Carroll (1979) fue en la década de los treinta que Wendell Wilkie, un famoso abogado y ejecutivo, candidato a la presidencia de Estados Unidos por el Partido Republicano y fuerte crítico del New Deal, quien desde el mundo de la política y los negocios insistió en “la necesidad de educar a los hombres de negocios hacia un nuevo sentido de responsabilidad social”.

En 1953, con la publicación del texto de Howard R. Bowen, *Social Responsibility of the Businessman* se va a establecer la era moderna alrededor de este tema.<sup>2</sup> El trabajo de Bowen centraba su atención en esta convicción: los centenares de empresas de grandes proporciones eran centros vitales de poder y de toma de decisiones. Por tanto, las acciones que éstas llevaban a cabo tocaban la vida de los ciudadanos desde diferentes puntos. Esto significa que la actuación de la empresa no se circunscribía al ámbito económico al ofrecer sus productos, bienes y servicios, sino que iba más allá, afectando de distinta manera a la sociedad. Será Bowen quién formule específicamente la

pregunta acerca de, ¿qué tipo de responsabilidades sería razonable esperar que asumieran los hombres de negocios hacia la sociedad?

Para dar respuesta a ello, Bowen formula una definición inicial de responsabilidad social: “se refiere a la obligación de los hombres de negocios para sacar adelante y delinear aquellas políticas, realizar aquellas tomas de decisiones o seguir aquellas líneas de acción, las cuales serán deseables en términos de objetivos y valores de nuestra sociedad”.<sup>3</sup> Derivado de esta discusión el tema de RSE empezó a circular y discutirse entre hombres de negocios en revistas como *Fortune*. A partir de entonces se convirtió en un punto de discusión y en un tema de la agenda de investigación para un gran número de académicos de los países desarrollados.

La respuesta a propuestas como las de Bowen vino de posturas extremas, como las de Milton Friedman, quién se muestra contundente contra las doctrinas que sostienen la responsabilidad social de la empresa. Friedman insiste en que en una economía libre la empresa tiene una responsabilidad social y esta se refiere a emplear sus recursos y dedicarse a actividades que aumenten las ganancias para sus accionistas. En esta perspectiva los directivos son agentes que actúan en nombre de los accionistas, por lo que su responsabilidad es con ellos.<sup>4</sup> Posteriormente formula un argumento que desencadena una amplísima polémica al respecto. En donde asienta que la doctrina de la responsabilidad social es “fundamentalmente subversiva”. Desde su punto de vista “pocas tendencias podrían

---

<sup>2</sup> Archie B. Carroll, “A three-dimension conceptual model of corporate performance” en: **The Academic of Management Review**, vol. 4 núm.4 oct. 1979 (p. 497).

<sup>3</sup> Op. cit. p. 270.

<sup>4</sup> Luis González Seara, “La responsabilidad social de la empresa,” **Revista del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales**, España, Núm. 50, 2004, (p. 16). (Revista electrónica)

socavar de manera tan completa los cimientos mismos de la sociedad libre como la aceptación por los funcionarios de los corporativos de una responsabilidad social que no sea lograr tantas ganancias para sus accionistas como sea posible”.<sup>5</sup> El argumento de Friedman sostenía por tanto que el emplear recursos de la organización para el bienestar común iba en contra de la propia empresa puesto que disminuía su rentabilidad, por lo que ésta tendría que elevar entonces el precio de sus productos. Que incluso los directivos, si estaban interesados, podían emplear su propio dinero para asuntos de responsabilidad social, pero que no tenían legitimidad para emplear el dinero de los accionistas, puesto que esto sacrificaba la rentabilidad de la empresa en beneficio de objetivos sociales ajenos a los intereses de los accionistas.

Frente a esta postura surgieron otras. Una de ellas, la de McGuire (1963) para quien “la idea de las responsabilidades sociales supone que la corporación, no solamente tiene obligaciones económicas y legales, sino que también tiene ciertas responsabilidades hacia la sociedad, las cuales se extienden más allá de estas obligaciones”.<sup>6</sup> Cabe señalar, como lo indica Carroll, que Mc Guire no estableció claramente la manera en que se definían estas obligaciones sino que partía de algunas ejemplificaciones. Indicaba, por tanto, que las corporaciones podían tener interés en política, o bien en el bienestar de la comunidad donde se encontraba la empresa, o bien en asuntos educativos, o incluso preocuparse por que sus empleados tuvieran una vida feliz.

