

Responsabilidad social empresarial: Hacia un futuro sostenible

Área de investigación: Ética y organizaciones

Raymundo Soto Sánchez

División de Ciencias Sociales y Humanidades
Universidad Autónoma Metropolitana Azcapotzalco
México

rsoto@correo.azc.uam.mx

XVI CONGRESO INTERNACIONAL DE CONTADURÍA ADMINISTRACIÓN E INFORMÁTICA



Octubre 5, 6 y 7 de 2011
Ciudad Universitaria
México, D.F.

<http://congreso.investiga.fca.unam.mx>

informacongreso@fca.unam.mx

Teléfonos

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

Fax

52 (55) 5616.03.08



ANFECA
Asociación Nacional de Facultades y
Escuelas de Contaduría y Administración

División de Investigación, Facultad de Contaduría y Administración, UNAM
Circuito Exterior s/n, Ciudad Universitaria, México, D.F., C.P. 04510

Responsabilidad social empresarial: Hacia un futuro sostenible

Resumen

A diferencia de lo que se pensaba hace unos veinte años de que las empresas solamente debían cumplir con la función de producir bienes o prestar servicios y que la obligación de los consumidores era comprárselos, hoy en día es cada vez más generalizada la tesis de que la función de las empresas no sólo se reduce a lo estrictamente económico: producir, vender y obtener ingresos, sino que su rol en la sociedad se extiende a los ámbitos de la ecología, la educación, la salud, la vivienda, el desarrollo regional y local, y en general, a aquellos aspectos que inciden directamente en la calidad de la vida de las personas y, por ende, en el desarrollo social. Así, surge la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), que se integra por el conjunto de principios y acciones que realiza la empresa para apoyar permanentemente el desarrollo social, favorecer la calidad de vida de los consumidores, así como de empleados y sus familias, y el cuidado del medio ambiente. En este sentido, el trabajo que se presenta en este congreso tiene el propósito de analizar dos casos de empresas que han aplicado estrategias de responsabilidad social empresarial a partir de identificar el concepto de RSE que asumen en la práctica, el proceso corporativo y actores clave de las decisiones sobre RSE, la responsabilidad social y económica de los programas implementados y determinar el carácter reactivo o proactivo de la estrategia implementada de RSE.

Palabras Clave: Responsabilidad social empresarial, sustentabilidad, gestión sustentable, grupos de interés

Octubre 5, 6 y 7 de 2011
Ciudad Universitaria
México, D.F.

<http://congreso.investiga.fca.unam.mx>

informacongreso@fca.unam.mx

Teléfonos

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

Fax

52 (55) 5616.03.08



División de Investigación, Facultad de Contaduría y Administración, UNAM
Circuito Exterior s/n, Ciudad Universitaria, México, D.F., C.P. 04510

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL: HACIA UN FUTURO SOSTENIBLE

Introducción

A diferencia de lo que se pensaba hace unos veinte años de que las empresas solamente debían cumplir con su función de producir bienes o prestar servicios y que la obligación de los consumidores era comprárselos, hoy en día es cada vez más generalizada la tesis de que las empresas tienen que responder, además, por sus actos y las consecuencias que de ellos se deriven ante la sociedad.

Así, surge la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), algunos estudiosos del tema también le llaman Responsabilidad Social Corporativa, que se integra por el conjunto de principios y acciones que realiza la empresa para apoyar permanentemente el desarrollo social, favorecer la calidad de vida de los consumidores, así como de los empleados y sus familias, y el cuidado del medio ambiente. En otras palabras, hoy en día la función de las empresas no sólo se reduce a lo estrictamente económico: producir, vender y obtener utilidades, sino que su rol en la sociedad es mucho más amplio, extendiéndose a los ámbitos de la ecología, la educación, la salud, la vivienda, el desarrollo regional y local, y en general, a aquellos aspectos que inciden directamente en la calidad de la vida de las personas y, por ende, en el desarrollo de la sociedad. Esto significa que las empresas cada vez más deben hacerse responsables de los efectos de sus decisiones en el entorno ambiental y social.

La RSE tiene dos dimensiones estrechamente ligadas: una interna y otra externa. Si la empresa no está operando adecuadamente en lo interno, con estrategias de negocio definidas, comunicación clara y precisa, manejo de información transparente, estructura de gobierno, toma de decisiones y conductas gerenciales éticas, no podría desarrollar programas ni acciones sobre RSE en lo externo, que le permitieran construir una imagen y reputación socialmente aceptada. Cualquier desequilibrio entre la dimensión interna y externa, implicaría simulación o bien ausencia de la RSE en el modelo de gestión empresarial.

