

XII CONFERENCIA ANUAL DE ÉTICA, ECONOMÍA Y DIRECCIÓN
Úbeda (Jaén) 3 y 4 de junio de 2004

“ÉTICA Y FINANZAS”

COMUNICACIÓN:

La Responsabilidad Social Empresarial una alternativa para mejorar los niveles de vida de una sociedad y sus limitaciones.

PRESENTADA POR:

Marbella Araceli Gómez Lemus

Profesora Titular Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. México

Estudiante del Doctorado en Dirección y Administración de Empresas de la UPC bajo la dirección del Profesor Titular. José María Armengou Marsans.

Marbella Araceli Gómez Lemus

Profa. Titular Universitaria Universidad Juárez Autónoma de Tabasco (México)
Estudiante del Doctorado Dirección y Administración de Empresas
(bajo la dirección del Profesor Titular Lluís Maria Armengou Marsans)

Comunicación:

La Responsabilidad Social Empresarial una alternativa para mejorar los niveles de vida de una sociedad y sus limitaciones.

Palabras clave:

Responsabilidad Social, salarios dignos

Línea del Trabajo:

Responsabilidad Social

RESUMEN

En ésta comunicación se hace referencia a la importancia de que tanto empresas, gobierno y asociaciones de profesionales se involucren en la Responsabilidad Social, la cual representa un elemento importante para mejorar los niveles de vida de la sociedad, igualmente se presentan las limitaciones que se tienen en México y se proponen algunas alternativas para mejorar éste proceso.

Introducción.

La responsabilidad social se ha ubicado en el primer plano del discurso sobre la empresa y todo hace pensar que se trata de una tendencia que, desde sus raíces anglosajonas, sigue un camino de intensificación y generalización. La declaración por Naciones Unidas de establecer el 2005 como año dedicado a la responsabilidad social de las empresas, marca, un cierto horizonte temporal que puede servir de referencia para la reflexión pública y para el diseño e implantación de políticas concretas que supongan, como se afirma en el Libro Verde de la Responsabilidad Social de la Empresa, una efectiva integración a “las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores”¹.

La empresa es una célula social formada por personas y para satisfacer las necesidades de las personas, se encuentra insertada en la sociedad de quien mucho recibe y no puede permanecer ajena a ella, por tanto sus fines económicos no deben contraponerse a su función social, ni esta función contravenir a sus fines económicos de la misma, la única manera de hacerlos coincidentes es una actuación responsable.

En el mundo y en México cada vez más un número creciente de empresas esta integrando la responsabilidad social a sus estructuras, y se establecen instituciones que valoran que empresas han actuado bajo un entorno de responsabilidad social, México no esta ajeno a estas actividades las cuales también se fortalecen, así tenemos que CEMEFI² entrego en el mes de febrero por cuarta ocasión consecutiva el “Distintivo Empresa Socialmente Responsable” en ésta ocasión fueron galardonadas 61 empresas³. Por otro

¹ COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS. (2001). *Libro Verde “Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas”*.

² Centro Mexicano la filantropía, A.C.: <http://www.cemefi.org/>

³ 1. Administración Portuaria Integral de Coatzacoalcos, S. A. de C. V. 2. ADO y Empresas Coordinadas, S. A. de C. V. (Región Caribe) 3. Aerovías de México, S. A. de C. V. (Aeromexico) *** 4. Agrícola Tarriba S. de R. L. de C. V. 5. American Express Company (México), S. A. de C. V. *** 6. Boehringer Ingelheim Promeco, S. A. de C. V. 7. CEMEX 8. Compañía Mexicana de Aviación S.A. de C. V. *** 9. Cinépolis 10. Comercial Mexicana de Pinturas S.A. de C. V. (Comex) 11. Comisión para la Regularización para la Tenencia de la Tierra (CORETT) 12. Danone de México, S.A. de C. V. 13. Desarrolladora Homex S.A. de C. V. 14. Diconsa, S.A. de C. V. ** 15. Embotelladoras Arca, S.A. de C. V. 16. Financiera Independencia, S.A. ** 17. FinComún, Servicios Financieros Comunitarios S. A. de C. V. ** 18. Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías (Fonart) 19. Ford Motor Company S. A. de C.V. ** 20. Deloitte **

lado cada vez son mas los organismos que ofrecen servicios de diagnósticos de responsabilidad social a las empresas para la implementación de programas de Responsabilidad Social tal es el caso de COMPITE. Comité Nacional de Productividad e Innovación Tecnológica, A.C.⁴, Ethos. Centro de Ética para los negocios⁵ y Fundación del empresario Chihuahuense⁶ entre otros, en todos ellos se revisan básicamente cuatro áreas para establecer si una empresa es socialmente responsable: calidad de vida de la empresa; compromiso con la comunidad; cuidado y preservación del medio ambiente y competitividad de la empresa y su relación con sus stakeholders. También como parte de las acciones del gobierno para apoyar la responsabilidad social cabe destacar que el pasado 15 de diciembre de 2003, la Cámara de Diputados aprobó la Ley Federal de Fomento a Actividades de Desarrollo Social Realizadas por Organizaciones Civiles⁷. Esta Ley es fruto de un esfuerzo plural cuya finalidad es contar con un marco legal que impulse las acciones de las organizaciones de la sociedad civil.

