

Responsabilidad Social Corporativa

En 1953 se publicó la obra “Social Responsibilities of the Businessman” por Howard B. Bowen, a quién muchos especialistas lo señalan como el **“Padre de la Responsabilidad Social Corporativa”**, y refiere en su trabajo, proporcionar a la gestión empresarial una importante herramienta de visión al considerar la auditoria social, la educación social al cuerpo directivo y la implantación de códigos de conducta, como parte esencial en la vida de la empresas.

En 1970 inicia el periodo de la **“Inversión Socialmente Responsable”** (RSC por sus siglas en inglés)) y se extiende al Europa y a Japón a partir de 1990. Algunos estudiosos de la materia señalan que cuando la Inversión Socialmente Responsable contempla lo social, el medio ambiente y en aspecto financiero, significa el reforzamiento de los derechos de propiedad de los accionistas o inversionistas.

A principios de 1999 la ONU propuso por conducto de su secretario general ante el Foro Económico de Davos el concepto de “Global Compact” o “Pacto Mundial”, a fin de que se adoptaran los principios y valores compartidos que den un rostro humano al mercado mundial, impulsando la construcción de los pilares social y ambiental para mantener la economía global.

En el año 2001 la Comisión de las Comunidades Europeas consideró que invertir más en tecnología y prácticas comerciales respetuosas del medio ambiente, invertir en formación y condiciones laborales o en relaciones entre trabajadores y la alta dirección, facilita el incremento en la productividad de las empresas.

En 2004 el World Business Council for Sustainable Development con sede en Suiza, comentó que la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es el compromiso que asume una organización para contribuir con el desarrollo económico sostenible, a través de la colaboración de sus empleados, sus familias, la sociedad, con el fin de mejorar la calidad de vida.

La Business for Social Responsibility expresa que la RSE es una forma de administración de una empresa que incorpore y vaya más allá de sus expectativas éticas, legales, comerciales y públicas de la sociedad frente a la organización.

La red Wikipedia señala que la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) también llamada Responsabilidad Social Empresarial (RSE) o Inversión Socialmente Responsable, se define como la contribución activa y voluntaria al mejoramiento económico, ambiental y social de las empresas, con el objetivo de mejorar su situación competitiva, de valor y valor añadido. El concepto de RSC tiene diversas acepciones, dependiendo de quién lo utilice. Las más holísticas y progresistas hacen referencia a que una empresa es socialmente responsable, cuando en su proceso de toma de decisiones valora el impacto de sus acciones en las comunidades, en los trabajadores y en el medio ambiente e incorpora efectivamente sus intereses en sus procesos y resultados.

La Organización Internacional del Trabajo define a la RSE como la forma en que las empresas toman en consideración las repercusiones que tienen sus actividades sobre la sociedad y la que afirman sus valores y principios por los que se rigen, tanto en sus propios métodos y procesos

Responsabilidad Social Corporativa

internos, como su relación con los demás actores. La OIT señala que la RSE es una iniciativa voluntaria y que solo depende de las propias empresas.

La OIT establece cinco considerandos respecto a la RSE:

Voluntaria	Las empresas establecen voluntariamente un comportamiento socialmente responsable más allá de las obligaciones que les imponen las leyes.
Integrante	Forma parte de la gestión de la empresa
Sistemática	No es ocasional
Desarrollo	Mantiene relación con el desarrollo sostenible
Participativa	No reemplaza el papel de las autoridades públicas, ni la negociación colectiva, ni las relaciones de trabajo

Algunos autores de nacionalidad española han profundizado en la RSC, como es el caso de Fernando Navarro García autor del libro "Responsabilidad Social Corporativa-teoría y práctica, en el que señala con datos de la Fundación Empresa y Sociedad lo siguiente:

90%	De los consumidores considera pagar más por un servicio o producto que parte de su precio se destine a un proyecto social, superior al 70% de consumidores para el caso de productos ecológicos.
Consumidores jóvenes	Con poder adquisitivo alto y medio alto, manifiestan su intención de adquirir productos o servicios con marketing social corporativo.
Entre 5 y 10%	Manifiestan los consumidores de pagar un sobrepago por productos con compromisos sociales.
70%	De los consumidores están de acuerdo en apoyar la certificación de calidad para programas de marketing con causas sociales.
44%	De los consumidores manifiestan su intención positiva de compra, tratándose de productos o servicios que apoyen proyectos sociales

El autor señala que en España (2006) el 55% de las empresas encuestas consideraban a la RSC, útil para sus negocios.