Las empresas no tienen vida propia, están conformadas por individuos que se unen en grupos con distintos intereses, muchas veces encontrados. Están los accionistas que invierten sus recursos con la intención de obtener utilidades. Los trabajadores que buscan, además de mantener sus empleos, lograr remuneraciones justas, trato equitativo y no discriminatorio, igualdad de género y adecuadas condiciones de trabajo que favorezcan su desarrollo laboral, personal y familiar. Externamente, están los consumidores que buscan productos de calidad y a precio justo, que no pongan en riesgo su vida, ni dañen la ecología. Los proveedores que mantienen el interés en la empresa para que les siga comprando sus insumos y materias primas. Las instancias de gobierno tienen interés en que la empresa dé cabal cumplimiento a sus obligaciones fiscales, comerciales y de creación de empleos. Está la comunidad interesada en que la empresa no cause daños al medio ambiente, que cuente con dispositivos para el adecuado manejo de desechos y desperdicios. También estaría el grupo de los competidores y de las organizaciones no gubernamentales, entre muchos más que, de un modo u otro, tienen algún interés en que la empresa funcione de manera que se vean cubiertas sus expectativas. Por consecuencia, el reto de la empresa es interactuar con todos y cada uno de estos grupos y atender sus distintas expectativas y necesidades. El fundamento principal de la RSE es la conducta ética gerencial, de manera que la empresa no actúe en detrimento de la sociedad o de alguno de estos grupos de interés. En este contexto, se concibe la ética como toda conducta humana que se apega a las reglas morales reconocidas y aceptadas socialmente. Así, se espera que los gerentes tomen decisiones, para hacer lo que es correcto socialmente, que sus actos no ocasionen perjuicios o daños a personas o a los grupos de interés.

informacongreso@fca.unam.mx

Teléfonos

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

Fax 52 (55) 5616.03.08

División de Investigación, Facultad de Contaduría y Administración, UNAM
Circuito Exterior s/n, Ciudad Universitaria, México, D.F., C.P. 04510

ANFECA
Asociación Nacional de Facultades y
Escuelas de Contaduría y Administración

La interacción que se genera entre los grupos sociales convierte a la RSE en una tarea compartida a la que deben sumarse además de las empresas, las instancias de gobierno, las ONGs y la misma sociedad. Sólo así se podrán alcanzar los resultados que se esperan de la RSE: una mejor sociedad, mayor calidad de vida y un medio ambiente más limpio.

En este marco, el trabajo que se presenta en este congreso tiene el propósito de analizar dos casos de empresas que han aplicado estrategias de responsabilidad social empresarial a partir de identificar el concepto de RSE que asumen en la práctica, el proceso corporativo y actores clave de las decisiones sobre RSE, la responsabilidad social y económica de los programas implementados y determinar el carácter reactivo o proactivo de la estrategia implementada de RSE. Para ello, se revisará el concepto de RSE y se analizará la importancia que tiene desarrollar un sistema de gestión de la RSE que permita incorporarla de manera integral en el modelo de negocios de la empresa, a partir de los modelos propuestos por el Centro Especializado en Responsabilidad Social Empresarial Vincular de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, Chile, y el sugerido por Francisco Ogalla Segura en su trabajo sobre la integración de la responsabilidad social en el sistema de gestión de la empresa en Madrid, España. Posteriormente, y con base en el marco conceptual desarrollado y en los elementos de los modelos de gestión de la RSE, se describirán los casos de dos empresas que han adoptado la RSE en su estrategia de negocios, se analizará el alcance de su desarrollo y, por último, se hará una breve revisión crítica de la RSE.

Aproximación conceptual de la RSE

En la literatura sobre el tema no existe una definición universal, única y oficial de RSE; sin embargo, se tienen distintas aproximaciones que brindan un marco conceptual que permite ir comprendiendo los alcances teóricos y prácticos de este concepto (María Emilia Correa, José Vargas Niello y de Sandra Benbeniste), entre los que se pueden mencionar los siguientes:

En el llamado Libro Verde la “Responsabilidad Social de las Empresas se define 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. Concepto con arreglo al cual las empresas deciden voluntariamente contribuir al logro de una sociedad mejor y un medio ambiente más limpio”. (Benbeniste, Sandra, 2002: 2).

A este respecto, José Vargas agrega que “ser socialmente responsable no significa solamente cumplir a plenitud las obligaciones jurídicas, sino también ir más allá de su cumplimiento, invirtiendo más en el capital humano, el entorno y las relaciones con los interlocutores.” (José Vargas Niello, 2006: 17).

Por su parte la OCDE en sus Líneas Directrices para Empresas Multinacionales, plantean como objetivo de la RSE “potenciar la contribución de las empresas multinacionales al desarrollo sostenible para garantizar una coherencia entre los objetivos sociales, económicos y ambientales.” (Benbeniste, Sandra, 2002: 6).

