



**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN
FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS
SUBDIRECCIÓN DE ESTUDIOS DE POSGRADO**



**PERCEPCIÓN DE LA ÉTICA Y LA RESPONSABILIDAD SOCIAL
EMPRESARIAL EN LOS EJECUTIVOS DE MONTERREY**

**TESIS
QUE PARA OPTAR POR EL GRADO
DE MAESTRÍA EN CIENCIAS CON ESPECIALIDAD EN
CIENCIAS SOCIALES
PRESENTA**

JORGE EDUARDO CANO GARZA

MAYO DE 2011

ASESOR: DRA. MARÍA LUISA MARTÍNEZ SÁNCHEZ

APROBACIÓN DE MAESTRÍA

PERCEPCIÓN DE LA ÉTICA Y LA RESPONSABILIDAD SOCIAL
EMPRESARIAL EN LOS EJECUTIVOS DE MONTERREY

Director(A) de Tesis: Dra. María Luisa Martínez Sánchez

Sinodales

Firma

Dra. María Luisa Martínez Sánchez
Presidente

M. Luisa Martínez Sánchez

Dr. José María Infante Bonfiglio
Secretario

José María Infante Bonfiglio

Mtra. Rebeca Moreno Zúñiga
Vocal

Rebeca Moreno Zúñiga

J. Flores Treviño

Dra. María Eugenia Flores Treviño
Subdirectora de Posgrado

Dedico esta tesis a mis padres,
y aunque no tuvieron la oportunidad,
de estar presentes conmigo al final de este proyecto,
siempre han estado a mi lado,
sobre todo en los momentos más difíciles,
dándome ánimo para seguir adelante.

I. AGRADECIMIENTOS

Quiero expresar mi agradecimiento a todos los que me ayudaron en este proyecto de investigación de tesis. En primer lugar a la Dirección de la Facultad de Filosofía y Letras que me otorgó la beca para realizar la Maestría en Ciencias Sociales en la División de Estudios de Posgrado, en segundo lugar, agradezco a todos los maestros que me guiaron con sus conocimientos a través de todas las etapas del proyecto de tesis, muy especialmente, a la directora de tesis la Dra. María Luisa Martínez Sánchez por su invaluable paciencia y apoyo metodológico a lo largo de este trabajo de investigación, también extendiendo mi agradecimiento a la Dra. María Eugenia Flores Treviño que con sus recomendaciones e información me ayudaron a construir el marco teórico conceptual y al Dr. Juan Noyola que con su lectura crítica me permitió precisar el problema de investigación de este proyecto, en tercer lugar, agradezco a los investigadores y académicos que me facilitaron sus trabajos doctorales sobre el tema: a la Dra. Mariela Pérez Chavarría del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, a la Dra. María Concepción Ramos de la Universidad de Sevilla y al Dr. Oscar Rodríguez Ruiz de la Universidad de Madrid. Finalmente, agradezco a los ejecutivos de las empresas participantes que con su colaboración hicieron posible obtener esta tesis: al Grupo VITRO, Grupo CEMEX, Grupo ALFA, Grupo ARCA, PEPSICO, CHRISTUS MUGUERZA, FIANZAS MONTERREY, Grupo MASECA, CFE División Golfo Norte, Grupo FEMSA y a BRITISH AMERICAN TOBACCO MEXICO. A todos ellos mi profundo reconocimiento.

II. RESUMEN

El tema de este proyecto de investigación es sobre la Ética y la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), la importancia sobre el tema es un fenómeno que ha ido en aumento progresivo a nivel mundial sobre todo en este siglo XXI, sus antecedentes pueden rastrearse en los años que siguieron a la segunda guerra mundial como producto de la conciencia de una sociedad cada vez más contestataria e involucrada en los problemas medio ambientales y sociales que el capitalismo neoliberal y el corporativismo empresarial estaban causando tanto en los países desarrollados como en los que estaban en procesos de industrialización emergente.

Con el propósito de entender con más detalle el interés actual de las empresas por la RSE y la ética se emprendió este trabajo de investigación con el objetivo de conocer la percepción que tienen los administradores de las empresas regiomontanas sobre la importancia que tiene la RSE en México en la globalización, a través de un estudio exploratorio cualitativo.

Las pregunta principal que se busca contestar a través de este trabajo es ¿cuál es la percepción de los administradores sobre la importancia de la Ética y la Responsabilidad Social Empresarial (RSE)? El abordaje a esta pregunta se hace a través de una serie de preguntas particulares relacionadas con aspectos específicos de la RSE como son las motivaciones que impulsan a los ejecutivos, la relación de la RSE con la globalización, la promoción de la RSE hacia dentro y fuera de la organización y las relaciones de colaboración de la empresa con el gobierno y la sociedad civil.

ÍNDICE

AGRADECIMIENTOS.....	2
RESUMEN.....	3
INTRODUCCIÓN.....	
1. Justificación del Proyecto de Investigación.....	6
2. Objetivos.....	9
3. Preguntas de investigación.....	10
4. Supuestos del proyecto.....	11
5. Metodología	
5.1 Etapas de la Metodología de Investigación Cualitativa.....	12
5.2 Fase de Revisión de Categorías y Diseño de Instrumento.....	17
5.3 Fase de Aplicación del instrumento.....	25
CAPÍTULO 1: ANTECEDENTES.	
1.1.1. Antecedentes socio-históricos de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en los Estados Unidos y Europa.....	33
1.2 Antecedentes socio-históricos de la RSE en América Latina.....	41
1.3 Antecedentes socio-históricos de la RSE en México.....	48
CAPÍTULO 2: MARCO TEÓRICO	
2.1 Ética empresarial.....	56
2.2 Responsabilidad Social Empresarial.....	59
2.3 La RSE en el contexto de Europa y los EUA.....	67
2.4 La RSE en México.....	72
2.5 La RSE como respuesta a la Globalización.....	84
2.6 El discurso de la RSE, ¿ética o estética posmoderna?.....	95
2.7 La RSE; ¿ideología o utopía?.....	104
2.8 Análisis Sociológico del Discurso.....	113
2.9 Análisis Multidisciplinario del discurso.....	119
2.10. La percepción de la RSE como problema de investigación....	122
CAPÍTULO 3: ANÁLISIS DE RESULTADOS	
3.1 Aproximación Cualitativa.....	129
3.2 Análisis de Entrevistas.....	132
3.3 Análisis de Enunciados.....	133
3.4 Resultados	
3.4.1 Importancia actual de la RSE (Responsabilidad Social Empresarial).....	136
3.4.2 Significado de la RSE para los ejecutivos.....	141
3.4.3 Estatus de la certificación como Empresa Socialmente Responsable para las empresas multinacionales Mexicanas.....	143
3.4.4 Estatus de la certificación como Empresa Socialmente Responsable para las empresas extranjeras multinacionales.....	144
3.4.5 Estatus de la certificación como Empresa Socialmente Responsable para las empresas mexicanas con operación Nacional	145

3.4.6 Beneficios internos y externos de la certificación (ESR)	
Empresa socialmente responsable.....	146
3.4.7.Importancia de la sobrevivencia con el reconocimiento ESR (Empresa Socialmente Responsable).....	149
3.4.8 Relación del éxito y la eficiencia con el reconocimiento ESR (Empresa Socialmente Responsable).....	152
3.4.9 Prioridades de las empresas en el entorno actual.....	153
3.4.10 Relación de la ética empresarial con la RSE.....	156
3.4.11 La ética aplicada a los procesos de toma de Decisiones.....	159
3.4.12 Formación organizacional de la cultura de RSE.....	160
3.4.13 La globalización y la RSE en Monterrey.....	162
3.4.14 Educación ética y de RSE en los ejecutivos.....	164
3.4.15 Programas y proyectos de la RSE.....	167
3.4.16 Participación de los promotores de la RSE.....	169
3.4.17 Tendencias de la RSE.....	172
CONCLUSIONES.....	174
ÍNDICE DE TABLAS.....	184
ÍNDICE DE FIGURAS.....	186
ÍNDICE DE GRÁFICAS.....	187
BIBLIOGRAFÍA.....	188
ANEXO	
A. Instrumento de Investigación.....	192

III. INTRODUCCIÓN.

1. Justificación del Proyecto de Investigación.

La justificación de este proyecto de investigación se basa en los siguientes argumentos: en primer lugar la creciente importancia del tema de la Ética y la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en el siglo XXI tanto a nivel mundial, como en el contexto de Latinoamericano y particularmente en México, en la grafica 1 en el apartado de antecedentes socio históricos de la RSE en México, se muestra la tendencia creciente a nivel nacional.

En segundo término, la creciente participación de los Centros de Educación Superior en la ciudad de Monterrey es un indicador del interés sobre este tema en el ámbito académico, el Instituto Tecnológico de Monterrey (Campus Monterrey), la Universidad Regiomontana y la Universidad Autónoma de Nuevo León están ofreciendo estudios de Posgrado en Ética Empresarial y Desarrollo Sustentable a partir del 2008, la incorporación cada vez más activa del grupo académico de investigadores es un propulsor para la difusión y el desarrollo de la RSE en la ciudad.

En tercer lugar, la realización de proyectos de investigación sobre el tema de la Ética empresarial y específicamente sobre la Responsabilidad

Social en los estudios de posgrado en la ciudad de Monterrey es un indicador del inicio de la formación de una red de investigadores sobre el tema de la RSE, en el Instituto Tecnológico de Monterrey por su relación con el sector empresarial se han efectuado algunos proyectos que son una referencia en mi trabajo, uno de ellos es una tesis de maestría: *La responsabilidad social en la cultura empresarial regiomontana: un análisis del discurso público de CEMEX* (Reséndez, 2008) , y el segundo es una tesis doctoral realizada por la Dra. Mariela Pérez Chavarría del Departamento de Comunicación: *La Responsabilidad Social Corporativa en México: Un acercamiento desde la Comunicación a las 25 empresas más importantes del país* (Pérez, 2007). La creación de los recientes estudios de posgrado va a contribuir a generar nuevas líneas de investigación sobre la RSE.

El enfoque sociológico que tiene el siguiente trabajo de exploración puede contribuir a entender la articulación de las fuerzas sociales que están contribuyendo en la generación de la cultura de la RSE en esta ciudad de Monterrey y cuál podría ser la tendencia de la RSE en esta ciudad.

El presente trabajo está dirigido principalmente a dos grupos de interés: el primero es de los administradores que promueven la RSE en la empresa, con esta investigación se pretende que sirva de apoyo a los ejecutivos y que les proporcione un marco de referencia comparativo que les proporcione elementos para generar propuestas de RSE, también está dirigido a los académicos de las Universidades que deseen explorar este tema en otras líneas de investigación.

Por último este proyecto busca presentar el tema de la RSE desde una perspectiva multidisciplinaria, el marco teórico utiliza trabajos académicos donde la RSE tiene diferentes enfoques: comunicativo, económico, político y laboral entre otros, de esta manera la RSE se presenta como un fenómeno complejo de múltiples dimensiones.

2. Objetivos.

2.1 Objetivo principal.

El objetivo principal de este proyecto de investigación es conocer la percepción⁽¹⁾ que tienen los administradores de las grandes empresas regiomontanas sobre la importancia de la Ética y la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), dentro del contexto de desarrollo industrial que ha adquirido la ciudad de Monterrey en el entorno actual de la globalización y la mundialización de inversiones.

2.2 Objetivos particulares.

Para el logro de este objetivo principal, en los siguientes objetivos particulares:

1. Investigar las motivaciones de los administradores por el interés en el proceso de certificación como Empresa Socialmente Responsable.
2. Determinar los factores que relacionan el entorno de la globalización con la Responsabilidad Social Empresarial de acuerdo a la percepción en los administradores.
3. Investigar los procedimientos que utilizan los administradores para promover la RSE tanto hacia dentro como fuera de la organización.
4. Obtener la percepción del nivel de cooperación de los tres sectores participantes en la Responsabilidad Social Empresarial: el sector empresarial, la sociedad civil y el sector gubernamental.

¹ *Por percepción se entiende el acto de "aprehender" la realidad a partir del sistema de ideas, valores y prácticas que tiene una persona sobre un tema específico, la definición y el análisis de la aplicación del concepto será revisado en el marco teórico de este proyecto.*

3. Preguntas de Investigación.

3.1 Pregunta principal.

La pregunta que se busca contestar en el trabajo es la siguiente: ¿Cuál es la percepción de los administradores sobre la importancia de Ética y la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) ?

3.2 Preguntas particulares.

Para obtener la respuesta a esta pregunta se realizan las siguientes preguntas particulares, que se encuentran conectadas con los objetivos particulares vistos en el apartado anterior:

1. ¿Cuáles son las motivaciones que impulsan a los ejecutivos a promover la RSE y su certificación en Monterrey?
2. ¿Cómo se relaciona la globalización con la importancia actual del crecimiento de la RSE en Monterrey?
3. ¿Cómo se realiza la promoción de la RSE a los grupos de interés tanto hacia dentro como hacia fuera de la organización empresarial?
4. ¿Cuál es el nivel de participación y de cooperación entre los sectores que participan en la RSE: el sector empresarial, la sociedad civil y el gobierno?

4. Supuestos del Proyecto.

Este proyecto de investigación parte de dos supuestos principales sobre la RSE en la ciudad de Monterrey:

1. La globalización es un entorno condicionante que ha impulsado la RSE en Monterrey.
2. El desarrollo de la RSE en Monterrey tiene una tendencia creciente.

El primero de los supuestos se refiere al contexto político económico de la globalización y a su influencia en el desarrollo de la RSE en la ciudad de Monterrey, la investigación pretende descubrir la valoración que en la percepción de los administradores se da a la globalización como disparador de la RSE en la ciudad.

Como consecuencia del entorno de la globalización este proyecto se basa en el segundo supuesto de la tendencia creciente en la importancia de la RSE en los administradores, este tema tiene cada vez más interés en los ejecutivos de las empresas, las preguntas de la investigación están orientadas a conocer esos intereses.

5. Metodología.

5.1 Etapas de la Metodología de Investigación Cualitativa.

La primera pregunta que habría que hacerse es ¿Qué es la investigación cualitativa?, de acuerdo a Vasilachis (2007) en *Estrategias de Investigación Cualitativa* nos dice que la investigación no es un enfoque monolítico sino un variado mosaico de perspectivas de investigación. La investigación cualitativa para Denzin y Lincoln (citado por Vasilachis, 2007:24) es multimetódica, naturalista e interpretativa, es decir, indaga en situaciones naturales intentando dar sentido en interpretar los fenómenos en los términos del significado que las personas les otorgan (el subrayado es mío), abarca el estudio, uso y recolección de una variedad de materiales empíricos como estudios de caso, experiencia personal, introspectiva, historia de vida, entrevista, textos observacionales, históricos, interaccionales y visuales, que describen los momentos habituales y problemáticos y los significados en la vida de los individuos.

Steve Taylor y Robert Bodgdan (1996) consideran diez características de la investigación cualitativa:

- 1) **Es inductiva** : se desarrollan conceptos e intelecciones de los datos y no recogiendo datos para evaluar modelos, hipótesis o teorías preconcebidas.
- 2) **Se ve al escenario y a las personas en una perspectiva holística** : las personas y los escenarios son vistos como un todo, se estudia en el contexto histórico.