21. GE International México, S. de R. L. de C. V. ** 22. Grupo Ángeles Servicios de Salud, S. A. de C. V. **** 23. Grupo Bimbo, S. A. de C. V. **** 24. Grupo Financiero BBVA Bancomer, S.A. **** 25. Grupo Modelo S. A. de C. V. 26. Grupo Telmex, S. A. de C. V. *** 27. Hewlett Packard México, S. de R. L. de C. V. **** 28. Hipotecaria Crédito y Casa, S. A. de C. V. ** 29. Hipotecaria Su Casita S. A. de C. V. *** 30. Holcim Apasco, S. A. de C. V. 31. Industrias Peñoles, S. A. de C. V. *** 32. Inmobiliaria Parque Reforma S. A. de C. V. **** 33. Tecnológico de Monterrey (Campus Cuernavaca) 34. Tecnológico de Monterrey (Campus Edo. de México) 35. Interprotección, Agente de Seguros y Fianzas, S.A. de C. V. ** 36. J.P. Morgan Grupo Financiero, S. A. de C. V. ** 37. Johnson & Johnson, S. A. de C. V. *** 38. Jugos del Valle, S. A. de C. V. ** 39. Lincosa, S. A. de C. V. 40. Manpower, S. A. de C.V. ** 41. Merck Sharp & Dohme de México S. A. de C. V. ** 42. Novartis Farmacéutica, S.A. de C. V. ** 43. Office Coffee Service S. A. de C. V. 44. Parque Garrafón *** 45. Parque Xcaret 46. Pfizer, S. A. de C. V. ** 47. Philips Mexicana S. A. de C. V. ** 48. Parque Xel-Há *** 49. Red Especializada en Mantenimiento Automotriz (REMA) 50. S.C. Johnson and Son, S. A. de C. V. **** 51. Scientific Atlanta de México S. De R. L. de C. V. 52. Seguros Monterrey New York Life, S. A. de C.V. 53. Wal-Mart S. De R. L. de C. V. **** 54. Shell México S. A. de C. V. **** 55. Supermercados Internacionales HEB, S. A. de C. V. **** 56. Telefónica Móviles México, S. A. de C. V. 57. The Coca Cola Export Corporation Suc. México **** 58. Transportes Aeromar, S. A. de C. V. 59. Universal Productora, S. A. de C. V. *** 60. Wyeth, S.A. 61. Zimat Golin/Harris, S. A. de C.V. **** Nota: **** Cuarto año consecutivo *** Tercer año consecutivo ** Segundo año consecutivo y primer año sonsecutivo.

⁴ <http://www.compitemex.org.mx/Plantillarsocial/rsventajas.htm>

⁵ <http://www.compitemex.org.mx/Plantillarsocial/rsventajas.htm>

⁶ <http://www.fundacion.org.mx/>

⁷ Información legal de CEMEFI. <http://www.cemefi.org/>

Obstáculos para introducir RSE en las empresas mexicanas:

- En muchos casos hay una falta de conocimiento de conceptos y métodos. Todavía muchos líderes empresariales piensan que RSE es sinónimo de caridad y filantropía. No conocen en fondo de que se trata.
- En pequeñas y medianas empresas (PyMES) no hay recursos para elaborar e implementar políticas de RSE. Por eso las PyMES están dejadas afuera de mucho del debate actual, que tiene su enfoque en grandes empresas transnacionales.
- Frecuentemente hay resistencia desde adentro de las empresas, a causa de un cierto conservatismo o una resistencia ideológica.
- Existe en ocasiones un prejuicio contra colaborar con grupos de la sociedad civil que muchas veces es necesario para implementar políticas de RSE. Estos prejuicios existen por ambos lados de la mesa, también lo de las Organizaciones No-Gubernamentales (ONG). Sin embargo, la experiencia de las empresas que han avanzado en este tema es que este tipo de prejuicios puede disolverse cuando las partes se conocen mejor.

Acciones que puede emprender el gobierno para ayudar a empresas a superar los obstáculos.