Posteriormente Walton (1967) propone un nuevo concepto de RSE que debía, “reconocer la estrecha relación entre corporación y sociedad y darse cuenta de que ésta se debía mantener tanto en la cabeza de los ejecutivos, como en la de la propia empresa para lograr llevar a cabo sus metas”. Esta definición de RSE incluye

elementos que resultaron interesantes posteriormente. Por ejemplo, el hecho de que éste debía ser un acto voluntario, es decir, que la empresa y sus ejecutivos debían atender a la estrecha relación de la empresa con la sociedad, sin mediar, para ello, ninguna coerción. También incluía que desde la organización se empezaban a hacer enlaces indirectos para con otras organizaciones y, finalmente, la aceptación de que la relación sociedad-empresa tenía un costo y que, muy probablemente, iba a resultar imposible hacer estimaciones acerca del beneficio económico que esto traería.

Este será el marco de disputa y preocupación que seguirían los teóricos de la RSE en donde los cuestionamientos se multiplicaban en torno a las siguientes interrogantes: ¿Cómo debe definirse y hasta donde se extienden las obligaciones de las empresas, o de las comunidades empresariales? ¿Las empresas existen para beneficiar a sus accionistas, o bien, deben atender también a la comunidad mayor? ¿Tienen las empresas un compromiso con las comunidades donde operan, o este se circunscribe sólo a los beneficiarios directos? ¿Quiénes son estos beneficiarios directos y qué papel juegan los otros agentes sociales en el desarrollo de las empresas?

Si bien esta polémica no se ha resuelto, ha continuado sobre vetas específicas. Por una parte, los críticos de la propuesta de Friedman sostuvieron que la empresa existe para servir a las comunidades donde opera, y de igual manera, para los beneficiarios directos de sus operaciones, es decir, sus accionistas. De acuerdo con lo anterior, la RSE se puede definir como “la obligación de la empresa de emplear sus recursos de manera que beneficien a la sociedad, mediante la participación

---

<sup>5</sup> Archie B. Carroll op cit. p. 497

<sup>6</sup> cit. en Archie B. Carroll, “Corporate Social Responsibility,” en: **Business Society**, vol. 38 núm.3, sept. 1999.

comprometida como un miembro más de la sociedad, teniendo en cuenta a la sociedad en su conjunto y mejorando el bienestar de la sociedad en su conjunto, independientemente de las ganancias directas de la compañía”.<sup>7</sup>

Como parte de su contribución a estas discusiones, Carroll (1979) había propuesto la identificación de cuatro componentes de la RSE que articulaban un amplio espectro de obligaciones por parte de la empresa hacia la sociedad. Estos eran: económico, legal, ético y discrecional o filantrópico. El componente económico constituye la responsabilidad fundamental de crecer y obtener beneficios. El legal es el deber de acatar la ley y comportarse de acuerdo con “las reglas del juego”. El componente ético es la responsabilidad de respetar los derechos de otros y hacer frente a las obligaciones que les encomienda la sociedad que hace efectivos estos derechos. Por último, el componente discrecional implica las actividades filantrópicas que apoyan a la comunidad en la que se encuentra inserta la empresa<sup>8</sup> (Véase también, Jamie et al. 2003 y Déniz s.f.).

Desde esta perspectiva el autor considera que hay una obligación moral por parte de las empresas, como parte del tejido social, para contribuir a la resolución de problemas sociales. Es decir, la responsabilidad social de estas unidades económicas se va a manifestar en acciones ordinarias, no van solamente enfocadas a promover su imagen y a lograr su reconocimiento. Así, una parte importante de estas acciones se va a referir simplemente al mantenimiento de relaciones responsables con los clientes y proveedores, lo que se logra mediante un pago puntual. Esto es no mantener un desfase entre el momento de entrega del producto o servicio realizado y la recepción por parte del proveedor del pago correspondiente.

En otros casos busca garantizar la calidad en el servicio, o bien, poner a disposición de los

clientes en general, productos, bienes y servicios de una calidad igual a la anunciada y/o comprometida. También se puede referir a que los empleados lleven a cabo su trabajo en un ambiente de cordialidad, de seguridad laboral, no sólo en términos de contrato, sino de realizar su actividad en instalaciones seguras, bien ventiladas, limpias, donde su salud no corra riesgo. O bien, al respeto a sus derechos laborales, recibir un trato no discriminatorio por razones de género, creencias, condición económica o preferencia sexual. Por último, a tratar de mantener una relación sin conflicto con las comunidades locales donde operan las empresas. Con ello nos referimos a la protección y cuidado del medio ambiente.

En este ambiente polémico, una parte atendía a la maximización de las ganancias para los accionistas (*stokeholder*) en la postura de Friedman y, la otra, defendía que la empresa fuera parte integral del tejido social, en donde Edward R. Freeman propone su teoría de los *stakeholder*. En ésta se establece que las compañías tendrían un mejor desempeño y habría menos desacuerdos, si estuvieran enlazadas de manera cercana con todos y cada uno de aquellos que pudieran verse afectados por sus operaciones. Y añade que una compañía debería operarse para el beneficio de todos aquellos a los que se puede considerar tienen un interés en su operación.