El Consejo Mundial para el Desarrollo Sostenible define a la RSE “como el compromiso de las empresas de contribuir al desarrollo económico sostenible, trabajando con los empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad en general para mejorar su calidad de vida. (Benbeniste, Sandra, 2002: 6).

ht En el Reino Unido la RSE es entendida como la expresión del compromiso de una empresa con la sociedad y
inf la aceptación de su rol en ella. Esto incluye el pleno cumplimiento de la ley y acciones adicionales para

Teléfonos

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

Fax 52 (55) 5616.03.08

Asociación Nacional de Facultades y Escuelas de Contaduría y Administración
División de Investigación, Facultad de Contaduría y Administración, UNAM
Circuito Exterior s/n, Ciudad Universitaria, México, D.F., C.P. 04510

asegurar que la empresa no opera a sabiendas en detrimento de la sociedad. Para ser efectivo y visible este compromiso debe estar respaldado por recursos, liderazgo, y ser medible y medido.

De acuerdo con el trabajo de María Emilia Correa, Sharon Flynn y Alon Amit “en las organizaciones empresariales la responsabilidad social empresarial es el conjunto de prácticas empresariales abiertas y transparentes basadas en valores éticos y en el respeto hacia los empleados, las comunidades y el ambiente. Y en Estados Unidos: la Responsabilidad social empresarial se define como la administración de un negocio de forma que cumpla o sobrepase las expectativas éticas, legales, comerciales y públicas que tiene la sociedad frente a una empresa.” (María Emilia Correa, Sharon Flynn y Alon Amit, 2004: 16)

Para la Fundación Empresa y Sociedad de España la RSE se define como el operar una empresa de una forma que excede las expectativas generales que la sociedad tiene con relación a las empresas. La RSE debe ser vista como una serie completa de políticas, prácticas y programas que están integrados en todas las operaciones y políticas de la empresa.

De este conjunto de definiciones de RSE, resaltan como aspectos comunes los siguientes: i) la adopción de la RSE es una decisión voluntaria de la empresa; ii) su significado no sólo es dar cumplimiento a sus obligaciones jurídicas, sino ir más allá invirtiendo recursos a favor del desarrollo humano; iii) consiste en reconocer que la empresa cumple objetivos múltiples de tipo económico, social y ambiental y que debe existir coherencia entre ellos; y, iv) es un sistema empresarial abierto y transparente basado en valores éticos y de respeto hacia los empleados, la comunidad y el ambiente.

Modelo de gestión de RSE

Para que los principios e intenciones no queden solamente en declaraciones, la RSE tiene que concretarse en un sistema de gestión que permita llevar a la práctica las estrategias y programas que apoyen a la comunidad y el ambiente. Dentro de este tema resalta el Modelo de Gestión de RSE elaborado por el Centro Especializado en Responsabilidad Social Empresarial Vincular de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, Chile.

Hoy las expectativas sobre el rol de la empresa en la sociedad están cambiando, se ha creado un nuevo reto: obtener beneficios creando valor económico, medioambiental y social para los accionistas, pero también para la sociedad en su conjunto. Y para responder a ello, las empresas empiezan a adoptar un nuevo modelo de creación de valor, sustentado en la RSE. El modelo de gestión de RSE se concibe como una herramienta para identificar, controlar y mejorar los impactos económicos, sociales y medio ambientales significativos de las operaciones de una empresa sobre sus grupos de interés (accionistas, empleados, clientes, proveedores, medio ambiente, comunidad, etc.) los cuales son generados por la gestión de los distintos procesos que componen su cadena de valor.

El modelo cumple el requisito principal de un sistema de gestión: la existencia de un proceso sistemático y cíclico de mejora continua, que se efectúa en cuatro fases: i) Planificar, ii) Ejecutar, iii) Comprobar, y iv) Ajustar la gestión, asegurando niveles de comportamiento cada vez mejores.

El modelo de gestión de RSE parte de la evidencia de que los resultados empresariales mejoran si se mantienen relaciones no oportunistas con los grupos de interés afectados por la actividad empresarial, es decir, si se conocen sus expectativas y se actúa creando valor también para ellos, contribuyendo a un desarrollo más sustentable.

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

Fax 52 (55) 5616.03.08

Asociación Nacional de Facultades y Escuelas de Contaduría y Administración
División de Investigación, Facultad de Contaduría y Administración, UNAM
Circuito Exterior s/n, Ciudad Universitaria, México, D.F., C.P. 04510

El desarrollo sustentable es la base de la RSE, según el modelo de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, y que define como: “Un conjunto de políticas transversales y buenas prácticas verificables, tanto internas como externas, alineadas a los valores y principios organizacionales, cuya finalidad es contribuir al logro de los objetivos estratégicos de la empresa mejorando su competitividad, sustentabilidad y al mismo tiempo la calidad de vida de sus grupos de interés”. Este modelo busca facilitar la adopción de principios de RSE, como la identificación, control y optimización del impacto económico, social y ambiental de las actividades, productos y servicios de una empresa sobre sus grupos de interés. Para adoptar la RSE en la gestión regular de la empresa, el primer paso es estar dispuesto a cambiar el tradicional modelo de toma de decisiones que gira en torno de los deseos de los dueños o accionistas de la empresa, por un modelo de RSE que responda a las expectativas de los grupos de interés.