- Dar un ejemplo en su propia conducta. Puede introducir condiciones éticas en sus compras, por ejemplo, que no se compre de las empresas que no cumplen con ciertos estándares. Pueden también por supuesto introducir políticas de buen manejo de recursos humanos.
- Contribuir a clarificar conceptos, y crear 'espacios' para discutirlos. Eso es importante, sobre todo para las PyMES que no tienen recursos para contratar consultores o establecer departamentos de RSE dentro de la empresa, como si los tienen las empresas más grandes.
- Facilitar la comunicación entre diferentes actores: empresas, ONG, etc. Esto es importante para intercambiar información y conocimiento y para aumentar la confianza entre distintos actores.
- Participar en procesos internacionales sobre RSE.

- Legislar y hacer cumplir con las regulaciones. Es importante no olvidar este aspecto. Para lograr los resultados deseados, hay que incluir regulaciones tanto como voluntariedad. No se le puede dar más énfasis a una que a la otra. En este punto es importante que considere el tamaño de las empresas ya que no en todos los aspectos que contempla la responsabilidad social se puede exigir lo mismo a micro y pequeñas que a mediana y grandes empresas o multinacionales, me refiero concretamente en el aspecto de Compromiso con la comunidad, no así a otros aspectos como son la calidad de vida de la empresa, cuidado y preservación del medio ambiente y competitividad de la empresa y su relación con sus stakeholders en los cuales considero que deben cumplir por igual sin importar el tamaño de las mismas. Ahora bien en cuanto al compromiso con la comunidad, considero que en éste aspecto la gran responsabilidad de la micro y pequeña empresa es mantenerse activas, rentables, compitiendo y produciendo en el mercado. Cuando una empresa es rentable no sólo produce un retorno para sus dueños o accionistas, sino que también genera consecuencias sociales muy deseables, tales como: nuevas oportunidades de empleo a través de su expansión e inversión; provisión de bienes y servicios valiosos para la sociedad; adecuadas utilidades económicas que el Estado puede gravar y con el producto de esos impuestos mantener a los empleados públicos trabajando, desarrollar la infraestructura, el capital humano, proveer servicios de salud, seguridad social y otros necesarios para mejorar el desarrollo nacional. A estas empresas hay que exigirle eficiencia, producción, rentabilidad, competitividad, calidad e innovación para que pueda satisfacer a sus clientes, sus empleados, sus proveedores y a sus dueños o accionistas, en un nuevo entorno local o global. El cierre de una micro o pequeña empresa no es simplemente el problema de un empresario, genera una pérdida social importantísima en empleos, estabilidad, credibilidad y confianza. No quiere decir esto que la empresa no tiene que tomar acciones de solidaridad social o de proyección hacia la comunidad. No. Solo quiere decir que no está obligada a hacerlo. Si lo hace, y es muy plausible que lo haga, es mediante iniciativas sociales voluntarias. Ante la realidad de pobreza de México y América Latina nadie puede estar en contra de que se requieran

acciones tendentes a producir bienestar social. Pero la pregunta es: ¿le incumbe a las micro y pequeñas empresas esa responsabilidad y las obligaciones que tiene aparejadas? Y cuál sería el grado de participación de la empresa en esa responsabilidad?

- Puede exigir a las empresas multinacionales que cumplan con su Responsabilidad Social en todos sus aspectos, al igual que lo hacen en su país de origen. Ya que por todos es conocido que “empresas que se reconocen como socialmente responsables” trasladan sus fábricas a países en donde las legislaciones en materia de impuestos, seguridad laboral y sueldos están débilmente legisladas y con ellos maximizan y protegen los beneficios de sus accionistas a costa de las comunidades, ¿Se es en estos casos socialmente responsable? Y esta “aparente responsabilidad social” no solo incumbe a las multinacionales si no a los gobiernos en donde se trasladan, ya que en muchos países menos desarrollados, con la idea de atraer inversiones y fortalecer la economía, los gobiernos bajan los niveles de impuestos y de las obligaciones para con los trabajadores. Es aquí donde cabe preguntarse ¿la exigencia de las sociedad para que una empresa cumpla con sus responsabilidades debe ser ejercida a nivel nacional o internacional? Afortunadamente esto ha generado que, dejando aparte las acciones voluntarias de las empresas, la sociedad, a través de grupos sociales o de consumidores, y en algunos casos, incluso a través de inversionistas, se concentran en ejercer presión sobre las empresas para que respeten y apliquen ciertas normas. Cuando las empresas actúan, bajo esas presiones, generalmente lo hacen para ser competitivas o para no perder su competitividad. La necesidad de respetar ciertas normas es cada vez más reconocida y aceptada por las empresas. Sin embargo, al hacerlo, reconocen también que en un mundo globalizado y cada vez con mayor comunicación, se plantean dilemas y dificultades para identificar las normas éticas que deben adoptarse, pues éstas dependen de las expectativas, a veces contradictorias, entre los distintos sistemas de valores, la cultura o las creencias de la gente en las diferentes partes del mundo. Pero es aquí en donde “una empresa verdaderamente responsable con la sociedad” debe de ir más allá de las leyes y establecer los mismos compromisos sociales en los

diferentes países en que opera, ya que desgraciadamente en los países no desarrollados los trabajadores no se encuentran en posibilidades de rechazar un trabajo por el hecho de que la empresa que se lo ofrece no sea socialmente responsable, sus expectativas obviamente son tener una seguridad económica para su familia.

