

pauta para entender, cómo el alcance de muchos objetivos sociales, también puede ser más exitoso si el arreglo llamado empresa interviene en su consecución.

En el campo de la moral y la ética, la inversión en responsabilidad social es congruente con la idea de “hacer al menos algún bien”, Kotler (2005). Resulta difícil alcanzar un acuerdo sobre lo que es el bien, pero la idea consiste en realizar aquello que llegue a representar avances sociales y privados, sin producir daño a ninguna parte del sistema social. En este campo también se observa convergencia, los conceptos de “maximización individual restringida” y “moral contractualista”, de Gauthier (1998), dan muestra de ello y hacen ver cómo, mediante la negociación, la cooperación y la concesión, se llega a acordar principios morales de mutuo beneficio.

El sistema capitalista, que en la segunda parte del S. XX logró penetrar incluso en las naciones tradicionalmente organizadas en lo económico en torno al Estado, hoy aparece como una realidad predominante en todo el orbe. de la misma forma, las fallas inherentes al mismo, conocidas como fallas de mercado, van planteando difíciles retos a los gobiernos, principalmente aquellos de los países menos adelantados y de los países en desarrollo, que en muchos casos se han visto ya ampliamente rebasados por las dimensiones de la problemática social.

La corrección de fallas de mercado y de gobierno hoy se ha constituido como una razón adicional para la intervención social estratégica de las empresas, las cuales, en la búsqueda de una mayor riqueza para sus accionistas, deben incluir el insumo social en sus funciones de producción, aún así, las preguntas que enfrenta cualquier administrador a la hora de invertir socialmente y dado un objetivo de maximización del beneficio social, siguen siendo las mismas que enfrenta el gobierno, ¿cómo determinar las preferencias colectivas? y ¿cómo

acceder a la información necesaria para elegir el óptimo de esta preferencia colectiva?. adicionalmente se agrega a estas preguntas una tercera, que si bien no enfrentaría el funcionario público, si enfrenta el administrador de la empresa privada, ¿cuál es el efecto esperado de las inversiones en responsabilidad social en la utilidad privada de la empresa y en la comunidad?

Esta última pregunta dio pie a la construcción de los modelos teóricos desarrollados y propuestos en los capítulos tres y cuatro de este estudio, las hipótesis de trabajo surgieron de estos modelos. A continuación se presenta un resumen de los hallazgos.

### 7.1 Resultados

El tercer capítulo ofrece una propuesta teórica sobre relación entre los gastos en RSE, la utilidad de la empresa y la contribución a la sociedad. Los resultados de estudios empíricos sobre esta relación no son concluyentes, hay muchos estudios que encuentran una relación positiva, pero otros tantos negativa o nula. El nuevo enfoque teórico aquí propuesto, sugiere que mientras no se reconozca el sesgo predominante del gasto en RSE se seguirán obteniendo este tipo de resultados ambiguos, que hacen más lento el proceso de observación y construcción de planteamientos teóricos en este campo.

También el capítulo cuatro tiene como resultados algunas propuestas en el plano puramente teórico. Al considerar algunos de los juegos más conocidos, e interpretarlos para el caso de inversiones en RSE, se encuentra que por ejemplo bajo el dilema del prisionero, la expectativa de utilidad para los participantes es negativa y entonces de efectos en el mejor de los casos positivos pero temporales para la comunidad.

Al considerar formas de competencia oligopólicas, los resultados pueden variar de un modelo teórico a otro, bajo el modelo tradicional de Bertrand la expectativa es que en el equilibrio cada participante tiende a no extraer utilidad de este tipo de gastos y por ende a no realizarlos. Al alterar ligeramente este modelo y permitir cierto grado de lealtad generada por la contribución social, el nivel de producto social a ofrecer en equilibrio sería mayor a cero. Estos resultados teóricos hacen ver a la variable de competencia como un determinante importante del resultado de los gastos en RSE y nuevamente permiten entender por qué al no controlar para el nivel de competencia, los resultados empíricos sobre la relación entre gasto en RSE y desempeño financiero de la empresa pueden llevar a cualquier signo.