Los *stakeholders* se distribuían en cinco categorías: inversionistas, empleados, clientes, proveedores y la comunidad pertinente.<sup>9</sup> Como se puede apreciar, la primera parte de la propuesta puede ser fácilmente aceptada por el sistema capitalista, pues atiende al mejor

---

<sup>7</sup> Op. Cit. 272

<sup>8</sup> Op. Cit. 282-284.

<sup>9</sup> W.M. Evan y Edward R. Freeman, “A *Stakeholder Theory of the Modern Corporativon*,” en: T.L. Beauchamp, **Ethical, Theory and Business**, Prentice Hall, 1977, (pp. 76-84).

desempeño de la empresa mediante el establecimiento de relaciones con otras organizaciones. La dificultad estriba en la segunda parte de la propuesta. Puesto que incluye un criterio de equidad entre todos, es decir, un empleado no es menos importante que un accionista.

El abanico de aquellos considerados *stakeholders* va a ampliarse hasta incluir, en algunos casos a los medios de comunicación, a los grupos políticos, a los grupos de activistas y a los gobiernos. Es evidente en esta propuesta la exigencia sobre la responsabilidad consciente que debe tener la corporación, pues trasciende al imperativo de atender solamente a la maximización de las ganancias para los accionistas (*stakeholders*).<sup>10</sup>

Desde una perspectiva analítica esta teoría auxilia a los administradores de empresas y/o gerentes a promover la elaboración de análisis acerca de la manera en que la empresa se inserta en su comunidad. La teoría sugiere que este tipo de análisis incluyan una descripción cuidadosa y estandarizada de la manera en la que la producción de ésta afecta a los *stakeholders* dentro de la empresa (empresarios, administradores, accionistas) y en el entorno de la empresa (clientes, proveedores, financiadores, comunidad).

La propuesta de Freeman hacia los administradores es elaborar un mapa genérico de sus *stakeholders* específicos, lo que exige por parte de la empresa una clara identificación de los mismos. En esta categoría se sugiere incluir por ejemplo, al propietario, los financiadores, la comunidad, los grupos de activistas, el gobierno, los clientes, los sindicatos, los empleados, las agencias de comercialización, etcétera, así como a sus competidores. La idea es que este mapa de ubicación sea una extraordinaria herramienta para que los administradores o gerentes, al momento de tomar una decisión importante, cuenten con

elementos racionales para hacerlo, tener una clara perspectiva de lo que puede pasar y de la posible afectación que se puede dar a alguna de sus comunidades de interés o interesadas en el buen desempeño de la empresa.<sup>11</sup>

En un sentido normativo la teoría de los *stakeholders* sostiene que dejar de lado a alguna de sus comunidades de interés, o interesadas en el buen desempeño de la empresa, es una medida que puede ser imprudente o poco inteligente, así como éticamente injustificable. En este sentido esta teoría participa en un debate mayor acerca de los negocios y la ética, que el presente texto no aborda.

Es factible afirmar que no hay duda respecto a la multiplicidad de factores que han contribuido a que la discusión acerca de la RSE tenga matices de ambigüedad. Sin duda hay una falta de consenso respecto a la definición de este concepto, e incluso en algunos casos la polémica se ha trasladado hacia otros territorios, dados los constantes cambios registrados hoy en día.

Este es el caso de la propuesta de Vogel<sup>12</sup> quien insiste en la multiplicidad de razones por las que las empresas pueden elegir el conducirse de manera responsable, esto ante la ausencia de requerimientos legales, y dadas las características de las grandes corporaciones. Es decir, las empresas pueden llevar a cabo acciones de responsabilidad como parte de una estrategia publicitaria para aumentar su ventas, o bien, como una forma de defenderse de grupos sociales organizados que les exigen acciones responsables, e incluso frente a un evento que afecta a la comunidad donde se encuentra la

---

<sup>10</sup> Donald O. Mayer, "Stakeholder Theory," en: <http://www.referenceforbusiness.com/encyclopedia/sel-str/stakeholder/html>

<sup>11</sup> op. cit.

<sup>12</sup> David Vogel, **The Market for Virtue. The Potential and Limits of Corporate Social Responsibility**, The Brooking Institution Press, 2004, Washington, D.C:



empresa. O bien, pueden hacerlo por altruismo, con un legítimo interés en apoyar a grupos en condiciones difíciles o colaborar en alguna causa específica. Pero sobre todo, insiste el autor, esto se lleva a cabo, siempre y cuando obtengan una recompensa.