- 3) **Los investigadores cualitativos son sensibles a los efectos que causan ellos mismos a las personas que son objeto de estudio :**
En la investigación cualitativa se intenta controlar los efectos sobre las personas estudiadas o reducirlo lo más posible o por lo menos entenderlos cuando interpretan sus datos
- 4) **En la investigación cualitativa se trata de comprender a las personas dentro del marco de referencia de ellas mismas:** Es preciso identificarse con las personas que se estudian para comprender como ven las cosas.
- 5) **El investigador cualitativo suspende o aparta sus propias creencias, perspectivas y predisposiciones:** En la investigación cualitativa nada debe darse por sobrentendido, todo es un tema de investigación.
- 6) **En la investigación cualitativa todas las perspectivas son valiosas:** No se busca la verdad o la moralidad sino una comprensión de las perspectivas de otras personas.
- 7) **Los métodos cualitativos son humanistas:** Los métodos utilizados influyen necesariamente en el modo en el que vemos a las personas.
- 8) **El investigador cualitativo pone de relieve la validez de su investigación:** Los métodos cualitativos nos permiten estar próximos al mundo empírico, el investigador obtiene su conocimiento directo de la vida social, no a través de los conceptos, definiciones o escalas.
- 9) **Todos los escenarios y personas son dignas de estudio en la investigación cualitativa:** Todos los escenarios son a la vez

similares y únicos, ningún aspecto de la vida social es tan trivial que no merezca ser estudiado.

- 10) **La investigación cualitativa es un arte:** Los métodos cualitativos no se han homogeneizado.

Es posible obtener un mejor entendimiento del enfoque cualitativo realizando un contraste con el enfoque cuantitativo, Álvarez-Gayou (2007) nos proporciona tres diferencias básicas, que se anotan en la tabla 1:

Tabla 1 COMPARACIÓN DE LA METODOLOGÍA CUALITATIVA / CUANTITATIVA		
	CUALITATIVA	CUANTITATIVA
PRÓPOSITO	Explicación y Comprensión.	Indagación
ACTITUD DEL INVESTIGADOR	Personal	Impersonal
CONOCIMIENTO	DESCUBIERTO	CONSTRUIDO
<i>Fuente: (Álvarez-Gayou,2007:29)</i>		

El propósito de los métodos cualitativos es la explicación y comprensión del fenómeno social, los métodos cuantitativos buscan confirmar relaciones específicas entre variables estudiadas, la actitud del investigador ante el fenómeno que se estudia es diferente en ambas, la posición del investigador cualitativo es de involucramiento con el escenario y las personas, tal como se ha visto en las diez características que se enumeraron en párrafos anteriores, por último el enfoque cualitativo está orientado al descubrimiento, mientras que el cuantitativo se dirige a la construcción de estructuras teórico-conceptuales.

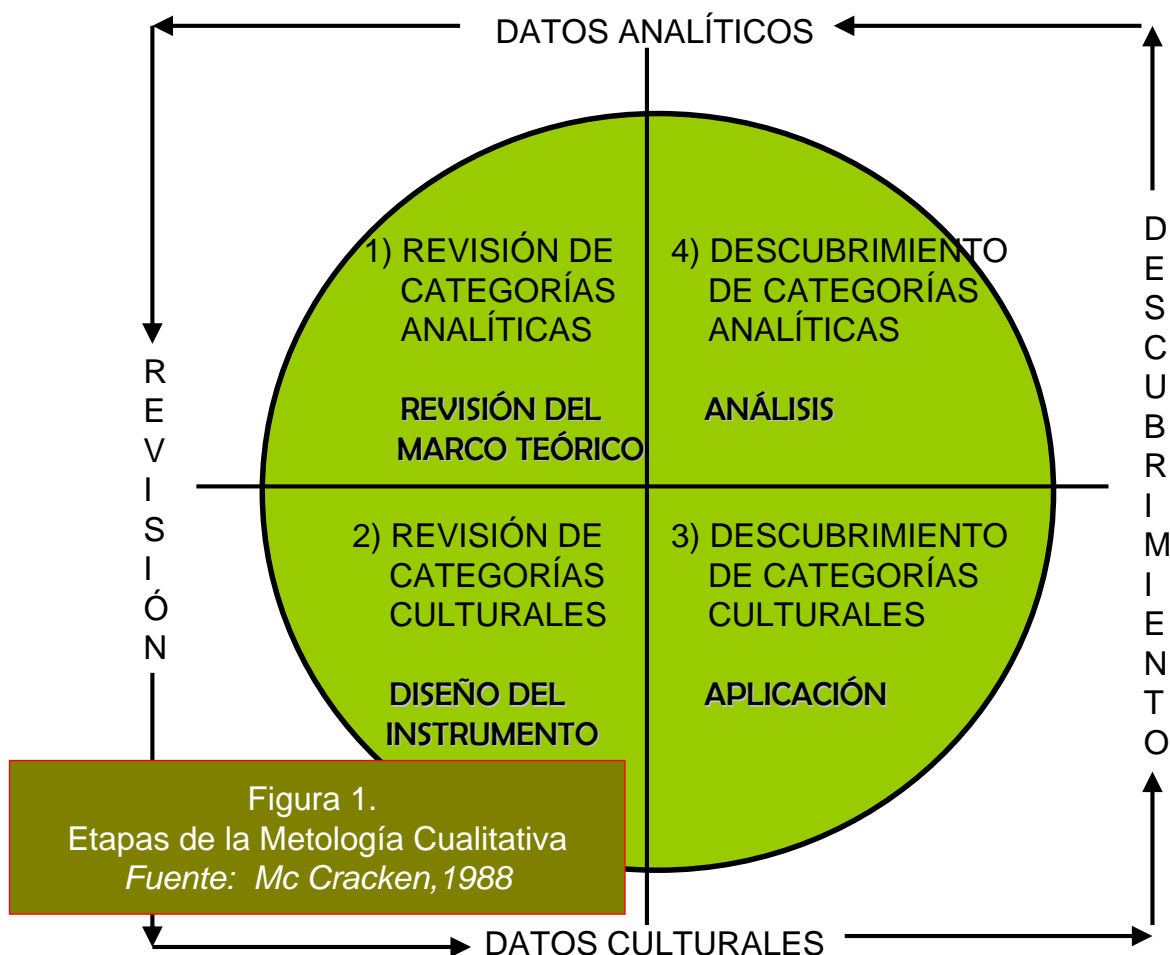
Para Luis Enrique Alonso(2003) en su texto *La mirada cualitativa en sociología* la confrontación entre ambos métodos es tan antigua como inútil, ambos enfoques tienen capacidad para ofrecer resultados plausibles, precisos o relevantes, cada uno de los métodos tiene un espacio de cobertura de la realidad social esencialmente distinta.

Para abordar el significado de este espacio de cobertura que menciona Alonso(2003) es imprescindible entrar al terreno de la reflexión epistemológica, la selección del método presupone que se ha tomado una posición con respecto a la relación entre el investigador y el fenómeno social que se estudia desde el punto de vista epistemológico.

Para los defensores radicales de la investigación cuantitativa, se trata de cuantificar todas las esferas de la realidad social o bien reducir la realidad social a aquellos aspectos que sean formalizables y cuantificables; para los defensores radicales del enfoque cualitativo es imposible cuantificar los fenómenos sociales por su incomensurabilidad y no ser reducibles a ningún tipo de formulación matemática, ya sea por motivos teóricos o éticos.

Para Alonso (2003) hay un planteamiento que equilibra y sitúa el problema en sus justos términos: sin negar los progresos que supone la cuantificación, se le otorga a ésta un lugar establecido y unos límites concretos, queda restringido a aquellos aspectos del objeto que lo exigen o lo permiten sin pretender cuantificar lo que no es cuantificable.

Las etapas de la metodología que se siguieron a través del proyecto se realizaron de acuerdo al esquema de Craig Mc Cracken (1988), que se muestra en el siguiente gráfico:



En la figura 1 se presentan las etapas generales de una manera sintética, cada una de ellas puede constar de subetapas que deben de cumplirse antes de pasar a la siguiente etapa, el interés de este esquema de Mc Cracken (1988) es que presenta el proceso completo en dos fases claramente definidas, la de revisión y la de descubrimiento.

Desde el punto de vista metodológico en la fase de revisión se procede en una forma deductiva, de lo abstracto a lo concreto, partiendo de las categorías analíticas del marco teórico para obtener al final de la segunda

etapa el instrumento de investigación en donde se concretan las categorías culturales; en esta etapa es una revisión del contexto cultural de la investigación y que incluye también, de acuerdo a Mc Cracken (1988), el análisis cultural auto-reflexivo del investigador; aunque no aparece como un proceso cíclico la fase de revisión, en la praxis de la investigación es un proceso iterativo que se repite el número de veces necesario hasta tener el instrumento de investigación final, la subetapa de la prueba del instrumento en campo es la que genera la toma de decisiones de continuar hacia la tercera etapa o reiterar el proceso de revisión.

Las dos últimas etapas forman la fase de descubrimiento, se procede de los resultados concretos de la tercera etapa de aplicación del instrumento, para continuar a través de la cuarta etapa de análisis e interpretación y obtener al final del proceso de investigación las categorías analíticas que se integrarán al marco teórico general del tema

En los siguientes apartados de este capítulo se revisarán con más detalle las etapas primera, segunda y tercera, la cuarta etapa forma parte de otro capítulo por su importancia y extensión.

5.2 Fase de Revisión: Etapa primera y segunda de Mc Cracken.

En este trabajo de tesis, la primera y segunda etapa que cita Mc Cracken (1988) se llevaron a cabo dentro de un mismo procedimiento que llama remos de revisión, los pasos del algoritmo fueron los siguientes:

- 1) Investigación de los trabajos relacionados con el problema planteado en la tesis.
- 2) Revisión del marco teórico encontrado.
- 3) Obtención del modelo de variables para utilizar en el instrumento de investigación.
- 4) Definición de la metodología de investigación (cuantitativa o cualitativa).
- 5) Diseño del instrumento de investigación.
- 6) Aplicación de una prueba piloto con el instrumento de investigación obtenido.
- 7) PREGUNTA DE VALIDACIÓN: ¿Son los resultados de la prueba piloto favorables para continuar con la siguiente etapa?

SI: Continuar con la siguiente etapa

NO: Iniciar el procedimiento nuevamente.

La prueba piloto en el procedimiento anterior fue de gran relevancia para confirmar si se continuaba con la etapa de aplicación en campo o se volvía a revisar de nuevo todos los pasos del procedimiento. En este proyecto se ejecutó el algoritmo descrito dos veces, en la primera ocasión se tomaron las siguientes decisiones inicialmente:

- Tomar como base la metodología y el cuestionario del trabajo doctoral de Ramos (2001).

- La metodología propuesta por Ramos (2001) es cuantitativa y se decidió utilizar parte del modelo de variables que se había aplicado en el trabajo de Ramos para replicarlo en la tesis.

Estas decisiones se tomaron en una primera instancia ya que de acuerdo a las investigaciones hechas no se tenía conocimiento que en Monterrey se hubiera aplicado este tipo de investigación con lo que se convertía en un proyecto único e interesante y en segundo lugar permitía la comparación de los resultados obtenidos, sin embargo, el cambio de metodología se realizó después de los resultados de la aplicación de la prueba piloto del cuestionario que se había tomado y traducido íntegramente del trabajo doctoral de Ramos (2001) y estaba validado en los administradores en España. La prueba piloto del cuestionario de Ramos (2001) que puede verse en el Anexo A fue llevado a cabo de la siguiente manera:

- Se recurrió a expertos de las agencias de recursos humanos que tuvieran contacto con los administradores de las empresas de Monterrey para conocer su opinión sobre el instrumento y la posibilidad de su aceptación por parte de los ejecutivos.
- Se distribuyó el cuestionario a gerentes de empresas para conocer su percepción sobre el cuestionario de Ramos (2001).

Los resultados obtenidos de la aplicación de la prueba piloto no fueron favorables por las siguientes razones:

- 1) En opinión de administradores de recursos humanos, el cuestionario cerrado era impersonal y su contestación representaba una pérdida de tiempo para los gerentes de nivel medio de las grandes empresas.
- 2) Se requería hacer un trabajo de mercadotecnia para “vender” el instrumento a los gerentes y que accedieran a responderlo por considerar el sistema empresarial de difícil acceso.
- 3) El significado de los conceptos del cuestionario de preguntas cerradas requería explicación, ya que el contexto cultural de Andalucía en España y de Monterrey en México eran diferentes.
- 4) Se recomendó una entrevista personal de preguntas abiertas ya que el número de encuestados del cuestionario de Ramos (2001) necesitaba un corpus bastante grande para obtener los resultados estadísticos.

Estos resultados de la prueba piloto del cuestionario de preguntas de Ramos (2001) condujo a cuestionar la metodología cuantitativa y los objetivos iniciales del proyecto, por lo que de acuerdo a las recomendaciones recibidas se determinó finalmente utilizar un cuestionario de preguntas abiertas y redefinir los objetivos de la investigación, el cuestionario de Ramos fue utilizado como base para identificar algunas pre-categorías o temas para la guía de entrevista.

Oscar Rodríguez Ruiz (2007) en su trabajo de investigación cualitativa sobre responsabilidad social corporativa y capital social comenta que hay una relación intrínseca entre el objeto de investigación y el enfoque metodológico.

El proceso reflexivo que menciona Rodríguez(2007) se realizó con mayor profundidad después que hubo concluido la etapa de diseño y prueba del instrumento de investigación, tal como se ha descrito en los párrafos anteriores. Los dos primeros parámetros que se tomaron en cuenta para determinar finalmente la metodología y los objetivos fueron:

- **Los objetivos:** se decidió para este proyecto de investigación que fuera de carácter exploratorio conceptual sobre la ética y la responsabilidad social empresarial, ya que era necesario conocer los significados que tienen estos conceptos para los administradores y cómo perciben su relación con otras variables del contexto social.

- **El tema de la RSE:** la naturaleza intangible y de múltiples significados de los conceptos que se están investigando requiere de los métodos cualitativos que están enfocados a la explicación y comprensión.

Adicionalmente a los dos parámetros anteriores, hubo otros tres adicionales que definieron finalmente la metodología a seguir, después de haber llevado a cabo la etapa del diseño y prueba del instrumento cuantitativo de Ramos (2001):

- **El perfil del encuestado :** En el proceso de prueba del instrumento de investigación, se confirmó la importancia del perfil

de la persona encuestada para la selección del instrumento, en este caso los ejecutivos de nivel medio gerencial de las grandes empresas regiomontanas que eran las personas encuestadas no aceptaron la aplicación de un cuestionario de preguntas cerradas donde se solicitaba las respuestas por medio de una escala numérica, en contraposición aceptaron una entrevista de preguntas abiertas, el motivo de esta decisión se desconoce, pero es posible que una percepción más relajante y psicológicamente menos tensa en la entrevista abierta fuera importante en la decisión de los encuestados. Empíricamente se demuestra a través de este proyecto la importancia del contexto cultural y el perfil psicológico de los encuestados para la aceptación de un instrumento determinado, el cual va ligado a la metodología de investigación a utilizar.