- Pueden participar más activamente en los procesos de reconocimiento de las empresas que se les otorga el “Distintivo Socialmente Responsable”.

Consideraciones Finales.

- En México no se cuenta con una percepción única y homogénea de lo que es la RSE por lo que las prácticas que se realizan en su nombre son diversas algunas concepciones son cercanas a la caridad o donaciones de dinero, tiempo y talento hacia obras sociales; en otros casos se percibe como impulsos de mejora hacia la comunidad en donde se localizan las empresas, bajo una lógica de adoptar valores éticos; también se le ubica como una estrategia dirigida hacia los stakeholders bajo un enfoque de “ganar-ganar” y otros la perciben como una forma de asumir la dirección estratégica de la empresa de tal forma que se constituya un planteamiento integral para el manejo organizacional como una acción estratégica y de largo plazo articulada a la dinámica interna de la empresa y su entorno. No obstante de los antes mencionado cada vez más empresas se están comprometiendo con la responsabilidad social, pero aun falta mucho por hacer y difundir en los 32 estados de la república.
- Referente a los distintivos que se otorgan reconociendo a las empresas como socialmente responsables es necesario que el gobierno participe de manera más activa, ya que hasta el momento este distintivo es otorgado por la CEMEFI en coordinación con Aliarse, y las empresas que desean participar tienen que pagar una cuota para participar de ese proceso, aquí es donde el gobierno puede participar seleccionado un grupo de empresas representativas de todos los tamaños, actividades y estados, para de ellas seleccionar las que se hagan acreedoras a este distintivo, pues las micro y pequeñas empresas quedan relegadas de estos procesos de participación y dentro de ellas hay empresas que actúan dentro de un entorno de responsabilidad social,

cumpliendo no solo plenamente con sus obligaciones jurídicas, sino yendo más allá invirtiendo en el capital humano, el entorno y las relaciones con los interlocutores, claro está dentro de lo que sus propias limitaciones se lo permiten, y es justo que también tengan la posibilidad de que esta labor les sea reconocida, lo cual obviamente les motivará a seguir trabajando en esa línea.

- En cuanto a los diagnósticos que se están aplicando por diferentes instituciones para valorar a las empresas en materia de Responsabilidad social, básicamente en todas ellas se evalúan cuatro áreas: calidad de vida de la empresa, compromiso con la comunidad, cuidado y preservación del medio ambiente y competitividad de la empresa y su relación con sus stakeholders cabe resaltar que en todas ellas, en lo que se refiere al ámbito de calidad de vida en la empresa hay indicadores que deben reforzarse como es el caso de salarios dignos, ya que éste es uno de los principales determinantes de las condiciones de vida de los trabajadores. Algunos indicadores que se sugiere integrar en éste apartado son: seguridad en la contratación; composición de personal por nacionalidad, edad, género antigüedad promedio; conflictos laborales; ausentismo injustificado; remuneraciones y prestaciones adicionales; capacitación seguridad y salud laboral y formas complementarias de motivación al trabajador.
- Finalmente revisando la participación que en aspectos de responsabilidad, contabilidad y balance social han tenido asociaciones profesionales de Contadores públicos en México como son el Colegio de Contadores públicos y el Instituto Mexicano de Contadores Públicos, esta es nula, es necesario la integración de estos profesionales en éstos aspectos tan importantes que conllevan a elevar el nivel de vida de las sociedades y a preservar su entorno.

Fuentes.

- Sarvide, Laura. A glance at corporate social reasonability in México. Espiral S.C. June 2002.
- Unión Europea: “Libro verde. Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas”, Bruselas 2001
- CEMEFI Centro Mexicano la filantropía, A.C.: <http://www.cemefi.org/>
- El Comité Nacional de Productividad e Innovación Tecnológica, A.C. <http://www.compite.org.mx/>
- Perdiguero, Tomas. La responsabilidad social de la empresa en un mundo global. Editorial Anagrama. Barcelona 2003.
- Organización empresarial no lucrativa para promover las prácticas de RSE: <http://www.accionempresarial.cl/home/home.html>