#### 7.1.1 Hipótesis y Comprobación.

Parte de los resultados de esta investigación fue la de plantear modelos teóricos que permitieran entender en forma abstracta la relación entre los gastos en responsabilidad social y sus efectos en los resultados privados para la empresa, así como sociales para la comunidad.

Como ya se explicó, en el capítulo tres, se demostró formalmente la relación entre el nivel de producto social y la utilidad privada para la empresa que lo produce y cómo esta utilidad depende del sesgo que distingue al gasto en responsabilidad social practicado por dicha empresa, así se llegó a formular tres hipótesis:

- a) *La participación de la empresa en acciones de responsabilidad social le significa a ésta ganancias privadas;*
- b) *Diferentes formas de practicar la responsabilidad social por la empresa, le significan a ésta diferentes resultados privados; y*
- c) *Diferentes formas de practicar la responsabilidad social por la empresa, significarán diferentes resultados sociales.*

Una cuarta hipótesis surgió de los modelos desarrollados en el capítulo cuatro, de los cuales se extrajo la siguiente hipótesis:

*d) Diferentes estructuras de competencia entre las empresas llevan a resultados privados distintos en el ejercicio de la responsabilidad social.*

En el ejercicio empírico desarrollado en el capítulo quinto, se trató de comprobar estas hipótesis. Con respecto a la primera, se pudo demostrar que para el caso de empresas grandes ubicadas en México, el solo gasto en responsabilidad social no está asociado con la obtención de mayores niveles de rentabilidad, por su parte, al distinguir el sesgo de dicho gasto como variable explicativa, la segunda hipótesis queda comprobada y los resultados permiten ver que el sesgo estratégico lleva a mayores rentabilidades, mientras el sesgo coercitivo se asocia con menores niveles de rentabilidad, estas dos hallazgos que coinciden también con lo esperado por Baron (2001).

En los términos de la tercera hipótesis, el predominio del sesgo altruista puede llevar a gastos en responsabilidad social que poco influyen en la comunidad y que pueden implicar un menor desempeño financiero de la empresa. En el capítulo quinto, al relacionar la variable de inversión social con las de resultados financieros, se encuentran relaciones estadísticas significativas y de signo negativo, que contribuyen a confirmar esta hipótesis.

En cuanto a la cuarta hipótesis, se llegó a demostrar que altos niveles de competencia se relacionan más con la existencia de gastos en responsabilidad social de corte coercitivo y estratégico, pero no con los de sesgo altruista. Este resultado permitió confirmar, en el caso de México, la base general de los postulados teóricos desarrollados y propuestos en el capítulo cuatro y las proposiciones de Baron (2001).

#### 7.1.2 Otros Hallazgos.

Si bien la orientación principal del trabajo de tesis fue hacia el desarrollo de modelos teóricos y el diseño de metodologías *ad hoc* para la comprobación de las hipótesis surgidas de éstos, también se pudieron encontrar algunos otros resultados que contribuyen al mejor entendimiento de los gastos en responsabilidad social y sus efectos privados y sociales.

A diferencia de lo señalado en otros estudios, en el presente se encuentra que las motivaciones principales detrás del gasto en responsabilidad social de las empresas grandes ubicadas en México, están relacionadas con recibir un mejor trato fiscal, cumplir con requisitos legales e influir en las decisiones de compra de sus clientes, dejando las motivaciones altruistas prácticamente a un lado, aún así, y con base en los criterios de Burke y Logsdon (1996) en solo 11% de las empresas se encontró una estrategia de gasto en responsabilidad social de la cual se pudieran esperar mejores resultados para la empresa.

Una práctica poco común entre las empresas de la muestra fue la de medir los resultados de sus gastos en responsabilidad social, solo 36.4% de las empresas realizan algún tipo de medición, que además suele ser muy simple y más bien relacionada con el apoyo otorgado que con la influencia de este sobre la *marcha* del negocio.

Como ya se planteó en la sección anterior, el sesgo en el gasto en responsabilidad social resultó un determinante importante del impacto sobre la rentabilidad de la empresa, por su parte, también se mostró como el que los programas de la empresa fueran conocidos por otras entidades de ayuda social y por sus clientes, se relacionaba positivamente con sus resultados financieros. Esto mismo sucede cuando la empresa cuenta con formas de detectar nuevas causas sociales e innova en su apoyo a las mismas.