- **El contexto de la investigación** : El contexto en el que se realizó este proyecto fue un factor importante que determinó la metodología de investigación, el contexto empresarial es un sistema cerrado cuyo acceso es a través de relaciones públicas o de ciertos canales específicos, la entrevista con preguntas abiertas permite que los entrevistados tengan más control sobre las respuestas y puedan expresar su posición específica sobre el tema de una forma abierta sin condicionantes, el proceso mercadológico que se llevó a cabo para hacer llegar el instrumento a los encuestados y “vender la idea” de la entrevista fue más fluido y exitoso con la entrevista abierta que con el

cuestionario cerrado, es posible que esto se deba al potencial de proyección de imagen de la entrevista abierta o que el cuestionario cerrado no es tan proyectivamente mercadológico como el discurso abierto de la entrevista.

- **El corpus de investigación:** el porcentaje de respuesta al instrumento de investigación en el proceso de encuesta es fundamental para determinar la metodología de investigación, la técnica cuantitativa que utiliza métodos estadísticos requiere generalmente de un corpus mayor en cantidad que la técnica cualitativa de entrevistas abiertas. El grado de facilidad para obtener el corpus requerido es un factor crítico que podría decidir la alternativa metodológica. En el caso específico de este proyecto de investigación sobre RSE, el corpus de investigación fue obtenido del listado del CEMEFI seleccionando las grandes empresas de Monterrey que eran socialmente responsables, el corpus de empresas no es tan amplio, por esta razón las técnicas cuantitativas no eran aplicables, el enfoque cualitativo es más flexible y menos riguroso en la cantidad del corpus de investigación, esto fue un factor a considerar en la selección del instrumento de investigación y del enfoque a seguir.

En conclusión, el enfoque metodológico cualitativo utilizado en este proyecto se decidió después de efectuado el proceso de prueba del instrumento de investigación, el cual fue inicialmente cuantitativo y se decidió

cambiarlo a cualitativo por las razones expuestas con anterioridad, en el proyecto se confirma la importancia crítica de la etapa de prueba del instrumento de investigación antes de iniciar la etapa de aplicación.

Finalmente en la Tabla 2 se muestran los criterios de validez científica de la metodología de investigación cualitativa:

Tabla 2 VALIDEZ CIENTÍFICA DE LA INVESTIGACIÓN CUALITATIVA	
VALIDEZ INTERNA	Se contrastan los datos de las entrevistas con los datos del marco teórico.
VALIDEZ DE LOS CONSTRUCTOS	La información obtenida se estructura en categorías que contemplan los aspectos más significativos del fenómeno estudiado.
FIABILIDAD	Definición de un protocolo de investigación.
VALIDEZ EXTERNA	La metodología cualitativa permite una generalización teórica no estadística.
<i>Fuente: (Rodríguez Ruiz, 2007)</i>	

Rodríguez (2007) en la tabla 2 presenta cuatro aspectos de la validez, la validez interna se refiere al soporte de la investigación en el marco teórico revisado en la etapa primera de la figura 6 de Mc Cracken (1988) donde se revisan las categorías analíticas, la validez de los constructos se obtiene como resultado al final de la etapa del análisis; la fiabilidad de los resultados es un producto del protocolo de investigación en todo el proceso y finalmente la validez externa es el resultado integral de las cuatro etapas de la figura 6 de Mc Cracken (1988) con la contribución final del enriquecimiento al marco teórico del tema.

5.3 Fase de Aplicación del instrumento.

Esta es la tercera etapa, de acuerdo a Mc Cracken (1988), en la que se realiza el descubrimiento de las categorías culturales a través de la aplicación del instrumento de investigación.

El instrumento aplicado en esta fase fue un cuestionario de 17 preguntas abiertas, la entrevista se llevó a cabo personalmente por el investigador y se realizó una grabación de la misma cuando el administrador entrevistado estaba de acuerdo con este protocolo, el cuestionario forma parte del Anexo A de esta tesis.

El diseño del instrumento se realizó partiendo de los objetivos de la tesis, cada una de las preguntas tenía un objetivo específico, tal como se presenta en las tablas 12 y 13:

Tabla 3	
Objetivos de las preguntas de la entrevista	
<i>RSE = Responsabilidad Social Empresarial</i>	
<i>ESR= Empresa Socialmente Responsable</i>	
Objetivos	Número de Pregunta
1. Motivaciones por el proceso de certificación como ESR	
Importancia	1
Definición conceptual	2
Tiempo de la certificación	3
Instancias certificadoras	4
Certificación Internacional	5
Beneficios de la certificación	6
Relación con la Supervivencia	7
Relación con el Éxito	8
Entorno actual	9
<i>Fuente : Elaboración propia</i>	

En la tablas 3 y 4 se presentan los objetivos de cada uno de las preguntas de la entrevista abierta que se realizó como instrumento de

investigación. Cada una de las preguntas va dirigida a conocer la percepción que tiene sobre la relación de la RSE con otra variable, algunas de las preguntas tienen una función de resumen como es el caso de la pregunta número 9 y la número 17. El instrumento anterior (véase en el Anexo A) fue diseñado partiendo de los objetivos de este proyecto y del cuestionario de Ramos(2001).

Tabla 4	
Objetivos de las preguntas de la entrevista (Continuación)	
<i>RSE = Responsabilidad Social Empresarial</i>	
<i>ESR= Empresa Socialmente Responsable</i>	
Objetivo	Número de Pregunta
3. Promoción y Difusión de la RSE	
Significado de la Ética	10
Relación con la RSE	10
Aplicación en la Toma de Decisiones	11
Creación de la Cultura de RSE	12
Capacitación a los Administradores	14
Proyectos y convenios	15
3. Relación de la Globalización con la RSE	
Relación de RSE con la Globalización	13
4. Participación del Gobierno, ONGs y Empresa	
Colaboración de actores sociales	16
Tendencia actual de la RSE	
Percepción de la tendencia	17
<i>Fuente : Elaboración propia</i>	

Para la determinación del corpus de la investigación se partió de varios criterios que se listan a continuación:

- Por recomendación de los gerentes encuestados en la prueba piloto se sugirió que era preferible utilizar el listado de las empresas certificadas como socialmente responsables ya que disponían de los recursos, la experiencia y el interés en el área de RSE, adicionalmente se recomendó la aplicación de la

entrevista a las grandes corporaciones de la ciudad por las mismas razones.

- La obtención del corpus se realizó a partir del listado de empresas certificadas por el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI) como Empresas Socialmente Responsables y a través de relaciones interempresariales, es decir, una empresa abría la relación con otra empresa, esta forma de acceso a las empresas fue la única factible desde el punto de vista práctico ya que las empresas se encuentran relacionadas a través de cadenas de valor como clientes o como proveedores o son parte de asociaciones empresariales.
- El proceso de obtención del corpus terminó cuando ya no se encontró más posibilidad de contactos interempresariales, se localizaron algunos más, pero los responsables de las áreas de RSE estaban ubicados en la capital del país y no formaba parte de mis objetivos entrevistar personas que estaban ubicadas fuera de la ciudad ya que el protocolo de la investigación requería la entrevista personal y grabada.

El corpus final de las empresas entrevistadas aparece en la tabla 14, las características que se menciona en cada una de las empresas son las siguientes:

- **Giro:** el giro de la empresa es de dos tipos, producción (prod) o servicios (serv).
- **Producto:** es el producto más representativo de la empresa que producen o que proporcionan como servicio.
- **Área de Operación:** es el ámbito geográfico en donde están ubicadas sus operaciones, MN (multinacional), NAC (nacional), MTY (área de Monterrey), N de Mex (norte de México).

Tabla 5. Corpus de investigación (Empresas Participantes)					
Empresa	Giro	Producto	Área de Operación.	Nacionalidad	Cotiza en Bolsa
A	Prod	Cemento	MN	MEX	Pub
B	Prod	Alimentos	MN	EXT	Pub
C	Prod	Bebidas	N de Mex	MEX	Pub
D	Prod	Tabaco	MN	EXT	Pub
E	Prod	Alimentos y otros	MN	MEX	Pub
F	Serv	Hospitalarios	NAC	MEX-EXT	
G	Serv	Afianzamiento	NAC	EXT	Pub
H	Prod	Vidrio	MN	MEX	Pub
I	Serv	Art. Conveniencia	NAC	MEX	Pub
J	Serv	Energía Eléctrica	Golfo Norte	MEX	Federal
K	Prod	Alimentos	MN	MEX	Pub

Fuente : Elaboración propia

- **Nacionalidad:** es la nacionalidad del capital mayoritario de inversión en la empresa, MEX (mexicana), EXT (extranjera).
- **Inversión:** es objetivo en este atributo es hacer la diferenciación entre inversión de capital privado (priv) e inversión con capital público o del gobierno federal (PUB), adicionalmente las inversiones privadas fueron clasificadas en franquicias (franq) y filiales del extranjero.

En la tabla 6 se mencionan algunas características del perfil de los 11 ejecutivos encuestados:

- **Ejecutivo:** identifica al ejecutivo encuestado de cada empresa de la tabla 5, para la empresa y el ejecutivo se utiliza la misma letra como identificador (el ejecutivo A en la empresa A).
- **Posición administrativa:** es la posición que tiene en la estructura organizacional de la empresa (Jefe, Gerente o Director).
- **Sexo:** Masculino (M) o Femenino (F).

Tabla 6: Perfil de Administradores Entrevistados						
Ejecutivo	Posición Admva..	Sexo	Grado Académico.	Tiempo en la empresa (años)	Tiempo del área de RSE (años)	Responsable
A	Directora	F	Maestría	15	10	Si
B	Directora	F	Maestría	15	5	Si
C	Gerente	M	Maestría	10	2	Si
D	Gerente	M	Maestría	9	9	Si
E	Directora	F	Doctorado	3	3	Si
F	Jefe	M	Licenciatura	2	2	Si
G	Gerente	M	Licenciatura	27	3	No
H	Jefe	M	Maestría	3	2	Si
I	Gerente	F	Maestría	20	8	Si
J	Jefe	M	Maestría	2	6	si
K	Director	M	Licenciatura	10	2	si
Fuente : Elaboración propia						

- **Grado Académico:** es el mayor grado académico obtenido (Licenciatura, Maestría o Doctorado).
- **Tiempo en el área de RSE:** es el tiempo en años que tiene la creación del área de RSE.
- **Responsable:** indica si el ejecutivo encuestado es el responsable directo del área o depende de su posición administrativa.

El proceso de aplicación de la entrevista se efectuó de acuerdo al siguiente procedimiento:

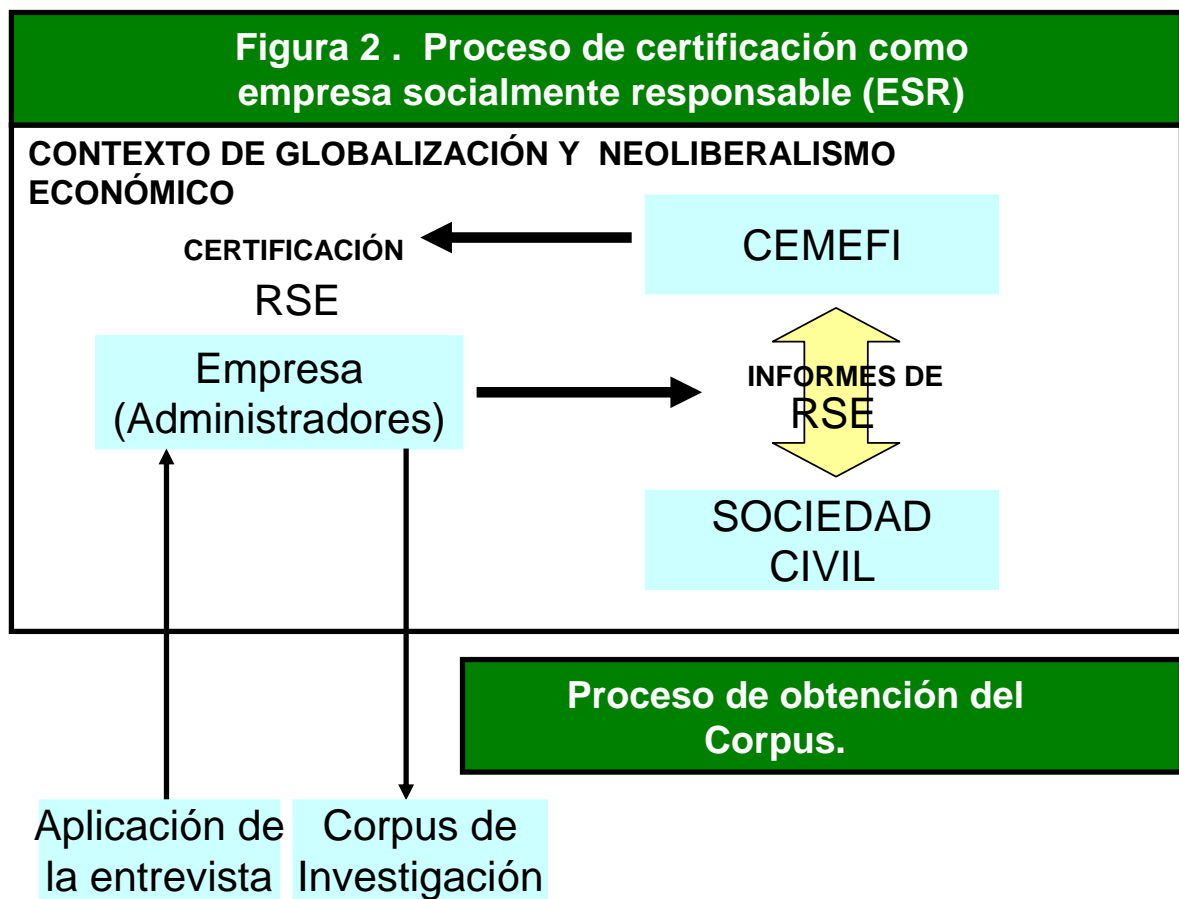
- 1) Contactar al responsable del área de RSE de la empresa.
- 2) Enviar la entrevista al contacto en la empresa.
- 3) Concertar cita con el ejecutivo a entrevistar.
- 4) Realizar la entrevista con el ejecutivo en forma grabada.

En nueve de las entrevistas se realizó la grabación completa del cuestionario, lo otros dos ejecutivos solamente hicieron comentarios adicionales al cuestionario de preguntas abiertas que entregaron por escrito. Con respecto a las entrevistas a los ejecutivos, es necesario mencionar los siguientes puntos:

- Las preguntas de la entrevista fueron enviadas antes de realizar las entrevistas por solicitud de la mayoría de los entrevistados.
- La contestación de las preguntas de la entrevista fue realizada en la mayoría de las empresas por un comité organizacional, el ejecutivo que graba la entrevista es el representante de este comité, en otras palabras, se da respuesta a las preguntas con base a la cultura organizacional de la empresa en la mayor parte de las entrevistas.
- El proceso dialógico que se investiga en este proyecto puede verse en la figura 2 que se muestra enseguida, la obtención del corpus de investigación se realiza a través de la aplicación de la entrevista a los administradores que forman parte del proceso de certificación como

empresa socialmente responsable a través del Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI).

En la figura 2 se muestra el proceso dialógico de donde se obtiene el corpus de investigación, con el apoyo del mismo gráfico se realiza la clarificación de lo que no es parte de esta investigación:



- No forma parte del corpus de investigación los informes de RSE (Responsabilidad social empresarial) que son enviados por la empresa a Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI) o a la

Sociedad Civil, ni es parte de los objetivos de investigación la revisión de estos informes.

