

---

# La empresa socialmente responsable en México: auge, paradojas y perspectivas

Alejandro Saldaña Rosas \*

---

## RESUMEN

En este trabajo se presenta una aproximación a la Responsabilidad Social Empresarial en México y en particular, a las perspectivas de investigación que hay en nuestro país a la luz de la inminente publicación de la norma ISO 26000 en el año 2010.

El relativo auge de la Responsabilidad Social Empresarial se explicaría por cinco factores fundamentales: i) el cambio de paradigmas en las empresas contemporáneas; ii) el contexto internacional; iii) el cambio en el rol del estado; iv) la mayor participación de la sociedad civil y; v) la ética empresarial.

El alcance de la Empresa Socialmente Responsable en nuestro país sigue siendo marginal y reservado casi en exclusiva a las grandes firmas, por lo que se requiere la participación de los universitarios para fortalecer esta tendencia. En esta tesitura, se presenta la idea de crear un Observatorio Universitario de Responsabilidad Social en México.

## I. INTRODUCCIÓN

En este trabajo se exponen algunas ideas, a manera de hipótesis de trabajo, que pretenden abonar a la discusión sobre la Responsabilidad Social Empresarial (RSE en adelante) y las perspectivas de investigación que se abren en nuestro país. El tema ha comenzado a ganar espacios en las agendas de los estudiosos de las empresas y organizaciones en México, lo cual abre magníficas oportunidades para potenciar la investigación, la capacitación, la consultoría y sobre todo, para robustecer las incipientes redes académicas que comienzan a tejerse en torno a la RSE en nuestro país.

Es difícil establecer una definición de RSE no sólo porque no existen consensos al respecto, sino sobre todo porque quizás resulte una tarea un tanto estéril, intelectualmente hablando. Lejos de casarnos con una definición (que por antonomasia es excluyente), consideramos pertinente señalar los rasgos centrales de la RSE, a saber: i) las acciones voluntarias que despliega una empresa o fundación para beneficio propio y de otros actores sociales (comunidades, grupos vulnerables, minorías, medio ambiente, etc.); ii) pueden o no formar parte de la estrategia de negocios, si lo hacen suele ser como parte del marketing social de la firma; iii) al menos

formalmente, la RSE se concibe diferente de las donaciones de carácter filantrópico o caritativo, sin embargo, este último rasgo es el que con mayor fuerza define la responsabilidad social de las empresas mexicanas.

Para efectos de situar un punto de partida argumental de este trabajo, se considera la definición establecida en el Pacto Mundial de las Naciones Unidas<sup>1</sup>. Allí, por RSE se entiende "la integración voluntaria por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores".

En el segundo apartado de este trabajo se presenta una aproximación a los factores que explicarían el relativo auge de la RSE en el mundo y en México en particular; en el tercer apartado se explora el alcance de la RSE en México y se establecen algunas de las paradojas implícitas que matizan e incluso contradicen sus postulados; finalmente, en las conclusiones de este trabajo se presentan un conjunto de ideas orientadas a establecer una plataforma de análisis de la RSE a partir de una perspectiva académica universitaria; de manera específica, se presenta la propuesta de avanzar en la construcción de un Observatorio Universitario de Responsabilidad Social Empresarial en México.

## II. FACTORES CONVERGENTES PARA EL DESARROLLO DE LA RSE

La responsabilidad social empresarial es uno de los temas que en los años recientes ha ganado mayor fuerza en el discurso empresarial e inclusive, comienza a instalarse en las investigación académica, en las preocupaciones de los agrupamientos sindicales y políticos y en las agendas de las organizaciones no gubernamentales, sobre todo en los países desarrollados; sin embargo, en México aún sigue siendo materia distante y hasta ajena para vastos sectores sociales, incluidos los antes mencionados.

---

1 "El Pacto Mundial es una iniciativa voluntaria, en la cual las empresas se comprometen a alinear sus estrategias y operaciones con diez principios universalmente aceptados en cuatro áreas temáticas: derechos humanos, estándares laborales, medio ambiente y anti-corrupción". <http://www.unglobalcompact.org/Languages/spanish/> Consulta el 13 de agosto de 2009

\* Académico del Instituto de Investigaciones y Estudios Superiores de las Ciencias Administrativas de la Universidad Veracruzana. Correo electrónico: alsaldana@uv.mx

Las razones que explican este auge de la RSE en el mundo y el relativo rezago en México, son complejas y hasta el momento escasamente estudiadas, sobre todo en nuestro país.