El modelo tiene siete etapas: **i) Preparación**, que implica identificar los beneficios que la RSE puede aportar, que la gerencia y el personal comprendan lo que se espera de ellos (compromisos) y se disponga de una buena planificación; **ii) Diagnóstico**, que permita identificar las áreas de intervención, las oportunidades de mejora de la empresa y elaborar el plan de acción (análisis interno: mapa de procesos y análisis de sistemas, políticas y prácticas; y análisis externo: percepción de los grupos de interés y benchmarking sectorial; así como el análisis FODA); **iii) Planificación Estratégica y Operativa**, que permita jerarquizar áreas de intervención en función de sus líneas estratégicas, de su impacto y de sus capacidades técnicas y económicas (la estratégica contempla: la misión y visión, políticas, requisitos legales, áreas prioritarias y objetivos estratégicos; y la operativa incluye: objetivos específicos, metas y planes de acción, además de responsabilidades); **iv) Implantación**, su finalidad es que la RSE sea integrada en la toma de decisiones y operaciones diarias de la empresa, y contempla: formación y adaptación al cambio, desarrollo y control documental e implantación y registros; **v) Comunicación**, busca adoptar un esquema de comunicación centrado en la relación entre la empresa y sus grupos de interés, a través del diálogo y el desarrollo de reportes de sustentabilidad; **vi) Seguimiento y Medición**, busca medir el avance de los procesos y la obtención de resultados, y contempla: sistema de indicadores, no conformidades y reclamos, y auditoría interna; y, **vii) Revisión y Mejora**, se busca aprender de la experiencia para eliminar y mitigar las debilidades detectadas y potenciar las fortalezas, y contempla: revisión por la dirección, así como el ajuste y la mejora continua.

En misma línea planteada en el modelo de gestión de RSE propuesto por esta Universidad, Ogalla Segura sostiene que la gestión ética y socialmente responsable se ha convertido en un elemento esencial de la gestión, y propone un sistema integrado de gestión en la empresa que permita la interacción entre el enfoque de negocio, las políticas definidas y los compromisos éticos contraídos. (Ogalla Segura, Francisco, 2006: 6)

El sistema de gestión de RSE debe contemplar los principios siguientes: i) satisfacer las necesidades de las partes interesadas; ii) adoptar los principios del desarrollo sustentable voluntariamente; iii) incorporar en la gestión diaria la dimensión económica, social y ambiental; y; iv) aceptar la RSE como centro de la estrategia de gestión de la organización.

Las áreas que sustentan el desarrollo del sistema de gestión propuesto son: i) los valores; ii) los conceptos fundamentales; y, iii) la estructura del sistema de gestión. En cuanto a los valores, los define como el conjunto de comportamientos que desarrolla la organización y que constituyen la base de sus actuaciones y, por tanto, de las actitudes que se esperan de los colaboradores. Los valores son el fundamento de la cultura empresarial, del enfoque de los procesos y de la imagen que legitima la aceptación social de la empresa. Los valores nos ayudan a conseguir, a través del comportamiento, los objetivos propuestos como visión de

empresa. Son los conceptos fundamentales para desarrollar la política. Partiendo de los valores tenemos que construir una personalidad propia que sea coherente entre lo que se dice y lo que se hace. Los valores éticos de la empresa son la base desde la que se aborda el enfoque al desarrollo sostenible. Se establece que la empresa tiene responsabilidades económicas, legales, éticas y con las partes interesadas. Entre éstas podemos mencionar a los empleados, directivos y gerentes, clientes, inversionistas, proveedores y subcontratistas, competidores y sociedad. Para cada área de responsabilidad y los grupos de interés, la empresa debe definir valores que sean claros, precisos y comunicados a todos los interesados. Entre los valores que permean el modelo de gestión de RSE, se destacan: i) hacer lo que es correcto y justo; ii) cumplir la ley; iii) ser rentable; iv) calidad y seguridad con el cliente; v) comunicación activa; vi) enfoque al desarrollo sostenible; vii) comportamiento corporativo comprometido; viii) igualdad de oportunidades y desarrollo profesional para los empleados; ix) compromiso social y medio ambiental de la empresa; y, x) veracidad de información y transparencia en la gestión. (Ogalla Segura, Francisco, 2006: 13)

