

Universidad Autónoma Metropolitana
Unidad Azcapotzalco
División de Ciencias Sociales y Humanidades
Departamento de Administración
Área de Investigación Administración y Procesos de Desarrollo

Reporte de investigación

“Aproximaciones a la Responsabilidad Social Empresarial (RSE)”

Autores:

Isabel Font Playán
Patricia Gudiño Pérez
César Medina Salgado
Arturo Sánchez Martínez

México, noviembre 2008

Presentación

El presente reporte es una exploración al tema de la Responsabilidad Social Empresarial, como producto del seminario realizado durante la segunda parte del año 2008, donde se conjuntaron los Proyectos de Investigación “Valores y modelos para el trabajo administrativo en equipo”; con el número de registro 723, desarrollado por los Profesores Patricia Gudiño Pérez y Arturo Sánchez Martínez, “Ética y Administración”, con el número de registro 644, desarrollado por el Doctor César Medina Salgado, y “El Desarrollo Humano versus los paradigmas tradicionales en la Administración de recursos humanos en las organizaciones”, con número de registro 724, a cargo de la Maestra Isabel Font Playán,

Esta investigación con el propósito de conocer el contexto general del fenómeno RSE, destacando las principales variables y resultados derivados de su ejercicio, como son: el origen y evolución de la idea, definiciones, organismos que la promueven e indicadores de medición, así como un primer análisis de la RS en el mundo y México.

Este producto tiene la finalidad de desarrollar un proyecto de investigación colectivo para analizar el fenómeno de la RSE.

Se invita a conocer y debatir estas ideas.

Atentamente

“CASA ABIERTA AL TIEMPO”

Mtro. Salvador de León Jiménez

Jefe del Departamento de Administración

México D.F., noviembre 2008.

Índice

1. Génesis y evolución de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE).....	5
2. La RSE en el Mundo	11
3. La RSE en Latinoamérica y en México.....	15
4. La RSE conceptos y definiciones	19
5. Las dimensiones de la RSE.....	26
6. Los actores involucrados en la RSE	31
7. Medición de la RSE	33
8. Algunas experiencias de la RSE en México	42
9. Beneficios y áreas de oportunidad de la RSE	49
Reflexiones finales	56
Bibliografía.....	58

Aproximaciones a la Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

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

El presente documento tiene como objetivo fundamental el estudio de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE). Para tal efecto se plantea la siguiente agenda: conocer el contexto general del fenómeno a fin de precisar las principales variables y resultados derivados de su ejercicio como pueden ser; el origen y evolución de la idea, definiciones, organismos encargados de promoverla e indicadores utilizados para su medición. La integración de todos estos elementos permitirán la construcción de los andamiajes analíticos para estudiar el fenómeno en su ámbito nacional en trabajos posteriores.

¿Por qué estudiar la RSE? Una respuesta preeliminar se basa en el papel cada vez más activo de la empresa en las sociedades en las cuales operan; ya no solamente son generadoras de empleo y riqueza, sino por el contrario ellas han pasado a ser un agente fundamental para el desarrollo de las comunidades donde se establecen; ahora son una institución social y motor de cambio y de progreso importante de la sociedad (Abraham, 2006). Este nuevo papel cambia el concepto tradicional de la empresa como entidad creada con la exclusiva misión de lograr la maximización de los beneficios y de los excedentes empresariales. Ahora son empresas proveedoras de productos y servicios que dan valor añadido a la sociedad. Es decir, su comportamiento debe ser responsable y favorecedor del desarrollo sostenible.

Para cumplir con el ambicioso objetivo inicial, el documento se ha dividido en nueve secciones: 1) Génesis y evolución de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), 2) La RSE en el Mundo, 3) La RSE en Latinoamérica y en México, 4) La RSE algunas definiciones y conceptos, 5) Las dimensiones de la RSE, 6) Los actores involucrados en la RSE, 7) Medición de la RSE, 8) Algunas experiencias de la RSE en México, y 9) Los

* Profesores investigadores del área de investigación Administración y Procesos de Desarrollo del Departamento de Administración de la UAM Azcapotzalco

Pros y contras de la RSE. Por último es importante resaltar la orientación del texto hacia todas las personas interesadas en el tema.

1. Génesis y evolución de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

En las ciencias sociales así como en las ciencias formales, el desarrollo de la humanidad ha estado vinculado de manera estrecha con la evolución del tejido social, su organización e instituciones, la economía, el comercio y los adelantos tecnológicos. En estas actividades del ser humano han estado presentes la ética y la moral a través de reglas, para garantizar prácticas denominadas “correctas”, a pesar de ser no tanto o de existir una parte incorrecta u oculta.

Al revisar las diferentes culturas en el mundo, se podrá encontrar en ellas consideraciones, restricciones y conceptos de cuyo juicio dependía la actividad comercial, como lo describen, Canessa y García (2005): “En las culturas griega y romana las actividades comerciales fueron consideradas como un “mal necesario” apareciendo restricciones filosóficas sobre el trabajo de los mercaderes. En la Edad Media continúan las restricciones religiosas planteadas por la iglesia católica, las cuales calificaban como despreciables las actividades comerciales y de negocios. Hacia el Siglo XIII, ante el crecimiento del comercio en las ciudades europeas, Santo Tomás de Aquino estableció el concepto del “precio justo” determinado por los mercados y los márgenes de utilidad razonables obtenidos en el proceso de comercio. La ideología judía favorable al capitalismo, la reforma y el nacimiento de la ética protestante hacen del comercio una forma de adorar a Dios, en consecuencia ya es vista como una labor denigrante. Entre los siglos XV y XIX, el comercio y las industrias crecen de forma sostenida, convirtiendo a la ética capitalista en un eje fundamental del desarrollo de la humanidad”.

El comercio, es una actividad muy antigua, presente desde hace milenios y data de épocas signadas por los trueques e intercambios como un medio para lograr la autosuficiencia de sus necesidades y deseos. Más adelante, la especialización se desarrolló para satisfacer las necesidades de todo un grupo trayendo en consecuencia el aumento en el intercambio comercial y la evolución sostenida de las ciudades. La

formación de mercados fue una fuerza importante en la promoción de la competencia y el desarrollo económico.

Posteriormente, con las invenciones tecnológicas y las innovaciones gerenciales surge la Revolución Industrial y Comercial, donde las empresas jugaron un papel protagónico debido a la producción en masa, siendo su objetivo principal el intercambio más que la suficiencia particular (Gudiño y Sánchez, 2007a).

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

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

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

Este sistema se caracterizó por la aceleración de la difusión y la penetración del progreso tecnológico, la madurez de los mercados, la saturación progresiva de las necesidades correspondientes al núcleo central del mercado, así como la internacionalización creciente de los mercados, resultado de la reducción de tarifas aduaneras, facilitar la inversión extranjera en todos los sectores y a la naturalización del libre juego del mercado.

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

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

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

El éxito económico en conjunto con la presencia de la globalización establecieron como condición *sine qua non*, la disminución constante de costos a fin de ser más competitivos y obtener niveles cada vez mayores de utilidades. Los productos con frecuencia se fabricaban en condiciones cada vez más cuestionables desde el punto de vista ético y moral, ya sea desde el punto de vista laboral o del perjuicio causado al ambiente quedando así bajo una sospecha permanente. Casos como los de Nike, Shell Oil, Enron, Worldcom, Hewlett Packard son ejemplo de esto y se identifican por la falta de respeto a los derechos humanos, degradación ambiental, manipulación contable, revelación de información confidencial o prácticas empresariales ineptas (Brugmann y Prahalad, 2007).

A las situaciones anteriores se deben agregar la indiferencia de la industria farmacéutica ante la pandemia provocada por el VIH en África (Porter y Kramer, 2007); de McDonald's ante la obesidad, la diabetes y la mala nutrición; de *Coca Cola Company*

por su utilización del agua en la aldea de Plachinada en Kerala, India; de Merck y GlaxoSmithKlinea por exigir el uso de patentes para medicamentos contra el SIDA, y a Monsanto por introducir semillas modificadas genéticamente [de un solo uso] (Brugmann y Prahalad, 2007).

Estos escándalos derivados de las malas prácticas empresariales han provocado: una crisis de confianza en las actividades empresariales, el cuestionamiento por parte de la sociedad sobre la responsabilidad en el desarrollo social y su organización para demandar a las empresas un compromiso con la sociedad y el ambiente, a través de prácticas coherentes con ese compromiso.

Por todo este conjunto de acciones sin principios éticos y las constantes críticas de la sociedad; las empresas se han visto obligadas a cambiar de paradigma. Si bien, antes la función principal de las organizaciones era la creación de valor a través de la fabricación de productos y servicios para satisfacer las necesidades de la sociedad, las nuevas presiones de la sociedad, en cualquiera de sus roles, están transformado los valores y las perspectivas de la actividad empresarial, exigiéndoles mejorar su actuación no sólo en el aspecto financiero, sino además, en el social y ambiental, idea conocida hoy como *triple bottom line*¹.

Vidal (2003) afirma; si se logra un equilibrio entre los diversos factores decisivos en la calidad de vida, es posible lograr un desarrollo sostenible, el cual debe abarcar las dimensiones económica, social y medioambiental. Por eso, es importante un cambio en la visión de las generaciones a través del tiempo a fin de garantizar los recursos económicos, sociales y ambientales suficientes para los habitantes del futuro y al menos disfruten del mismo grado de bienestar existente en la actualidad (ver Birchard, 2005).

Cabe destacar con respecto al desarrollo sostenible su amplitud de miras porque no sólo engloba aspectos ecológicos, “ya que plantea el reto fundamental de combinar una economía dinámica con una sociedad que ofrezca oportunidades para todos, al tiempo

¹ El *triple bottom-line* consiste en la evaluación del funcionamiento general de una empresa teniendo en cuenta su contribución combinada a la prosperidad económica, la calidad del medio ambiente y el capital social (COMISION DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS, 2001).

que se mejora la productividad de los recursos y se desliga el crecimiento de la degradación del medio ambiente” (Vidal, 2003: 2).

Para hacer de este desarrollo una realidad, es necesaria una labor de convencimiento orientada hacia las personas encargadas del crecimiento de las empresas. Ellas deben realizarlo sin deteriorar el ambiente ni afectar a la sociedad (ver Makower, 2009); además de la implementación de políticas por parte de los gobiernos tendientes a reducir el crecimiento económico; así como la cooperación de la sociedad y las empresas con el fin de evitar consecuencias negativas para todos, tanto en la actualidad como en el futuro.

La Comisión de las Comunidades Europeas reconoce en su comunicación al Consejo Europeo de primavera de marzo de 2005 (COM, 2005), asignaba a la responsabilidad social de las empresas como una función clave a la hora de contribuir al desarrollo sostenible² y reforzar al mismo tiempo el potencial innovador y la competitividad. Porque el desarrollo debe darse garantizando la calidad de vida de las personas.

En este sentido Kliksberg (2004), destaca entre los factores mencionados para lograr la creación de un círculo virtuoso capaz de conseguir un desarrollo sostenido a la responsabilidad social de la empresa privada como un actor importante en la sociedad, ya que cuenta con la capacidad de producir bienes y empleos factores coadyuvantes del proceso económico, por ello se debe facilitar su accionar. Pero además tiene obligaciones y responsabilidades debido a su rol decisivo en la sociedad; y por ello se le exige ser un buen ciudadano. De acuerdo con Vaca (2004), las empresas han pasado de tener responsabilidades económicas y legales a ser responsables de los problemas sociales, cambiando de un Modelo Económico a un Modelo Socio-Económico donde se pone de manifiesto la importancia de la RSE.