Por cuanto a los factores del relativo apogeo de la RSE a nivel internacional (y por extensión, en México) se pueden ubicar al menos cinco, estrechamente vinculados entre sí:

a) Por una parte, el cambio de paradigmas (Clarke y Clegg, 1998) en los esquemas de gestión o management, notoriamente en la gran empresa, expresión de las nuevas condiciones de competitividad impuestas en la globalización y que se expresan, entre otras formas, en la necesidad de las firmas por incorporar a nuevos actores dentro de sus objetivos estratégicos. Este cambio implica que las empresas deben de trascender la gestión enfocada sólo a la obtención de resultados para los accionistas (shareholders) para incluir la perspectiva de otros actores (stakeholders), tales como proveedores, clientes, agencias internacionales, gobiernos, organizaciones de la sociedad civil, sindicatos, etc. El cambio de paradigmas ha significado que "los directores de las compañías pueden y deben ir más allá de la atención exclusiva a los intereses de los accionistas para considerar el interés de un amplio conjunto de partes interesadas" (Clarke y Clegg, 1998:300); en esta atención de otras partes interesadas o stakeholders radica la base conceptual de la RSE. Para fines de este trabajo, se entiende por stakeholders cualquier actor, ya sea individuo, grupo u organización que puede afectar o puede resultar afectado por las actividades de la empresa. Posiblemente una de las expresiones más generalizadas en que este enfoque ha cristalizado en las empresas es el modelo de control de gestión conocido como Cuadro de Mando Integral o Balanced Scorecard (Kaplan y Norton, 2002), toda vez que en la estrategia de negocios de las firmas se incluyen además de la perspectiva financiera, la de los clientes y los procesos de aprendizaje al seno de la organización. Pese a estos importantes referentes, la RSE no puede considerarse ni un modelo de gestión ni tampoco una escuela de management estratégico en el sentido planteado por Minzberg en su Safari a la Estrategia (1998), fundamentalmente porque hasta el momento no se ha demostrado empírica ni teóricamente su huella en términos competitivos ni su impacto en los rendimientos económicos de la firma. En otras palabras, pese a la enorme retórica volcada al respecto, para el capital en tanto sistema económico motivado por la apropiación privada de la riqueza generada socialmente, sigue siendo mejor negocio que las firmas pasen la factura de sus externalidades negativas a la sociedad (transformar los costes privados en públicos) que asumir sus responsabilidades a cabalidad.

b) En segundo lugar y quizás como intento de paliar los efectos de la competencia internacional

(rapaz, feroz, depredadora), la RSE encontraría explicación por la promulgación de un conjunto de documentos, normas, acuerdos, convenios, declaraciones, etc. que aportan un marco contextual al que las empresas estarían ingresando por convencimiento propio, por presiones sociales y/o gubernamentales o simplemente como parte de un proceso de convergencia isomórfica. Si bien los documentos que establecen el contexto institucional e internacional se remontan a la misma Declaración Universal de los Derechos Humanos (1948), no es sino hasta hace unos diez años que la RSE ha adquirido mayor pujanza. A continuación enlistamos algunos de los documentos que aportan el contexto de la RSE, sin que la lista sea exhaustiva y simplemente a manera de viñetas que ilustran este tema: un antecedente muy importante fue la llamada Cumbre de la Tierra (1992) en la que se definió una agenda sobre temas de medio ambiente en vistas de la promoción del desarrollo sustentable; la Cumbre de Río y la de Johannesburgo, ambas orientadas a lograr acuerdos a favor del medio ambiente; la norma SA 8000 promulgada por la Social Accountability International (1998) que apunta a establecer estándares laborales que favorezcan el ejercicio de los derechos de los trabajadores; el Pacto Mundial de las Naciones Unidas promulgado en el año 2000, decálogo de principios orientado a modular las actividades de las empresas en términos del respeto a los derechos humanos, laborales, del medio ambiente y en contra de la corrupción; el Libro Verde de la Unión Europea (2001) que establece un marco para la RSE europea en ámbitos interno (recursos humanos, salud y seguridad en el trabajo, adaptación al cambio) y externo (comunidades locales, socios, proveedores y consumidores, problemas ecológicos, etc.); otros recursos y parámetros de RSE son los estándares de responsabilidad AA1000 del Institute Social and Ethical Accountability (2003) y el set de indicadores, guías y reportes de sostenibilidad (sustainability) del Global Reporting Initiative (GRI, 2002-2003). Para finalizar esta breve reseña del contexto institucional a nivel mundial de RSE no podemos soslayar la que quizás sea la iniciativa más ambiciosa y trascendente, la norma ISO 26000 cuya promulgación se espera ocurra a mediados del año 2010. La intención de esta norma es proporcionar orientación a las organizaciones para que asuman criterios de responsabilidad social, pero no está pensada para certificar por terceros ni es una norma de sistema de gestión. No obstante estas limitaciones, los alcances de la norma ISO 26000 se emplazan en las siguientes perspectivas:

Proporcionar orientaciones prácticas sobre cómo implantar la RS, identificando a las partes interesadas, estableciendo compromisos con ellas, incrementando la credibilidad de informes y alegatos realizados sobre RS. Resaltar la importancia de resultados en el desempeño y de la mejora. Aumentar la confianza y satisfacción de los clientes y otras partes interesadas en las organizaciones. Ser coherente y no entrar

en conflicto con otros documentos existentes, tratados y convenciones internacionales y otras normas ISO. No pretende reducir la autoridad gubernamental para abordar la RS de las organizaciones. Promover una terminología común en el campo de la RS y aumentar la conciencia sobre RS (International Organization for Standardization. Hacia la Norma Internacional ISO sobre Responsabilidad Social, borrador)

c) El tercer factor que explicaría la expansión de la RSE en el mundo está asociado al rol del estado en el actual modelo de acumulación. Para decirlo rápidamente: en la medida en que el estado se ha retirado de vastas áreas de la actividad social, los particulares y específicamente la empresa ha llegado a ocupar esos espacios. En efecto, la transición del estado "interventor" al estado "regulador" no estuvo exenta de problemas e incluso de abusos, toda vez que el adelgazamiento del sector público lo llevó a una condición francamente famélica. En este contexto, los particulares no han querido, no han podido, o no han 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 por las empresas a través de sus acciones de RSE. Aún más, en un afán quizás desmesurado, se ha pretendido que la RSE no sea sólo una estrategia para mejorar el medio ambiente sino que se convierta en una herramienta de desarrollo económico, particularmente en el contexto latinoamericano. El tema es de alta relevancia, por lo que la RSE no puede quedar en manos de los ejecutivos, de los principios éticos empresariales o de las recomendaciones, acuerdos y normas de observancia aleatoria, sino que tiene que integrarse en una reflexión mucho más profunda sobre las pautas de convivencia social a las que aspiramos. De allí que se absolutamente necesario cuestionarnos: "¿Dentro de qué condiciones sociales y económicas va a ser más probable que las empresas tomen una responsabilidad social?" (Benedicte, 2006:3). Esta interrogación instala la reflexión sobre el rol que los diferentes actores de la sociedad civil desempeñan para compeler a las firmas hacia la RSE. En México contamos con la norma NMX-SAST-004-IMNC-2004 en la que se establecen directrices para la implementación de un sistema de gestión de responsabilidad social. Hasta donde ha sido posible averiguar, aún no se han realizado estudios que evalúen el alcance y el impacto de la norma en las organizaciones (privadas y públicas del país), por lo que esto ofrece una línea de investigación sumamente interesante.

d) El cuarto factor que ayuda a explicar la expansión de la RSE en el mundo (al menos en ciertas economías desarrolladas, como la europea, y en

algunas emergentes como la brasileña o la argentina) obedece a una mayor participación de actores provenientes de la sociedad civil que demandan a las firmas cumplir estrictamente con la normatividad de sus países y con los convenios internacionales en materia laboral, ambiental, comercial. Se trata no sólo de que la empresa asuma la responsabilidad de sus externalidades negativas (internalizándolas a través de los impuestos o participando en el financiamiento social), sino también de que se convierta en un actor responsable, y sostenible, de cambio en la comunidad. La firma privada no ha arribado a la RSE como resultado de su propia "lógica" de reproducción, sino acicateada por los nuevos escenarios de la competencia en tiempos de la globalización, presionada también por gobiernos y agencias internacionales y sobre todo, exigida por organizaciones sindicales, políticas y de la sociedad civil que a través de sus acciones propugnan por una sociedad más equitativa y sostenible. Referir al conjunto de organizaciones de la sociedad civil que promueven la RSE es una tarea que excede a este trabajo, pero baste mencionar a algunas de las más representativas: The Global Reporting Initiative, Institute for Global Ethics, Red Puentes, el Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa (España), Greenpeace, COMUNICARSE (Argentina) y en una dimensión mucho más institucional vinculada en estrecho a la RSE podemos mencionar al Swedish Standards Institute y a la Brazilian Association of Technical Standards, que son las organizaciones cuyos referentes han sido base para la elaboración de la norma ISO 26000. En México podemos mencionar al Centro de Información del Comportamiento Empresarial, CIDHAL, Comercio Justo México, Enlace Comunicación y Capacitación, Fundación Rostros y Voces, Fundación Comunitaria Querétaro, FAT, Fundación Comunidad Morelos, entre otros.