La fundación del Instituto Mexicano de Ejecutivos de Finanzas (IMEF) y la firma PwC publicaron en 2012 un trabajo sobre la RSC, señalando que esta adquiere gran relevancia, en virtud de que las empresas no pueden circunscribirse al solo hecho de generar utilidades o expandir su mercado. Es fundamental su involucramiento en la resolución de problemas que afecta a la sociedad. Manifiestan que una Empresa Socialmente Responsable no puede ni debe justificar su falta de participación argumentando que cumplen con sus obligaciones y que es tarea del estado resolver las situaciones de la sociedad. Una empresa comprometida posee un liderazgo que es reconocido por la ciudadanía y se manifiesta en la adquisición de los productos que comercializan.

Continúan señalando que la RSC puede ser un importante factor de éxito para las empresas que pueden impactar en forma positiva su desempeño y concientizar a la sociedad sobre la validez del concepto de Responsabilidad Social Corporativa. LA RSC es el sentido ético de las organizaciones

Responsabilidad Social Corporativa

que no se limita a las disposiciones legales y de la práctica general de los negocios, sino que estos límites son superados para crear conciencia ética, generando mejores prácticas en el trabajo que sin duda benefician a las comunidades más allá de lo legal. Conciliar el interés económico de las empresas con los requerimientos sociales comprende un tarea enorme y compleja para que las empresas conciban el RCS y que tiene que ver con el compromiso de como las empresas deben asumir y no con el que desean asumir. En la medida que se establecen derechos humanos, gobernabilidad corporativa, transparencia, inversión socialmente responsable, ética, medio ambiente y comportamiento responsable ante la sociedad, las empresas pueden ser consideradas como socialmente responsables.

La obra anterior señala que existen cuatro corrientes o teorías modernas acerca de la responsabilidad de las empresas con la sociedad:

Corrientes contemporáneas	Significado y su resumen
Valor de la Acción (TVA)	The Shareholder Value Theory. La única responsabilidad de las empresas en lograr utilidades para sus accionistas.
Desempeño Social Corporativo (DSC)	The Corporate Social Performance. Establece que las empresas por el poder que concentran, tienen una importante responsabilidad ante la sociedad más allá de lo económico y lo legal.
Agente Interesado (TAI)	The Stakeholder Theory. Es el sistema para organizar y operar la responsabilidad social mediante una política de manejo ético de los agentes interesados.
Ciudadanía Corporativa (TCC)	The Corporate Citizenship Theory. Es una forma de mostrar que las empresas como cualquier actor moral de la sociedad, tiene derechos y obligaciones para con la comunidad.

En septiembre de 2015 la ONU aprobó la Agenda 2030 con el voto de todos los Estados miembros. El elemento central de estos objetivos son 17 puntos con 169 metas para el desarrollo sostenible los cuales se extienden a las áreas económica, social y del medio ambiente. Por primera vez se incluyen en la misma agenda la lucha contra la pobreza y el desarrollo sostenible.

Estimado lector, considerando la importancia de esta agenda que reviste para la sociedad en general la RSC, me he permitido incorporar la simbología que estableció la ONU de los 17 puntos, tal y como aparece en el sitio web [https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/2015/09/la-asamblea-general-adopta-la-agenda-2030-para-el-desarrollo-sostenible/#iLightbox\[gallery5256\]/0](https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/2015/09/la-asamblea-general-adopta-la-agenda-2030-para-el-desarrollo-sostenible/#iLightbox[gallery5256]/0)



Producido en colaboración con TROLLBACK + COMPANY | TheGlobalGoals@trollback.com | +1.212.529.1010
Para cualquier duda sobre la utilización, por favor comuníquese con: djpcampaign@troll.org

Los Estados firmantes se comprometieron a movilizar los medios necesarios para su implementación mediante alianzas enfocadas en las necesidades de los más pobres y vulnerables. Los Estados dieron la siguiente declaración: ***Estamos resueltos a poner fin a la pobreza y el hambre en todo el mundo de aquí a 2030, a combatir las desigualdades dentro de los países y entre ellos, a construir sociedades pacíficas, justas e inclusivas, a proteger los derechos humanos y promover la igualdad entre los géneros y el empoderamiento de las mujeres y las niñas, y a garantizar una protección duradera del planeta y sus recursos naturales***”.