En suma, la parte empírica de la investigación llevó a aceptar tres de las cuatro hipótesis para el caso de México. Así, la contribución a causas sociales a través de acciones de RSE no

necesariamente lleva a una mejor condición de resultados financieros a la empresa, por su parte, la probabilidad de contar con efectos positivos sobre ésta aumentan cuando el tipo de contribución es estratégica y no coercitiva o altruista. Por su parte, el sesgo altruista aumenta la probabilidad de impactos negativos sobre la utilidad de la empresa. Se encuentra que entre las empresas estudiadas el grueso del grupo realiza gastos en RSE de corte coercitivo y/o altruista, y su contribución se relaciona *negativamente con sus rendimientos financieros*. Esto no es una buena noticia para México, ya que hablaría de contribuciones sociales temporales, poco sustentables y de las cuales poco se sabe de su contribución social.

La medición de los efectos sociales de los programas de responsabilidad social es uno de los principales retos en este campo de la investigación. En el caso de México, pocas de las empresas que practican la responsabilidad social miden dichos efectos y entre las que lo hacen las mediciones suelen quedarse en el nivel descriptivo, dejando en duda el efecto real propiciado por dichos programas. El capítulo seis de esta tesis presentó un ejercicio de evaluación de los efectos sociales de un programa de responsabilidad social ampliamente diseminado entre las zonas urbanas de bajos ingresos de México y que ha sido objeto de gran reconocimiento entre la comunidad empresarial e incluso filantrópica y en la académica dentro del área de negocios. El ejercicio es una muestra de las dificultades metodológicas que se enfrentan y algunas de las maneras para sortearlas al hacer este tipo de evaluaciones. Igualmente, es un ejemplo de cómo en ocasiones, aunque los programas logran algunos objetivos primarios, otros también adjudicados al programa no han sido alcanzados, aún cuando se pensara que sí, dejando en claro la necesidad de evaluaciones puntuales que permitan una mejor observación y, en consecuencia, dirección de la estrategia de responsabilidad social.

El avance en el diseño de mejores programas de responsabilidad social y de una toma de decisiones más eficiente en este campo, dependerá también de los esfuerzos que se hagan por evaluar no solo los efectos para la empresa, sino también para los beneficiarios de los programas de responsabilidad social, como se comprobó en los capítulos tres y cuatro, no realizar estas mediciones no solo puede llevar a la empresa a realizar inversiones con rendimientos negativos, sino a representar para la comunidad esfuerzos incompletos y mal enfocados, cuyo aporte es menor al pensado y apenas temporal.

Como señala Peinado (2004), los estudios empíricos sobre responsabilidad social en Latinoamérica son muy pocos, por su parte, Correa, Flynn y Amit (2004), estiman que el ejercicio de ésta en los negocios de la región latinoamericana empezó como tal hace apenas una década. El presente estudio ha permitido hacer una aproximación empírica al caso de México, sobre la base de nuevos planteamientos teóricos. Al mismo tiempo, esta nueva propuesta teórica permite entender por qué el grueso de la vasta investigación empírica hasta ahora disponible para el resto del mundo, resulta ambigua o poco concluyente al hablar de la relación entre inversión en responsabilidad social y utilidad privada de la empresa.

## 7.2 Limitantes del Estudio

El estudio adolece aún de limitantes que señalarían cautela a la hora de considerar sus resultados. Las propuestas teóricas de los capítulos tres y cuatro han sido ya compartidos en congresos y a través de artículos en revistas académicas, aún así, su discusión apenas comienza. El estudio para las empresas grandes ubicadas en México, también ya publicado en una revista académica, debe considerarse aún exploratorio en razón de su reducida muestra, la cual al aumentar y estratificarse por sector de actividad económica o bien al extenderse a

empresas de diferente tamaño, podría arrojar evidencia más confiable sobre las prácticas de responsabilidad social en este país.