e) Finalmente, el quinto factor que explica la expansión de la RSE es la ética empresarial, si bien en muchas ocasiones se establecen correspondencias y hasta sinónimos entre ambas nociones. Sobre este tópico se ha derramado mucha tinta y los *mea culpa* se prodigan a mansalva, lo que indica que estamos en un terreno sumamente resbaladizo, difuso y donde convergen doctrinarios empresariales de la filantropía, apologetas del capitalismo salvaje ungidos como gurús del new age, teólogos de todas las cepas existentes y aún de las por venir, pontífices de levita y olor a naftalina y briosos ejecutivos exultantes de buenas intenciones, magníficos salarios y "personalidad" bruñida a fuerza de gimnasio y drogas de diseño. El tema es de suyo amplio, complejo y trascendental por cuanto nos emplaza en la necesidad de reflexionar sobre los horizontes del proyecto occidental de civilización vertebrado sobre la razón y su forma hegemónica y perversa de manifestarse: la razón instrumental. Esta línea de pensamiento se remonta a los trabajos de Weber (1964), Foucault (1968, 1990),

Coriat (1985), Habermas (1986, 1987) y Enriquez (1993) por mencionar algunos de los teóricos más reconocidos. Precisamente este último autor señala que el hecho de que la empresa se preocupe por cuestiones éticas es expresión de malestar social y de los intentos por resarcir algunos daños ocasionados por la racionalidad occidental que ha orientado el proyecto social de la modernidad. Hoy en día la empresa es –qué duda cabe– una de las instituciones sociales más importantes por cuanto sus valores, sus principios, su racionalidad, su ethos, se expanden y penetran en todos los ámbitos de la experiencia humana. En otras palabras, la empresa es una institución creadora de sentido, lo que significa que su racionalidad (instrumental) se ha difuminado por todo el tejido social. Una de las implicaciones de esto es que la ideología de la empresa expresada en la gestión, ha llegado a enfermar a la sociedad (De Gaulejac, 2005). Eugene Enriquez (1993:6) lo expresa de la siguiente manera:

La empresa, a partir del hecho de tener como único objetivo alcanzar resultados *contables*, introdujo lo medible como el único elemento de diferenciación entre los seres. Sólo son importantes las conductas que pueden compararse. La cifra se convierte en el signo de la excelencia al interior de la empresa y cada vez más, en el conjunto de las organizaciones.

Al alero de este matiz teórico, la perspectiva de los stakeholders –fundamento conceptual de la RSE– adquiere mayor relevancia por cuanto al menos formalmente, la empresa tendría por objetivos otros más que los exclusivamente contables o financieros. No sólo es necesario advertir las insuficiencias, contradicciones y eufemismos de la RSE, tenemos también que poner a debate si el sentido que adquiere la noción de responsabilidad social es sólo y exclusivamente el de la empresa, esto es, debemos cuestionar si estamos dispuestos a asumir que sean los cánones de la empresa los que definan qué es y qué no, ser responsable en sociedad.

### III. LA EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE EN MÉXICO: ALCANCES Y PARADOJAS

Sin ambages ni dubitaciones, afirmamos que la RSE en nuestro país se encuentra aún en una fase muy incipiente de desarrollo, tanto en su alcance en términos cuantitativos (número de empresas socialmente responsables), como por el tipo de firmas que desarrollan acciones de RSE y sobre todo, por la orientación que las anima. En las líneas siguientes exploramos en breve estos tres ángulos.

Es difícil establecer el alcance de la RSE en nuestro país, habida cuenta la escasez de datos al respecto. No obstante, es posible establecer una aproximación tomando en consideración algunos indicadores clave. En primer lugar, tenemos que considerar que los organismos de la sociedad civil involucrados en la promoción de la RSE en México

son pocos y destaca el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI) que cada año entrega un distintivo de Empresa Socialmente Responsable (ERS) a aquellas firmas que luego de un autodiagnóstico y posterior evaluación por un comité de especialistas, demuestran acciones de RSE. De acuerdo con este Centro, 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. Otro de los programas emblemáticos del CEMEFI es el reconocimiento a Mejores Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial; de acuerdo a la información publicada en la página web del CEMEFI, no más de medio centenar de firmas obtuvieron este reconocimiento en el año 2008 en áreas como vinculación con la comunidad, consumo responsable, medio ambiente, cadena de valor, gestión ética de la empresa, calidad de vida en la empresa y mejor práctica en Latinoamérica.

Otros datos que pueden ilustrar el alcance de la RSE en México son los aportados por el Comité Nacional de Productividad e Innovación Tecnológica, A.C. (COMPITE), institución sin fines 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 solamente 534 empresas y 873 personas recibieron consultoría u orientación en materia de RSE.

Los datos anteriores son minúsculos frente al universo empresarial mexicano, que como hemos mencionado, se estima en poco más de tres millones de empresas, de las cuales el 98% son MiPyMes.