- No es parte de los objetivos de esta investigación validar la coherencia de lo dicho en las entrevistas con los informes de RSE. Las acciones de RSE que se describen en los informes son auditadas por las instancias certificadoras como el CEMEFI o los departamentos de ecología del gobierno, la entrevista realizada es a empresas ya auditadas por organismos que otorgan la certificación.

En conclusión, el proceso dialógico de investigación está ubicado en el subproceso de la entrevista a los administradores para conocer su percepción sobre la importancia del proceso de certificación como empresa socialmente responsable en el contexto actual, los otros subprocesos que aparecen en la figura 2 como el de certificación por parte del CEMEFI o la comunicación de estos informes a la sociedad civil no están incluidos en los objetivos de esta tesis.

En síntesis, en este estudio de tipo exploratorio se utilizará la metodología cualitativa por medio de entrevistas semi-estructuradas a ejecutivos de nivel administrativo alto y medio de 11 grandes corporaciones empresariales de Monterrey. La muestra se conformó por empresas que están o han estado certificadas por el CEMEFI (Centro Mexicano para la Filantropía) y se aplicaron entrevistas hasta llegar al grado de saturación, en el capítulo siguiente se describe el procedimiento de análisis de las entrevistas y los resultados obtenidos.

CAPÍTULO 1: ANTECEDENTES.

1.1 Antecedentes socio-históricos de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en los Estados Unidos y Europa.

Este proyecto de investigación se mueve en el campo de la Ética empresarial y específicamente en el quehacer concreto de la Responsabilidad Social, a este fenómeno social se la ha dado mucha importancia en las últimas décadas en las sociedades capitalistas del mundo occidental.

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es un hecho social que se ha incrementado en este siglo a nivel internacional y en nuestro país. Este interés ha surgido en gran medida por el comercio internacional y la inversión mundial. El objetivo principal de este proyecto de investigación es conocer la percepción que tienen los administradores de las empresas regiomontanas sobre la importancia de la Ética y la Responsabilidad Social (RSE) dentro del contexto de desarrollo industrial que ha adquirido la ciudad de Monterrey en el entorno actual de la globalización y la mundialización de inversiones.

Los antecedentes de la RSE serán presentados en su desarrollo histórico desde fines de la Segunda Guerra Mundial hasta el final del siglo XX,

ya que no se puede hablar de la ética empresarial en los primeros cincuenta años del siglo XX tal como entendemos el concepto en el siglo actual (Martínez, 2003).

Los hechos históricos que se presentan en estos antecedentes nos ayudarán a comprender la dinámica social y la participación de los grupos protagonistas que representaron las fuerzas sociales en conflicto en el proceso evolutivo histórico de la RSE (Responsabilidad Social Empresarial). Como resultado de las confrontaciones sociales entre estos grupos se fue creando paulatinamente el discurso y la praxis de la Ética y la Responsabilidad Social Empresarial, la síntesis de los eventos más sobresalientes del desarrollo histórico social desde inicios del siglo XX hasta la década de los sesenta se muestra en la tabla 7.

TABLA 7. Desarrollo histórico de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) (Inicio del Siglo XX hasta los sesenta)	
CRONOLOGÍA	SUCESO HISTÓRICO
1920-1930	Preocupaciones iniciales por la relación Empresa y Sociedad
1939 - 1945	SEGUNDA GUERRA MUNDIAL
1944	Declaración de Filadelfia: La generación de empleos y el mejoramiento de las condiciones de trabajo debe también ser prioridad para el sector económico del país.
1950-1960	Aparecen las primeras contribuciones teóricas sobre el concepto de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), aunque todavía no hay preocupaciones científicas ni debate público.
1950-1960	PERÍODO DE CRISIS : FINALES DE LOS SESENTA
	Época de tensiones sociales, raciales y generacionales, protesta contra el consumismo como estilo de vida, y contra el imperialismo de las empresas norteamericanas en el Tercer Mundo, así como las consecuencias ecológicas del desarrollo industrial.
Fuente: Elaboración propia con la información del texto de Tomás G. Perdiguero(2003).	

En la Tabla 7 podemos observar el desarrollo de la RSE desde principios del siglo XX hasta la crisis del final de los sesenta. Para el estudio histórico de la Responsabilidad Social Empresarial algunos historiadores como Thomas E. McMahon (citado por Perdiguero, 2003) han dividido el estudio de la RSE en dos períodos, el primero que empieza en los finales del siglo XIX hasta los años cincuenta, éste fue un proceso de maduración de la reflexión sobre el papel de la Ética del siglo XX y la gestión empresarial y el segundo período que empieza en los finales de los sesenta hasta finales de los noventa, este período se caracterizó por fuertes problemas sociales y un desplazamiento del interés teórico hacia acciones más concretas que se reflejaron en la preocupación por la relaciones entre empresa y sociedad.

Las acciones que se produjeron como resultado de la crisis contestataria de la sociedad civil del final de los sesenta (Tabla 7) fueron las siguientes (Perdiguero, 2003):

- Establecimiento en las Universidades de programas académicos sobre las relaciones empresa y sociedad,
- Aparición de artículos sobre RSE en publicaciones especializadas,
- Publicación de los primeros trabajos teóricos sobre el concepto de RSE,
- Consolidación de la disciplina académica conocida como “Empresa y Sociedad” (Business & Society).

La siguiente etapa de evolución de la RSE está históricamente situada desde los años setenta hasta finales de los noventa (Perdiguero, 2003) como

se muestra en la Tabla 8, en este período hay un paulatino y creciente aumento del conflicto entre grupos del sector social y el sector económico representado por las grandes corporaciones empresariales, en la Tabla 8 se puede observar que en la década de los setenta los gobiernos de Europa y el de EUA dan una respuesta al discurso contestatario de finales de los sesenta a través de la promulgación de leyes y normas con el objetivo de regular la actividad económica de las empresas, no obstante, durante esta década se identificaron tres posiciones distintas con respecto a la RSE:

- La de los economistas liberales radicales que rechazaban la idea de una extensión de la responsabilidad de las empresas
- Los que apoyaban la Declaración para el Desarrollo Económico
- Los partidarios de la reglamentación pública para disminuir los desequilibrios políticos y económicos.

TABLA 8 Desarrollo histórico de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) (Desde los setenta hasta finales de los noventa)	
CRONOLOGÍA	SUCESO HISTÓRICO
ESTADOS UNIDOS DE AMERICA (EUA)	
1971	Declaración del Comité para el Desarrollo Económico sobre las responsabilidades sociales de las empresas, el objetivo era la cooperación entre las empresas y el gobierno para el progreso social.
1965 - 1975	Promulgación de leyes, normas y regulaciones con el objetivo de adaptar la actividad económica a los cambios sociales
1980	La Ética de los Negocios (Business Ethics) toma la posición dominante de la reflexión teórica y de la discusión sobre la Responsabilidad Social de las Empresas (RSE)
1990-2000	Protestas de grupos ambientalistas y de Derechos Humanos por los desastres ecológicos y violaciones a los derechos humanos por las condiciones de trabajo en Asia y América del Sur.
EUROPA	
Francia (1977)	Promulgación de normas a la empresas para informar sobre sus políticas sociales.
Alemania	Iniciativas a favor de una mayor responsabilidad social de la empresa.
1998	Conflicto de Greenpeace con la compañía petrolera Shell
Fuente: Elaboración propia con la información del texto de Tomás G. Perdiguero(2003).	

En la Tabla 8 podemos observar el cambio del enfoque ético empresarial a la “Business Ethics”, en la década de los ochenta se refuerza la posición de los economistas liberales radicales apoyados académicamente con intelectuales del campo de la economía como Milton Friedman, la entrada de los investigadores e intelectuales en el conflicto político social que se estaba desarrollando en torno a la definición del concepto de RSE le va a dar más complejidad a la evolución del fenómeno. Con respecto a la participación de Friedman, Perdiguero nos dice:

Lo que Milton Friedman reclamaba era la elevación de un muro entre el Estado y la sociedad, negar la naturaleza histórica, mucho más que normativa, del concepto de RSE y su solución con el mapa de necesidades políticas, sociales y culturales existentes en la sociedad en cada momento concreto de su evolución. Unas necesidades que en las sociedades democráticas se definen con un marco de elevada complejidad, pero con una incuestionable influencia de los procesos políticos (Perdiguero, 2003:145), (los subrayados son míos).

La influencia de los procesos políticos en el enfoque de la RSE de acuerdo con Perdiguero (2003) se hace patente en el período de la política conservadora de Reagan en los Estados Unidos y de Margaret Thatcher en el Reino Unido, la dirección de la política económica fue un factor determinante para el desplazamiento de la RSE del enfoque de la investigación Empresa y Sociedad (Business & Society) hacia la Ética de los Negocios (Business Ethics).

La Ética de los Negocios hace propuestas ético empresariales en conformidad con la ortodoxia ultraliberal económica, entre ellas se menciona el respeto a la autonomía de la empresa y el centrarse en la conducta individual de las personas, se enfoca también en la exhortación sobre el cumplimiento de

las leyes y en la condena de los actos ilegales (Perdiguero, 2003), se propone una visión normativa en la que se pretende mejorar la calidad ética de los ejecutivos con el apoyo de códigos de ética y cursos de aprendizaje.

Se ha confirmado con el tiempo que la autorregulación ética de las organizaciones ha tenido resultados decepcionantes, la participación de miembros de grandes corporaciones en los escándalos económicos y financieros, algunas de ellas con declaraciones formales de códigos de ética hace deducir que no hay una asociación directa entre el desarrollo de políticas éticas o la existencia de códigos de conducta con las prácticas honestas (Perdiguero, 2003), lo anterior se confirma con los problemas que se suscitaron en los finales de la década de los noventa con los desastres ecológicos y las protestas contra las violaciones a los derechos humanos por las condiciones de trabajo en compañías del Tercer Mundo de las grandes multinacionales.

De acuerdo a Perdiguero (2003) se produjo un evento que es simbólico y clave para entender la importancia que las ideas de la RSE van a tener en el siglo XX, comenta que:

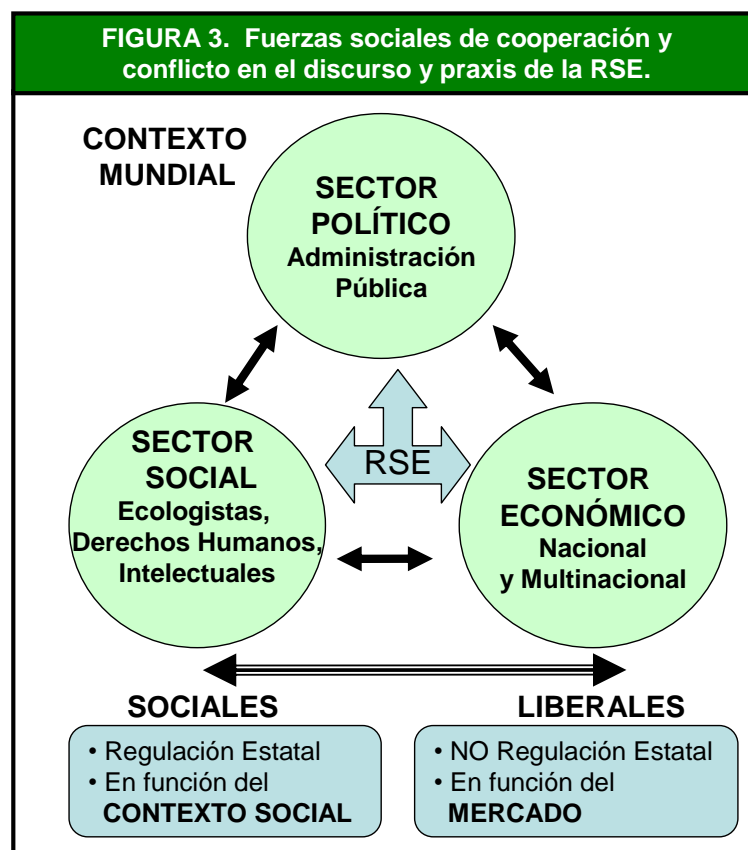
El 26 de junio del 1995, la compañía petrolera anglo-holandesa Shell anunció el abandono de la operación de hundimiento de la plataforma petrolera Brent Spar, en el Mar del Norte. Esta decisión ponía fin al conflicto que había enfrentado a la compañía con la organización ecológica de Greenpeace, con un boicot a las gasolineras de Shell en varios países europeos con cuantiosas pérdidas económicas (Perdiguero, 2003:75).

Este conflicto fue apoyado por varios países europeos como Alemania, Dinamarca y Suecia, que incluso respaldaron el boicot contra las gasolineras de Shell, como resultado de esta confrontación la compañía Shell hizo pública

la aceptación de sus errores en sus relaciones con las organizaciones de derechos humanos y el movimiento ecologista, la compañía presentó un informe donde comunicó su deseo de ser responsable con los interlocutores, los socios del negocio y con la sociedad (Perdiguero, 2003).

El sociólogo Anthony Giddens (1999) en *La tercera vía* ha mencionado que la confrontación de Shell es una consecuencia de los complejos escenarios de cooperación y de conflicto que se han conformado en los últimos años del siglo XX.

Una síntesis del análisis de los sucesos históricos mencionados es la siguiente: el discurso y la praxis de la RSE se ha construido a partir de la confrontación de intereses entre los tres sectores principales de la sociedad, el sector político, el sector económico y la sociedad civil (Perdiguero, 2003):



Fuente: Elaboración propia.

el sector social representado por los grupos ecologistas, las organizaciones de derechos humanos y otros grupos civiles en el que se podemos incluir a los intelectuales, los investigadores académicos y las organizaciones no gubernamentales (ONG); **el sector económico** representado por las empresas nacionales y multinacionales; y **el sector político** integrado por las autoridades que intervienen en la administración pública y los partidos políticos.

En la Figura 3 se esquematizan las relaciones que pueden existir entre estos tres sectores tanto de cooperación como de conflicto, estas fuerzas están representadas por grupos muy diversos y con intereses diferentes, podemos observar que el discurso y la praxis de la RSE ha oscilado desde una posición compatible con la ortodoxia liberal económica en la que se propone la autorregulación de la empresa sin controles estatales y con un proceso dinámico de adaptación al libre mercado hasta una posición radical contraria en la que se propone la regulación de la actividad económica empresarial a través de leyes de políticas públicas, entre estas dos posiciones extremas se pueden dar propuestas intermedias, además hay que mencionar que la incorporación de los intelectuales de la economía o la sociología a esta dinámica ha sido un factor catalizador importante como es el caso de Milton Friedman.

1.2 Antecedentes socio-históricos de la RSE en América Latina.

En el caso de América Latina y por su condición de ser países en vías de desarrollo se encuentran en medio de un conflicto entre la aplicación de la ética y su crecimiento económico. El requerimiento de fuertes inversiones extranjeras por su circunstancia de países en desarrollo económico y con altos índices de pobreza puede traer conflictos éticos, en algunos casos las empresas multinacionales no han respetado las políticas de los derechos humanos (Mullerat, 2007) como el fabricante de tenis Nike y Reebok que subcontrataron a compañías en Asia que utilizaban mano de obra infantil.