En la página web se cita (textualmente) que los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) son herederos de los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM) y buscan ampliar los éxitos alcanzados con ellos, así como lograr aquellas metas que no fueron conseguidas. Estos nuevos objetivos presentan la singularidad de instar a todos los países, ya sean ricos, pobres o de ingresos medianos, a adoptar medidas para promover la prosperidad al tiempo que protegen el planeta. Reconocen que las iniciativas para acabar con la pobreza deben ir de la mano de estrategias que favorezcan el crecimiento económico y aborden una serie de necesidades sociales, entre las que cabe señalar la educación, la salud, la protección social y las oportunidades de empleo, a la vez que luchan contra el cambio climático y promueven la protección del medio ambiente. Los ODS no son jurídicamente obligatorios, se espera que los gobiernos los adopten como propios y establezcan marcos nacionales para su logro. Los países tienen la responsabilidad primordial del seguimiento y examen de los progresos conseguidos en el cumplimiento de los objetivos, para lo cual es necesario recopilar datos fiables, accesibles y oportunos. Las actividades regionales de

seguimiento y examen se basarán en análisis llevados a cabo a nivel nacional y contribuirán al seguimiento y examen a nivel mundial.

La Responsabilidad Social Corporativa en México

El Centro de Investigación en Iniciativa Empresarial EY (CIIE), es un organismo que tiene como objetivo generar el conocimiento e implementar las actividades que promuevan la iniciativa empresarial con el propósito de fomentar la creación y desarrollo de nuevas empresas con un alto impacto en nuestra sociedad, así como ser un medio institucional que canalice correctamente los esfuerzos y recursos destinados a la investigación en iniciativa empresarial. El Centro de Investigación en Iniciativa Empresarial consolidó una alianza de colaboración estratégica con la firma internacional EY, con el fin de impulsar el desarrollo de la investigación acerca del ecosistema emprendedor en México y encaminada a realizar estudios relacionados con temas relacionados a emprendedores de alto impacto, emprendedores sociales, espíritu emprendedor en las familias de empresarios dirección emprendedora y la naturaleza de la iniciativa empresarial.

En una obra conjunta de la CIEE, el IPADE y la casa Lid editorial, publicada con el título **“Modelando el Emprendimiento Social en México”**, cuando en la misma se comenta el tema de las organizaciones se determinan dos tipos: Empresa Social y Negocio Social. Este último término es reciente en México y se relaciona con el Global Social Business Summit que se efectuó en nuestro país en 2014 y en dicha cumbre se señaló que en México no hay negocios sociales (Muhammad Yunus). Algunos se aproximan al concepto de **Negocio Social**, porque no lo son en toda la extensión del concepto, ya que son caritativos o con fines de lucro (alguien está generando dinero con ellos). Yunus comenta que los negocios sociales son compañías sin dividendos que resuelven problemas. En la citada obra se comenta que el Instituto Nacional de la Economía Social (INAES) señala la dificultad de contar una definición que exprese con precisión el concepto de Negocio Social que sea aceptada internacionalmente primordialmente por el marco legal de los países.

El Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi) en su sitio web tiene publicado un trabajo sobre la ***Empresa Socialmente Responsable (ERS)***, y la conceptúa como una nueva forma de gestión, de hacer negocios, ocupándose la organización el que sus operaciones sean sustentables en lo económico, lo social y lo ambiental, con reconocimiento de los intereses de los grupos con lo que se relaciona. Así mismo señala que es una visión de negocios que conforma el respeto por los valores éticos, la comunidad, las personas, y el medioambiente, con la operación misma de la empresa, independientemente de los productos o servicios que la empresa ofrece, del sector al que pertenece, de su tamaño o nacionalidad.