Datos más optimistas los aporta la Fundación del Empresariado en México, A.C. (Fundemex), institución sin fines de lucro que define su misión en estos términos: “Promover procesos transformadores y sostenibles vinculados al abatimiento de la pobreza en México a través de los cuales el sector empresarial apoye a las organizaciones de la sociedad civil y a las comunidades locales para, unidos, construir valor económico, social y ambiental”. De acuerdo a Fundemex, desde el 2004 más de cincuenta mil empresas han aportado recursos para contribuir al abatimiento de la pobreza en México<sup>2</sup>. De ser el caso (y no tenemos porqué dudar), esas cincuenta mil empresas representan el 1.6% del total, lo que sigue siendo una cifra francamente menor.

<sup>2</sup> Fundemex. <http://www.fundemex.org.mx/ViewContenido.jsp?idSubmodulo=57&idContenido=7>, consulta el 14 de agosto de 2009).



En esta somera aproximación al alcance de la RSE en México no se puede dejar de señalar que las empresas y fundaciones de gran tamaño son las más activas, las que mayores recursos destinan y por ende, las que llegan a más población, si bien la evaluación de sus impactos en la sociedad a mediano y largo plazo es aún incierta. Fundaciones de firmas como Telmex, Televisa, Banamex, BBV, Azteca y consorcios como Bimbo, Cemex, Vitro, entre muchos otros, constituyen el que quizás sea el polo más activo y desarrollado de RSE en nuestro país. El caso de la Fundación Telmex (FT) es de destacar porque sus programas y actividades abarcan un amplio registro: educación (becas, apoyo en equipo de cómputo, bicicletas para ir a la escuela, lentes, etc.), salud (cirugías extramuros, trasplantes, alimentación a través de dulces nutritivos, atención a recién nacidos con discapacidad, apoyo a mujeres víctimas de violencia intrafamiliar, inclusión de discapacitados mentales, etc.), justicia (pago de fianzas a personas de escasos recursos que hayan cometido delitos menores, rehabilitación de menores infractores), apoyo en caso de desastres naturales, cultura (museo Soumaya, voluntariado Telmex, Club Pandilla Telmex que ofrece espectáculos a niños y niñas, etc.), deporte (vuelta ciclista, carrera panamericana, apoyo a promesas del boxeo, copa Telmex de fútbol, juegos nacionales escolares, instituto Telmex del deporte, etc.), programa del Centro Histórico del DF, etc.

Como podemos percatarnos, la FT pareciera tener una estructura "espejo" de varias dependencias del gobierno federal (educación, salud, cultura, etc.); los resultados que reporta FT de 1996 a 2008 son contundentes<sup>3</sup>: más de 190 mil becas, cerca de 40 mil equipos de cómputo, casi 400 mil cirugías extramuros, más de 5 mil trasplantes, 70 mil fianzas sociales, más de 28 toneladas de ayuda humanitaria en desastres naturales, más de 100 mil equipos participantes en la copa de fútbol... La evidencia de los datos, su palmaria robustez, paradójicamente echa un velo de opacidad sobre aquello que pretende demostrar: la responsabilidad social de la empresa (no de la Fundación). En el mar de cifras no encontramos ningún indicio que hable sobre la RSE como sistema de gestión o estrategia de negocios, ni tampoco identificamos cómo y en qué, Telmex ha trascendido los enfoques filantrópicos, asistencialistas y caritativos de la RSE, por el contrario, al menos en el papel, sus programas parecerían estar reforzando esta tendencia.

El caso de Telmex y su Fundación nos permite abrir una breve reflexión en torno a las paradojas encerradas en la RSE, ya que si hay una empresa en México que ha sido señalada en muchas ocasiones por su carácter monopólico (controla aproximadamente el 93% de la telefonía fija en México) contrario a un

esquema de regulación social a través del mercado, es precisamente Telmex. Por cierto, Grupo Telmex es uno de los corporativos que han sido reconocidos por el CEMEFI con el distintivo Empresa Socialmente Responsable.

Otro ejemplo paradigmático de estas paradojas es Televisa, que a través de su Fundación vehicula ingentes recursos (que son nada frente a sus inmensas ganancias) a obras y acciones de beneficio social etiquetadas como RSE. Fundación Televisa presenta un perfil similar al de su par de Telmex, ya que sus actividades cristalizan en una amplia gama de áreas: educación, salud y nutrición, vivienda, difusión cultural, medio ambiente. Sin escatimar en lo absoluto los resultados obtenidos por Fundación Televisa y reconociendo que sus acciones pueden marcar una diferencia notable en las biografías de los sujetos beneficiados, no se puede soslayar el compromiso intelectual que como académicos tenemos con el pensamiento crítico.