Los aspectos económicos asociados a la obtención de beneficios y la satisfacción de los accionistas, deben ser completados, según Marín y Sáiz (2004), con aspectos relacionados con el respeto al medio ambiente y los derechos humanos, para sumarse

² Entendiéndose éste como aquel que satisface las necesidades del presente sin poner en peligro la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer sus propias necesidades (Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo, 1987).

de manera conjunta con las actividades filantrópicas y así constituir en esencia, el núcleo de la responsabilidad social de la empresa.

Lorenzo Servitje (citado por Guerrero, 2001) comentó; la organización es una célula social y ésta debe comportarse como un ciudadano con conciencia social. Debe ajustar su conducta a principios normativos posibilitadores de la interacción armónica entre las personas pertenecientes a las organizaciones, los individuos ubicados en torno a ellas y sus competidores.

La ambición, la competencia y el desprecio por todo aquello incapaz de traducirse en ganancias económicas debe ser superado, pues son comportamientos dañinos para el ambiente de los negocios. Este proceder ha llevado a la sociedad y a las instituciones a preocuparse por orientar las acciones y toma de decisiones de las organizaciones basadas en la generación de beneficios, no sólo de ellas mismas sino de la sociedad en general. Es decir, tomar conciencia de la responsabilidad social con el entorno, del cual reciben y al cual dan sus productos (Gudiño y Sánchez, 2005).

Sobre la codependencia de los negocios y la sociedad, Porter y Kramer (2007), argumentan: “Las empresas necesitan de una sociedad sana y ésta de empresas exitosas. La educación, los servicios de salud, la igualdad de oportunidades son esenciales para una fuerza laboral productiva”. Asimismo comentan; la seguridad en los productos y en las condiciones de trabajo no sólo atrae clientes sino también reduce costos internos de accidentes y la eficiente utilización de la tierra, agua, energía y de otros recursos naturales hacen más productivas a las empresas.

Una sociedad sana, al satisfacer sus necesidades humanas y crecer sus aspiraciones, incrementa la demanda de productos y de servicios, no de cualquier empresa, sino de empresas exitosas creadoras de trabajos, riqueza e innovación porque mejora los niveles de vida a través del tiempo.

2. La RSE en el Mundo

La RSE no es un fenómeno reciente, en la otrora Unión Soviética en 1933 ya se tenían algunas organizaciones dedicadas de manera marginal a aspectos relacionados con la responsabilidad social. Aunque por el sistema económico imperante no se puedan encuadrar dentro del calificativo empresarial. Yampólskaya (1976: 118-119) comenta a este respecto: “En la URSS [...] fueron transferidas a los sindicatos las funciones que antes cumplía el Comisariado de Trabajo del Pueblo de la URSS y todo el sistema de sus órganos. Se trata de las funciones de seguro social e inspección del cumplimiento de la legislación laboral y de la legislación sobre la protección del trabajo y de la técnica de seguridad [...] En marzo de 1955 a la Sociedad Voluntaria de Colaboración con el Ejército la Aviación y la Flota (SVCEAF) se le transfirió la función de organización de la protección de la vida de las personas en los ríos, lagos y zonas costeras marítimas, que antes cumplían los órganos estatales”.

Por otra parte, la Asociación Empresarial para el Desarrollo (AED, 2006), identifica desde 1943 en Johnson & Johnson un credo en el cual se introduce una nueva filosofía industrial definiendo la responsabilidad de la empresa hacia sus clientes, empleados, comunidad y públicos de interés. Sin embargo, se considera su desarrollo a partir de los cincuenta, Garriga y Melé (2004), citado por Truño (2007), fijan como inicio de la literatura moderna de RSE la publicación del libro *Social Responsibilities of the Bussinesman* de Howard R. Bowen en el año 1953. Más adelante según Acción Empresarial (2003), en los años sesenta se identifican a los empresarios Thomas Watson de IBM, David Rockefeller del *Chase Manhattan* entre otros, como iniciadores de la idea de una responsabilidad social.

Por su parte, Truño (2007), comenta sobre el origen de la RSE en Europa; ella estaba unida a la función estatal de regular el bienestar comunitario. Antes de esto, el Estado no asumía la función social, eran lo empresarios quienes asumían un comportamiento paternalista o social, aunque fue desapareciendo paulatinamente al crearse

mutualidades (o mutuas), de los fondos de solidaridad, y de la construcción progresiva del Estado del Bienestar en Europa.

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

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

Sin embargo, a partir de los impactos de la globalización en la economía, de la conciencia ecológica y del desarrollo de nuevas tecnologías, es donde surge la preocupación y adquiere importancia la RSE, mediante movimientos globales se hace manifiesta la presión de accionistas, inversionistas, trabajadores y sindicatos, consumidores y diversas ONG.

El concepto de RSE adquiere fuerza a principios de la década de los noventa, pero tomó cuerpo en 1998, cuando la entidad *Social Accountability International* (SAI) crea la norma SA 8000 (Social Accountability 8000), reconocida hoy internacionalmente, cuyo desarrollo se sustentó sobre la base de la Declaración Universal de Derechos Humanos, las Convenciones de la Organización Internacional del Trabajo, la Convención de las Naciones Unidas sobre los Derechos de los Niños, y la Convención de las Naciones Unidas sobre la Eliminación de todas las formas de Discriminación contra la Mujer.

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

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

La Organización Internacional para la Estandarización (ISO por sus siglas en inglés), conocida por sus normas genéricas respecto a la gestión de la calidad (serie ISO9000) y de la gestión medioambiental (serie ISO14000) inició en el año 2001 un proceso de reflexión sobre la conveniencia de llegar a emitir algún tipo de norma sobre la RSE, dando paso a la creación en marzo del 2005 de un Grupo de Trabajo que en la actualidad se encuentra elaborando una "Guía de Recomendaciones para las empresas" en materia de Responsabilidad Social Corporativa que culminará en la denominada Norma ISO26000.

Esta guía tiene una aspiración de universalidad es decir de aplicación igualitaria para todos, por tal motivo se han llegado a acuerdos respecto a su aplicación. El primer acuerdo respecto al tema, fue su empleo en todo tipo de organizaciones, por lo cual se le quitó la "E" a la ahora Responsabilidad Social (RS), ya que originalmente estaba destinada a las empresas, pero ahora involucra a todos los sectores tanto públicos como privados y a la sociedad civil en general, por considerar como impedimento para el avance de la responsabilidad social, si no se identifica como una misión y un deber de todos.

Actualmente, en Sydney, sede del grupo de trabajo de la ISO26000, se lograron definir los siguientes puntos referentes a la Responsabilidad Social (Massai, 2007):

Responsabilidad Social: responsabilidad de una organización por los impactos de sus decisiones y actividades en la sociedad y en el medio ambiente, a través de un comportamiento transparente y ético consistente con el desarrollo sustentable y el bienestar de la sociedad; toma en cuenta las expectativas de los *stakeholders*; cumple con las leyes aplicables y es consistente con las normas internacionales de comportamiento y; está integrada a través de toda la organización.

Es así como la RSE comienza a institucionalizarse a nivel mundial de manera creciente a partir de principios del nuevo siglo, tanto a nivel gobierno como en el empresarial. A nivel de gobierno, en el año 2000 el Reino Unido crea un Ministerio de Responsabilidad Social Corporativa (RSC), modifica la ley de pensiones y requiere la divulgación de inversiones socialmente responsables (Acción Empresarial, 2003).

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

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

3. La RSE en Latinoamérica y en México

En Latinoamérica y México de acuerdo con Canessa y García (2005), las primeras manifestaciones del movimiento de responsabilidad social se presentaron en la década de los sesenta, con el surgimiento de la Asociación de Reguladores Cristianos de las Compañías del Brasil (ADCE) en 1965, la cual es una institución preocupada por difundir la idea de RS en toda la región, pero es hasta los ochenta cuando logra tener cierto protagonismo.

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

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

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

Sin embargo, en México la Responsabilidad Social Empresarial no se ha generalizado aparentemente por varias razones: poca información existente sobre ésta; quizá por

considerarse como una moda o una actividad de mercadotecnia, en particular de relaciones públicas; también puede concebirse como un lujo de las grandes empresas, o mantener el viejo paradigma de la responsabilidad centrada en la creación de empleo, cumplir leyes y dar dividendos y, continuar con la idea de que el desarrollo social de una comunidad es responsabilidad del gobierno (Gudiño y Sánchez, 2005).

Los ínfimos logros efectuados en esta materia responden a la incursión de México en el mercado global. Para poder permanecer en el mercado, ya no sólo nacional, sino internacional, las organizaciones se han visto obligadas a incorporar programas como el pacto Mundial convocado por la ONU, y cuya difusión en México corre a cargo de las propias empresas a través de la COPARMEX. (Gudiño y Sánchez, 2005).

Sin embargo es en mayo del 2000 cuando por primera vez el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI) invita al Consejo Coordinador Empresarial (CCE), la Confederación Patronal de la República Mexicana (Coparmex), la Confederación USEM (Unión Social de Empresarios de México) y Desarrollo Empresarial Mexicano (DESEM), a participar activamente junto con el CEMEFI en la convocatoria a un Congreso hemisférico sobre el tema de Responsabilidad Social Empresarial, cuyo éxito propicia el terreno para el seguimiento y consolidación de las consultas y trabajos en materia de Responsabilidad Social Empresarial de forma conjunta.

A esta iniciativa se suma también la Concamin para constituir AliaRSE (Alianza para la Responsabilidad Social Empresarial), promover la Responsabilidad social Empresarial en México

Según De la Torre (2006), han surgido varias iniciativas en el país para regular y apoyar la responsabilidad social empresarial, siendo la primera, el sistema de autoevaluación, distintivo de Empresas Socialmente Responsables de CEMEFI; otra iniciativa es la implementación de la norma SA8000 en México, basada en la ISO26000 (de la cual se habla más adelante en este reporte); así como el uso de *benchmarking* el cual en México sólo algunas compañías grandes realizan.

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

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

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

Nacional de Contacto (PNC), con la finalidad expresa de darle seguimiento a los lineamientos de la OCDE en México.

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

Aunque, la práctica de la responsabilidad social, enfrenta grandes desafíos en México, porque los programas varían de empresa en empresa y éstos son únicamente programas filantrópicos. Por un lado, ellos carecen de aspectos relacionados con sus actividades al interior de la organización y por otro, de aspectos ambientales, sociales y de derechos humanos (Ruiz, 2004b). Son programas centrados principalmente en la educación y la salud; no se miden en cuanto al impacto y su efectividad y son utilizados para vanagloriarse, o desperdician recursos en dádivas (tomado de la responsabilidad social: un valor para el desarrollo la mercadotecnia, 2005). Quizá esta tendencia se puede observar en las diferentes empresas generadas con el objetivo de asesorar a empresas para la implementación y gestión de programas de responsabilidad social de acuerdo a un conjunto divergente de áreas de oportunidad, pero todos ellos en realidad son programas de beneficencia.

Esto ocurre porque se suele confundir el concepto de RSE con filantropía. Por ello cabe preguntarse ¿Qué es la RSE?, ¿Quiénes la promueven? ¿Cuáles son sus beneficios? ¿Cuáles son sus carencias? ¿Qué se ha investigado sobre este concepto? ¿Cómo se mide? De esta forma se dibuja un marco de ideas donde resalta el concepto de responsabilidad social en las empresas.