Ogalla sostiene que pasar de la orientación al cliente y al inversionista a las partes interesadas como elemento de gestión, nos hace tomar conciencia de lo importante que es para ser competitivos trascender de una cultura basada en transacciones a una cultura basada en relaciones. Esto permite elevar la eficiencia y la eficacia de todos los procesos de la organización. En este mismo sentido, se requiere comportamientos éticos en las relaciones con todas las partes interesadas. Se busca alinear los procesos y las políticas de negocio con los valores. Se considera parte interesada, desde el punto de vista de la empresa, toda persona individual, grupo, organización o similar de carácter público o privado capaz de afectar o interactuar con la estrategia de la empresa, o que puedan verse afectados por las decisiones de esta última. Las partes interesadas también pueden afectar a la implantación de la estrategia de la empresa. Por eso, es cada vez más importante construir una relación eficaz, eficiente y justa con las partes interesadas. El sistema integrado de gestión que se propone, está basado en las necesidades y expectativas de todas las partes interesadas y diseñado para ser satisfechas. El sistema de indicadores permitirá medir y anticiparse a dichas necesidades y expectativas, y por ende, prever los cambios que puedan darse alrededor de ellas. El enfoque a las partes interesadas, visto desde la gestión de la ética, facilita una mentalidad abierta para aceptar y utilizar todas las ideas de los grupos de interés, alineadas con los valores compartidos de la organización. (Ogalla Segura, Francisco, 2006: 17)

De lo expuesto se puede concluir que los dos elementos principales del modelo de gestión de RSE son, por una parte, la orientación por valores empresariales socialmente aceptados, que hayan sido declarados en la misión, visión y objetivos de la organización, y por la otra, el enfoque hacia los grupos de interés que, como elemento de gestión, sea incorporado en la estrategia, procesos y políticas operativas, asegurando su congruencia con los principios y valores de la empresa. De este modo, se pueden identificar como elementos fundamentales del sistema de gestión de la responsabilidad social los siguientes: i) gestión orientada a las partes interesadas; ii) gestión por procesos y hechos; iii) orientación a resultados, y, iv) aprendizaje, innovación y mejora continuos.

Dos casos de empresas que han adoptado la RSE en su modelo de negocio

Grupo Peñafiel es una empresa que elabora y distribuye bebidas de sabor, lo que en México se conoce como “refrescos” (sodas), y declara como principio que el beneficio social va de la mano con el beneficio empresarial, por lo que se considera una compañía comprometida con la comunidad de los países en donde tiene operaciones. Define a la RSE como “contribuir de manera activa con el bienestar de las comunidades, de sus empleados y del medio ambiente, y acogen el respeto, el desarrollo y la diversidad para que la compañía sea el mejor lugar para trabajar”. (www.grupopeñafiel.com)

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

Fax 52 (55) 5616.03.08

División de Investigación, Facultad de Contaduría y Administración, UNAM
Circuito Exterior s/n, Ciudad Universitaria, México, D.F., C.P. 04510

Asociación Nacional de Facultades y
Escuelas de Contaduría y Administración

Los programas de Responsabilidad Social que maneja la empresa incluyen las áreas siguientes: i) Medio Ambiente, Salud y Seguridad, como parte de esta área se lleva a cabo la campaña “planta un árbol”, se promueve el reciclaje del PET (utiliza empaques reciclables y amigables con el medio ambiente), y tiene la certificación como industria limpia (plantas de tratamiento de aguas residuales y controles en la clasificación, almacenamiento y manejo de residuos y emisiones); ii) Proveedores, a quienes se les entrega el código ético para el aprovisionamiento con las políticas de negociaciones éticas y respeto a derechos humanos; iii) Clientes y Consumidores, con quienes se mantiene comunicación mediante una línea de 01 800 y se les ofrece información nutricional; iv) Comunidad, promueven los programas “Adopta un niño” y “Adopta un anciano”, ofrecen a escuelas públicas conferencias sobre prevención de drogas, alimentación saludable y manejo de riesgos en el hogar, y reparten despensas entre los niños que acuden a escuelas primarias afectadas por desastres naturales. (www.grupopeñafiel.com)

Sus distintas plantas cuentan con la certificación del American Institute of Bakery (AIB), cuentan con el programa Hazard of Critical Control Points (HACCP), cuyo principal objetivo es la manufactura de productos con la más alta calidad y seguridad alimentaria. Grupo Peñafiel ha recibido, en tres ocasiones, el distintivo “Empresa Socialmente Responsable” del Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI) por los programas de responsabilidad social.

En resumen, se trata de una empresa que practica la Responsabilidad Social con programas y acciones que contribuyen al cuidado de la ecología y del medio ambiente, apoyan al desarrollo de la comunidad, aseguran adecuadas condiciones de trabajo a sus empleados, respetando la normatividad laboral, contratan a personas con discapacidades, procuran el equilibrio entre vida familiar y trabajo de sus empleados, promueven la educación y capacitación, y comercializan productos de calidad que no ponen en riesgo la salud de los consumidores.