Destaca en esta propuesta que el autor considera al mercado como quien juega un papel importante y el elemento central para que tengan lugar acciones responsables por parte de la empresa. Son las fuerzas del mercado en una economía abierta quienes impulsan o restringen el que esto se lleve a cabo. Para Vogel, por tanto, la RSE se percibe como un nicho de mercado y no como una estrategia genérica. Por lo tanto es muy importante tomar en cuenta que, en la economía de mercado, siempre hay espacios para que las corporaciones y las empresas responsables actúen, pero hay aún espacios más grandes, es decir nichos más amplios para competidores no necesariamente responsables.<sup>13</sup>

Esta perspectiva lleva la discusión sobre la RSE hacia los ciudadanos. Lo que implica que estos juegan también un papel fundamental y son los ciudadanos y la sociedad organizada quien tiene la capacidad de expresar sus propios valores y de influir de alguna manera en las prácticas corporativas mediante su “voto” hacia preferencias más responsables en el momento en que deciden por un producto, bien o servicio.<sup>14</sup> Sin duda esto no es fácil de resolver pues existen varios problemas implícitos.

Encontramos que, en la mayoría de los casos, las corporaciones —ahora economías muy poderosas— han establecido sus cadenas de suministro y/o de abastecimiento en países en proceso de desarrollo, lo que dificulta las cosas. Como ya se había indicado, pueden tener comportamientos diversos por parte de una misma empresa en dos lugares diferentes, puesto que son corporaciones de carácter multinacional

no pueden ser monitoreadas o controladas por los gobiernos nacionales. Lo anterior implica que las regulaciones internacionales serían poco efectivas. Frente a este panorama las regulaciones civiles, que fácilmente se pueden enlazar hacia políticas públicas, representan un esfuerzo para acortar la brecha de gobernanza entre la ley y el mercado, como apunta Vogel.

Como lo muestra un reporte del Banco Mundial de 2004, los gobiernos tienen aún un carácter prioritario en el proceso de promover mejores conductas corporativas. “Las regulaciones del sector público y la capacidad de reforzamiento juegan un rol fundamental en el apuntalamiento de la RSE. Sin la capacidad o la atención a los derechos fundamentales de los ciudadanos, los negocios enfrentan dificultades substanciales para encontrar y mantener, de manera apropiada, los límites de sus intervenciones en el campo de la RSE. Las prácticas que las empresas privadas realizan como parte de sus acciones de responsabilidad y que tienen un carácter voluntario no pueden ser un sustituto efectivo de una buena gobernanza”.<sup>15</sup> No debemos dejar de lado que la RSE es un acto voluntario y, a diferencia de las regulaciones gubernamentales, no es posible forzar a las corporaciones a llevar a cabo decisiones menos lucrativas pero socialmente benéficas.

Sin embargo, como bien lo apunta González, es anacrónico seguir pensando en la empresa en términos de accionista-propietario. La empresa es una aventura donde se embarcan juntos quienes la constituyen (directivos, trabajadores, accionistas) y el resultado va a afectar de manera positiva o negativa a cada uno de ellos, de igual manera que afectará al bienestar

---

<sup>13</sup> op. cit. (pp. 2-3).

<sup>14</sup> Ib. Idem. (p.6).

<sup>15</sup> Halina Ward, “Public Sector Roles in Strengthening Corporate Social Responsibility: Taking Stock, Banco Mundial, 2004.

de la sociedad. Es decir, la responsabilidad de la empresa ante los accionistas y la sociedad, es la de conciliar el objetivo de generar beneficios (ganancias y empleo) mediante el cumplimiento estricto de las leyes. Será esta responsabilidad la que le lleve a ser una institución que va a mantener relaciones de interdependencia con el resto de la sociedad.<sup>16</sup> Esto nos lleva a dejar claro que las acciones de las empresas repercuten directamente sobre la sociedad, de la misma manera que las condiciones prevalecientes en la sociedad, son determinantes en la capacidad de la empresa para prosperar y generar beneficios. Adicionalmente la sociedad le otorga a la empresa el privilegio de poder actuar en un mercado solvente que le genera beneficios y como respuesta la empresa debe devolver a la sociedad una parte de los beneficios que ha obtenido de ella. Debe ir más allá del cumplimiento de sus obligaciones legales y de lograr sus intereses económicos, considerando una serie de obligaciones hacia otros grupos o sectores. Este es justamente el espacio donde se inserta la discusión sobre la RSE.

### **La RSE en otros contextos y países**

En la última década la RSE se ha tornado un asunto de carácter global y más institucional gracias a discusiones y múltiples aportaciones. Numerosas organizaciones multilaterales como las Naciones Unidas (UN), el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), el Banco Mundial (BM), la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), gobiernos de la Unión Europea y múltiples organizaciones de la sociedad civil promueven de manera activa la RSE. Su temática se ha enfocado hacia asuntos como las relaciones con la comunidad, prácticas para el cuidado del medio ambiente y la biodiversidad, así como a la conducta que tienen las corporaciones de carácter global en países en proceso de desarrollo. De este conjunto de

preocupaciones destaca lo relativo al trabajo y los derechos humanos, especialmente las prácticas que llevan a cabo las grandes corporaciones, como se observa en el escrutinio a que han sido sometidas empresas como *Nike* en su cadena de producción en países pobres.