4. La RSE conceptos y definiciones

Hasta aquí se han vertido diversas ideas, comentarios y acepciones en torno a la RSE. Pero se hace necesaria una consulta más amplia de dicho concepto. Así la Responsabilidad Social Empresarial carece de una definición universalmente aceptada, al contrario, existen diversas propuestas las cuales permanecen en constante evolución y se encuentran de acuerdo al nivel de desarrollo de cada organización y de cada país.

Hasta ahora se conocen definiciones como las de:

El Libro Verde, de la Comisión de las Comunidades Europeas (2001), quien la entiende 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.

La *World Business Council on Sustainable Development (WBCSD)*, en su página web (<http://www.wbcsd.org/>), la considera como un compromiso de las empresas para contribuir al desarrollo económico sostenible, trabajando con los empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad en general con el fin de mejorar su calidad de vida.

Asimismo, en la página web de *Business for Social Responsibility (BSR) -USA* (<http://www.bsr.org/>) se define como la visión de negocios que integra armónicamente a la estrategia empresarial, el respeto por los valores éticos, las personas, la comunidad y el medio ambiente.

Para la *Corporate Social Responsibility-Europe* (<http://www.csreurope.org/>) , es la manera en que la empresa maneja y mejora su impacto social y ambiental para crear valor para sus accionistas y públicos interesados (*stakeholders*³) innovando su estrategia, organización y operaciones.

³ Un *stakeholder* es “cualquier grupo que puede afectar o ser afectado por la actuación llevada a cabo por la compañía a la hora de alcanzar sus objetivos” (Freeman, 1984).

Para la ISO, la responsabilidad social se ocupa de la organización con respecto a los impactos efectuados por ésta sobre otros y el medio ambiente.

El contenido del borrador de la ISO 26000, corresponde, entre muchas cosas, a los principios de responsabilidad social. “De acuerdo con el documento, la responsabilidad social se entiende como “cierto tipo de acciones que pueden ser tomadas por la organización. [...] Estas acciones deben ser consistentes con ciertas ideas. Estas ideas constituyen el concepto de responsabilidad social de las organizaciones...”

Son principios de la RS: el cumplimiento de la ley; respeto de los instrumentos reconocidos internacionalmente; reconocimiento de los derechos de los *stakeholders* - *accountability* (rendición de cuentas); transparencia, desarrollo sostenible; conducta ética; principio precautorio⁴; supremacía por el respeto a los derechos humanos fundamentales y respeto por la diversidad.

La RSE no sólo es un compromiso de la empresa, también es importante incluir la colaboración de consumidores, accionistas, empleados, gobierno, universidad, entorno, comunidad; con el fin de contribuir con el desarrollo, el bienestar y el mejoramiento de la calidad de vida de los empleados, sus familias y la comunidad en general, enfocándose a los valores éticos, apegándose a la legalidad; y cuidando la dignidad humana, la comunidad y el entorno.

En Latinoamérica, el Forum de la Empresa y la Responsabilidad Social en las Américas (Forum EMPRESA), se refiere a la RSE como una visión de los negocios que incorpora el respeto por los valores éticos, las personas, las comunidades y el medio ambiente. Es vista como un amplio *set* de políticas, prácticas y programas integrados en la operación empresarial orientados a soportar el proceso de toma de decisiones y son premiados por la administración.

⁴ Aspectos importantes: Las personas tienen el deber de actuar en forma anticipatoria para prevenir daños; la responsabilidad de la prueba de inocuidad de una nueva tecnología, proceso, actividad, o sustancia química es del proponente, no del público en general; antes de usar una nueva tecnología, proceso, o sustancia química, o antes de empezar una nueva actividad, las personas tienen la obligación de examinar “una gama completa de alternativas” incluyendo la alternativa de no hacer nada; las decisiones que apliquen el principio precautorio deben ser “abiertas, informadas y democráticas” y “deben incluir a las partes afectadas” (Medellín, 1998).

En el Centro Empresarial de Inversión Social (CEDIS), en Panamá, la definen como una filosofía corporativa adoptada por la alta dirección de la empresa para actuar en beneficio de sus propios trabajadores, sus familias y el entorno social en las zonas de influencia de las empresas. En otras palabras, es una perspectiva amplia al no limitarse en satisfacer al consumidor, sino que se preocupa por el bienestar de su comunidad inmediata.

En el caso del *Instituto Ethos Empresas e Responsabilida de Social* en Brasil (<http://www1.ethos.org.br/EthosWeb/Default.aspx>), la RSE es una forma de gestión que se define por la relación ética de la empresa con todos los públicos con los cuales ella se relaciona, y por el establecimiento de metas empresariales compatibles con el desarrollo sustentable de la sociedad; preservando recursos ambientales y culturales para las generaciones futuras, respetando la diversidad y promoviendo la reducción de las desigualdades sociales.

En Chile, la Fundación Prohumana (<http://www.prohumana.cl/>), la considera la contribución al desarrollo humano sostenible, a través del compromiso y confianza con sus empleados y familias, la sociedad en general y la comunicada local en pos de mejorar su capital social y calidad de vida.

El Centro para la Acción de la Responsabilidad Social Empresarial (CentraRSE) en Guatemala (<http://www.centrase.org/>) , la define como una cultura de negocios basada en principios éticos y firme cumplimiento de la ley, respetuosa de las personas, familias, comunidades y medio ambiente, que contribuye a la competitividad de las empresas, bienestar general y desarrollo sostenible de su país.

Según la definición de IntegraRSE de Panamá (<http://www.integrarse.org.pa/>) , es la estrategia de negocios que se incorpora en las operaciones y procesos de toma de decisión de la empresa, los intereses y expectativas de todos sus *stakeholders*.

El Centro para la Responsabilidad Social de Argentina, la define como el modo en que la empresa se relaciona e impacta en la sociedad a través de sus prácticas, y a la

influencia que la sociedad y las expectativas de los agentes sociales tienen sobre la empresa (www.alianzas.org).

En México, la Cemefi, entiende a la RSE como 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 de todos sus participantes en lo económico, social o humano y ambiental, demostrando el respeto por los valores éticos, la gente, las comunidades y el medio ambiente y para la construcción del bien común (Cemefi, 2006).

Por su parte, la Fundación del Empresario Chihuahua, A.C., (Fechac), si bien no da una definición, si describe a la organización con responsabilidad social, como aquella que adopta una actitud de mejora continua en los negocios, un modelo de trabajo y organización para acrecentar su competitividad, cumpliendo con las expectativas sociales, éticas, económicas y ambientales de sus participantes (Fechac, s/f).

De acuerdo con Vidal (2003), la RSE es un concepto macroeconómico empleado para analizar la eficiencia del comportamiento organizacional desde la perspectiva del desarrollo sostenible, el cual es un concepto macroeconómico y resultado de la agregación de los comportamientos responsables de todos los actores económicos, sociales y políticos de todo el mundo.

Ideas en los principales conceptos		
Instituciones u organismos	Definición	Principales ideas del concepto
Libro Verde Comisión de las Comunidades Europeas	Integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores.	<ul style="list-style-type: none"> • Voluntario • Preocupación social, ambiental • Operaciones comerciales y relaciones interlocutores
<i>World Business Council on Sustainable Development (WBCSD)</i>	Compromiso de las empresas para contribuir al desarrollo económico sostenible, trabajando con los empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad en general con el fin de mejorar su calidad de vida.	<ul style="list-style-type: none"> • Compromiso • Contribución • Desarrollo económico sostenible • Mejorar calidad de vida de sociedad
<i>Business for Social Responsibility (BSR) –USA</i>	Visión de negocios que integra armónicamente a la estrategia empresarial, el respeto por los valores éticos, las personas, la comunidad y el medio ambiente.	<ul style="list-style-type: none"> • Visión integradora • Estrategia y respeto • Valores • Persona, comunidad y medio ambiente
<i>Corporate Social Responsibility-Europe</i>	Manera en que la empresa maneja y mejora su impacto social y ambiental para crear valor para sus accionistas y públicos interesados (stakeholders) innovando su estrategia, organización y operaciones.	<ul style="list-style-type: none"> • Procedimiento para manejo y mejora • Impacto social y ambiental • Creación de valor • Innovación estrategia, organización y operaciones
Forum de la Empresa y la Responsabilidad Social en las Américas Latinoamérica	Visión de los negocios que incorpora el respeto por los valores éticos, las personas, las comunidades y el medio ambiente. Es vista como un amplio set de políticas, prácticas y programas integrados en la operación empresarial que soportan el proceso de toma de decisiones y son premiados por la administración.	<ul style="list-style-type: none"> • Visión de respeto • Set de políticas, prácticas y programas • Integración en operación empresarial • Soporte para la toma de decisiones
Centro Empresarial de Inversión Social Panamá	Filosofía corporativa adoptada por la alta dirección de la empresa para actuar en beneficio de sus propios trabajadores, sus familias y el entorno social en las zonas de influencia de las empresas.	<ul style="list-style-type: none"> • Filosofía corporativa-dirección • Actuación benéfica • Trabajadores, familias • Entorno social en zonas de influencia
<i>Instituto Ethos Empresas e Responsabilidade de Social Brasil</i>	Forma de gestión que se define por la relación ética de la empresa con todos los públicos con los cuales ella se relaciona, y por el establecimiento de metas empresariales compatibles con el desarrollo sustentable de la sociedad; preservando recursos ambientales y culturales para las generaciones futuras, respetando la diversidad y promoviendo la reducción de las desigualdades sociales.	<ul style="list-style-type: none"> • Estilo de gestión ético • Establecimiento de metas compatibles con desarrollo sustentable
Fundación Prohumana Chile	Contribución al desarrollo humano sostenible, a través del compromiso y confianza con sus empleados y familias, la sociedad en general y la comunicada local en pos de mejorar su capital social y calidad de vida.	<ul style="list-style-type: none"> • Contribución • Desarrollo sostenible • Compromiso • Confianza

		<ul style="list-style-type: none"> • Calidad de vida
Centro para la Acción de la Responsabilidad Social Empresarial Guatemala	Cultura de negocios basada en principios éticos y firme cumplimiento de la ley, respetuosa de las personas, familias, comunidades y medio ambiente, que contribuye a la competitividad de las empresas, bienestar general y desarrollo sostenible de su país.	<ul style="list-style-type: none"> • Cultura • Principios éticos • Respetuosa • Contribuidora • Bienestar general • Desarrollo sostenible
IntegraRSE Panamá	Estrategia de negocios que se incorpora en las operaciones y procesos de toma de decisión de la empresa, los intereses y expectativas de todos sus <i>stakeholders</i> .	<ul style="list-style-type: none"> • Estrategia • Operaciones • Toma de decisiones
Centro para la Responsabilidad Social Argentina	Modo en que la empresa se relaciona e impacta en la sociedad a través de sus prácticas, y a la influencia que la sociedad y las expectativas de los agentes sociales tienen sobre la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> • Proceso de relación entre • Prácticas empresariales • Influencia social y expectativas sociales
Centro Mexicano de Filantropía México	Compromiso consciente y congruente de cumplir integralmente con la finalidad de la empresa, tanto en lo interno, como en lo externo, considerando las expectativas de todos sus participantes en lo económico, social o humano y ambiental, demostrando el respeto por los valores éticos, la gente, las comunidades y el medio ambiente y para la construcción del bien común	<ul style="list-style-type: none"> • Compromiso • Cumplimiento de finalidad empresarial • Consideración de expectativas económicas, sociales y ambientales • Respeto por valores • Construcción del bien común
Fundación del Empresario Chihuahua, A.C México	Actitud de mejora continua en los negocios, un modelo de trabajo y organización que hace posible acrecentar su competitividad, cumpliendo con las expectativas sociales, éticas, económicas y ambientales de sus participantes	<ul style="list-style-type: none"> • Actitud de mejora continua • Modelo de trabajo • Competitividad • Expectativas sociales, éticas, económicas y ambientales
ISO 26000	Responsabilidad de una organización por los impactos de sus decisiones y actividades en la sociedad y en el medioambiente, a través de un comportamiento transparente y ético que: es consistente con el desarrollo sustentable y el bienestar de la sociedad; toma en cuenta las expectativas de los <i>stakeholders</i> ; cumple con las leyes aplicables y es consistente con las normas internacionales de comportamiento y; está integrada a través de toda la organización	<ul style="list-style-type: none"> • Comportamiento • Desarrollo sustentable • Cumplimiento de leyes nacionales e internacionales • Integrada en toda la organización

Fuente: Elaboración propia

De los conceptos anteriores destacan los siguientes elementos: filosofía, cultura, gestión, comportamiento, compromiso, voluntariado, y desarrollo sostenible.