En esta tesitura, se impone reflexionar si es posible admitir que Televisa es una firma socialmente responsable porque su Fundación despliega una extensa actividad filantrópica, pero al mismo tiempo históricamente ha desempeñado un papel nefando al dar la espalda, olvidar, desconocer o vetar demandas y reivindicaciones sociales que no coinciden con sus intereses, apoyar causas y grupos de poder que han perjudicado al país y dar cobijo (al amparo de la libertad de expresión y sobre todo, por los jugosos dividendos que le reporta) a expresiones comerciales, políticas e ideológicas racistas, sexistas y excluyentes.

Otros ejemplos: Walt-Mart de México ostenta el distintivo de Empresa Socialmente Responsable... y es bien sabido y documentado que en sus tiendas tiene cabida el trabajo infantil. "En la ciudad de México hay unos 9 mil menores de edad que trabajan como empacadores en tiendas de autoservicio. De ellos, dos terceras partes lo hacen en establecimientos de la cadena Wal-Mart" (La Jornada, domingo 7 de agosto de 2005). Es bien conocido que esta empresa, "socialmente responsable", en países europeos (concretamente en Noruega) ha sido severamente cuestionada por su sistemática violación de los derechos humanos y laborales de los trabajadores. Se tiene, luego entonces, que resulta insoslayable inquirir acerca de las evidentes contradicciones entre el distintivo ESR de Walt-Mart y sus prácticas corporativas violatorias de leyes, reglamentos y de todo principio ético.

Otro ejemplo bien conocido: Coca Cola. La firma también ostenta el distintivo de Empresa Socialmente Responsable y su Fundación es otra que despliega acciones en favor del medio ambiente (reforestación, limpieza de cuerpos de agua, conservación de cuencas, etc.), pero al mismo tiempo se han documentado situaciones

<sup>3</sup> Datos tomados de [http://www.fundaciontelmex.org/fundacion\\_Resultados.html](http://www.fundaciontelmex.org/fundacion_Resultados.html). Consulta el 14 de agosto de 2009

que ponen en entredicho su compromiso con el medio ambiente, tal y como observamos en la nota siguiente que alude a casos de contaminación de Coca Cola : "Las fugas de amoníaco en Chiapas, los desechos y desperdicios en los ríos en la India, la venta de agua del grifo embotellada en Inglaterra, etc., son tan solo algunos ejemplos. En Chiapas se vieron obligados a recoger el agua embotellada "Ciel" cuando aparecieron hongos en las botellas"<sup>4</sup>.

Por otra parte, no se puede evitar el cuestionamiento acerca de las tendencias en la gestión empresarial y la RSE. ¿Es posible hacer coincidir procesos de deslocalización como el downsizing con los principios que animan a la responsabilidad social? ¿Cómo enlazar mecanismos como el outsourcing (o subcontratación) con la RSE? Tanto la deslocalización como la subcontratación han demostrado ser esquemas de gestión altamente gravosos para los derechos de los trabajadores e inclusive forman parte de la columna vertebral de la precarización laboral, por lo que no resulta sencillo para ninguna empresa demostrar que operando con estos modelos cumple con su responsabilidad social.

Una última reflexión en torno a las paradojas de la RSE tiene que ver con aristas menos visibles, pero no por ello carentes de importancia. En la lógica de reproducción de la empresa managerial (Aubert y de Gaulejac, 1993), que suelen ser grandes firmas transnacionales adeptas a la RSE, la búsqueda de la excelencia, la calidad, la eficiencia y la mayor participación en el mercado globalizado es un imperativo ineludible. Esta lógica implica que los empleados, sobre todo los ejecutivos, estén sometidos a fuertes tensiones, estrés, jornadas laborales extenuantes y que deban dar el máximo de sí mismos. La exigencia de la excelencia obliga al empleado a entregarse en cuerpo, alma y psique a la empresa. Sostenemos que esta lógica de reproducción empresarial es altamente excluyente -y por ende adversa a la RSE- en la medida en que muchas personas quedan fuera de esta exigencia: hombres y sobre todo mujeres, que desean una vida más allá de los muros de la empresa. Para decirlo en otras palabras: la persecución a toda costa de la excelencia empresarial tiene un elevadísimo coste psíquico que no todos están dispuestos a pagar, por lo que inevitablemente son excluidos. Así, detrás de la "filosofía" de la excelencia se ocultan procesos de exclusión social que nada tienen que ver con la RSE.

#### IV. CONCLUSIONES Y PERSPECTIVAS

La empresa socialmente responsable es un factor de primer orden para el desarrollo económico y social, por lo que se deben ampliar sus alcances, profundizar sus orientaciones, afinar sus principios e integrar el compromiso con la sociedad a la estrategia de

negocios. En otras palabras, se trata de hacer de la RSE el basamento de la gestión de la firma.