El otro caso que se presenta es el de la empresa Siemens –empresa transnacional que se dedica a la innovación tecnológica para distintos sectores industriales y de servicios- y que formalmente declara su compromiso con la sociedad, estableciendo que “dedican sus esfuerzos y talentos a mejorar la calidad de vida de su entorno en cada una de las sedes en donde desarrollan operaciones, ayudan en casos de desastres naturales y apoyan a la educación y capacitación.” (Informe de RSE 2008 en www.siemens.com.mx)

Expresamente la empresa señala que “promueve la Responsabilidad Social y el cuidado del medio ambiente ante los distintos grupos de interés: colaboradores, clientes, socios, proveedores y sociedad en general. Nuestros valores nos motivan a tener un comportamiento responsable, basado en los más altos estándares éticos y legales. Nuestras acciones enmarcan lo relativo a: valores éticos, las personas, la comunidad y el medio ambiente.” (Informe de RSE 2008 en www.siemens.com.mx)

La Responsabilidad Social significa para la empresa “ofrecer el máximo rendimiento en beneficio de las sociedades en las que actuamos y vivimos, considerando los aspectos ecológicos, económicos y sociales. Nuestras actividades son un componente esencial para la dirección responsable de la empresa. El fundamento y la base de nuestra forma de actuar y el éxito de nuestros programas se sustentan en nuestros valores: Responsabilidad, Excelencia e Innovación.” (Informe de RSE 2008 en www.siemens.com.mx)

ht Definen a sus valores “como el mayor rendimiento posible con los más altos estándares éticos.” La visión de
inf Siemens es: “Un mundo de talento probado que brinda innovaciones avanzadas que ofrece a nuestros

Teléfonos

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

Fax 52 (55) 5616.03.08

Asociación Nacional de Facultades y Escuelas de Contaduría y Administración
División de Investigación, Facultad de Contaduría y Administración, UNAM
Circuito Exterior s/n, Ciudad Universitaria, México, D.F., C.P. 04510

clientes una ventaja competitiva exclusiva que permite a las sociedades manejar sus desafíos más vitales y que crea valor sostenible.” (Informe de RSE 2008 en www.siemens.com.mx)

Es una empresa que también ha sido reconocida con el distintivo de Empresa Socialmente Responsable, por parte del Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI), y que, de acuerdo con lo declarado por la misma empresa, “los acredita ante sus colaboradores, 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 al haber sustentado el cumplimiento de los estándares propuestos para los siguientes ámbitos de la Responsabilidad Social Empresarial: i) Calidad de vida en la empresa; ii) Ética empresarial; iii) Vinculación de la empresa con la comunidad; y, iv) Cuidado y preservación del medio ambiente.” (Informe de RSE 2008 en www.siemens.com.mx)

La empresa plantea que su interés es mejorar los estándares de vida en los seres humanos. Los productos, sistemas y servicios que proporcionan están diseñados para solucionar los problemas actuales de transporte, comunicación, energía y agua. “Nuestra ciudadanía corporativa también está encaminada a apoyar el sustento de nuestra plantilla de más de 400 mil colaboradores, sus familias e indirectamente nuestros centenares de proveedores y clientes. Otro aspecto de nuestra Responsabilidad Social es la contribución que hacemos a la vida pública. Nuestras iniciativas incluyen apoyo a la educación y la ciencia, promoviendo el arte y la cultura, tratando problemas sociales con proyectos para la comunidad, buscando un diálogo abierto con la sociedad.” (Informe de RSE 2008 en www.siemens.com.mx)

En los planteamientos sobre RSE, Siemens le da un lugar especial a la ética empresarial, haciendo públicos sus valores, combatiendo prácticas de corrupción y desempeñándose con base en un código de ética. “En Siemens creemos en la responsabilidad empresarial, por ello, estamos firmemente comprometidos a convertirnos en una de las mejores empresas del mundo en las áreas de gobierno corporativo, la preservación del medio ambiente, conducta empresarial y, sobre todo, en transparencia y ética. La integridad rige nuestra conducta hacia nuestros compañeros, socios, accionistas, clientes, distribuidores y sociedad en general. Siemens tiene una política de «cero tolerancia» a conductas antiéticas.” (Informe de RSE 2008 en www.siemens.com.mx)

En resumen, las acciones de la empresa comprenden lo relativo a los valores éticos, las personas, la comunidad y el medio ambiente. Sus iniciativas están agrupadas en dos grandes programas mundiales orientados a la educación y el desarrollo de la sociedad: Generation 21 y Siemens Caring Hands, respectivamente.

Análisis de los casos presentados

El análisis de los dos casos de empresas que han aplicado estrategias de responsabilidad social empresarial gira en torno de los factores siguientes: i) concepto de RSE que estas empresas asumen en la práctica; ii) el proceso corporativo y actores clave de las decisiones sobre RSE; iii) la responsabilidad social y económica de los programas implementados; y, iv) el carácter reactivo o proactivo de la estrategia implementada de RSE.