Con base en estos se propone el siguiente concepto de Responsabilidad Social:

Filosofía para orientar las prácticas gerenciales hacia un comportamiento organizacional responsable, que contribuya, fomente y procure el desarrollo sostenible.

Las acciones relacionadas con la responsabilidad social son aquellas vinculadas con lo bueno para la sociedad o el medio ambiente. La organización debe comprender los intereses de la sociedad. (Borrador iso26000)

5. Las dimensiones de la RSE

Para comprender el accionar de la RSE se deben precisar sus posibles dimensiones o dimensionar sus alcances. En este sentido Vallarys (2006), comenta sobre una organización responsable, ella debe responder por un lado por sus actividades (interno) y sus impactos (externo), y por otro a quienes debe responder, tanto con las partes involucradas y tiene un vínculo en sus actividades; como con las partes afectadas ya sea que tenga vínculos o no con éstas.

La Comisión de las Comunidades Europeas (2001), la responsabilidad social tiene dos dimensiones: interna y externa.

Dimensión interna. Abarca la gestión de Recursos Humanos, la salud y seguridad en el lugar de trabajo, gestión del cambio y del impacto ambiental y los recursos naturales de las actividades de la empresa (prácticas administrativas) comportamiento organizacional.

El apoyo se logra a través de programas de aprendizaje permanente, códigos de éticos y de conducta empresarial para la contratación y en general de la actividad organizacional.

GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS. En la actualidad las empresas buscan trabajadores calificados permanentemente a su servicio, por ello es necesario lograr trabajadores responsables, mejor equilibrio entre trabajo, familia y ocio, un aprendizaje permanente (creando un entorno de aprendizaje estimulante para todos los trabajadores, sobre todo de los ubicados en un menor nivel educativo), mayor diversidad de recursos humanos, igualdad en las retribuciones, así como mejores perspectivas profesionales para las mujeres, participación de los trabajadores en los beneficios de la empresa; y seguridad en las instalaciones. Para reducir el desempleo y dejar a un lado las exclusiones sociales, las organizaciones necesitan contar con prácticas responsables de contratación no discriminatorias, las cuales permitan contratar a mujeres, trabajadores de mayor edad, desempleados de larga duración y personas desfavorecidas.

SALUD Y SEGURIDAD EN EL LUGAR DE TRABAJO. Cada vez es mayor el interés de las empresas y los gobiernos por promover la salud y seguridad en el trabajo. Por esa razón, se han implementado diversos criterios de seguridad y salud en el lugar de trabajo, tanto en los sistemas de certificación, como en los sistemas de etiquetado de productos y equipos existentes. Por ejemplo, “la etiqueta sueca TCO (*TCO Labelling Échème*) para material de oficina es una etiqueta voluntaria con la que se intenta animar a la empresas a producir material de oficina más seguro para los trabajadores y más respetuoso para el medio ambiente” (Comisión de las Comunidades Europeas, 2001: 17).

ADAPTACIÓN AL CAMBIO. Los constantes cambios que se dan en el mundo obligan a las empresas a reestructurarse, lo cual generalmente lleva a reducir el personal que labora en ellas, o incluso a cerrarlas; esto puede provocar crisis económicas, sociales o políticas muy graves. Por eso se debe reestructurar de manera socialmente responsable, lo cual implica equilibrar, tomando en cuenta la opinión y los intereses de todos los afectados por dicho proceso, es conveniente que participen (los afectados) a través una consulta abierta. Además antes de reestructurar, se deben identificar los riesgos más importantes, teniendo en cuenta los costos directos e indirectos de las estrategias y medidas alternas que se piensan llevar a cabo; así como evaluar todas las opciones que permitan disminuir los despidos.

GESTIÓN DEL IMPACTO AMBIENTAL Y DE LOS RECURSOS NATURALES. Reducir el consumo de recursos, los gastos energéticos, los desechos, y las emisiones contaminantes, puede disminuir el impacto al medio ambiente; y al mismo tiempo provocar un aumento en la productividad y competitividad de las empresas, invertir en estos aspectos es muy ventajoso para el ambiente y la sociedad. Es importante que los gobiernos de los países ayuden en esta labor, ya sea mediante la creación de políticas ambientales, la implementación de programas, o con reconocimientos y premios a las empresas que sean responsables en este rubro. Por ejemplo, existe el “sistema comunitario de gestión y auditoría medioambientales (EMAS) ISO 19000, el cual anima a las empresas a crear, de forma voluntaria, sistemas de ecoauditoría y ecogestión en la compañía... dirigidos a estimular la mejora constante del rendimiento ecológico” (Comisión de las Comunidades Europeas, 2001: 19).

Dimensión externa. Incluye el contacto de la empresa con las comunidades locales, los socios comerciales, proveedores, y consumidores, así como su comportamiento jurídico, político y ético desde la perspectiva de los Derechos Humanos. Los apoyos se pueden dar a través de los consumidores, los organismos internacionales, las universidades, las ONG y el gobierno.

COMUNIDADES LOCALES. La responsabilidad social de las empresas también implica la integración de la empresa en su entorno local. Las empresas ayudan a las comunidades donde se establecen, ya que les proporcionan trabajos, salarios y prestaciones; y al mismo tiempo dependen de la salud, estabilidad y prosperidad de las mismas. Además, las empresas pueden comprometerse con las comunidades llevando a cabo acciones como: colaborar con acciones pro medio ambiente, contratar personas socialmente excluidas, dar servicio de guardería para los trabajadores, lograr asociaciones con comunidades, patrocinar actividades culturales o deportivas, realizar donaciones para beneficencia, entre otras. Es importante lograr una relación positiva con la comunidad local, ya que ello permite a las empresas acumular mayor capital social; y usar de mejor manera los recursos locales disponibles.

SOCIOS COMERCIALES, PROVEEDORES Y CONSUMIDORES. Es importante la colaboración de las empresas con sus socios comerciales, ya que con ello pueden elevar la calidad, y al mismo tiempo reducir los costos y la complejidad. Con el paso del tiempo, las relaciones que se establezcan pueden convertirse en mejores precios, cláusulas, expectativas equitativas, o suministros fiables y de calidad, además las empresas grandes son socios comerciales de otras más pequeñas, ya sea como clientes, proveedores, subcontratistas o competidores. Por ello, las medidas de responsabilidad social que tome una empresa, tendrán efecto en los socios económicos también. Por otro lado, las grandes compañías pueden impulsar a pequeñas empresas innovadoras, aportando “capital riesgo”, esto es, adquirir una parte minoritaria del capital de empresas chicas que prometen en el mercado, para fomentar su crecimiento. Como parte del compromiso que implica la responsabilidad social, las empresas deben intentar ofrecer a sus clientes, de manera ecológica, eficaz y eficiente, los productos y/o servicios que estos necesiten, tratando de

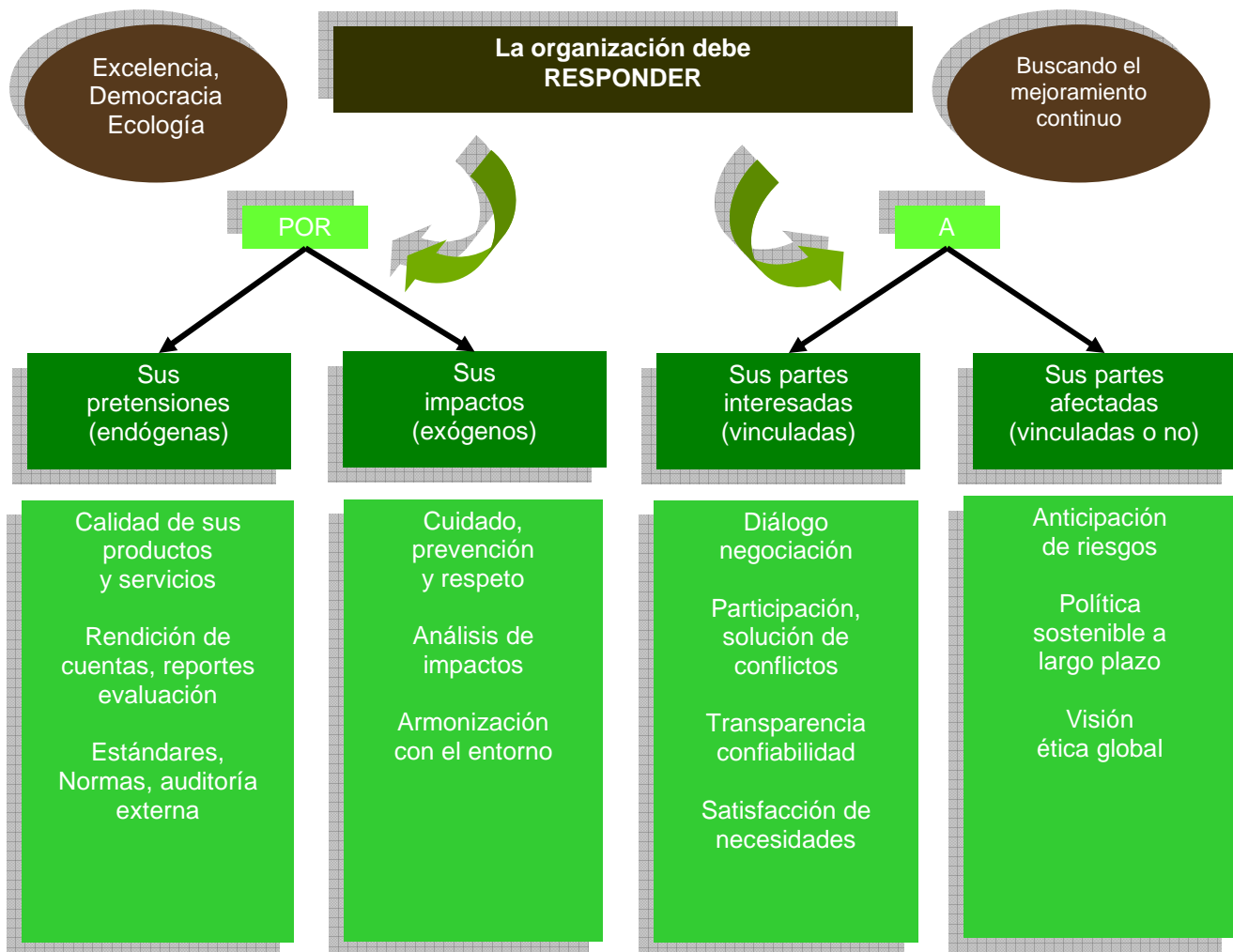
comprender sus deseos y ofreciendo calidad, seguridad, fiabilidad y servicios superiores; lo cual también traería beneficios para las organizaciones.