Más allá de reconocimientos, distintivos o certificaciones que las más de las veces son premios a la autocomplacencia, el núcleo central de la Responsabilidad Social Empresarial tiene que ser la conceptualización de la empresa privada como cosa pública, es decir, se debe integrar la firma al *ágora*. Para decirlo en otros términos: la empresa privada tiene que ser cosa pública, sin que ello implique llevarla a la picota.

La importancia de la empresa en la sociedad contemporánea estriba no sólo en su producción de bienes y servicios, o en su capacidad de innovación, o en la generación de empleos, sino también y de forma cada vez más determinante, en que es una institución proveedora de sentido, esto es, instituyente de significados. En la empresa están en juego los destinos y las biografías de millones de personas, y aún más, el medio ambiente, que equivale a decir, la vida en el planeta. En estas circunstancias, no podemos dejar que ejecutivos de ralea corporativa, ambición pantagruélica y nimia sensibilidad social determinen los causes, las formas, los parámetros y en general la política de responsabilidad social de las firmas. La participación de la sociedad civil, y en particular de los universitarios, es una exigencia ineludible e impostergradable.

Si una empresa se reivindica como socialmente responsable (y aunque no lo haga) entonces debe estar sujeta al escrutinio público, a la observación de especialistas ajenos e imparciales, debe estar dispuesta al examen de sus metas, objetivos, estrategias, compromisos, sistemas de gestión, acatamiento de leyes y disposiciones, de sus políticas comerciales, sus alianzas, sus sistemas de protección al ambiente, su respeto irrestricto a los derechos humanos y laborales de los y las trabajadores(as). La crisis financiera de la que aún no hemos salido es un acicate más para crear otros mecanismos de regulación más allá de la "mano invisible" del mercado o de las leyes y reglamentos oficiales: la participación de la sociedad civil es absolutamente imprescindible.

Ahora bien, como académicos no es suficiente con sumarnos a las tendencias acusadas a nivel nacional o internacional, sino que debemos proponer temas en las agendas de trabajo. En esta tesitura, es menester señalar que si bien la RSE incorpora tópicos antes ausentes en el estudio de las empresas y organizaciones, también incurre en omisiones, en olvidos y ausencias. Llama la atención que en ninguna de las normas, acuerdos, protocolos, consensos, etc. se aluda a la salud psíquica de los trabajadores, empleados y/o ejecutivos. No es suficiente que el trabajo se pague en los términos establecidos en la ley o que se ofrezcan prestaciones superiores, ni que la firma atienda las diversas

<sup>4</sup>[http://www.unidad.org.mx/unidad\\_old/secciones/opinion/coca\\_01.html](http://www.unidad.org.mx/unidad_old/secciones/opinion/coca_01.html), consulta el 15 de agosto de 2009

–y hasta contradictorias– expectativas de los stakeholders, o que se sume a fervientes campañas a favor del medio ambiente. Requerimos que antes que la productividad, la eficiencia o la competitividad, la prioridad de la empresa –y de la sociedad en su conjunto– sea el bienestar colectivo, la salud del lazo social. Nuestras organizaciones tienen que pasar de concebir al trabajador como un recurso, a concebirlo como un sujeto (de Gaulejac, 2005:237). En la medida en que esto se logre la empresa socialmente responsable será algo más que un eufemismo o un simple recurso de marketing.

En México la Responsabilidad Social Empresarial es una asignatura pendiente; como hemos señalado en este trabajo, las empresas que ostentan algún distintivo que las signifique como socialmente responsables son muy pocas y casi siempre son filiales de transnacionales o firmas de gran tamaño. La empresa micro, pequeña y mediana, que constituyen la mayoría en nuestro país, aún no participa de esta tendencia cuyos alcances y perspectivas hay que estimarlos a escala internacional, sobre todo a la luz de la inminente publicación de la norma ISO 26000 en el año 2010.

A la par de este eximio desarrollo de la RSE corre también la investigación al respecto, lo que representa un desafío para los estudios de las organizaciones ya que necesitamos no sólo identificar con toda claridad las tendencias de RSE en nuestro país, sino desarrollar metodologías de investigación e intervención que aporten conocimientos pertinentes tanto a las firmas, como a la sociedad. Las investigaciones sobre RSE en México son aún escasas y se trata casi siempre de estudios exploratorios, como los trabajos de Barroso (2008), Greaves (2005), Husted y Salazar (2005), Salgado y García (2007) y Pérez (2001), entre otros. Desarrollar investigaciones con enfoques epistemológicos y teóricos innovadores es una tarea de primer orden para los académicos, ya que en la medida en que participemos, desde el pensamiento y la crítica, del movimiento por la RSE estaremos asumiendo nuestro compromiso como stakeholders.