Desde las Naciones Unidas el Secretario General, Kofi Annan, promovió en 1999 el Pacto Mundial (*Global Compact*) donde se convocó a empresas, sindicatos, organismos de la sociedad civil en unión con organismos de las Naciones Unidas, para impulsar diez principios en materia de derechos humanos, de trabajo, medio ambiente y combate a la corrupción.<sup>17</sup> El Pacto Mundial, como se le conoce en México, es una iniciativa voluntaria que hace un llamado a las empresas para que participen en la construcción de un marco social y medioambiental que apoye y afiance la continuidad de la apertura y liberalización de los mercados, con miras a que todas las personas tengan la oportunidad de compartir los beneficios de la economía mundializada. Grandes empresas multinacionales, así como, pequeñas, medianas y grandes empresas, se han adherido ya a esta iniciativa voluntaria en diferentes países del mundo.

En los países de Latinoamérica el tema de la RSE es un concepto relativamente novedoso que empezó a circular ampliamente entre las organizaciones en la década de los noventa. Para el caso de Brasil, esta preocupación se gestó a partir de un movimiento social y laboral activo, unido a la percepción de un empresariado interesado en promover una nueva cultura empresarial. En tanto que en Chile surge a partir de una organización empresarial preocupada por promover una cultura empresarial centrada

---

<sup>16</sup> Luis González, op. cit. (pp. 17-19).

<sup>17</sup> Originalmente Kofi Annan presentó nueve principios y en 2004 se incorporó el décimo relativo a la lucha contra la corrupción.

en la persona humana, mediante la práctica de valores cristianos y de responsabilidad social.<sup>18</sup> Se trata por tanto de un tema del que se han ocupado las sociedades desarrolladas y que ha llegado a aquellas en proceso de desarrollo, como en una especie de rebote, como un efecto más del proceso de globalización.

Para el caso de México el interés por la RSE es muy reciente y ha derivado específicamente del mundo empresarial, lugar donde se discuten los posibles beneficios que pueden tener las prácticas de responsabilidad social. Por lo que hace a las organizaciones de la sociedad civil la participación de éstas ha sido muy escasa. En el caso del mundo académico, apenas se inicia, al plantear la necesidad de analizar estos temas partiendo de un espectro muy amplio en donde se incluyen temas básicos como la discusión conceptual de lo que se entiende por RSE y los ejes temáticos sobre los que se ha articulado esta discusión. En las aulas la temática se ha insertado recientemente, y con mayor éxito, mediante la impartición de cursos que forman parte de la *currícula* de las escuelas de negocios y administración y en las áreas de especialidad. Si bien esto no se encuentra articulado —por ahora— a la formación de grupos de investigación sobre estos temas. Por ello no es posible dar respuestas a preguntas tales como: ¿Las empresas mexicanas son socialmente responsables? ¿Qué tipo de acciones que pueden considerarse socialmente responsables han puesto en marcha las empresas? ¿De qué manera son percibidas estas prácticas por las organizaciones de la sociedad civil? ¿Es factible hablar de RSE en México? ¿Para el mundo empresarial mexicano hay diferencias entre filantropía y RSE o se perciben como conceptos similares? Para hacerlo es necesario el desarrollo de investigaciones de gran envergadura enfocadas a dar respuestas a éstas preguntas. Tenemos, por tanto, precariedad en la información con que contamos para abordar

estos temas relevantes para la comprensión de las formas de actuar de la sociedad.

## **La Responsabilidad Social Empresarial en México**

El tema de la RSE en México tiene sus orígenes en la década de los sesenta cuando un grupo de empresarios funda la Unión Social de Empresarios Mexicanos (USEM), una iniciativa de inspiración católica que se constituyó como una propuesta de promoción social para los campesinos y consistió en llevar capacitación y asistencia técnica a regiones pobres del país. Esto significa que, al menos desde cuatro décadas atrás, la comunidad empresarial mexicana llevó a cabo acciones que impactaban a las comunidades. Estas acciones se localizaban principalmente en el terreno de la filantropía, esto es a partir de donaciones en dinero o en especie. O bien, acciones de tipo asistencial que de manera voluntaria llevaban a cabo las empresas. Todo esto muy ligado a una práctica religiosa de “ayuda a los más necesitados”, por parte de aquellos beneficiados económicamente. Será hasta la década de los noventa, cuando se inicie el tránsito hacia la modernización de la función social de las empresas en México, camino que tardará una década en ocupar un lugar en la agenda de algunas empresas mexicanas, así como en aquellas representaciones de corporaciones de carácter multinacional asentadas en el país. Esta parece tener sus primeras expresiones palpables a nivel de las relaciones laborales, la extensión de la responsabilidad fiscal, la preocupación por el combate a la pobreza y el desarrollo comunitario, mediante acciones compensatorias.