DERECHOS HUMANOS. El tema de los derechos humanos es complejo, ya que presenta problemas jurídicos, políticos y éticos para las empresas; como el cuidar que sus socios comerciales respeten los valores considerados importantes, saber qué responsabilidades son competencia de los gobiernos y cuáles suyas, o cómo trabajar en países donde son comunes las violaciones a los derechos humanos.

Debido a las presiones de consumidores y ONGs, y ante la necesidad de mejorar su imagen empresarial; las empresas se preocupan en adoptar códigos de conducta para regular las condiciones laborales, los derechos humanos, aspectos medioambientales y la corrupción; sin embargo, los códigos de conducta sólo son eficaces si son aplicados y controlados de manera adecuada. Es recomendable que los códigos de conducta se adopten en todos los niveles de la organización, facilitándose información sobre su aplicación tanto a los empleados, como a los directivos y comunidades locales; además de buscar una mejora continua y progresiva de los códigos.

En cuanto a los derechos humanos, es necesario evaluar y controlar continuamente los códigos de conducta, diseñando mecanismos en donde participen los interesados (como las autoridades públicas, los sindicatos o las ONG), con el fin de garantizar la credibilidad de los mismos.

PROBLEMAS ECOLÓGICOS MUNDIALES. Actualmente el papel que desempeñan las empresas en la búsqueda de un desarrollo sostenible en los países, ha cobrado gran importancia, esto debido a que los problemas del medioambiente relacionados con las empresas y su elevado consumo de recursos han traspasado fronteras. Por ello éstas necesitan ser responsables socialmente tanto a nivel local como internacional, reduciendo los impactos al medioambiente de las actividades que realizan. “La inversión y las actividades sobre el terreno de las empresas en terceros países pueden tener efectos directos sobre el desarrollo económico y social de dichos países” (Comisión de las Comunidades Europeas, 2001: 26).



Fuente: Vallaeys, Francois (2006), Breve marco teórico de responsabilidad social universitaria.

La organización debe asumir los principios mediante sus acciones. Hay tres clases de principios: (1) generales, (2) substantivos, y (3) operacionales.

Los principios generales son los principales y se aplican en todo tipo de circunstancias. Los principios substantivos se aplican a los impactos por los cuales la organización es responsable. Vienen de instrumentos intergubernamentales relevantes y autorizados. Como por ejemplo: Derechos Humanos, medioambiente, prácticas laborales, involucramiento de la comunidad, entre otros. Y los principios operacionales se aplican a los procesos.

6. Los actores involucrados en la RSE

Las empresas no son las únicas responsables de la calidad de vida de la sociedad (Almodóvar, 2006), también contribuyen otros actores sociales como los accionistas, la sociedad a través de las ONG y en su rol de consumidor, el Estado (Hupperts, 2006) y las universidades (Larraín, 2006) (Vallaery, s/f).

Los accionistas juegan un papel muy importante, porque sus inversiones son, en la mayoría de los casos, en negocios buscan el retorno inmediato de la inversión, los cuales generalmente se dan en condiciones cuyo impacto puede afectar negativamente diferentes aspectos de la sociedad. Por lo tanto es necesario su participación, siendo consciente en sus inversiones, “que incluso pueden ser costosas, pero que en largo plazo sí reeditúan” (Almodóvar, et al, 2006:60), y aplicar sus recursos en objetivos con múltiples beneficios para la sociedad.

Las ONG a través de proyectos y programas sociales

Los ciudadanos en su rol de consumidores, también actúan con responsabilidad social a través de su consumo. Premiar o castigarlas por medio de las compras, llevan a la empresa a no vender, y por tanto, a desaparecer. Asimismo, empiezan a manifestarse utilizando la tecnología e internet, ya sea en blogs, correos electrónicos o mensajes de texto.

El gobierno, es participe ya que la responsabilidad más importante para el Estado, debe ser el desarrollo del país. Éste, debe dar ejemplos de responsabilidad social fijándose en las condiciones que hay detrás de los productos y servicios que se producen.

En cuanto a las universidades, éstas apoyan la responsabilidad social, pues tienen impacto a nivel organizacional, educativo, y social. Vallaerys (s/f), afirma en torno a la universidad la existencia de cuatro ejes de gestión, en cuanto a responsabilidad social: enfocada a la organización, a la formación académica, a la producción y difusión del saber; y a la participación social; con lo cual se busca lograr los alumnos y los que no lo son se concienticen; y además

participen más en proyectos o acciones de responsabilidad social. El objetivo principal de la responsabilidad social universitaria, es obtener calidad en la gestión social y ambiental por parte de la misma universidad, para así contribuir de alguna forma a la sociedad en general.

7. Medición de la RSE

A partir del *boom* del concepto de RSE, se han desarrollado paralelamente, un conjunto de códigos, guías, principios, recomendaciones y modelos de desempeño diseñados para medir la responsabilidad en las empresas, guiar el comportamiento de éstas, determinar la inversión en ellas o incorporarla en los procesos de gestión y por lo tanto, en las estrategias del negocio y el sistema de planeación interna de la empresa.

Con estos objetivos se encuentran todo tipo de índices y recomendaciones tendientes a medir, distinguir y monitorear el grado de responsabilidad social puesto en práctica por cada empresa en sus acciones cotidianas, razón por la cual, están siendo consideradas como una herramienta de mejora continua y contemplados en la planeación de las empresas.

Entre los principales estándares, guías o sugerencias internacionales reconocidos sobre Responsabilidad Social Empresarial se encuentran:

AA1000 (*AccountAbility*). Es una norma que define las mejores prácticas para la presentación de cuentas, evaluaciones y divulgación sobre aspectos sociales y éticos de la gestión empresarial (ifPeople, 2004). www.accountability.org.uk

Balance Social. Es una herramienta para la evaluación, gestión y planificación estratégica empresarial que auxilia en la identificación de oportunidades para mejorar los resultados sociales, financieros y ambientales. Es demostrativo, anual, cualitativo y cuantitativo. www.balancosocial.org.br www.ibase.org.br

Directrices de la OCDE para empresas multinacionales. Su objetivo principal es, garantizar que las actividades de las empresas multinacionales se desarrollen en armonía con las políticas nacionales de los países de la OCDE, así como fortalecer la base de confianza mutua entre las empresas y las autoridades gubernamentales. Abarca la publicación de informaciones, empleo y relaciones laborales, protección del medio ambiente, lucha contra la corrupción, intereses de los consumidores, ciencia y tecnología así como preguntas de competencia y fiscalidad. www.oecd.org

Domini 400 Social Index (DS 400). Con el fin de influir en el comportamiento empresarial con el objetivo de conseguir una sociedad justa y sostenible, la *KLD Research & Analytics* (firma de inversión socialmente responsable), desarrollo un índice bursátil en el que se incorpora cuestiones sociales en la selección de empresas para inversión socialmente responsable, entre las que son descartadas empresas relacionadas con el tabaco, el alcohol, los juegos, las armas o de generación de energía nuclear (Canessa y García, 2005). www.domini.com www.kld.com

Dow Jones Sustainability Index (DJSI). Es un análisis de múltiples factores, tanto sociales como medioambientales económicos. Su metodología esta basada en la aplicación de criterios para valorar las oportunidades y riesgos sociales y ambientales de cada una de las empresas que componen el conjunto de índices *del Dow Jones Global Index*. (Canessa y García, 2005). www.sustainability-indexes.com

FTSE4Good (*Finalcial Times Stocks Exchange*). Este índice tiene como objetivo alentar las inversiones socialmente responsables, así como generar recursos para el Fondo de la infancia de la UNICEF (Canessa y García, 2005).

Global Compact (Pacto Global). Es una iniciativa que exhorta a las empresas a colaborar y trabajar de manera conjunta y voluntaria con la ONU, las uniones de trabajadores y la sociedad civil en la construcción de una economía mundial más sustentable e inclusiva. Propone diez principios en las áreas de derechos humanos, trabajo, medio ambiente y corrupción (cuadro 2).

ISO9001/14001. Son las principales normas de gestión de calidad y ambiental. La ISO9001 se basa en principios como: la organización enfocada a los clientes, a los procesos y del sistema hacia la gestión; liderazgo, compromiso del personal, mejora continua y relaciones mutuamente beneficiosas con los proveedores. En el caso de la ISO14001, su finalidad es proporcionar a las organizaciones los elementos de un sistema de gestión ambiental efectivo, tomando las necesidades de las partes interesadas y de la sociedad, relacionadas con la protección ambiental (Truño, 2007). www.iso.org

Principios de la OIT. Documento aplicable universalmente en el asunto de multinacionales. Tiene como objetivo minimizar o resolver las dificultades que las empresas multinacionales ejercen sobre el progreso económico (Truño, 2007). Algunos de los aspectos que cubren estas normas son: la libertad de asociación, el derecho a organizarse, la negociación colectiva, abolición del trabajo forzado, igualdad de trato y oportunidad, etc. (ifPeople, 2004).

En el cuadro (1) se pueden observar los aspectos cubiertos.

Cuadro 1 Dimensiones y actividades del <i>Global Reporting Initiative</i>		
	Categoría	Aspecto
Económico	Impactos directos económicos	Consumidores Proveedores Trabajadores Sector público Proveedores de capital
Medioambiental	Medioambiente	Materiales Energía Agua Biodiversidad, emisiones, emanaciones y desechos Proveedores productos y servicios Transporte Facilidades General

Social	Prácticas laborales	<p>Empleabilidad y trabajo</p> <p>Relaciones industriales</p> <p>Salud y seguridad</p> <p>Capacitación y educación</p> <p>Diversidad y oportunidades</p>
	Derechos humanos	<p>Estrategia y administración</p> <p>No discriminación</p> <p>Libertad de asociación y de negociación colectiva</p> <p>Trabajo infantil</p> <p>Trabajos forzados</p> <p>Prácticas disciplinarias</p> <p>Prácticas de seguridad</p> <p>Derechos indígenas</p> <p>General</p>
	Sociedad	<p>Comunidad</p> <p>Fraudes y corrupción</p> <p>Contribuciones políticas</p> <p>Competencia y precio</p>
	Responsabilidad sobre el producto	<p>Salud y seguridad de los consumidores</p> <p>Información de sus productos y servicios</p> <p>Publicidad</p> <p>Respeto a la privacidad</p>
Fuente: Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresarial (2003)		

SA8000 (*Social Accountability*). Es una norma internacional voluntaria para evaluar la responsabilidad social en la producción de bienes y servicios. Provee los requisitos y la metodología para evaluar las condiciones en los lugares de trabajo incluyendo el trabajo infantil, la fuerza de trabajo, la seguridad y salud ocupacional, la libertad de asociación, la discriminación, las prácticas disciplinarias, el horario de trabajo, las remuneraciones y la responsabilidad de la gerencia de mantener y mejorar las condiciones de trabajo. Se basa en las recomendaciones principalmente de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), la Declaración Universal de los Derechos Humanos de las Naciones Unidas y la Convención de los Derechos del Niño de las Naciones Unidas, entre otras (ifPeople, 2004) www.cepaa.org

La norma, aunque reciente, es reconocida internacionalmente, en particular en los países industrializados, donde existe especial preocupación sobre las condiciones en que fueron producidos los bienes que llegan a sus mercados.