Toda vez que existen investigadores que trabajan el tema de la RSE en diferentes universidades mexicanas, bien podemos pensar en estructurar plataformas de trabajo en común que nos emplacen en la posibilidad, por ejemplo, de construir perfiles de RSE para cada estado de nuestro país, con lo cual lograríamos una perspectiva mucho más afinada sobre el alcance y los rasgos de las empresas socialmente responsables en México, así como de sus impactos a nivel local. Si logramos tejer una red de investigadores en RSE estaremos en posibilidades de avanzar en la construcción de estructuras de trabajo cooperativo de mayor envergadura, como un Observatorio Universitario de Responsabilidad Social Empresarial (OURSE).

Las tendencias en México y en el mundo apuntan a la conformación de observatorios de lo social y basten citar los ejemplos siguientes como pequeña muestra que ratifica esta afirmación: Observatorio Laboral (México, dependiente de la STPS, pero los hay en otros países, como Chile, que son independientes), Observatorio Social (Argentina, Brasil), Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa (España), Observatorio de Responsabilidad Social de la Pontificia Universidad Católica del Perú, Observatorio Social de América Latina (OSAL, dependiente de CLACSO), Observatorio del Trabajo en la Globalización (España), Observatorio Colombiano de Ciencia y Tecnología, Observatorio Ciudadano de la Educación (México), Observatorio de Responsabilidad Social Universitaria de la Universidad Javeriana (Colombia), Observatório da Realidade Organizacional (Brasil), entre muchos otros.

El proyecto de Observatorio Universitario de Responsabilidad Social Empresarial en México (OURSE) puede ser un factor que coadyuve a que nuestras empresas y organizaciones no sólo sean más responsables, sino también más eficientes, más competitivas, más humanas, más amables. Asimismo, el OURSE puede ser una vía para que los universitarios y los empresarios estrechemos lazos y juntos trabajemos en la resolución de nuestros problemas.

## V. BIBLIOGRAFÍA

- Bakan, Joel (2004). *The corporation: the pathological pursuit of profit and power*. Free Press, Simon & Shuster. Nueva York
- 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)
- Coriat, Benjamin (1985) *El Taller y el Cronómetro. Ensayo sobre Taylorismo, Fordismo y la Producción en Masa*. Siglo XXI Editores, México.
- 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

- Enriquez, Eugene (1993). Las posturas éticas en las organizaciones modernas. *Sociologie et sociétés*, vol. XXV, núm. 1, primavera, 1993, pp. 25-38. Traducción de Mónica Portnoy
- Foucault, M. (1968). *Las palabras y las cosas*. Siglo XXI, México.
- (1990) *Tecnologías del Yo*. Paidós, Barcelona.
- Freeman, R. E. 1984. *Strategic management: A stakeholder approach*. Boston: Pitman.
- Garriga, Elisabet y Doménech Melé E. 2005 "Mapa de Teorías de la RSE", en *Comunicarse*, año3, núm.14, agosto.
- 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.
- Habermas, Jürgen (1986). *Ciencia y técnica como ideología*. Tecnos, Madrid.
- (1987). *Teoría de la acción comunicativa*. Taurus, Madrid.
- 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
- Kaplan, Robert S. y Norton, David P. (2002) Cuadro de mando integral (Harvard Business School Press). Gestión 2000, Barcelona
- 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
- Minzberg, H.; Ahlstrand, B. and Lampel, J. (1998) *Strategy Safari. A Guided Tour Through The Wilds of Strategic Management*. The Free Press, New York, USA.
- 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*. 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
- United Nations Research Institute for Social Development (UNRISD). (2003) *Corporate Social Responsibility and Development: Towards a New Agenda?*. Resumen de presentaciones en la Conferencia del UNRISD, Ginebra, 17 y 18 de noviembre de 2003. En: [http://www.unrisd.org/80256B3C005BCCF9/\(httpAuxPages\)/5FE3FFAE56E19A50C1256F1100518FC5/\\$file/confsum.pdf](http://www.unrisd.org/80256B3C005BCCF9/(httpAuxPages)/5FE3FFAE56E19A50C1256F1100518FC5/$file/confsum.pdf), consulta el 16 de agosto de 2009
- Weber, M. (1964). *Economía y Sociedad*. FCE, México.
- Fundación Televisa: <http://fundaciontelevisa.org>
- Fundación Telmex: <http://www.fundaciontelmex.org/>
- International Organization for Standardization: <http://www.iso.org/iso/home.htm>
- Pacto Mundial de las Naciones Unidas: <http://www.unglobalcompact.org/Languages/spanish/>
- Periódico La Jornada: <http://www.jornada.unam.mx>
- Periódico Unidad: <http://www.unidad.org.mx/>

## SITIOS WEB

Centro Mexicano para la Filantropía: <http://www.cemefi.org/spanish/index.php>

Fundación del Empresariado en México: <http://www.fundemex.org.mx>