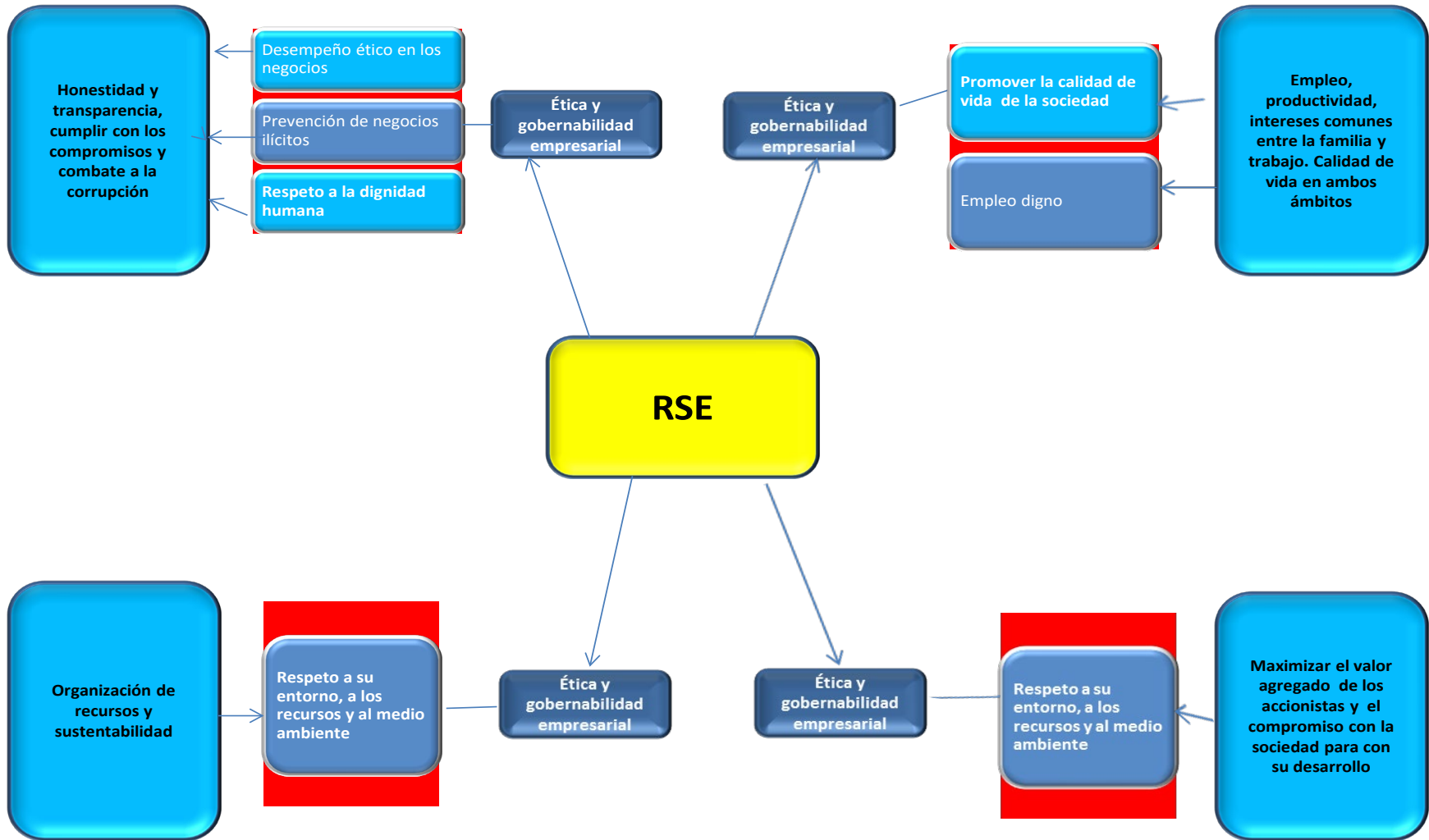
En México, se logró el consenso de los principales organismos empresariales y de responsabilidad social formaron la **Alianza por la Responsabilidad Social Empresarial en México (AliaRSE)** para contar con un concepto y un marco ideológico común. La Alianza agrupa a 19 organizaciones con importantes historia de trabajo en la promoción del tema en nuestro país. La Alianza busca lograr que ***“la empresa sea y se perciba como creadora de valor y generadora de un bienestar que***

promueve el bien común, por medio del ejercicio de su responsabilidad social, apalancando, coordinando y facilitando la sinergia de los esfuerzos de nuestras organizaciones en beneficio del país y en particular de nuestros miembros".