El ambiente de trabajo, el cumplimiento de la legislación laboral, la responsabilidad hacia la comunidad, las preocupaciones ambientales, el ciclo de vida del producto, los aspectos legales y los requisitos reglamentarios, conforman un conjunto de elementos que se relacionan con las partes interesadas en la empresa, lo que incluye desde los empleados, pasando por la comunidad, las organizaciones gubernamentales y no gubernamentales, hasta los ejecutivos y accionistas. Estos elementos pueden tener una vinculación directa o indirecta con el giro productivo, sin embargo deben ser continuamente considerados, pues tienen consecuencias en la empresa, en su entorno, así como en su rentabilidad y en lo que hoy se denomina responsabilidad social.

Cuadro 2 Principios del Pacto Global de la ONU	
Derechos humanos	<ul style="list-style-type: none"> • Apoyar y respetar la protección de los derechos humanos proclamados en el ámbito internacional. • Aseguramiento de no ser cómplice en abusos de los derechos humanos

<p>Normas laborales</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Respetar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva • Eliminar toda forma de trabajo forzado u obligatorio. • Abolir de forma efectiva el trabajo infantil • Eliminar la discriminación con respecto al empleo y la ocupación
<p>Medio Ambiente</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Apoyar los métodos preventivos con respecto a problemas ambientales • Adoptar iniciativas para promover una mayor responsabilidad ambiental • Fomentar el desarrollo y la difusión de tecnologías inofensivas para el medio ambiente
<p>Anticorrupción</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Las empresas deberán trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluyendo la extorsión y el soborno
<p>Fuente: Elaboración propia con base en la información de la página <i>web</i> del Centro de Información de las Naciones Unidas</p>	

SGE21 (Sistema de Gestión Ética y Responsabilidad Social). Conjunto de normas, guías y documentos formales que busca dar un marco para evaluar y verificar los compromisos adquiridos por la alta dirección en materia de responsabilidad social (Truño, 2007).

ISO26000. En junio de 2002, el Comité de Consumidores de la ISO, lanzó una propuesta, —como resultado de identificar la necesidad que existe de tener

claro lo que es la RSE para todo tipo de empresa, sector o país—, de desarrollar una guía flexible y práctica para que sea usada por cualquier tipo o tamaño de empresa. Entre el 29 de enero y el 2 de febrero del 2007 se realizó en Sydney, Australia, una reunión plenaria del grupo de desarrollo de la ISO26000, guía de estandarización sobre Responsabilidad Social. Esta guía debiera estar finalizada a principios del 2009, será de carácter voluntario, pero establecerá una pauta común de conceptos, definiciones y métodos de evaluación.

En la reunión se creó una instancia participativa *multistakeholders* y multidisciplinaria, es decir, por diversos grupos de interés, gubernamentales, de industrias, empresas, sindicatos, ONGs, consumidores, etc. Será un instrumento que pretende dar un paso importante en el desarrollo de la RSE, pues generará un estándar internacional, que contará con el respaldo y prestigio de la ISO, Organización Internacional para la Estandarización (Massai, 2007).

De acuerdo con el sitio www.iso.org la orientación se publicará hasta el año 2010, el cual será de uso voluntario.

Por otro lado, existen otra gran variedad de indicadores desarrollados en cada país u organización con la finalidad de adaptarlos a la realidad de cada uno, como son los casos de Brasil, Argentina, Costa Rica, por mencionar algunos de América Latina, por ejemplo:

Los Indicadores del Instituto *Ethos*, son una herramienta de uso interno para la valoración de la gestión de las prácticas de RSE, y la planeación estratégica del monitoreo del desempeño general de la empresa. Los indicadores abarcan temas de transparencia, público interno, medio ambiente, proveedores, consumidores y clientes, comunidad, Gobierno y sociedad (comunicarseweb.com).

Otro ejemplo, es el Índice para la RSE del Centro para RS del Grupo Interrupción en Argentina, el cual permite medir, distinguir y monitorear el grado de RS puesto en práctica por cada empresa en sus acciones cotidianas. Previo a la aplicación del Índice de RSE, se pone a disposición de la empresa La

Encuesta Voto del Consumidor (www.juntadeandalucia.es) con el objetivo de conocer las variables priorizadas por los consumidores a la hora de elegir un producto y ver cual es el rol que juega la RSE en esos decisores. Ésta revela el estado de las prácticas de RSE de la empresa. No tiene costo alguno para la empresa y pretende servir no sólo como instrumento de investigación y análisis, sino también como herramienta para comparar las prácticas de responsabilidad social por sector industrial (comunicarseweb.com).

Por su parte, Etiqueta Social de Dinamarca, es un índice con una escala intervalar entre el 0 y el 100, se puede aplicar a organismos públicos como a compañías privadas. Puede servir de uso interno como para ser comunicada al resto de la sociedad. Una compañía encuentra su puntaje permitiéndole a una persona de diferentes grupos de empleados valorar los diferentes puntos. Luego las partes involucradas tienen que aceptar el puntaje de la compañía. Ellos pueden hacer sugerencias sobre cómo la compañía puede mejorar su *performance*. (comunicarseweb.com).

La Asociación de Empresarios para el Desarrollo (AED, 2006), generó en 2004 un modelo para evaluar la Responsabilidad Social de las empresas para Costa Rica, el cual consta de ocho variables: colaboradores, proveedores, consumidores, transparencia, valores y prácticas anticorrupción, medio ambiente, comunidad, fortalecimiento de instituciones públicas y sostenibilidad económica.

Esta iniciativa permitirá a los empresarios medir sus operaciones nacionales e internacionales en el tema de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), y conocer el promedio alcanzado por una compañía en la región, indica Guillermo Monroy, director ejecutivo del Centro para la Acción de la Responsabilidad Social Empresarial en Guatemala (CentraRSE, s/f).

Monroy menciona siete áreas en las cuales se evaluarán: valores y transparencia, actores en lo interno, clientes y consumidores, proveedores, medio ambiente, comunidad y relación con el Estado.

The Global Reporting Initiative (GRI). Es una metodología para la elaboración de reportes de sustentabilidad, de uso voluntario por parte de las

organizaciones a fin de difundir el impacto de sus actividades. Los indicadores son amplios y cubren los asuntos tales como el impacto económico, el consumo de recursos naturales, el impacto sobre la biodiversidad y la tierra fértil, así como el adiestramiento, la educación y el trabajo infantil. Es el estándar internacional de balance social más utilizado y de mayor aceptación por la incorporación de información que no son considerados en otros reportes, como es lo relacionado con los empleados, la comunidad, los proveedores, entre otros (Canessa y García, 2005). Según la OIT (2002), el balance social es un instrumento para medir y evaluar en forma clara y precisa los resultados de la aplicación de la política social de la empresa. Es un instrumento de gestión para planear, organizar, dirigir, registrar, controlar y evaluar en términos cuantitativos y cualitativos la gestión social de una empresa en un periodo determinado y frente a metas preestablecidas (IARSE, pag.48).

Sin embargo, medir y hacer público el desempeño social es una forma potencial eficaz de influir en la conducta corporativa, siempre y cuando los índices se midan en forma consistente y reflejen apropiadamente el impacto social corporativo. No obstante, ninguna de estas condiciones se cumplen en la actual profusión de *rankings* de RSE (Porter y Kramer, 2007).

Los criterios para los índices varían ampliamente. El *Dow Jones Sustainability Index*, incluye aspectos de desempeño económico en su evaluación. En el caso de *FTSE4Good Index* no contiene en absoluto indicadores de desempeño económico o servicio al cliente. Incluso cuando los criterios son los mismos, invariablemente se ponderan en forma distinta en el puntaje final.

8. Algunas experiencias de la RSE en México

La experiencia mexicana de la RSE se vincula de manera toral con la CEMEFI quien desde el año 2001 entrega dos tipos de reconocimientos a las empresas.

El primero de ellos es conocido como “Distintivo ESR”, el cual “acredita a la empresa ante empleados, inversionistas, clientes, autoridades y sociedad en general, por asumir voluntaria y públicamente el compromiso de una gestión socialmente responsable como parte de su cultura y estrategia de negocio, y sustentar el cumplimiento de los estándares propuestos para los siguientes ámbitos de la responsabilidad social empresarial:

- Calidad de vida en la empresa
- Ética empresarial
- Vinculación de la empresa con la comunidad
- Cuidado y preservación del medio ambiente” (CEMEFI, 2008: 1).

Dicho premio se entrega en tres categorías:

- Empresas privadas
- Sector público
- PYMES y cadena de valor

Aquellas empresas acreditadas con el distintivo, reciben un diploma, una carta de autorización para hacer uso del distintivo ESR durante un año, una escultura nombrada “Escultura Empresas Socialmente Responsable”, así como un manual para la utilización del distintivo ESR.

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

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

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

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

Por ello solamente algunas empresas mexicanas destacan por sus acciones de responsabilidad social empresarial; González (2008) menciona por ejemplo a:

Grupo Bimbo

Dentro de sus acciones de RSE, destacan las siguientes, enfocadas a:

- Salud: promueve la nutrición tanto interna como externamente; al interior mediante un programa que incentiva la educación nutricional entre los empleados. Al exterior a través del apoyo a distintas organizaciones como la Fundación Mexicana para la Salud, La Casa de la Amistad, y Apac. Además junto con la compañía farmacéutica Pfizer, ayudan a muchas personas a recibir atención nutricional y cardiovascular.
- Medio ambiente: la empresa en los últimos años ha reducido su consumo de energía en sus plantas, creó la fundación Reforestamos México, A.C., dedicada a cuidar y reforestar los bosques, teniendo destacada labor en la selva Lacandona y Campeche.

- **Desarrollo comunitario:** enfocado en dos direcciones, la primera de ellas es la comunidad indígena, en donde incentiva acciones encaminadas a mejorar la explotación de recursos naturales, da apoyo a las fundaciones Mexicana Para el Desarrollo Rural, Fundación Tarahumara y Patronata Prozona Mazahua. La segunda, es la promoción de una cultura emprendedora en el país, para lo cual apoya a la fundación Pro Empleo Productivo e Impulsa.
- **Educación:** la empresa financia la escuela Crisol, una primaria para niños de familias con escasos ingresos, además de contribuir a proyectos de instituciones educativas, como la Universidad Nacional Autónoma de México, el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey, la Universidad de Monterrey, y la Escuela Bancaria y Comercial.
- **Ética:** la organización sigue los lineamientos del Código de Mejores Prácticas Corporativas, el cual fue creado por la Bolsa Mexicana de Valores, para que las empresas que cotizan en bolsa aumenten la confianza de los inversionistas. Cuenta además con un código de ética autorregulatorio que incluye a clientes, accionistas, proveedores, empleados y consumidores.

Cinapolis

Esta empresa líder en la industria, ha realizado distintas acciones o programas enfocados a la RSE como son:

- **Pantallas para promover la conciencia social y la educación.** La empresa permite la proyección en sus pantallas de mensajes que apoyan los derechos humanos y una sociedad más justa y equitativa.
- **Del amor nace la vista.** Financiamiento de operaciones de cataratas para gente de bajos recursos, a través de la donación de dinero de la empresa y sus clientes. A la fecha se han beneficiado mil personas con este programa.

- Alianzas que construyen. Apoya la construcción de viviendas para familias cuyos ingresos no sean mayores a 2.5 salarios mínimos al día. Para ello colaboran con Fundación Televisa, Fidecomiso Provivah y Fundación Ara.
- Funciones de beneficio. Se realizan aproximadamente 25 funciones o premieres al año, y el total de los ingresos son destinados a instituciones de beneficencia social.
- *Fair travel*. En colaboración con la organización *Fair Travel* (la cual incentiva el compromiso social), la empresa busca reforestar la región conocida como el Cocucho en Michoacán, se busca plantar 400 mil árboles en total. Hasta el 2006 se habían plantado 45 mil.
- Empresa incluyente y Movimiento Congruencia. Cinépolis es reconocida por la Secretaría del Trabajo y Previsión Social, como una empresa incluyente, ya que no discrimina a ningún tipo de personas, y fomenta el respeto a la diferencia y la equidad de género. Además de pertenecer al Movimiento Congruencia, que es una asociación dedicada a promover la integración laboral y desarrollo de personas con alguna discapacidad.