Con relación al tema de la pobreza en los países en vías de desarrollo existe un debate en torno a la efectividad de la RSE para la disminución de los índices de la pobreza, para Rhys Jenkins (citado por Mullerat, 2007) la RSE tal como se conceptualiza y se lleva a la práctica hoy en día no incluye como objetivo la disminución de los índices de la pobreza, ya que se concentran en temas medioambientales, laborales y de derechos humanos, sin embargo en países como Brasil ha habido un interés creciente en el problema de la pobreza.

Es muy reducido el número de personas contratadas por las multinacionales que adoptan la RSE y además la mayoría de las empresas no producen bienes para el sector más pobre de la población. Otro importante punto en consideración es que no deben confundirse las acciones filantrópicas con el concepto de la RSE, esta última implica la integración de los temas medioambientales y sociales en sus estrategias centrales de planeación y operación.

El concepto de RSE en América Latina se entreteje con el término de filantropía por razones históricas, culturales y religiosas, en el trabajo de Sanborn y Portocarrero (2003), *La filantropía “realmente existente” en América Latina*, se hace mención de la tradición filantrópica de Latino América desde la época colonial, en donde el fuerte peso del catolicismo y sus instituciones caritativas crearon una cultura filantrópica, en el siglo XIX con la separación de la Iglesia y el Estado éste último tomó las funciones sociales que había dirigido la Iglesia, ya entrado el siglo XX los estados de América Latina se trazaron como objetivos primarios el desarrollo social y económico de sus países.

En este nuevo siglo la aparición del fenómeno de la RSE en América Latina es una continuación de la línea histórica filantrópica con la confluencia de otros factores como la globalización.

Entre los hallazgos de Sanborn y Portocarrero(2003) podemos mencionar los siguientes:

1) Tanto en América Latina como en muchos otros países los conceptos de filantropía y Responsabilidad Social Empresarial (RSE) se entienden como parte del mismo fenómeno social.

2) En su investigación en siete países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, México y Perú, se identificaron 318 fundaciones que son privadas, autónomas y con recursos propios

Con base en el estudio de Alexander Haslam (2004), analista de FOCAL (Fundación Canadiense para América Latina) se presenta un resumen en la

Tabla 3 que muestra el número de asociaciones que promueven la RSE en algunos países de América Latina, los países que tienen más fundaciones privadas son Argentina, Brasil, Chile y México, el resto de los países de Centroamérica y Sudamérica poseen una asociación, esto muestra un notable crecimiento en el desarrollo de la RSE en América Latina en estos últimos años.

Las asociaciones en la Tabla 3 se clasifican en los siguientes categorías: Red de Fundaciones, AIPN (Asociaciones Independientes de Profesionales y Negocios), Multilaterales, Organizaciones No Gubernamentales (ONG), Religiosas y Académicas.

Tabla 9. Fundaciones que promueven RSE en América Latina (Por tipo de Asociación)							
País	Total	Tipo de Asociación					
		Red de Fund.	AIPN	Multilateral	ONG	Religiosa	Académica
Norteamérica							
México	3	1	1		1		
Sudamérica							
Argentina	6	1	2			1	2
Brazil	2		2				
Chile	4		2	1	1		
Colombia	1						1
Ecuador	1	1					
Perú	1		1				
Uruguay	1		1				
Venezuela	1			1			
Centroamérica							
Guatemala	1		1				
Honduras	1		1				
El Salvador	1		1				
Panamá	1		1				
Caribe							
Rep. Dominicana	1				1		
TOTAL	25	3	13	2	3	1	3
Fuente: Elaboración propia con la información del artículo de Alexander Haslam(2004).							

La formación de asociaciones en América Latina son un indicador de la preocupación que está surgiendo en este siglo en América Latina sobre la RSE. En la tabla 9 se presentan 25 asociaciones, de las cuales 7 proceden de la sociedad civil, 3 son académicas, 1 es religiosa y 3 son Organizaciones no Gubernamentales (ONG); 2 del total son multilaterales; 3 están integradas por una red de fundaciones y 13 son asociaciones independientes de profesionales y negocios(AIPN). Aunque el número de asociaciones de la sociedad civil no es tan alto, es posible que en la medida que la RSE se desarrolle más en América Latina la participación de esos grupos vendrá a ser más importante.

La percepción de Marcelo Abrantes Linguitte del Instituto Ethos de Brasil (citado por Mullerat, 2007:256) en su ponencia sobre la Responsabilidad Social en Latinoamérica dice que la RSE en América Latina no es sólo una respuesta a las actividades de las empresas multinacionales a través de la globalización, sino que forma parte de un conjunto más complejo de razones, la primera es la existencia de inmensas brechas sociales en la región, las empresas se dieron cuenta que hay que hacer algo al respecto puesto que de otra manera se pueden poner en riesgo sus propios intereses, en segundo lugar con el fenómeno económico de la mundialización la responsabilidad también fue globalizada especialmente cuando las compañías se dieron cuenta de las ventajas de actuar en forma responsable.

Otra percepción es la de Felipe Agüero de la Universidad de Miami (citado por Mullerat, 2007:257) en la que se afirma que una de las razones que explican el fenómeno en América Latina es la presión desde abajo por parte de

las movilizaciones de los ciudadanos y de las Organizaciones no Gubernamentales (ONG).

Alexander Haslam (2004), en su artículo *El espíritu salvaje del desarrollo. El estado de la responsabilidad social corporativa en América Latina*, hace mención que las empresas de Latinoamérica adoptan códigos de conducta de una manera no tan voluntaria y que las compañías se encuentran en un sistema de presiones por parte de organismos multilaterales como el Banco Mundial y organizaciones como la OEA, el BID y la OCDE, incluyendo también a los gobiernos extranjeros, a las compañías multinacionales, a los organismos extranjeros de financiación, a las instituciones académicas y a los actores de la sociedad social donde se incluyen las organizaciones no gubernamentales (ONG) .

Independientemente de la percepción que se tenga sobre las fuerzas que promueven la RSE en América Latina vale la pena mencionar algunas de las acciones más sobresalientes como es el caso de Brasil que se ha enfocado principalmente a combatir la pobreza y la desigualdad, estas acciones son un producto de varios factores políticos y sociales (Sanborn y Portocarrero, 2003), uno de los más importantes es la transición democrática que permitió el surgimiento de los movimientos sociales con el subsecuente aumento de las demandas y presiones de la sociedad.

Aunque ha habido un incremento en el interés por introducir la RSE en América Latina, en muchos de los países latinoamericanos no ha pasado de los límites de determinados grupos (Mullerat, 2007) como son :

- las organizaciones empresariales ,
- las ONG especializadas y organizaciones de consumidores,
- y ciertos grupos sindicales.

La percepción de la dificultad para la implementación de la RSE en América Latina en la perspectiva del holandés Bart Slob (citado por Mullerat, 2007) del Centro de Investigaciones sobre Multinacionales (SOMO) se debe a algunos problemas en las redes empresariales y de la sociedad civil entre los que se pueden mencionar los siguientes:

- el financiamiento y la formalización de la red, la estructura y su forma de coordinación,
- la libertad de movimiento y la sinergia que puede reducir la diversidad,
- la aspiración de algunos actores sociales a monopolizar el debate de la RSE,
- la percepción del grado de permanencia o transitoriedad de la RSE.

De acuerdo a Haslam (2004) la debilidad de la RSE en América Latina está centrada en la actuación de la sociedad civil por las siguientes razones:

- por la falta de supervisión y de demanda del cumplimiento de la legalidad,
- los actores dominantes de la sociedad civil toleran en la mayoría de los casos que el sector privado evite la regulación del Estado,
- y que ninguna ONG independiente lleve a cabo tareas de supervisión al sector privado sobre el cumplimiento de sus compromisos en sus informes sobre RSE.

A pesar de las dificultades para el desarrollo de la RSE en América Latina algunos países como México, Brasil y Chile hacen esfuerzos por avanzar, en la Tabla 10 obtenida por Haslam (2004), nos presenta un resumen, en el que incluye algunos países seleccionados de América, sobre la participación en la RSE de los tres sectores: el privado, el gubernamental y el civil.

Tabla 10: Ciudadanía Corporativa en América Niveles de Actividad en algunos países seleccionados			
País	Participación del Sector Privado	Defensa y Promoción Gubernamental	Percepción Pública
Norteamérica			
Canada	Medio-Alto*	Alto*	Medio*
México	Medio	Medio	Bajo-Medio
Estados Unidos	Medio*	Bajo-Medio*	Bajo-Medio*
Suramérica			
Argentina	Bajo-Medio	Ninguno-Bajo	Medio
Bolivia	Ninguno-Bajo	Ninguno	Ninguno-Bajo
Chile	Medio	Bajo	Medio
Colombia	Ninguno-Bajo	Ninguno-Bajo	Bajo
Paraguay	Ninguno-Bajo	Ninguno-Bajo	Ninguno-Bajo
Peru	Ninguno	Ninguno	Bajo
Venezuela	Ninguno	Ninguno-Bajo	Ninguno-Bajo
Caribe			
Cuba	Ninguno	Ninguno	Ninguno-Bajo
República Dominicana	Ninguno	Ninguno	Ninguno-Bajo
Jamaica	Ninguno	Ninguno-Bajo	Ninguno
Trinidad & Tobago	Ninguno-Bajo	Ninguno-Bajo	Ninguno
Centroamérica			
Costa Rica	Ninguno-Bajo	Ninguno	Ninguno-Bajo
Nicaragua	Ninguno	Ninguno	Ninguno-Bajo

Fuente: Compilado por el autor como resultado de una investigación realizada en Internet en Octubre del 2003, basada en la metodología usada por Aaronson y Reeves

Nota: * clasificación según Aaronson y Reeves

Para la zona de Norteamérica, que es la más avanzada en la implementación de la RSE en el continente. México ocupa un nivel Medio en la participación del sector privado y el sector gubernamental, la percepción pública es Baja-Media, de los indicadores de la Tabla 10 observamos que solamente México, Chile y Argentina muestran un avance importante en América Latina, el resto de los países de Sudamérica, del Caribe y de Centroamérica tienen todavía un largo camino por recorrer. En algunos de estos últimos países como es el caso de Venezuela, el sector privado está empezando a actuar a través de la creación de asociaciones que promuevan la RSE en sus países como una respuesta al contexto político y social.

1.3 Antecedentes socio-históricos de la RSE en México.

Para algunos investigadores como Ramón Lecuona (2007), de la Universidad de Anahuac, la RSE en México es un producto de la globalización. En su ponencia *La responsabilidad social empresarial y México en la globalización*, Lecuona hace un estudio de la evolución de la RSE en México en varios períodos que tienen como marco de referencia el crecimiento de la inversión extranjera directa (IED) y la presencia de las multinacionales en el país.

La IED fue un fenómeno que inició después de la Segunda Guerra Mundial como respuesta al proceso de reconstrucción económica mundial, este proceso ha continuado hasta el presente y es uno de los ejes de la

globalización, aunque el mayor flujo de IED se concentró en los países ricos fueron los países en vías de desarrollo los que iniciaron las protestas contra la actuación de las multinacionales tanto internamente como el plano internacional.

De acuerdo a Hauffer (citado por Lecuona, 2007:9) el clima político de los años setenta fue un factor importante para que las Naciones Unidas (ONU) y otros organismos internacionales pusieran atención en el tema del comportamiento de las compañías multinacionales (CMNs) por la razón de su creciente influencia en las políticas nacionales de los países receptores de inversión extranjera directa (IED).

Unido al activismo de los países en desarrollo, los países desarrollados utilizaron los foros multilaterales de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico(OCDE) para promulgar la Declaración sobre Inversión Internacional y Empresas Multinacionales en 1976, esta declaración incluía temas sobre empleo, medio ambiente, financiamiento e impuestos y se proponía que fueran aplicables de forma voluntaria, después de esto la Organización Internacional del Trabajo (OIT) presentó la Declaración de Principios sobre Empresas Multinacionales y Política Social también de adopción voluntaria (Lecuona, 2007).

La importancia de estos debates es que se puso en discusión la obligatoriedad o la adopción voluntaria de los códigos de conducta de las CMNs, éste fue un precedente que tendría repercusiones años después. La

crisis de la deuda de los países en desarrollo en los principios de la década de los años ochenta hizo que decreciera el interés por el movimiento a favor de la regulación de las CMNs, la política neoliberal de los Estados Unidos y el Reino Unido frenó el impulso de regulación de las CMNs, bajo esta ola de neoliberalismo la aplicación de los códigos de conducta de las CMNs fue de adopción voluntaria hasta el inicio de los años noventa.

De acuerdo a Lecuona (2007) la actitud crítica de los países en vías de desarrollo hacia las CMNs se ha producido por varios motivos estructurales:

- 1) La debilidad de las estructuras regulatorias de los países pobres para dar vigencia a la ley, que daba lugar a abusos por parte de las CMNs,
- 2) La actitud defensiva de las élites económicas y políticas de los países en desarrollo,
- 3) El poder de las CMNs y la dificultad para controlarlas era una amenaza al orden vigente establecido en los países pobres.

La presión de los activistas sobre los gobiernos y las compañías aumentó gradualmente hasta que en 1992 las Naciones Unidas organizaron la Conferencia de Río en la que la ecología junto al tema laboral llegaron a conformar el núcleo de la RSE como se concibe hoy en día (Lecuona, 2007).

La presión de las diversas fuerzas sociales que representaban diferentes intereses junto con los escándalos financieros, los desastres ecológicos y las protestas por violación a los derechos humanos crearon el contexto para el

surgimiento de la RSE para ordenar y conciliar los diversos intereses en conflicto y llevarlos al terreno de lo sostenible (Lecuona, 2007)

En el caso de México la IED se ha incrementado desde la firma del Tratado del Libre Comercio (TLCAN) en 1994, el IED hasta 1993 era de 40 mil millones de dólares, en el 2006 la cantidad se había aproximado a los 240 mil millones de dólares (Lecuona, 2007), México es país líder de captación de IED en América Latina, este IED estaba representado en su mayoría por inversionistas de los Estados Unidos, casi dos terceras partes son de empresas estadounidenses lo que implica una alta concentración de capital de un solo país.

En la medida que los países en vías de desarrollo desean incrementar su comercio exterior con los países desarrollados en Europa o bien con Japón, es más exigente el cumplimiento de regulaciones o normatividades internacionales como son el SA 8000 que es la norma relativa a las condiciones laborales o el ISO 14000 que está relacionada con la regulación medio ambiental. Las empresas en México se encuentran rezagadas en el cumplimiento de estas normatividades lo que representa una barrera para la diversificación de mercados.

La RSE se percibe como una condición necesaria para la diversificación de mercados y la competitividad global del país, México ha participado en las consultas para la elaboración del ISO 26000 que sería la norma relativa a la

responsabilidad social y su implementación podría representar la oportunidad para ampliar las exportaciones en Europa y el Lejano Oriente.