Con base a lo anterior la Cemefi concluye que Responsabilidad Social Empresarial es 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 económicas, sociales y ambientales de todos sus participantes, demostrando respeto por la gente, los valores éticos, la comunidad y el medio ambiente, contribuyendo así a la construcción del bien común

La fundación del Instituto Mexicano de Ejecutivos de Finanzas y la firma PwC en su publicación de 2012 presentan un diagrama basado en información del Cemefi, que señalan los ámbitos estratégicos y principios que guían la RSC que se muestra a continuación:

Responsabilidad Social Corporativa



Fuente: Libro Responsabilidad Social Corporativa IMEF- PwC 2012

Responsabilidad Social Corporativa

Para el cumplimiento de los estándares respecto a la RSC, se tienen diversos organismos nacionales e internacionales siendo para esta última la norma ISO 26000, Las normas de negocios globales, el programa para emprendedores responsables de UNIDO entre otras. En México están el Cemefi, la Unión Social de Empresarios de México, La fundación del Empresariado Mexicano y Accionar Responsabilidad Social empresarial siendo de las más relevantes.

La norma ISO 26000 señala en su contenido los siguientes postulados o principios:

- Respeto al estado de derecho
- Respeto a las normas internacionales de comportamiento
- Respeto a los derechos humanos
- Comportamiento ético
- Transparencia
- Rendición de cuentas.

¿Por qué la Responsabilidad Social Empresarial es tan importante?

El Cemefi establece que el desarrollo económico y social de un país, permitir la mejora de las condiciones de vida de las comunidades. Tratándose México existen muchos temas por resolver para para construir un entorno que permita obtener a la sociedad los satisfactores que necesita. Al ser el proceso de globalización pare del mundo actual, las comunidades de negocios disfrutan, día con día, de mayor influencia, y sus aportes son cada vez más significativos en la construcción de una sociedad más justa y de una economía con crecimiento sostenible que permita aminorar y erradicar la miseria y la pobreza que enfrenta un importante segmento de la población. La única forma de atacar a la pobreza es generando riqueza. La pobreza es asunto de todos. Las empresas no podrán ser prósperas en un país que no crece y no genera empleos.

Distintivo ERS

Consultando el sitio web de Monitor Empresarial de Reputación Corporativa (Merco), señala las empresas:

Posición	Las empresas con mayor reputación corporativa (2018)	Los líderes empresariales más valorados (2018)	Las empresas más responsables (2017)
1	Grupo Bimbo	Daniel Servitje (Bimbo)	Grupo Bimbo
2	Grupo Modelo	María Teresa Arnal (Google)	Google
3	Google	José Antonio Fernández Carbajal (FEMSA)	Coca Cola de México
4	Pepsico	Francisco Crespo Benitez (Coca Cola de México)	Grupo Modelo
5	Coca Cola de México	Carlos Slim Helú (Grupo Carso)	P&G
6	BBVA Bancomer	Alejandro Ramirez Magaña (Cine polis)	Femsa
7	Heineken México	Carlos Slim Domit	Pepsico
8	Wal-Mart	Pedro Padierna (Pepsico)	Grupo Danone
9	Citibanamex	Gabriel M. López (Ford Motor Company)	Cemex
10	Nestlé	Emilio Azcárraga Jean (Televisa)	Heineken
11	Apple	Daniel Hajj Aboumrad (America Mobil)	Grupo Carso
12	Pfizer	Ernesto M. Hernández (General Motors)	Wal-Mart