CEMEX

Esta empresa mexicana realiza acciones de RSE enfocadas al medio ambiente y la comunidad.

- Iniciativa de Sustentabilidad del Cemento. La organización se maneja acorde a los lineamientos de ésta, la cual busca que la industria del cemento cubra sus necesidades actuales, pero sin afectar a las generaciones futuras. Lo anterior debido a que el cemento es un elemento para la construcción muy importante, pero a la vez, que requiere de una gran cantidad de energía y materias primas para elaborarse.
- Sistema de Gestión de Sustentabilidad, “es una plataforma para gerenciar la sustentabilidad en toda la compañía... abarca la gestión de

asuntos de ambiente, salud integral, seguridad industrial y bienestar de la comunidad” (González, 2008: 140).

- Paso firme. En colaboración con gobiernos federales, estatales y locales, ha reemplazado con este programa más de 200 mil pisos de tierra de familias pobres, por pisos de concreto antibacterial, lo cual ayuda a conservar un ambiente limpio y saludable.
- Patrimonio hoy. Ayuda a familias de escasos recursos a construir sus viviendas, a través de la organización de grupos de autofinanciamiento, además de brinda asesoría técnica, para así disminuir el tiempo de construcción de una vivienda de cuatro años a sólo uno.
- Construmex. Con este programa, los clientes que radican en Estados Unidos, tienen la posibilidad de enviar dinero a México, para la compra de material que necesiten sus familias, el cual se entrega directamente en el lugar indicado, por medio de los 2 mil distribuidores con que cuenta la empresa.
- Asistencia filantrópica. Realiza distintas acciones de apoyo la sociedad, como becas para niños, atención médica y dental en otros países, así como apoyo a centros sin fines de lucro para personas con capacidades diferentes.

Fundación Televisa

Empresa de muy importante no sólo en México, sino también en Latinoamérica, realiza acciones de RSE, de las cuales destacan:

- Bécalos. Programa en colaboración con la Asociación de Bancos de México, con el cual se recaudan fondos para impulsar la educación básica, bajar el índice de deserción en las escuelas y atender a “niños de la calle”.
- Redondeo. Este programa a nivel nacional, consiste en invitar a las personas a donar los cambios de sus cuentas. Con ese dinero se equipan escuelas primarias y secundarias públicas del país, con aulas

de medios (salones con computadoras). El redondeo sólo se aplica durante los primeros tres meses de cada año, y por cada peso donado, Fundación Televisa dona otro peso para duplicar los recursos.

- Goles por México. Este programa se realiza con la colaboración de Televisa Deportes y del Grupo Nacional Provincial. La mecánica consiste en donar distintos recursos para educación, salud, nutrición y vivienda, por cada gol que anoten equipos de la primera división de fútbol mexicano, la Selección Nacional de Fútbol y algunos equipos de fútbol americano.
- Televisa verde. Aunque este programa aún está en desarrollo, vale la pena mencionarlo ya que, según el presidente de la Fundación, se busca optimizar la productividad, realizando acciones como instalar detectores que apaguen las luces cuando no haya nadie trabajando; y conseguir papel sólo con proveedores que comprueben esquemas de reforestación. Además de medir el impacto ecológico de la empresa y concientizar a la sociedad por medio de mensajes en distintos medios, como noticieros o telenovelas.

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

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

Posteriormente, con base en los datos obtenidos, se califica a las empresas y se les dio una calificación (en escala de 1 a 10 puntos) en cada tópico, además de una calificación global. Para efectos de este trabajo sólo se presentan las empresas (primeros 10 lugares de 50) que este estudio considera líderes en cuanto la responsabilidad social.

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

Empresas líder en responsabilidad social 2008

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

Fuente: Gestión de negocios (2008: 26)

9. Beneficios y áreas de oportunidad de la RSE

En esta sección es importante destacar la ambivalencia concomitante de la RSE. Porque esta última puede tener efectos benéficos y negativos sobre la sociedad. Por ejemplo la inversión en tecnologías y prácticas comerciales respetuosas del medio ambiente más allá del cumplimiento de la legislación, pueden aumentar la competitividad de las empresas, mejorar el rendimiento y expandir oportunidades para el crecimiento (ITA, 2004, citado por Gudiño y Sánchez, 2006).

Entre los beneficios que ofrece un programa de responsabilidad social están (ITA, 2004:21):

- Imagen y plusvalía mejoradas. Para garantizar la lealtad de los clientes; ganar aceptación en el mercado, tener mejor acceso a capital; y retener a los mejores empleados, es importante que la empresa tenga una buena reputación. Implementar un programa de RSE, ayuda a la mejorar la reputación de la empresa, ya que sirve como una guía para los empleados y demás agentes, en donde se les dan a conocer las conductas socialmente responsables.
- Reducción de riesgos. Todas las empresas están expuestas a riesgos como: reclamos de empleados por acoso sexual, limpiar derrames de desechos tóxicos, ser acusados de algún acto ilícito, tener que retirar un producto por no cumplir con los estándares y procedimientos de calidad; entre otros. Desarrollar un programa de RSE, puede ayudar a los directivos a planificar, organizar y controlar las operaciones diarias de una empresa, con lo cual es posible minimizar riesgos al capital, utilidades, reputación, administración, fraudes, etcétera.
- Reducción de costos operativos. Dar a los empleados pautas claras sobre la conducción del negocio, cumpliendo con las leyes y la ética, permite a la empresa evitar incurrir en costos por sobornos o cualquier tipo de conducta ilegal o poco ética que se de en la organización, así como evitar las amenazas de extorsión o chantaje.

- Menos posibilidades de tener empleados sin ética. Cualquier empresa, grande o pequeña, esta expuesta a que sus empleados abusen de ella, lo cual generalmente se traduce en pérdidas significativas para la organización; por ello la implementación de un programa de ética al interior de la misma, combinado con una concientización sobre responsabilidad social, ayuda a evitar y detectar violaciones a la confianza que se da a los empleados. Además, es necesario fomentar el compromiso de los empleados con el bienestar de la empresa.
- Mejor desempeño, productividad y posición competitiva. Una empresa socialmente responsable, es más efectiva y eficiente, ya que permite a sus miembros trabajar de manera conjunta, basando la relación en el respeto, los valores compartidos y la confianza mutua. Esto puede llevar por un lado, a un “ahorro invisible”, por que se reducen las conductas dañinas de los empleados hacia la organización; y por otro, a incrementar la moral de los trabajadores. Si se incrementa la moral del empleado, esto frecuentemente conduce a una mejor productividad e innovación.
- Mayor posibilidad de crédito. Antes de otorgar un crédito, los bancos y las instituciones de préstamo, analizan si la empresa esta bien administrada. Un programa de RSE puede ayudar a una supervisión financiera sólida y controles internos efectivos, lo cual ayuda a tener una buena imagen ante las instituciones de crédito.
- Mayor atractivo para inversionistas. La RSE en conjunto con un buen programa de ética empresarial, puede aumentar el atractivo de la empresa para los inversionistas; esto debido a que una empresa con prácticas ilegales y poco éticas, deja de ser atractiva para cualquier inversionista, ya que buscan una organización estable y transparente para invertir.
- Crecimiento sostenido a largo plazo. Ser una empresa socialmente responsable generalmente no da resultados inmediatos, sin embargo, con el tiempo las organizaciones que cuentan con un programa de RSE,

se vuelven más confiables ante la sociedad, ya que tienden a estabilizar sus procesos y mejorar su imagen pública.

- Incremento de utilidades. Una vez que la empresa socialmente responsable ha demostrado la capacidad de evitar y detectar conductas antiéticas y violaciones a la ley; ésta incrementa el valor de sus acciones, tiene mayor acceso a capital y créditos, más clientes, compradores y socios; además de mejorar sus oportunidades de crecimiento.
- Mayor respeto empresarial. Ser socialmente responsable, crea un respeto (entre las empresas principalmente) que ayuda a las organizaciones a entrar en más mercados, tanto nacionales como internacionales, esto debido a que las prácticas comerciales están reguladas generalmente por estándares y expectativas razonables; y donde se busca la competencia justa entre las organizaciones.

Adicionalmente, Calderón (2004), incluye:

- Mejora del desempeño financiero
- Fortalecimiento de la imagen de marca y la reputación
- Aumento de la lealtad de los consumidores e incremento de ventas
- Incremento de calidad
- Mejora la capacidad de retener y contratar a los mejores empleados

Por su parte, Vaca (2004), menciona entre las ventajas proporcionadas por la RSE de acuerdo con FONÉTICA son: aumento de información disponible en las organizaciones para la toma de decisiones, en consecuencia mayor control de riesgos financieros, legales e incluso los procedentes de las preferencias de los consumidores, asegurándose la gestión del riesgo.

En cuanto a la reputación menciona, con base en los resultados del estudio denominado "*Winning with Integrity*", realizado por *Market and Opinión Research International* en 1999, (no se menciona lugar ni características del

público entrevistado), el 56% vincula la percepción de una empresa con la responsabilidad social; el 40% con la calidad de su marca y el 34% con la gestión de su negocio.

La RSE constituye un importante debate desde todos los sectores (Administraciones, organizaciones sindicales y empresariales, organizaciones civiles, etc...) y es el resultado de todo un proceso de reflexión a escala internacional sobre el modelo de desarrollo de la sociedad actual (Abraham, 2006).

Pero a pesar de estos beneficios, existen diversos huecos aun por cubrir y que deben conocerse para seguir construyendo este concepto de RSE.

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

LA SOLEDAD DEL DIRECTOR DE RSE. En la mayoría de las empresas el departamento de RSE depende del área de mercadotecnia y el presupuesto de las cuentas de comunicación, lo que demuestra que se sigue considerando una herramienta de ésta. Por lo tanto, el perfil del director o encargado de la RSE es un técnico convencido del potencial de la empresa en generar valor social, buen orador y comunicador social, con grandes dotes de relaciones públicas, pero con muy poca incidencia en las líneas tradicionales de negocio.

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

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

DILEMA ENTRE GENERAR VALOR Y AUMENTAR LA CUENTA DE RESULTADOS. Para lograr su aportación al tripe balance o *triple bottom line*, es necesario que se identifiquen objetivos en las áreas sociales y medioambientales, paralelamente a la cuenta de resultados tradicional, pues será muy complejo valorar el impacto de la RSE e identificar la contribución al progreso social. Es necesario, según Casado (s/f), reconceptualizar la manera en que se cuantifican los “intangibles” de la empresa y cómo se “internalizan” las “externalidades”. Es en este punto donde se manifiesta la carencia, no existen herramientas que evalúen el impacto socioeconómico o medioambiental de la empresa en el entorno en el que opera. Una primera necesidad sería “tangibilizar” los bienes y beneficios de las áreas sociales y ambientales para que se puedan tener un impacto en la toma de decisiones y las líneas estratégicas de la empresa.

NO CONTAR LO QUE CUENTA. La falta de concreción sobre qué se debería cuantificar, qué partidas deberían incluirse, cómo se debería informar y a quién debería incluir. El *Global Reporting Initiative (GRI)*, es la iniciativa más avanzada en el esfuerzo por crear un sistema de información sobre las áreas económicas, ambientales y sociales de la empresa, pero sigue siendo incapaz de evaluar la percepción de los agentes de interés y genera demasiadas discrepancias sobre los indicadores utilizados en el área social.