En cuanto al concepto de RSE se observa que, mientras Grupo Peñafiel la define como la forma de contribuir de manera activa con el bienestar de las comunidades, de sus empleados y del medio ambiente y tienen como aspiración que la empresa sea el mejor lugar para trabajar, en Siemens conciben a la RSE como ofrecer el máximo rendimiento en beneficio de las sociedades en la que actúa, considerando los aspectos

ecológicos, económicos y sociales, y añaden que la base de sus formas de operar y el éxito de sus programas está en los valores empresariales de responsabilidad, excelencia e innovación. En el primer caso se desarrolla una visión instrumentalista de la RSE, es decir, ejecutar acciones que beneficien a los distintos grupos de interés, y en el caso de Siemens además se pone el énfasis en un aspecto no menor de la RSE: los valores éticos que permean sus programas y acciones. En ambos casos se observa el enfoque hacia los grupos de interés, y en el caso Peñafiel no está suficientemente precisa la orientación por valores empresariales y socialmente aceptados de su modelo de gestión de RSE.

Por lo que se refiere al proceso corporativo y actores clave, Grupo Peñafiel involucra a sus empleados, proveedores, consumidores y clientes, y la comunidad en las áreas de medio ambiente, salud y seguridad. Mientras tanto, Siemens tiene como grupos de interés a sus colaboradores, clientes, socios, proveedores y sociedad en general, abarcando sus acciones las áreas de valores éticos, las personas, la comunidad y el medio ambiente. En ambos casos se fundamenta la estrategia de RSE en la participación de los actores internos de las empresas, es decir, empleados y personal directivo, y de agentes externos como proveedores y la comunidad directamente beneficiada por los programas.

El tercer elemento de análisis es la responsabilidad social y económica, ésta es el área en la que normalmente no se informan ni los recursos aplicados para la implementación de las acciones ni los beneficios económicos que se logran por desarrollar una imagen y prestigio de responsabilidad frente a la sociedad. Pero seguramente son empresas que hacen inversión social para obtener ganancias económicas importantes, ya que de otra manera no promoverían acciones de RSE. La inversión social se realiza ante la expectativa de aumentar los beneficios económicos.

Por último, está la cuestión de determinar el carácter reactivo o proactivo de las estrategias de RSE que han implementado estas empresas. En ambos casos se trata de estrategias proactivas, puesto que no sólo realizan donaciones a la comunidad, sino que invierten recursos para lograr beneficios sociales.

Si bien en ambos casos de las empresas analizadas, se observan avances en el desarrollo de programas de RSE todavía se quedan en la parte de la filantropía y asistencial en sus relaciones con la sociedad y el medio ambiente. En el caso de Grupo Peñafiel se percibe que sus acciones se enfocan en dar cumplimiento a la normatividad, y por desgracia algunas dependencias gubernamentales otorgan premios y distinciones por ello, las cuales se utilizan como evidencia de RSE, pero la empresa no tiene un planteamiento estratégico sobre cómo se incorporaría la RSE en el modelo de gestión empresarial. Otra característica de esta empresa es que no queda claro cómo se aborda el tema de la ética empresarial, que, como se describió arriba, es un componente central de la RSE.

En el caso de la empresa Siemens, se observa un planteamiento más desarrollado que, además de considerar al medio ambiente, la comunidad, los colaboradores, los inversionistas y clientes, enfatiza la ética empresarial, el gobierno corporativo y la conducta empresarial.

Conclusión

Nuestra intención es concluir resaltando algunos aspectos clave para la discusión y el análisis de la RSE, este tema de gran actualidad e importancia no sólo para las empresas, sino para la sociedad en general.

<http://congreso.investiga.fca.unam.mx>

Si bien los beneficios de las estrategias y del modelo de gestión de la RSE son importantes para las empresas, porque mejora su competitividad y crean ventajas sociales para la comunidad y el medio

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

Fax 52 (55) 5616.03.08

División de Investigación, Facultad de Contaduría y Administración, UNAM
Circuito Exterior s/n, Ciudad Universitaria, México, D.F., C.P. 04510

ambiente, también tienen algunas debilidades, entre las que podemos mencionar: i) que las empresas dejen de visualizar que lo importante en RSE son las acciones éticas, los resultados y los impactos tanto en lo interno de la organización, como en el medio social y ambiental, y que por ende, surjan actitudes gerenciales conformistas que sólo busquen el reconocimiento, y se olviden de lo esencial: la ética, el desarrollo sustentable y los valores sociales; y que la estrategia la enfoquen únicamente en acciones de caridad y filantropía, como donaciones de dinero para ciertos sectores de la salud o la educación y que no reflejen una verdadera estrategia empresarial de RSE; ii) el riesgo de burocratización, que la organización se llene de normas y procedimientos, con exceso de documentación y formalidad, que haga más complejo, rígido y lento el sistema de gestión de la organización, generando inercia y rutina, además de resistencias al cambio, y por lo mismo, ausencia de flexibilidad para anticipar imprevistos que pueden afectar el plan de RSE; y, iii) que en la empresa la RSE sea más declaraciones y retórica que acciones y resultados para la sociedad y el ambiente, que se busque crear una imagen de la organización sólo para mejorar la obtención de utilidades a partir de declaraciones y acciones publicitarias, más que en cambiar la estrategia empresarial hacia la RSE.