---

<sup>18</sup> Felipe Agüero, “La Responsabilidad Social Empresarial en América Latina: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México y Perú,” 2002, Grupo RSE-Chile.



En la última década del siglo XX, la comunidad empresarial mexicana empezó a mostrar algunos cambios encaminados a poner en marcha formas más modernas de relación con los problemas sociales. Es factible considerar, por tanto, que estos cambios se encuentran en una fase de transición entre el paradigma filantrópico tradicional y de asistencia social y el que da respuesta a la responsabilidad social empresarial. Si lo entendemos desde la perspectiva de Epstein (1987) para quien la RSE “está en relación con la materialización de decisiones organizativas que conciernen a asuntos específicos que (de acuerdo con algún principio normativo) tienen más efectos benéficos que adversos sobre los accionistas de la corporación. Por ende el carácter normativo correcto de los productos de una corporación han sido el principal foco de la RSE”.<sup>19</sup> Si atendemos a esto podemos afirmar que se trata de un proceso que precisa de una respuesta integral, por lo que se requieren esfuerzos enfocados a esparcir esta preocupación entre los distintos actores empresariales de nuestro país, las organizaciones de la sociedad civil, los sindicatos y la coordinación del sector público.

Un actor que ha promovido la RSE en México, es el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI) a partir del fomento de una cultura y una serie de prácticas y acciones que buscan ubicarse como acciones de responsabilidad social empresarial. Para formalizar estas preocupaciones en 2001, el CEMEFI, en colaboración con otros organismos empresariales, forman AliaRse, organización que acuerda otorgar a las empresas un Distintivo de RSE, con un costo a cubrir por aquellas empresas interesadas. Las empresas solicitan anualmente, de manera voluntaria, el someterse a una evaluación para obtener este galardón. Para ello, AliaRse diseñó un total de 124 indicadores, en cuatro áreas específicas: ética empresarial, cuidado y preservación del medio ambiente, calidad de vida en la comunidad

interna y, vinculación con la comunidad. Después de un año de recibirlo las empresas deciden, de manera voluntaria, si toman la decisión de mantenerlo lo que supone que éstas han cumplido con sus prácticas y han hecho mejoras en algunas de estas áreas. Si bien anualmente se hacen esfuerzos para mejorar los indicadores, una de las críticas que se le han hecho a esta organización, atiende a que las reuniones de discusión en donde se evalúa a las empresas y se decide si reciben o no el distintivo, se da entre pares. Esto es que el conjunto de evaluadores son empresarios y en este proceso no participan integrantes de la sociedad civil o miembros de la comunidad académica. Por lo que se hace necesario el contar con un grupo integrado por todos los sectores interesados, en el sentido de las comunidades de interés propuesto por la teoría de los *stakeholders*. Por otra parte, formar un grupo de interés integral, sería un ejercicio congruente con el significado que se le atribuye a la responsabilidad social empresarial.

### **Las acciones de RSE en las empresas mexicanas**

La preocupación central de este apartado es analizar brevemente lo que las empresas mexicanas consideran como acciones de responsabilidad social, la forma en que esto se expresa en prácticas o en acciones concretas. Para llevar a cabo este ejercicio utilizo la información que el documento “*Guía Práctica del Pacto Mundial en México*” nos proporciona,<sup>20</sup> por lo que no retomamos el nombre de las empresas que participan.

El grupo de empresas a que se refiere el documento “*Guía práctica del Pacto Mundial*

---

<sup>19</sup> Epstein, 1987, cit. en Archie Carroll, 1999, op. cit. (p. 288)

<sup>20</sup> El documento al que me refiero se encuentra disponible en <http://www.pactomundialmexico.org.mx>

en México” comparten entre sí el ser empresas de capital mexicano, formalmente establecidas, de todos los tamaños (grandes, pequeñas y medianas) ubicadas en los distintos sectores económicos y localizadas en diferentes regiones de México. Así como, el haber hecho pública su preocupación por el tema de la RSE, puesto que se han adherido al Pacto Mundial y/o han participado en la obtención del distintivo de *AliaRse*.<sup>21</sup> Asimismo destinan una parte de sus esfuerzos a llevar adelante acciones concretas en el campo de la responsabilidad social. Por tanto en un primer acercamiento se observa que estas empresas cuentan con una gerencia de RSE o bien con una Fundación encargada de estos asuntos. De igual manera los propietarios y/o directivos de las empresas comparten su preocupación por atender a sus comunidades locales.

Con relación a la manera en que se expresan concretamente algunas acciones de responsabilidad social, éstas presentan dos formas: responsabilidad social hacia el interior de sus empresas y hacia el exterior, o la comunidad donde operan.