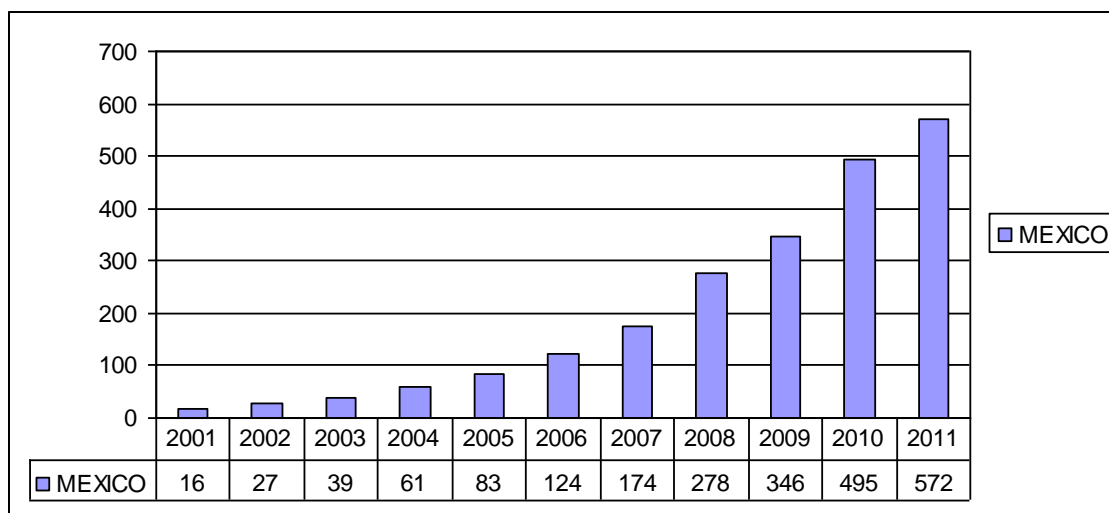
Desde finales de la década de los noventa, en México se han realizado esfuerzos para promover la cultura de la RSE, este movimiento ha surgido con más interés a partir de la irrupción de China en el comercio mundial especialmente después de su ingreso en la Organización Mundial de Comercio en el 2001 y junto con esto a la creciente importancia de los países de Europa en el comercio mundial.

En nuestro país figuran tres organizaciones que promueven la RSE de acuerdo al estudio de Alexander Haslam (2004): el CEMEFI (Centro Mexicano para la Filantropía), la Red Puentes RSE y la Unión Social de Empresarios de México (USEM) , de estos tres destaca el CEMEFI, fundado en 1998 para promover la RSE entre las empresas que operan en el país.

El CEMEFI creó desde el 2001 el distintivo ESR, este reconocimiento se entrega a las empresas que se autoevalúan con relación a más de 20 indicadores de estándares de actuación en cuatro líneas: la ética empresarial, la calidad de vida en la empresa, la vinculación con la comunidad y la preservación del medio ambiente, esta autoevaluación es validada por la Alianza para la Responsabilidad Social Empresarial (AliaRSE) formada por organizaciones nacionales y multinacionales de empresarios.

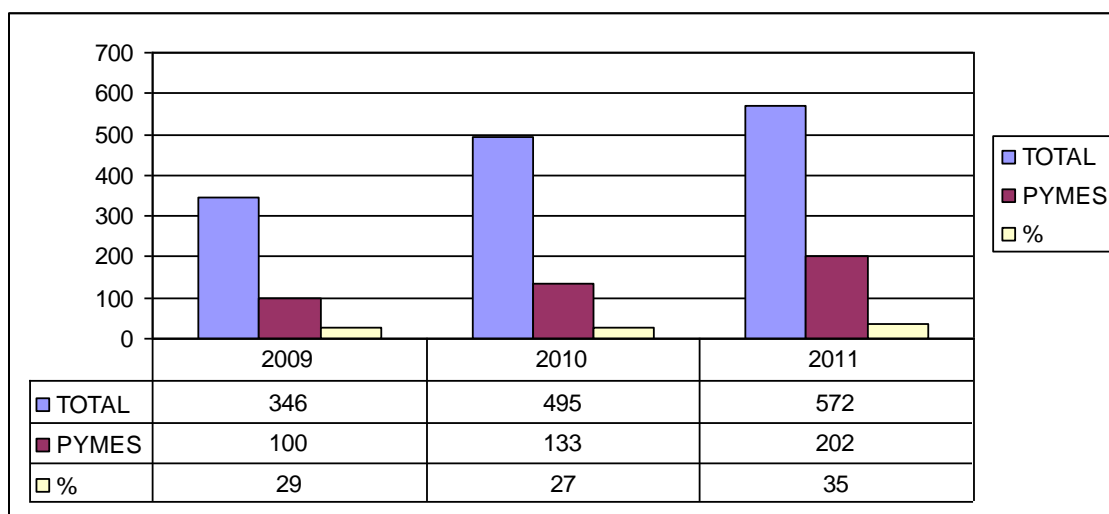
El interés por el distintivo ERS es indicativo del avance de la promoción de la cultura de la responsabilidad social que ha crecido de manera significativa desde su aparición, en la gráfica 1 se puede observar la tendencia creciente desde el 2001 al 2011 y en la gráfica 2 se muestra el número de PYMES (pequeñas y medianas empresas) que obtuvieron el distintivo en los últimos tres años, el porcentaje de PYMES ha ido en ascenso, las grandes empresas han sido un impulsor y difusor de la cultura de RSE.

GRÁFICA 1. Empresas que obtuvieron en México el distintivo ESR del 2001 al 2011.



Fuente: Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI)

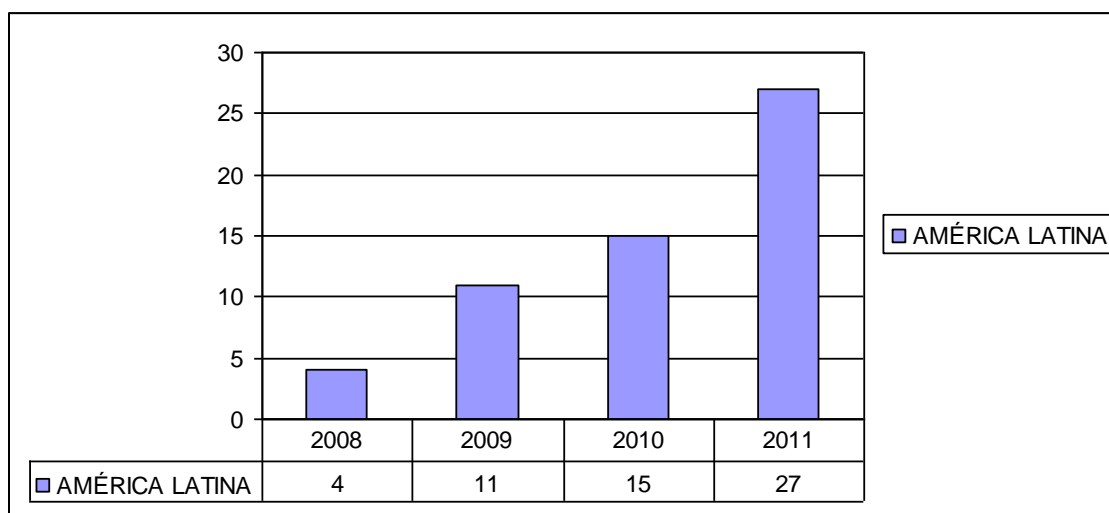
GRÁFICA 2. PYMES que obtuvieron en México el distintivo ESR del 2001 al 2011.



Fuente: Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI)

En la gráfica 3 se muestra la difusión que tenido este reconocimiento en los países de América Latina, en el 2011 el total de empresas con reconocimiento fueron 27, los países que representaron fueron Argentina, Brasil, Costa Rica, Chile, Colombia, Ecuador, Guatemala, Honduras, Perú, Uruguay y Venezuela.

GRÁFICA 3. Empresas en países de América Latina que obtuvieron el distintivo ESR del 2008 al 2011.



Fuente: Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI)

México también ha participado en foros empresariales internacionales como el Consejo mundial de Negocios para el Desarrollo Sustentable y en “Caux Round Table” (Los Caballeros de la Mesa Redonda) lo que ha permitido unir sus esfuerzos a las tendencias globales.

Hay que mencionar que México ha trabajado en la Norma Mexicana de Responsabilidad Social, esto representó un intento de sistematizar la RSE en México, esta norma ha servido de antecedente en la elaboración de la Norma del ISO 26000.

A través de esta exposición de los antecedentes socio históricos de la RSE tanto a nivel mundial como a nivel Latinoamericano y en México se ha tratado de mostrar la complejidad de las fuerzas sociales y la pluralidad de intereses que han intervenido históricamente en su formación a través de varias décadas, este proceso de evolución todavía continúa y en México se ha convertido en una herramienta cada vez más importante para fomentar la competitividad global y la diversificación mundial en los mercados.

CAPITULO 2: MARCO TEÓRICO.

2.1 Ética empresarial.

La introducción al concepto de la ética empresarial requiere como condición necesaria la revisión del concepto de ética que será definido a partir de los manuales de ética de los negocios ya que es en este campo donde recibe una particular definición propia del punto de vista pragmático del área de la ética de la empresa.

Javier Gorosquieta (2001:9) catedrático de la Universidad de Deusto define a la Ética como “la ciencia del deber ser, o el conjunto de principios normativos que fundamentan los deberes y derechos de toda persona humana.”

Para Gorosquieta las ciencias positivas, por ejemplo la Física, estudian la realidad tal como es y las ciencias normativas estudian la realidad tal como debe ser, en este caso la Ética, más adelante en el mismo texto del autor, se proporciona una definición con un énfasis más pragmático, “la Ética es la ciencia que se refiere al estudio filosófico de la acción y conducta humana considerada en su conformidad o disconformidad con la recta razón” (Gorosquieta, 2001:9).

De la definición anterior hay algunos términos que se deben puntualizar, en primer lugar, ¿qué significa el estudio filosófico?, aquí significa el estudio por las últimas causas o bien por los últimos *porqués* (Íbidem); a diferencia de

las ciencias positivas que hacen uso de la evidencia empírica la Ética utiliza la evidencia axiológica que pertenece al mundo de los valores, es una disciplina especulativo-práctica ya que tiene unos principios generales y abstractos, pero también se aplica al comportamiento humano concreto, estudia los actos humanos.

Para Adela Cortina (2003:17) la Ética es un saber práctico, “que pretende orientar la acción humana en un sentido racional, para actuar racionalmente en el conjunto de la vida”, si comparamos esta definición con la definición de Gorosquieta (2001) se observa que contienen básicamente los mismos elementos, el significado de “actuar racionalmente” es para la autora “deliberar bien antes de tomar una decisión con el objeto de realizar la elección más adecuada y actuar según lo que hayamos elegido”, por lo tanto el proceso reflexivo antes de decidir y actuar sería una de las tareas de la Ética.

Los modos de orientar racionalmente la acción o los modos del saber ético serían dos: aprender a tomar decisiones “prudentes” y aprender a tomar decisiones moralmente “justas”, el significado de “prudencia” es saber hacer buenas elecciones y moralmente “justo” se entiende como el respeto a los derechos de la sociedad en la que se actúa y lo que en ella se consideren derechos (Adela Cortina, 2003).

Para Marvin T. Brown(1992) una perspectiva ética se centra en la acción y no en la conducta, busca las razones que justifican los actos en vez de explicar la conducta, reconoce la diferencia entre el “deber ser” y el “es”, el término conducta se refiere más a adecuarse a las reglas que a usar las aptitudes para dar una respuesta adecuada.

Las definiciones que existen sobre la Ética Empresarial son muy diversas, tal como se pueden observar en la tabla 11, se muestran diferentes enfoques de la Ética Empresarial y su esfera de aplicación:

Tabla 11. Definiciones de la Ética Empresarial	
Autor	Definición
Epstein(1987)	"Reflexión sistemática basada en el valor que los directivos realizan sobre el significado moral y personal de las acciones organizativas y sus consecuencias para los grupos de interés".
Robin y Reidenbach(1987)	"La ética empresarial requiere que la organización se comporte de conformidad con las reglas meditadas de la filosofía moral".
Velásquez(1988)	"Aplicación a la comprensión de lo que es bueno y malo a la variedad de instituciones, tecnologías, transacciones, actividades y propósitos que integran el negocio".
Carroll(1991)	"Principios y normas que guían el comportamiento en el mundo empresarial. Estos principios reflejan una preocupación por lo que los clientes, empleados, accionistas y la comunidad consideran como justo".
De George(1999)	"Parte de la Ética que trata específicamente de los dilemas morales que surgen en el contexto del mundo empresarial".
Joseph(2003)	"Conjunto de normas y estándares que ayuda a los empleados a distinguir el comportamiento malo y bueno en el entorno laboral".
Hurst(2004)	"Forma de Ética aplicada que trata de determinar el sentido en el que la empresa debe ser gestionada dentro de una determinada población de empleados".
Windsor(2006)	"La responsabilidad ética implica una reflexión moral imparcial que contempla la autolimitación de la empresa y los deberes de altruismo que fortalecen los derechos de los grupos de interés".
Crane y Matten(2007)	"Es el estudio de las situaciones de negocio, actividades y decisiones en las cuales se afrontan las cuestiones relacionadas con lo bueno y lo malo".
Fuente: (Rodríguez, Fernández y Martín-Castilla, 2007)	

Un análisis en las definiciones del cuadro anterior nos muestra las dos direcciones de la reflexión ética que menciona Brown(1992): la ética centrada en la conducta y la perspectiva ética como un proceso reflexivo, en las definiciones de Robin, Carroll y Joseph hacen mención de la normatividad para dirigir el comportamiento, en las otras definiciones como las de Epstein, Windsor y Hurst hacen referencia al carácter reflexivo de la ética empresarial. La selección de una u otra perspectiva tiene importantes consecuencias, en la ética centrada en la conducta, se toma como base el sistema de valores

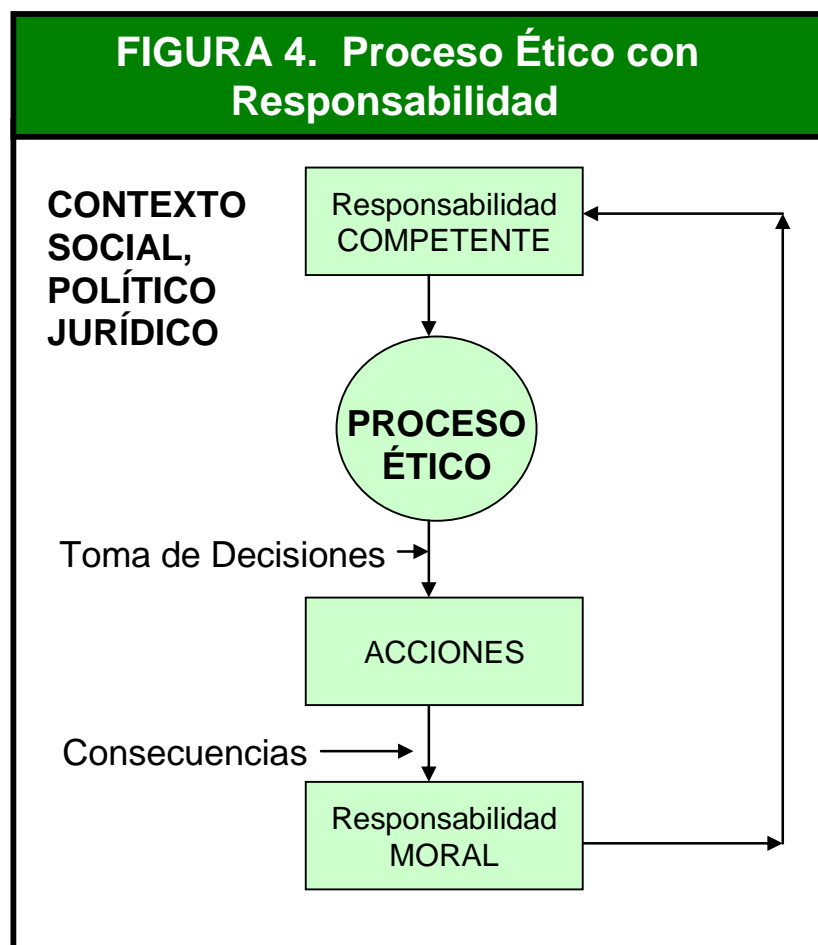
establecido y se aplica para normar el comportamiento, en la ética como proceso reflexivo, se cuestiona el sistema de valores establecido para obtener una justificación que dirija la acción. De hecho, ambas perspectivas no son mutuamente excluyentes, incluso se complementan, la diferencia sería en todo caso decidir cuál aplicar en cada situación.