La construcción de índices en el capítulo cinco, si bien puede considerarse una novedad que permite adecuarse a los modelos teóricos propuestos, también debe revisarse, la inclusión o eliminación de ciertos conceptos no deja de tener cierta subjetividad. El capítulo seis, al abordar un enfoque metodológico de estudio de caso, no puede llevar a resultados generalizables, si bien el grupo local bajo estudio es muy similar al de la población atendida a nivel nacional por el programa social, los resultados encontrados en Zinacatepec no pueden extenderse al resto de los municipios donde el programa se encuentra, por su parte, la validez de las comparaciones estadísticas ahí practicadas es algo que aún podría discutirse.

Los enfoques de explicación teórica desde los cuales se intenta analizar el fenómeno bajo estudio son comunes en el análisis económico, pero al igual que otros enfoques sufren de críticas que particularmente, en este caso, cuestionan los supuestos de racionalidad de los agentes económicos y la homogeneidad del producto. En el caso de la teoría de juegos, empleada en el capítulo 4, ésta no explica cómo se escogen las estrategias ni cuál es su razón de ser, por lo que parece menester construir una teoría de mercado que vincule la microeconomía con la sociología de mercado, para alcanzar explicaciones más completas, las propias estrategias de imitación y colusión, soluciones a las que se llega en el mismo capítulo, dan muestra de ello, ahí se presenta un enfrentamiento entre el capitalismo y lo social, donde a menudo, la ventaja la tiene el grupo empresarial coludido.

### 7.3 Futuros Trabajos



Sería de mucha relevancia ampliar la perspectiva estática hacia una dinámica, al incluir otros tipos de competencia e incluir situaciones de riesgo. Igualmente, los desarrollos teóricos de la llamada “nueva microeconomía” basada en el institucionalismo, el comportamiento y el post keynesianismo, donde la decisión de cuánto producir adopta un enfoque más realista, podrían también brindar un marco metodológico que ayudaría a contrastar algunas otras preguntas. En el trabajo empírico pueden emplearse otras variables dependientes de rentabilidad, pero principalmente otras variables que permitan dimensionar los niveles de producto social. Muy importante sería también probar con cambios en los índices de sesgo en el ejercicio de la responsabilidad social y de la competencia imperante en la industria a la que pertenece la empresa. Quedan también algunas preguntas latentes, ¿qué ha hecho a las empresas adoptar ahora una postura más cercana a un capitalismo con rostro humano? ¿qué modalidades diferenciales encontramos entre el ejercicio de la responsabilidad social en el capitalismo subdesarrollado? ¿qué diferencias habrá entre los resultados para empresas grandes situadas en México, presentados en esta tesis, versus los que podrían presentarse al realizar estudios similares para empresas de otros tamaños?

Otro enfoque teórico no abordado en el presente estudio es el que ofrece la teoría de los incentivos. Desde esta óptica, también pueden entenderse los determinantes del gasto en RSE y con ello los resultados de ésta. En el caso de estudio, referente al programa de vivienda progresiva en Zinacantepec, revisado en el capítulo 6, parece existir una estructura de incentivos muy claros que llevan a conseguir los resultados hasta ahora alcanzados por dicho programa, por otro lado, también es claro que en los objetivos sociales hasta ahora no alcanzados, el programa adolece de algún incentivo que pudiera llevar al logro de los mismos. Quizá el problema de la poca participación de las empresas en este campo se reduzca a un

problema de contratos en el cual la definición de incentivos no se practica y donde quizá la razón de no practicarla sea nuevamente la dificultad de medición y de verificación de los resultados.

El método de medición de dobles diferencias, que compara a un grupo de control versus uno de tratamiento en al menos dos momentos en el tiempo, ofrece un marco ideal para la evaluación, pero ello requiere de las empresas el estudio de los ambientes en los cuales desea contribuir antes y después de su intervención. En este estudio se vio que son pocas las empresas que realizan este tipo de análisis y aún en el caso de estas pocas, sobre bases muy imprecisas, sin una adecuada planeación.

La mejor comprensión de los efectos sociales facilitaría a los gobiernos el fomento de estas nuevas corrientes de intervención social empresarial, pero antes faltaría llevar a las empresas a practicar algunas formas de medición que permitan dimensionar mejor los resultados comparativos de este tipo de prácticas.