En el caso de las acciones hacia sus comunidades internas las expresiones más comunes atienden al establecimiento de políticas en donde se perfila una mejora de la convivencia entre los distintos grupos de trabajadores y su relación con los cuadros directivos. En otros casos las empresas se han enfocado a la elaboración de códigos de ética sobre el comportamiento de los trabajadores, en donde se atiende a puntos como el respeto, la manera en que deben conducirse al interior de la empresa o bien, la promoción de la equidad. En el caso de los códigos, se describe de manera pormenorizada las instancias de apelación en el caso de acciones que afecten a un empleado, o bien cuando éste considere que hubo una falla en el procedimiento. También se incluyen los procedimientos sobre permanencia y movilidad

dentro de la empresa. Otras empresas, en cambio, se han enfocado a incrementar el ingreso de las mujeres a mejores posiciones y al logro de un equilibrio, ente hombres y mujeres, en términos porcentuales.<sup>22</sup> Para otras, lo más importante es el contribuir a que sus trabajadores tengan acceso a una vivienda digna, que cuenten con guarderías y escuelas para que los hijos continúen su educación, mientras ellos realizan su trabajo. También se preocupan porque tengan servicios de seguridad social, así como que perciban un salario digno y todas las prestaciones establecidas por la ley. Es decir que la responsabilidad se enfoca, en primer lugar, a lo que sucede al interior de estas unidades económicas. En este caso la RSE se entiende como aquellas funciones que la empresa debe cumplir para garantizar que sus comunidades internas no se vean afectadas de manera negativa por la operación de la empresa.

En el caso de las acciones de responsabilidad social hacia sus comunidades externas, esto es, en los lugares en donde se encuentran asentadas las empresas, una parte importante alude a acciones de tipo filantrópico. Esto es otorgar donativos a diversas organizaciones bien culturales, orientadas al cuidado del medio ambiente, o de ayuda a niños y niñas en condición de orfandad. Otras se preocupan por llevar a cabo acciones voluntarias, por parte de los empleados y directivos, quienes destinan tiempo y espacio para convivir con niños y niñas que por diversas razones tienen que pasar una parte de su vida al cuidado de otras personas diferentes de sus padres. Si bien son acciones de tipo voluntario, como lo es el que las

---

<sup>21</sup> Véase: <http://www.cemefi.org.mx>

<sup>22</sup> En este caso son empresas que han recibido el distintivo de Modelo de Equidad de Género (MEG) que otorga el Instituto Nacional de las Mujeres (INMUJERES). Se trata de un distintivo, con duración bianual, que se otorga a aquellas empresas que han demostrado avances para lograr la equidad de género y abolir prácticas discriminatorias contra las mujeres.

empresas se involucren en asuntos de RSE, se observa ya la puesta en práctica de ejercicios importantes como destinar tiempo y apoyo a terceros, sin que medie por ello algún beneficio económico para quien lo realiza. También encontramos empresas preocupadas por el cuidado del medio ambiente y por auxiliar con asesoría y apoyo a sus comunidades inmediatas. En estos casos la empresa extiende el asunto de la RSE hacia sus directivos y trabajadores. Se observa también que las empresas han diseñado y puesto en marcha programas específicos, en donde la empresa proporciona los fondos para que éstos operen.

En cuanto al tipo de acciones que llevan a cabo, la información reporta que las empresas se preocupan por temas directamente vinculados al tipo de negocios que éstas ofrecen. Así en el caso de empresas que producen alimentos, una salida natural parece ser el proporcionar, a grupos en desventaja o en condiciones de marginalidad, alimentos para que tengan acceso a una dieta básica que les permita ser, en el futuro, individuos productivos. Esta es otra forma que tienen las empresas mexicanas de incidir en sus comunidades locales. En varios de los casos presentados en la *Guía* se atiende a uno de los grupos más vulnerables de la sociedad: los niños. De hecho, estos parecen ser el punto focal de atención al diseñar programas de apoyo que pueden considerarse socialmente responsables. En el caso de empresas dedicadas a servicios en donde su elemento básico es el esparcimiento y el disfrute de ambientes naturales, la preocupación se ha enfocado hacia la necesidad de que las personas tomen conciencia de la importancia de preocuparse que los recursos no renovables del planeta sean apreciados y cuidados por la comunidad. Esto significa que en el caso de la RSE externa las empresas analizadas se han preocupado por contribuir de alguna manera a atender a las comunidades donde operan, pensando en el sector en donde operan. Aunque

en otros casos, como es el de los niños, contribuyen a atender un problema social, ante la situación de pobreza y diferenciación que se vive en México.