2. 2 Responsabilidad Social Empresarial.

El concepto de responsabilidad está íntimamente ligado al de Ética ya que puede considerarse que es un supuesto necesario para llevar a cabo una toma de decisiones, la Ética supone que las personas tienen libertad y capacidad para responder, para Brown(1992) la responsabilidad es una capacidad de respuesta para analizar diferentes alternativas y realizar una selección, para Cortina(2003) la responsabilidad y la libertad son indispensables en el mundo ético, por razón de la capacidad de elección se da en consecuencia el compromiso de responder por la decisión que se tomó porque también pudo haberse evitado, en otras palabras, el derecho de elección tiene por contraparte la obligación de la responsabilidad por la decisión.

La responsabilidad para Brown(2003) está enfocada en la competencia o en la capacidad de llevar a cabo un proceso de toma de decisiones; para Cortina(2003) la responsabilidad es una obligación moral de enfrentar las consecuencias de una toma de decisiones por haber realizado dicho proceso.

En la figura 4 se resume el proceso cíclico ético en el que se incluye las dos acepciones anteriores, al principio y al final del proceso, independientemente de la significación en que se tome, la responsabilidad es inherente en todo el proceso, gran parte del debate en torno a la RSE se realizará para definir cuál es el grado de obligatoriedad y a quiénes se debe responder.



Fuente: Elaboración propia.

En la figura 4 partimos del supuesto de un contexto social, político y jurídico en el que los actores sociales participantes en el proceso ético tienen la libertad para realizarlo, el resultado final del proceso conduce a una responsabilidad moral por las consecuencias de las acciones tomadas, el

proceso se repite en forma cíclica e indefinidamente. Este proceso reflexivo tiene distintos grados de complejidad en función de los sujetos o actores participantes en el proceso de toma de decisiones, es decir, en el grado de involucramiento social, y también por el tipo de problemas o situaciones sometidas a debate.

El debate en torno a la responsabilidad social empresarial tiene varios puntos preliminares de discusión:

1. ¿Se puede considerar a las organizaciones y especialmente a las corporaciones empresariales como agentes morales?
2. ¿Ante quiénes son responsables las corporaciones empresariales?

Para Brown(1992) las corporaciones son agentes morales porque eligen ciertas metas en lugar de otras, así como los medios para alcanzarlas, se establecen normas para la ejecución, se orienta la instrumentación y se evalúan los resultados, de esta forma se tiene poder de elección de alternativas y responsabilidad de las decisiones tomadas. Como ejemplo, en el problema del derramamiento de petróleo por el buque "Valdez", las políticas de la empresa petrolera Exxon en torno a la responsabilidad de los empleados del barco, el tipo de barco que se usó, las medidas de seguridad que se instrumentaron fueron desarrolladas por medio de las estructuras de la corporación, en este sentido sí se puede hablar de una empresa como agente moral por su poder de toma de decisiones y como consecuencia de esto de la responsabilidad a las consecuencias.

Con respecto a la segunda cuestión, es todavía un debate abierto la delimitación de las responsabilidades de la empresa, de acuerdo a Ramón Mullerat(2007) al hablar de responsabilidad se tiene que considerar en varios sentidos:

1. Responsabilidad moral, que se basa en un sistema de valores y la conciencia moral.
2. Responsabilidad jurídica o legal, que equivale a tener una obligación de dar, hacer o no hacer alguna cosa, con su correspondiente sanción en caso de causar algún daño o el incumplimiento de estas obligaciones.
3. Responsabilidad penal, en la que se incurre cuando se comete un delito tipificado por el Código Penal de un país.
4. Responsabilidad social, es la que tiene una persona o empresa ante ciertas personas, la sociedad o la comunidad.

De acuerdo a lo anterior la responsabilidad de una persona o de una organización tiene varias dimensiones, sobre la última es a la que nos referimos en este apartado, durante la segunda mitad del siglo XX surgieron dos posiciones contrapuestas acerca de ante quién es responsable la empresa. Para Milton Friedman y sus seguidores la responsabilidad de la empresa consiste exclusivamente en incrementar los beneficios para sus accionistas, la posición contrapuesta es la doctrina de la responsabilidad social de la empresa (RSE) que algunos también llaman responsabilidad social corporativa , que postula que la empresa tiene obligaciones con los derechos humanos, con el medio ambiente y con las personas que participan y colaboran en la

organización, es decir, a los accionistas, empleados, proveedores, clientes, entre otros.

En el modelo llamado pluralista o “stakeholder” la administración de la empresa toma en cuenta a todos los grupos de interés relacionados con la empresa, esto es, los accionistas, los miembros de la organización y la sociedad en general, en contraposición el modelo financiero o “shareholder” está enfocado principalmente a los beneficios del accionista, las características de ambos enfoques se observan en la siguiente tabla del texto de Rodríguez Fernández, “*El gobierno de la empresa: un enfoque alternativo*” :

Tabla 12. MODELO SHAREHOLDER / MODELO STAKEHOLDER		
	Modelo Shareholder(Accionista)	Modelo Stakeholder (RSE)
ENFOQUE	FINANCIERO	PLURALISTA
OBJETIVOS	Maximización del valor de los accionistas	Creación de riqueza neta
ENFOQUE	Eficiencia del mercado de capitales	La empresa como nexo de contratos implícitos o relacionales. Capital reputacional simbólico o capital social.
BENEFICIOS	Beneficios extraordinarios (valor mercado añadido, valor monetario...)	Creación de valor financiero y no financiero: resultados sociales, económicos y medio ambientales.
EFFECTOS	Indeseables en derechos humanos, laboral y medio ambiental.	Balance social, económico y medio ambiental.
Fuente:Rodríguez Fernández (adaptado por Rodríguez Ruiz Oscar, Investigador IADE, Universidad Autónoma de Madrid)		

Para Rodríguez Ruiz, Fernández Menéndez y Martín-Castilla (2007), la idea de responsabilidad en el modelo de “shareholder”, orientado al accionista, parece ya superada, muchos grupos de interés demandan una responsabilidad social más amplia, sin embargo, hoy en día no hay un consenso acerca de lo que significa este concepto, por esta razón se encuentra en estado embrionario y en proceso de gestación.

En la tabla 12 se contrasta el punto de vista tradicional con el modelo pluralista en el que se basa la RSE, en el renglón del enfoque se menciona una relación conceptual que actualmente se está explorando en las investigaciones académicas: la RSE como una forma de crear capital social, en otras palabras, los beneficios en el enfoque de la RSE no son solamente financieros, sino también sociales y medio ambientales.

En la lista de definiciones que aparece en la tabla 13 se observa el énfasis sobre la responsabilidad que deben tener las organizaciones empresariales por cualquier acción que afecte a las personas, a las comunidades o a su entorno, por lo anterior las expectativas de los grupos de interés, los criterios de sostenibilidad y la transparencia deben ser incorporados a la gestión empresarial y por lo tanto el diálogo con estos grupos es necesario.

Un análisis de las definiciones nos muestra que algunas de ellas definen a la RSE en términos de la idea de “obligación” hacia la sociedad y en otras aparece como “una preocupación”, lo importante de todas ellas es que hay una nueva concepción de la función empresarial, en la definición de Hurst, se habla de un contrato tácito entre la empresa y la comunidad.

En este siglo se están redefiniendo las dimensiones de la empresa, el financiero Peter Drucker afirmaba que uno de los deberes de los directivos de la nueva sociedad era equilibrar las tres dimensiones de la empresa: como

organización económica, como una organización humana y como organización social.

En la definición de Carrol y Buchholtz se mencionan las expectativas legales, económicas, éticas y filantrópicas que la sociedad tiene en un momento determinado y que las deposita en la empresa, estas preocupaciones de los ciudadanos, consumidores, autoridades y otros grupos son actores sociales que promueven la responsabilidad social de las empresas.

Tabla 13. Definiciones de Responsabilidad Social Empresarial	
Autor	Definición
Davis	"Decisiones y acciones de los directivos que han sido tomadas por razones que van más allá del interés económico directo o técnico de la empresa. El término se refiere a las obligaciones socio-económicas y humanitarias respecto a los otros".
Sethi	"Llevar el comportamiento corporativo a un nivel que sea congruente con las normas sociales, valores y expectativas de rendimiento preponderantes".
Mears y Smith	"Obligación de los directivos de desarrollar acciones que protegen y mejoran a la sociedad en su conjunto en lugar de sus propios intereses de forma exclusiva".
Epstein	"La responsabilidad social se refiere principalmente a lograr que las decisiones organizativas den lugar a resultados referidos a aspectos beneficiosos para los grupos de interés".
Robin and Reidenbach	"Conjunto de relaciones, obligaciones y deberes generalmente aceptados que se refieren al impacto de la empresa en el bienestar de la sociedad. La responsabilidad social es una parte sustancial del contrato social".
Carrol y Buchholtz	"La responsabilidad social corporativa comprende expectativas legales, económicas, éticas y filantrópicas que la sociedad deposita en la empresa en un momento determinado del tiempo".
Hurst	"Obligaciones que la empresa tiene con la sociedad. A veces se describe como un contrato tácito entre la empresa y la comunidad".
De George	"La responsabilidad social de la empresa se refiere a la preocupación que la empresa manifiesta hacia la sociedad o hacia el impacto que sus acciones tienen hacia la sociedad".
Boatright	"La responsabilidad social implica la selección de los objetivos corporativos y la evaluación de los resultados no sólo por el criterio de la rentabilidad y bienestar organizado, sino también estándares éticos y juicios de conveniencia social".
Fuente: (Rodríguez, Fernández y Martín-Castilla, 2007)	

Ramón Mullerat (2007) nos dice que como todo concepto nuevo que está en proceso de definición, la responsabilidad social requiere ser diferenciada de otros conceptos con la que podría confundirse:

1. No debe confundirse con el simple cumplimiento de las normas legales y reglamentarias que impone el Estado u otros organismos que exigen un mínimo nivel de conducta.
2. Tampoco debe confundirse con los esfuerzos para restaurar el gobierno empresarial después de los acontecimientos escandalosos de las grandes corporaciones estadounidenses y que pusieron en duda la confianza en la transparencia de las empresas y los principios éticos de los directivos.
3. Tampoco puede equipararse a la filantropía, algunos podrían pensar que es lo mismo, pero con otro nombre, lo cual no es cierto. La filantropía tradicional equivale a la mera entrega de un cheque, mientras que la responsabilidad social es un compromiso más amplio que puede incluir la donación de tiempo o la adhesión a ciertos principios morales.
4. Por último, no debe confundirse con la “autorregulación” impuesta por organismos nacionales e internacionales que tienen competencia para ello, como pueden ser las relativas a ecología o derechos humanos.

Como una conclusión de este apartado, Marlene Peters (2007) en su estudio *Responsabilidad Social Empresarial y la Empresa: un análisis de*

economía política nos dice que el concepto de RSE no se ha logrado definir todavía por parte de los estudiosos, a pesar de que parte de la idea de que las corporaciones tienen obligaciones con la sociedad, las cuáles van más allá de generar utilidades, hay cada vez un mayor número de empresas que se comprometen con la RSE aún cuando esta idea ha causado gran controversia.

Tomando en cuenta que los objetivos de este proyecto son exploratorios y están dirigidos a conocer la percepción de los ejecutivos sobre la RSE no se considera necesario tomar una posición específica o elaborar una definición de RSE en este trabajo.

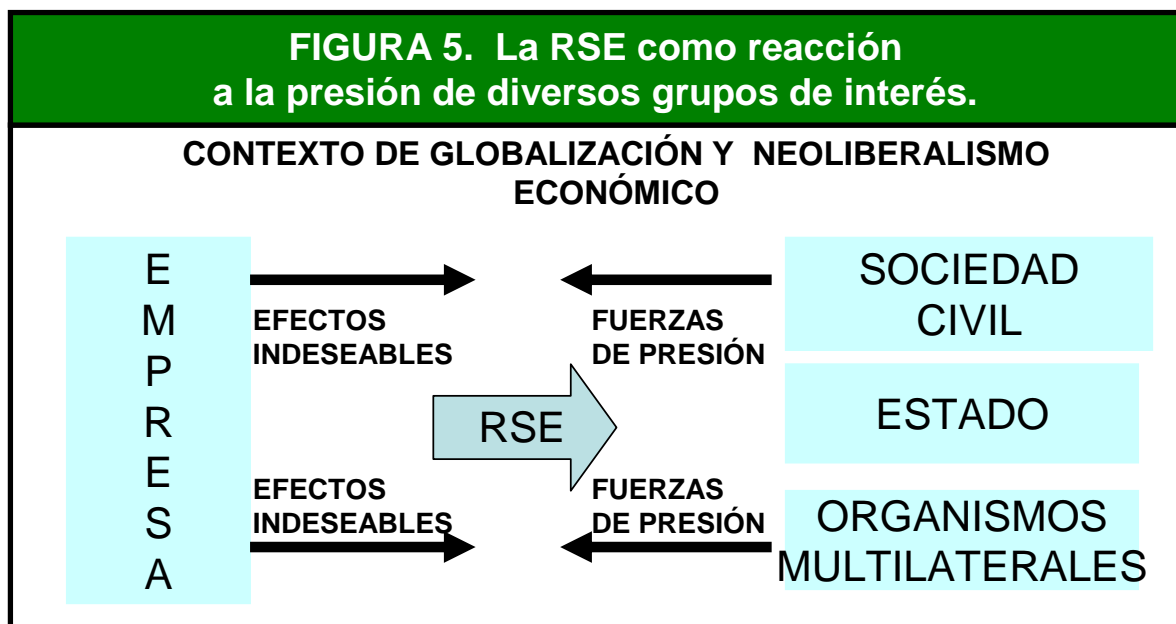
2.3 La RSE en el contexto de Europa y los Estados Unidos.

El objetivo en este apartado del marco teórico es mostrar las principales iniciativas mundiales que se han desarrollado sobre la RSE y principalmente mencionar las diferencias conceptuales de la RSE que existen en el continente Europeo y los Estados Unidos.

En el proyecto de investigación de Martínez Garcés (2007) *La Responsabilidad Social Empresarial, el Papel de los Gobiernos, los Organismos Multilaterales y las ONG's* nos dice que la apertura económica y comercial de los mercados ha representado nuevos retos para la empresa, principalmente su permanencia en la competitividad, esto ha implicado reorientar sus roles más allá de la generación de riqueza y empleo y

redireccionar sus funciones como agente de cambio en las comunidades en las que opera.