Responsabilidad Social Corporativa

13	P&G	Ricardo Salinas Pliego (Grupo Salinas)	Microsoft
14	ATT&T	Fernandez González Olivieri (Cemex)	Samsung
15	Femsa	Marcio Andreazzi (P&G)	Apple
16	General Motors	Andrés Conesa Labastida (Aeroméxico)	Nestlé
17	Ford Motor Company	Héctor Ignacio Hernández –Pons Torres (Grupo Herdez)	Telefónica
18	Microsoft	Héctor Slim Seade (Telmex)	BBVA Bancomer
19	Cinopolis	Kelly King (ATT&T)	Citibanamex
20	Natura	Alberto Bailleres González (Grupo Bal)	Kellogg's
21	Novartis	Juan Domingo Beckman (José Cuervo)	Facebook
22	Nissan	José Luis Berrondo Avalos (Mabe)	Mapre
23	Sony	Jorge Silva Luján (Microsoft)	Grupo Lala
24	Amazon	Alberto Torrado Martínez (Alsea)	General Motors
25	Volkswagen	Marcelo Melchior (Nestle)	BMW Group
	En los lugares 59 y 60 se ubican Mapre y AXA		En los lugares 22 y 49 se ubican Mapre y Metlife

Estimado lector, no importa el tamaño de las empresas, ni la cantidad de ingresos que tengan, ni la actividad económica que desempeñan. Todas las empresas ya sean micro, pequeñas, medianas, grandes y corporativos deben establecer en su código de ética los principios o postulados que se señala en la norma ISO 26000. México está transitando por un camino desconocido por el cambio que se dará el primero de diciembre de 2018, con una fuerza política de izquierda y que en sus primeras acciones ha manifestado el cumplimiento de sus promesas de campaña como lo fue la reciente encuesta sobre el destino del Nuevo Aeropuerto Internacional. Actos en lo que al consultar al pueblo que en su mayoría no se imagina, ni tiene una mera idea de lo que significa una obra de esa envergadura, ocasiona que este apunte y apuesta a un México con mayor pobreza y mayor desigualdad social. El compromiso social de las empresas puede verse afectado por políticas públicas tendientes a lastimar el propósito y fin de las organizaciones en México.

A medida que me hacía mayor descubrí que el mundo no cambiaría, por lo que decidí entonces cambiar sólo mi país. Pero igualmente no hubo nada que hacer. Ya en mis últimos años, en un intento desesperado, me empeñé en cambiar sólo a mi familia, a los más cercanos, pero igual que en las otras ocasiones, resultó ser en vano. Ahora, en cambio, en mi lecho de muerte me doy cuenta: Solo si me hubiera intentado cambiar a mí primero, entonces predicando con el ejemplo habría cambiado a mi familia, y, animado e inspirado por ella habría podido ser capaz de mejorar mi país y, quien sabe, quizás podría haber cambiado el mundo.

Texto escrito sobre la tumba de un obispo Anglicano, en la abadía de Westminster

Responsabilidad Social Corporativa

Fuentes:

https://books.google.com.mx/books?id=CLnHKcDFNhMC&pg=PA25&hl=es&source=gbs_toc_r&cad=3#v=onepage&q&f=false

<https://books.google.com.mx/books?id=iHdnDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=responsabilidad+social+corporativa+en+mexico&hl=es&sa=X&ved=0ahUKewjplMuspMPeAhXo1IMKHdhhDWE4HhDoAQhEMAY#v=onepage&q=responsabilidad%20social%20corporativa%20en%20mexico&f=false>

https://books.google.com.mx/books?id=ctMhZbUX5G4C&pg=PA5&hl=es&source=gbs_toc_r&cad=3#v=onepage&q&f=false

https://es.wikipedia.org/wiki/Responsabilidad_social_corporativa

<http://ipade.mx/centros-de-investigacion/ciie/>

https://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf

<http://www.merco.info/mx/rankings-merco>

<https://www.expoknews.com/las-100-empresas-mas-responsables-de-mexico-y-las-100-mas-reputadas/>

[https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/2015/09/la-asamblea-general-adopta-la-agenda-2030-para-el-desarrollo-sostenible/#iLightbox\[gallery5256\]/0](https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/2015/09/la-asamblea-general-adopta-la-agenda-2030-para-el-desarrollo-sostenible/#iLightbox[gallery5256]/0)

Suárez Núñez Tirso, Lara Gómez Graciela (2012). Responsabilidad Social Corporativa. PwC-IMEF