## Conclusiones

Las acciones y prácticas que se han analizado forman parte de lo que las empresas en México llevan a cabo para expresar que son socialmente responsables. Cabe preguntarse, sin dejar de lado que hasta ahora la RSE es una acción que se realiza de manera voluntaria, por parte de las empresas, ¿son estas las acciones que las empresas deben llevar a cabo hacia sus comunidades internas y externas? O bien, dadas las características socioeconómicas del país y la enorme desigualdad social que nos caracteriza como sociedad, ¿las empresas deben participar activamente en apoyar y llevar a cabo acciones que contribuyan a disminuir esta diferenciación social? ¿Debemos entonces entre sociedad y empresa tomar bajo nuestra responsabilidad el mejorar nuestra situación económica y cubrir todas las obligaciones que el Estado debería cumplir?

La respuesta no es simple puesto que hay varios asuntos que resolver y que permitirían ir conformando respuestas negativas, positivas o condicionadas. En primer lugar, desde mi punto de vista, es necesario que nuestra sociedad sea una sociedad informada, y en el tema de la RSE somos una sociedad desinformada. Basta con entrevistar a una o varias personas en los siguientes asuntos: ¿Sabe usted qué es Responsabilidad Social Empresarial? ¿Cuántas personas de su grupo familiar inmediato o de trabajo tienen conocimiento de que existe un distintivo sobre RSE? ¿Puede mencionar al menos cinco empresas mexicanas que hayan recibido este distintivo? ¿Conoce usted las razones por las que lo recibieron? ¿Tiene usted conocimiento del *Global Compact* o Pacto Mundial como lo ha llamado México? ¿Sabía

usted que se trata de una propuesta promovida por la ONU a través de Koffi Annan? ¿Tiene usted conocimiento de cuantas empresas en México se han adherido a esta iniciativa voluntaria? Es muy probable que la mayoría de las respuestas sean negativas.

Adicionalmente, uno de los sectores económicos más desprestigiados del país son los empresarios, de hecho es un asunto sobre el que se debe poner atención y no postergar más el diseño de propuestas de solución. Por lo que en segundo lugar es necesario tener una perspectiva diferente de la empresa, para que todos seamos beneficiarios de esto. Esto implica que la propuesta de la teoría de *los stakeholders* es muy pertinente. Es fundamental concebir a las empresas como parte del tejido social, como parte integral de la sociedad. A riesgo de ser reiterativa, las empresas son organizaciones económicas y a la vez un grupo y una institución social. Dentro de sus obligaciones de creación está el generar ganancias y/o beneficios para sus accionistas o propietarios, pero no puede ser a costa de afectar de manera negativa a la sociedad, puesto que eso redundaría directamente en un impacto negativo para las empresas. Para ello es necesario actuar y percibirnos como parte del grupo o los individuos que pueden verse afectados, positiva o negativamente por estas organizaciones económicas. Esto es, debemos avanzar en el proceso de convencer a las empresas de que su grupo de interés para operar de manera armónica debe incluir al menos a los accionistas o inversionistas, a los empleados, a los clientes, a los proveedores y a la comunidad. Qué esto implica acciones cotidianas y un comportamiento ciudadano, sin duda. Este es el reto que debemos enfrentar.

## Bibliografía

Agüero, Felipe, “La Responsabilidad Social Empresarial en América Latina: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México y Perú,” 2002, Grupo RSE-Chile.

**Carroll B. Archie, “A three-dimension conceptual model of corporate performance,” en: The Academy of Management Review, vol.4, núm.4, Oct. 1979, (pp: 497-505).**

**Carroll B. Archie, “Corporate Social Responsibility”, Business Society, vol. 38, núm. 3 sept. 1999, (pp: 268-295).**

**Evan W.M. y Edward R. Freeman, “A Stakeholder Theory of the Modern Corporation,” en: T.L. Beauchamp, Ethical, Theory and Business, Prentice Hall, 1977, (pp. 76-84).**

**González Seara, Luis, “La responsabilidad social de la empresa,” Revista del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, España, No. 50, 2004, (p. 16). (Revista electrónica)**

Mayer, O. Donald, “Stakeholder Theory”, en: <http://www.referenceforbusiness.com/encyclopedia/sel-str//stakeholder/html>

**Serna, María Guadalupe y Salgado Raquel, Guía Práctica del Pacto Mundial en México. Una forma práctica para poner en marcha los 10 principios en la gestión empresarial.**

<http://www.pactomundialmexico.org.mx>

**Vogel David, The Market for Virtue. The Potencial and Limits of Corporate Social Responsibility, The Brooking Institution Press, Washington, D.C. 2005.**

Ward Halina, (2004), “Public Sector Roles in Strengthening Corporate Social Responsibility: Taking Stock”, Banco Mundial.

**Whitehouse Lisa, “Corporate Social Responsibility, Corporate Citizenship and the Global Compact”, Global Social Policy, Sage Publications, Thousand Oaks, CA vol. 3(3), 2005, pp. 299-318.**