Como ya se comentó anteriormente, implementar un programa o cualquier actividad de Responsabilidad Social Empresarial conlleva beneficios para las empresas, sin embargo, también implica dificultades a las cuales se deben enfrentar.

En este orden de ideas, EKA (2008), menciona que a pesar de los beneficios de la RSE para la organización y la sociedad, aún existe una resistencia a adaptarse al entorno, ya que muchos empresarios piensan que la RSE es un gasto innecesario que no reditúa en nada; y sólo se preocupan por vender a bajos costos obteniendo mayores ganancias, sin importar lo que pase en el futuro con el medio ambiente y la sociedad.

Otro aspecto importante es la necesidad de contar con un buen gobierno corporativo⁵, lo cual no es fácil debido a la falta de transparencia y ética en muchas organizaciones, por ello las empresas además de adaptarse a su entorno, deben de lograr un cambio en su interior para poder implementar una responsabilidad social de manera integral. Una empresa que no cuenta con un buen gobierno corporativo no es bien vista por accionistas y clientes, pudiendo provocar incluso el cierre de la organización como pasó con Enron en Estados Unidos.

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

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

En el tercer encuentro del Grupo Temático Nacional que se llevó a cabo en 2006, enfocado a la RSE, se mencionó que las prácticas de RSE deben de realizarse voluntariamente y al mismo tiempo ser creíbles, por ello no se

⁵ Extiéndase gobierno corporativo como “conjunto de normas que codifican y regulan el funcionamiento de los órganos de gobierno de la empresa: los accionistas, el directorio y la alta administración, con el fin de proteger los intereses de la compañía” (Arias, 2008).

pueden evaluar sólo por la empresa, se necesita un marco legal que la fomente mediante un proceso transparente. Lo cual a la fecha no se da en muchos países; lo cual se vuelve otro inconveniente al momento de implementar la responsabilidad social.

En esa misma reunión, se detectaron algunas dificultades que las PyMES enfrentan al querer implementar la RSE:

- “Limitación en los recursos, sobre todo en el caso de las mycropymes que, en muchas ocasiones, rozan el umbral de la supervivencia empresarial.
- Desconocimiento de lo que es la RSE, y por tanto, de su gestión
- Falta de formación, incluso de los responsables de recursos humanos
- Identificación de buenas prácticas escasa y, por tanto de argumentos para motivar al empresario a gestionar su responsabilidad social” (GNT3, 2006).

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

Con respecto a la voluntariedad y obligatoriedad de la RC, Vidal (2003) comenta: “Si se desea realizar un análisis comparativo de RC entre dos empresas que actúan en dos países con legislación distinta nos encontramos que no es fácil realizar el benchmarking, ya que lo que para una empresa es voluntario para otra es obligatorio”. Es decir, que una empresa es responsable al momento que la legislación es voluntaria ya que da más de lo que el país exige, ya que en otro contexto sólo cumple con la ley.

Reflexiones finales

El objetivo de este reporte ha sido la construcción de un escenario centrado la responsabilidad social en general y en la empresarial en particular.

Como se ha mencionado el punto de inflexión del fenómeno fue la globalización por haber logrado un cambio en el ambiente de las organizaciones debido principalmente a sus impactos en tres sectores: el económico, el social y el ambiental como resultado de favorecer ciertas prácticas empresariales.

A principios de los 90, diversos actores de la sociedad cuestionaron a las organizaciones por su comportamiento, surgiendo la preocupación por la relación entre el medio ambiente y las formas de producción y consumo. En 1992, en la Cumbre de la Tierra, toma fuerza el concepto de Desarrollo Sostenible, el cual, determina la necesidad de cuidar y conservar los recursos, no sólo para generaciones inmediatas sino también futuras.

Estas ideas exigieron nuevas prácticas organizacionales, prácticas éticas como una contribución al desarrollo no sólo económico, sino también social y ambiental. Prácticas con efectos equilibrados en cada uno de estos factores.

Sin embargo, el desarrollo sostenible, no es resultado sólo de la empresa, sino de la agregación de todos los actores de la sociedad, el Estado, las ONG, la Universidad, los consumidores, los accionistas y la empresa.

Para alcanzar el objetivo del desarrollo sostenible se requiere de comportamientos responsables de todos los actores; de prácticas con responsabilidad social.

Como se ha mencionado existen una gran variedad de definiciones sobre responsabilidad social, de ellas, se rescataron los siguientes elementos: filosofía, cultura, gestión, comportamiento, compromiso, voluntario y desarrollo sostenible. Con base en este análisis se propuso la siguiente definición de Responsabilidad Social: "Filosofía para orientar las prácticas gerenciales hacia

un comportamiento organizacional responsable, que contribuya, fomente, procure y promueva el bienestar social y salud ambiental”.

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

Bibliografía

Abraham (2006) La ergonomía. Publicado el 28 de febrero en http://www.wikilearning.com/articulo/la_ergonomia-abstract/9779-1

Acción Empresarial (2003), "ABC de la responsabilidad social empresarial en Chile y el Mundo". Acción Empresarial, Chile.

Almodóvar, Margarita; de la Torre, Gustavo; Fuentes, Luis; Iturbide Laura; Lozano, Gerardo; Macías, Santiago y Rodríguez, Edgar, (2006), "Una nueva definición para México", en *Harvard Business Review*, num. 9, vol. 84.

Asociación Empresarial para el Desarrollo (2006). Midiendo y evaluando la responsabilidad empresarial. Diario El Financiero, 7-13 agosto. AED Costa Rica.

Brugmann, Jeb y C.K. Prahalad (2007). Concretar un nuevo pacto social para las empresas. *Harvard Business Review* Agosto Vol.85, núm. 8

Canessa Giuliana y Emilio García (2005). El ABC de la Responsabilidad social empresarial en el Perú y en el Mundo. Perú2021, Perú.

Casado, Fernando (s/f), Las carencias de la RSE. De la responsabilidad al compromiso. CIES, España. mesd.net/grupcies/boletin/307446_Articulo1_Edic_49.pdf

CEMEFI (2006), Fundamentos de la Responsabilidad Social Empresarial, en <http://cemefi.org/> , visitado el 23 de julio de 2007.

CEMEFI (2008), "Convocatoria Distintivo ESR novena edición", en http://www.cemefi.org/esr/pdf/DISTINTIVO%20ESR/CONVOCATORIA_DISTINTIVO_2009.pdf

<http://www.cemefi.org/esr/pdf/MEJORES%20PRACTICAS/CONVOCATORIA%20MP2008.pdf>

Comisión de las Comunidades Europeas (2001) “El libro verde: Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas”, Bruselas COM(2001) 366.

El Centro para la Responsabilidad Social (2002) Índice de Responsabilidad Empresaria. En http://www.juntadeandalucia.es/empleo/carl/observatorio/56_RESPONSABILIDAD_SOCIAL/doc/Argentina_%C3%8Dndice%20de%20Responsabilidad%20Social%20Empresaria.pdf

EKA (2008), “¿Por qué implementar la Responsabilidad Social Empresarial?, en *EKA la revista empresarial*, http://www.ekaonline.com/index.php?option=com_content&task=view&id=337&Itemid=85

Grupo Temático Nacional 3 (2006), “Conclusiones del tercer encuentro del GNT3”, en: http://www.mtas.es/uafse/equal/descargas/Encuentro_RSE_Equal_BArna.pdf

Greaves, Patricia (2006), “Empresarios Mexicanos ante la Responsabilidad Social”, Universidad Iberoamericana, en http://www.uia.mx/campus/publicaciones/IIDSES/pdf/desarrollo/5_empresarios_mexicanos.pdf

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

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

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

Hupperts, Pierre (2006) LaNación.com Publicado en la ed. Impresa: Empleos. Domingo 30 de abril. Nota IV Congreso de la Adrha.

http://www.phvs.com.ar/images/publicaciones/nota_lanacion.pdf.

Consultado el 12 de Diciembre de 2008

IfPeople (2004). Herramientas sobre responsabilidad social empresarial: un nuevo informe en castellano. En www.ifpeople.net

Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresarial (2003), "Reflexiones latinoamericanas sobre RSE. Editoriales, columnistas y otros apuntes sobre responsabilidad social empresarial (2002-2003), en: http://64.233.169.104/search?q=cache:0Roj4jG3ivYJ:www.iarse.org/new_site/site/descargar.php%3Farchivo%3D78026_Reflexiones%2520latinoamericanas%2520sobre%2520RSE.pdf%26PHPSESSID%3Dcff7da6780...+reflexiones+latinoamericanas+sobre+RSE&hl=es&ct=clnk&cd=1&gl=mx

International Trade Administration (2004), Ética comercial. Manual sobre la administración de una empresa comercialmente responsable. Departamento de Comercio de los Estados Unidos, en www.ita.doc.gov/goodgovernance/adobe/Bus_Ethics_sp/Chapter%20I/Chapter_2.pdf

Kliksberg, Bernardo (2004), ¿Es posible construir una economía con rostro humano? En www.iadb.org

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

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

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

Redpuentes.org. 2006. Borrador ISO 26000. [Publicación en línea]. Disponible desde internet en: www.redpuentes.org/centro-de-documentos/iso-

responsabilidad-social-26.000/borrador-iso-26000.pdf/view [con acceso el 3-11-08].

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

Vaca, Rosa María, Alfonso Vargas y Elena García (2004). Responsabilidad social empresarial: revisión teórica. Trabajo presentado en la XII Conferencia Anual de Ética, Economía y Dirección “Ética y Finanzas”, llevado a cabo en la Universidad de Jaén, España. En <http://www.ujaen.es/huesped/xiiconfe/Comunicaciones/>

Vallaey, Francois (sf), “Breve marco teorico dela Responsabilidad Social Universitaria”, en <http://blog.pucp.edu.pe/media/410/20061018-20061018-BREVE%20MARCO%20TEORICO%20DE%20RSU.doc>

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

Otras fuentes

www.alianzas.org

www.ccre.org.co

www.accionempresarial.cl

www.ceads.org.ar

www.accountability.org.uk

www.cedis.org.pa

www.accionrse.cl

www.cemefi.org

www.balancosocial.org.br

www.centrase.org

www.bitc.org.uk

www.cepaa.org

www.bsr.org

www.comunicarseweb.com

www.cbsr.ca

www.csramericas.org

www.cce.org.mx

www.csreurope.org

www.deres.org.uy

www.integrarse.org.pa

www.domini.com

www.incae.edu

www.empresa.org

www.iso.org

www.esquel.org.ec

www.kld.com

www.ethos.org.br

www.lasociedadcivil.org

www.europarl.europa.eu

www.oecd.org

www.firjan.org.br

www.peru2021.org

www.foretica.es

www.prohumana.cl/

www.foretica.es

www.rds.org.co

www.fundacionbariloche.org.ar

www.redpuentes.org

www.fundahrse.org

www.sigloxxi.com

www.fundemas.org

www.sistema.itesm.mx

www.fundtuc.org

www.sustainability-indexes.com

www.iarse.org

www.venamcham.org

www.ibase.org.br

www.wbcsd.org

www.ifpeople.net

www.wri.org

http://ec.europa.eu/enterprise/csr/campaign/documentation/download/introduction_es.pdf (introd a la RSE en pymes)

<http://www.vincular.org/index/ktmllite/files/uploads/2.pdf> (como incorporar RSE en su empresa)