El movimiento de la RSE a nivel mundial y, en particular, en América Latina ha venido creciendo, asentándose cada vez en un mayor número de empresas y sectores conscientes de la importancia de la RSE, derivada en buena medida por la también creciente demanda de la sociedad para que las organizaciones asuman su responsabilidad en la preservación del medio ambiente y el desarrollo social de las comunidades en donde obtienen sus beneficios. No obstante, las prácticas empresariales sobre RSE son débiles y aún queda mucho por hacer para que las organizaciones logren desarrollar e instrumentar sistemas de gestión que no sólo se enfoquen en la búsqueda de utilidades económicas, sino que también se orienten a la movilización de recursos a favor del desarrollo de las personas, de la sociedad y del ambiente.

Dentro de este movimiento las Universidades deben desempeñar una función de gran importancia, puesto que tienen como responsabilidad educar a individuos no sólo con una sólida formación profesional en los distintos campos del conocimiento, sino también desarrollar en ellos valores culturales, sociales, éticos y ambientales que orienten sus decisiones personales y laborales. Sin embargo, son pocos los esfuerzos que se hacen para incorporar el enfoque de responsabilidad social en los planes y programas de estudio de las diversas licenciaturas que se ofrecen a nivel profesional. Son aún incipientes las acciones encaminadas a considerar a la RSE en el perfil curricular de planes y programas de estudio.

Consideramos que, en la medida en que se realicen estudios de casos en la implementación de estrategias de RSE, crecerá también la importancia del tema en nuestro país y la evidencia práctica de que la Responsabilidad Social Empresarial puede ayudar a construir un futuro social y ambientalmente más sostenible. En caso contrario, sigue latente el riesgo de que la RSE sea una moda administrativa que pronto pasará como una más de las estrategias empresariales utilizadas para incrementar beneficios económicos.

<http://congreso.investiga.fca.unam.mx>

informacongreso@fca.unam.mx

Teléfonos

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

Fax 52 (55) 5616.03.08



División de Investigación, Facultad de Contaduría y Administración, UNAM
Circuito Exterior s/n, Ciudad Universitaria, México, D.F., C.P. 04510

Bibliografía

Benbeniste, Sandra. El alcance del concepto de la responsabilidad social corporativa de acuerdo a los organismos internacionales promotores del tema. ESADE, España, 2002

Bestraten Bellovi, Manuel y Pujol Senovilla, Luis. NTP 644: Responsabilidad social de las empresas (II): tipos de responsabilidades y plan de actuación. INSHT, Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, España, 2008.

Correa María Emilia, Flynn Sharon y Amit Alon. Responsabilidad social corporativa en América Latina: una visión empresarial. CEPAL, Santiago de Chile, 2004.

Perdiguero, Tomás y Andrés García Reche. La Responsabilidad Social de las Empresas y los Nuevos Desafíos de la Gestión Empresarial. Universidad de Valencia. 2005.

Guédez Víctor. Ser confiable, responsabilidad social y reputación empresarial. Planeta.

Guthey, Eric et al. La Responsabilidad Social Corporativa como Moda de Gestión. Harvard Deusto Business Review, No. 150. 2006.

Kliksberg Bernardo. Ética empresarial: ¿moda o demanda?. Fundación Carolina, Washington, 2006.

Méndez Picazo, Ma. Teresa. Ética y responsabilidad social corporativa. Ética y Economía, España, 2005.

Porter Michael y Kramer Mark. Estrategia y sociedad. Harvard Business Review, 2006.

Vargas Niello, José. Responsabilidad social empresarial desde la perspectiva de los consumidores. CEPAL GTZ, Santiago de Chile, 2006.

Di Biase De Lillo, Franco. Responsabilidad social empresarial. Centro para el Desarrollo de la Empresa y el Conocimiento, Facultad de Ciencias Económico Administrativas de la Universidad Central, Santiago de Chile, 2005.

El Compromiso con los Stakeholders – Manual para las Prácticas de las Relaciones con los Grpos de Interés, Thomas Krick, Maya Forstater, Philip Monaghan, Maria Sillanpää, Editorial AccountAbility, United Nations Environment Programme, Stakeholder Research and Associates Canada Inc, 2005.

Ogalla Segura, Francisco. La integración de la responsabilidad social en el sistema de gestión de la empresa. FORETICA, Madrid, 2006.

Páginas Web consultadas:

www.grupopeñafiel.com

ht www.siemens.com.mx nam.mx
informacongreso@fca.unam.mx

Te www.cemefi.org/proyectos/responsabilidad-social-empresarial.html

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

Fax 52 (55) 5616.03.08