## BIBLIOGRAFÍA

Baron, D. (2001). Private politics, corporate social responsibility, and integrated strategy. *Journal of Economics & Management Strategy*, 10 (1). 7-45.

Coase, R. (1937). The nature of the firm. *Economica*, 4, 386-405.

Gauthier, D. (1998). *Egoísmo, moralidad y sociedad liberal*. Barcelona, España: Paidós.

Kotler, P. (2005). *Corporate Social Responsibility*. New Jersey, EE.UU.: Wiley.

Peinado, E. (2004). *Corporate social responsibility in Latina America and the Caribbean*. Washington, D.C., EE. UU.: Inter-American Development Bank, Sustainable Development Department.

## RESUMEN AUTOBIOGRÁFICO

José de Jesús Salazar Cantú

Candidato para el Grado de

Doctor en Ciencias Sociales con Orientación en Desarrollo Sustentable

Tesis: LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA EMPRESA: TEORÍA Y EVIDENCIA PARA MÉXICO

Campo de Estudio: Ciencias Sociales

Biografía:

Datos Personales: Nacido en Monterrey, Nuevo León el 19 de Julio de 1962, hijo de José Salazar Almaguer y Oralía Cantú Padilla.

Educación: Egresado del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, título obtenido: Licenciado en Economía en 1985, del mismo instituto, grado obtenido: Maestría en Ciencias de la Administración en 1987, de la Universidad Autónoma de Nuevo León, grado obtenido: Maestría en Economía con Especialidad en Economía Industrial en 1999.

Experiencia Profesional: Profesor del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey desde 1985, en el Departamento de Economía.

## RESUMEN

José de Jesús Salazar Cantú

Fecha de Graduación: Septiembre 2006

Universidad Autónoma de Nuevo León

Instituto de Investigaciones Sociales

Título del Estudio: LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA EMPRESA, TEORÍA Y EVIDENCIA PARA MÉXICO

Número de páginas: 252

Candidato para el grado de Doctor en Ciencias Sociales con especialidad en Desarrollo Sustentable

Area de Estudio: Ciencias Sociales

**Propósito y Método de Estudio:** Contribuir a la discusión teórica y empírica en el campo de estudio de la responsabilidad social de la empresa. Se emplean los enfoques marginal y de la teoría de juegos para comparar los resultados esperados privados y sociales de los gastos que la empresa privada destina a este rubro. Del análisis puramente teórico se extraen las hipótesis que son puestas a prueba estadística con base en información de empresas grandes ubicadas en México, en este ejercicio se emplean índices que describen el sesgo del gasto en responsabilidad social y el nivel de competencia. También se utiliza el estudio de un caso para dar muestra de la dificultad de medición de los efectos sociales.

**Contribuciones y Conclusiones:** Se demuestra en forma teórica que un sesgo estratégico en el gasto en responsabilidad social por parte de la empresa privada, en comparación con uno altruista o bajo coerción, traería mejores resultados sobre la rentabilidad de ésta a la vez que un mayor producto social, asimismo se muestra que la estructura de competencia en la industria es un determinante del nivel de participación de la empresa en materia de responsabilidad social y de la relación que este tipo de gasto tendrá con la rentabilidad de la misma. En la parte empírica se demuestra la relación positiva del sesgo estratégico del gasto en responsabilidad social sobre la rentabilidad de empresas grandes ubicadas en México y el sesgo coercitivo más presente en aquellas empresas que enfrentan mayores niveles de competencia en sus mercados principales. Estos resultados sugieren que una vasta mayoría de los estudios empíricos en este campo y que llegan a resultados ambiguos en la relación existente entre gastos en responsabilidad social y rentabilidad pudieran estar mal orientados al no considerar el sesgo en dicho gasto y el nivel de competencia existente en la industria. El estudio de caso mostró como, dentro de limitantes metodológicas, difíciles de evitar al evaluar los efectos sociales en este tipo de gastos, pueden realizarse aproximaciones que arrojen luz sobre dichos efectos y que permitan entonces llevar a mejores decisiones en esta materia.

FIRMA DEL ASESOR: \_\_\_\_\_