Esta nueva reorientación de las empresas es resultado de una serie de fuerzas de presión de diversos actores sociales, en la figura 5 se muestra gráficamente la RSE como respuesta de la empresa a la presión de los grupos de interés de la sociedad civil:



Fuente: Elaboración propia.

Desde el punto de vista de la dinámica social la RSE puede ser interpretada como una respuesta del mundo corporativo a las reclamaciones de la sociedad civil y de otros grupos a los efectos del modelo neoliberal, la RSE se utiliza para hacer frente a cuestiones sobre el desarrollo de la sociedad, el cuidado del medio ambiente, la economía y los derechos humanos (Martínez Garcés, 2007).

Como producto de esta dinámica social de presión las iniciativas sobre la RSE se han venido multiplicando a lo largo de los años en Europa y en los Estados Unidos, la materialización de las prácticas de la RSE ha dado lugar a principios, estándares e instrumentos que se muestran en la tabla 14:

Tabla 14. PRINCIPIOS Y NORMAS DE LA RSC	
PRINCIPIOS GENERALES	
Pacto Mundial de Naciones Unidas Directrices de la OCDE para empresas multinacionales Libro Verde de la Comisión Europea Global Sullivan Principles of Corporate Social Responsibility	
PRINCIPIOS ESPECÍFICOS	
<i>DERECHOS HUMANOS</i>	<i>MEDIO AMBIENTE</i>
Declaración Universal de derechos humanos Voluntary principles on security and human rights Norms on the responsibilities of Transactional Corporations and other business Enterprises with Regards of Human Rights	ICC Business Charter for Sustainable Development Río Declaration on Environment and Development CERES Principle The natural step Principles
<i>DERECHOS LABORALES</i>	<i>CORRUPCIÓN</i>
International Labour Organisation: Tripartite Declaration of Principles Concerning Multinational Enterprises and Social Policy Fair Labor Association: Workplace Code of Conduct Ethical Trading Initiative Base Code Clean Clothes Campaign Model Code	OECD Convention for Combating Bribery of Foreign Officials in International Business Transactions Business Principles for Countering Bribery
<i>CÓDIGOS SECTORIALES</i>	
Químico - Responsible Care Pesquero: Marine Stewardship Council's Principles and Criteria for Sustainable Fishing Financiero: Los "Principios del Ecuador" del Banco Mundial	
NORMAS DE APLICACIÓN	
Global Compact Initiative AA 100 Assurance Standard ISO 14001 Environmental Management System Eco-Management and Audit Scheme SA 8000 Social Accountability SIGMA Project Sustainability Integrated Guidelines for Management	
Fuente: Nieto M. y Fernández.R.(2004): "Responsabilidad Social Corporativa.: la última innovación en Management": Universia Business Review: Actualidad Económica.	

En la tabla 14 la descripción detallada de cada uno de los principios anteriores va más allá de los objetivos de esta tesis, cada uno de ellos es un universo de conceptos, objetivos y propuestas, sin embargo, sí es importante resaltar la última parte que corresponde a las normas de aplicación ya que constituyen reglamentaciones y normatividades que las empresas adoptan con

carácter voluntario y que son certificables por ciertas agencias u organismos autorizados para ello, tienen actualmente una amplia aceptación en muchos países del mundo principalmente desarrollados.

La certificación en ciertas normas como las señaladas anteriormente es un tema de primera importancia para muchas empresas de los países en vías de desarrollo que desean entablar relaciones comerciales con empresas del primer mundo ya que algunas de estas normatividades son un requisito para mantener relaciones comerciales, la esfera de aplicación de estas normas puede ser específica ², la creciente importancia de estas certificaciones se encuentra ligada a la globalización por razón de la exigencia de los países del primer mundo en la aplicación de estas normas para participar en el mercado global.

Como ya se ha mencionado, la mayor parte de las iniciativas en torno a la RSE han surgido principalmente en el contexto de los países de Europa y los Estados Unidos; sin embargo, el concepto de RSE en cada uno de estos continentes tiene diferentes características como resultado de una serie de factores, principalmente de naturaleza histórica social.

En un trabajo de investigación realizado por Matten y Moon (citado por Marlene Peters(2007)), se menciona que el concepto de RSE en Europa y los Estados Unidos se diferencia en la responsabilidad social que tienen

² *La SA 8000 Social Accountability está enfocada al ámbito laboral, el ISO 14001 Environment Management System es una herramienta dirigida a lo medioambiental, el Global Compact Initiative que ha sido adoptado por varias compañías en México. incluye indicadores del ámbito económico, social y medioambiental*

los gobiernos y en las actividades de las empresas cuyos objetivos son maximizar las ganancias, las diferencias entre las dos regiones se define de acuerdo al concepto que se tiene de empresa, sociedad y gobierno en cada continente.

El concepto de RSE en los Estados Unidos parte de tres supuestos ideológicos:

1. La capacidad de los estadounidenses para la participación y el apoyo que le dan a la filantropía.
2. La confianza en el sistema capitalista.
3. El escepticismo en un gobierno grande.

De acuerdo a Matten y Moon hay dos diferencias fundamentales entre el concepto de RSE en los Estados Unidos y el de Europa:

I. **El marco institucional** : en cada región se asigna la responsabilidad de los temas sociales a diferentes agentes:

1. **Estados Unidos** : se asigna a las políticas corporativas de las empresas, lo cual implica una acción voluntaria por parte de las organizaciones empresariales.
2. **Europa**: en Europa la política corporativa voluntaria no existe, no se deja a discreción de las empresas, forma parte del marco legal.

II. **La importancia a los temas sociales:** en cada uno de los continentes es distinta:

1. **Estados Unidos:** el deterioro ambiental, los servicios médicos, las condiciones laborales y la educación son temas sociales, en los que las empresas intervienen discrecionalmente y en forma voluntaria.
2. **Europa:** el tema ambiental, de salud, laboral y de educación se resuelven con mayor regulación y participación del Estado.

En síntesis, la relevancia que tiene la RSE en un país depende del marco institucional y legal que está definido por el gobierno de ese país, el cual a su vez determina la naturaleza de las relaciones y el concepto que se tiene de sociedad, empresa y gobierno.

2.4 La RSE en México

El objetivo en este apartado es revisar el concepto de la RSE en México a partir de los trabajos de investigación sobre este tema en nuestro país. Las investigaciones que se han llevado a cabo en la Universidad de Anáhuac forman el marco teórico conceptual sobre este punto, las conclusiones de estos proyectos de investigación son las siguientes:

Para Javier Lecuona(2007) en su estudio *La responsabilidad social empresarial y México en la globalización* la RSE en México se encuentra en una etapa embrionaria y que esta herramienta podría ser de gran utilidad para

fomentar la competitividad y el nivel de globalización del país, esta afirmación parte del hecho de la creciente importancia de las certificaciones o regulaciones internacionales de RSE como es el ISO 14000 que es una norma relativa al medio ambiente, o la norma SA 8000 que se refiere a las condiciones laborales. La exigencia de la certificación de estas regulaciones es requisito para tener relaciones comerciales con países del primer mundo como es el caso de Japón que las han hecho obligatorias, de acuerdo a Lecuona(2007) México se encuentra rezagado en el cumplimiento de estas regulaciones, así que la promoción de la RSE en México nos conduciría a una mayor proyección global.

Para Marlene Peters(2007) en su trabajo sobre *Responsabilidad Social Empresarial y la Empresa: un análisis de economía política* concluye que en México no existe la cultura de la RSE, en primer lugar por el hecho de que el sector empresarial no ha tenido necesidad de implementarla ya sea como una estrategia para legitimarse o bien como medio para adaptarse a las necesidades del consumidor; añade que el sector empresarial debe darse cuenta que la RSE es ya un requisito indispensable en el contexto actual para competir en el mercado global. Este trabajo, al igual que el de Lecuona(2007) tienen un enfoque histórico social para explicar el desarrollo de la RSE en México, sin embargo, el de Marlene Peters(2007) ofrece una explicación histórica del estatus actual de la RSE en México, las dos razones históricas que menciona son: en primer lugar México tiene una sociedad civil dependiente y poco participativa, producto de un gobierno paternalista y por otro lado la existencia de un Estado con un marco institucional débil que favorece la corrupción, ambas causas han provocado que el sector empresarial no haya

tenido la presión de las fuerzas sociales o gubernamentales para legitimarse ante la sociedad.

Para Dora Cecilia Martínez Garcés (2007) en su proyecto de investigación, *La responsabilidad social empresarial, el papel de los gobiernos, los organismos multilaterales y las ONG's* concluye que México aparece en el contexto latinoamericano con avances limitados, la RSE ha sido promovida principalmente por las empresas multinacionales y su difusión al resto de las empresas todavía es parcial, adicionalmente dice que hasta hace poco tiempo el tema de la RSE aparecía dentro del ámbito de la filantropía. En este trabajo se hace el siguiente cuestionamiento: si la RSE implica mejores prácticas empresariales, ¿para qué o para quién son mejores?, la voluntariedad en la adopción de la RSE exime a las empresas del cumplimiento de reglamentaciones locales, por lo que es necesario que se implementen sistemas de supervisión que impidan que los derechos de los trabajadores sean vulnerados, la debilidad del movimiento sindical es un efecto importante al abordar el análisis de la RSE.

Como complemento a la investigación anterior relacionado al ámbito laboral, el trabajo de investigación de Ma. Elena Serna de la Garza (2007), *Mercado laboral y Responsabilidad Social Empresarial: el caso de México*, anota en sus conclusiones que las prácticas de la RSE fueron adoptadas a nivel internacional por las empresas para adquirir legitimidad frente a la sociedad, evitar la regulación del Estado y también como estrategia para reducir el poder de los sindicatos, por su parte los sindicatos en los países

desarrollados han utilizado la RSE para promover cambios en la legislación laboral en sus países que favorezca la negociación colectiva. En nuestro país hay un rezago en materia de legislación laboral, que por una parte permite rigideces que afectan la eficiencia en las empresas y por otro lado permite relaciones industriales en detrimento de las condiciones laborales que a su vez benefician a las empresas. Hay empresas multinacionales que no cumplen los elementos esenciales de la RSE en México, pero en cambio en sus países de origen sí las aplican, esto se debe a la permisividad de la legislación local, las características de la organización laboral y la aplicación unilateral de la RSE en cada país.

Adicionalmente a los anteriores trabajos, en la ciudad de Monterrey se han realizado algunas investigaciones sobre el tema el tema de la RSE, enfocados desde la perspectiva de la comunicación, se mencionarán sus principales conclusiones:

En la tesis doctoral de Mariela Pérez Chavarría (2007) del Instituto Tecnológico de Monterrey (ITESM), del campus Monterrey titulada *La Responsabilidad Social Corporativa en México: Un acercamiento desde la Comunicación en las 25 empresas más importantes del país* es un antecedente de investigación sobre el tema de la RSE en las grandes empresas a nivel nacional, en el que se incluyen importantes corporaciones de Monterrey, algunas de sus conclusiones se resumen a continuación:

La RSE es un tema emergente en México y aún más la comunicación de este tema por Internet no ha cobrado la importancia que tiene en otras partes del mundo, al menos de lo que se infiere del análisis de lo que comunican sobre este tema, en México existe una confusión conceptual y práctica entre el concepto de filantropía y responsabilidad social, muchas acciones que engloban las empresas en la RSE en realidad no lo son (Pérez, 2007).

De las cuatro dimensiones de RSE que señala el modelo del Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI), ética, calidad de vida en la empresa, vinculación entre empresa y sociedad, cuidado y protección al medio ambiente, hay un desequilibrio en las declaraciones de las empresas, no todas tenían la información disponible y las que la tenían en algunos casos era limitada (Pérez, 2007).

Algunas acciones mencionadas por un porcentaje de las empresas estudiadas, en la dimensión de calidad de vida en la empresa o en el cuidado o protección al medio ambiente, son acciones que provienen de una regulación legal obligatoria, así que no pueden considerarse como RSE (Pérez, 2007).

El 72% de las empresas estudiadas no contaban con un código de ética para regular sus actividades, sólo tres hacían público su código, cinco de ellas mencionaban su existencia nada más, excepto en tres grandes corporaciones regiomontanas, en la mayor parte de las empresas estudiadas las acciones sociales lucen desarticuladas no parecen estar integradas en una estrategia formal a largo plazo (Pérez, 2007).

El concepto de RSE sí está incorporado en las empresas mexicanas y si hay involucramiento en la mayoría, pero no todas las organizaciones muestran el mismo nivel de compromiso, con la excepción de dos empresas, en la mayoría no se encontró un “responsable” de la RSE en la empresa y esta labor sigue dependiendo de relaciones públicas y mercadotecnia (Pérez, 2007).

Desde el punto de vista de la comunicación las empresas están de acuerdo en la importancia de la RSC como instrumento para rendir cuentas y para establecer vínculos con los grupos de interés (“stakeholders”) además de su importancia para generar confianza, sin embargo, se evidenció una muy pobre gestión de la comunicación por Internet, en el uso del Internet se evidenció que las empresas usan el medio para ser la única emisora, las empresas mexicanas no buscan una relación comunicativa en las páginas de las empresas analizadas (Pérez, 2007).

La relación de diálogo de las empresas vía Internet con los grupos de interés se reflejó parcialmente en las páginas que se analizaron, las motivaciones de la RSE en la mayoría de las empresas estudiadas es por razones estratégicas, se planean para obtener beneficios en imagen o en la prevención de riesgos, otra fuerte motivación es la coacción social y de mercado (el subrayado es mío) (Pérez, 2007).

Salvo algunas excepciones, para la gran mayoría de las empresas no hay correlación positiva entre el tamaño de la empresa y el grado en el que

promueve la RSC, en México no hay todavía una cultura generalizada para producir reportes de RSE, y en los pocos informes encontrados no se encontró una garantía de verificación de acciones hecha por un auditor externo, los reportes no parecen ser insumos para la reflexión y el aprendizaje de la organización, los reportes sociales están enfocados al logro de la imagen, para lograr aceptación y reputación, pero no un recurso para el diálogo (el subrayado es mío) (Pérez, 2007).

Con respecto a la influencia de la cultura nacional, tanto en la comunicación como en las acciones de RSE en las empresas estudiadas sí es un factor de impacto en la RSE, existe un mayor compromiso por parte de las grandes empresas mexicanas que por las multinacionales extranjeras en México, lo anterior por razones culturales e históricas (Pérez, 2007).

Entre los temas más importantes dentro de la agenda de la RSE en el país para los expertos entrevistados se encuentran la ética, los valores y la transparencia, el tema de RSE irá en incremento, aunque será a paso lento y prevalecerá la confusión conceptual (el subrayado es mío) (Pérez, 2007).

Los dos indicadores del crecimiento de la RSE en el país son: 1) la iniciativa de la Norma Mexicana de Responsabilidad Social que es una especie de ISO ,y 2), el incremento de las empresas que año tras año desean obtener el distintivo ESR (Empresa Socialmente Responsable) que otorga el CEMEFI (Pérez, 2007).

Las conclusiones del trabajo de Pérez Chavarría(2007) son un marco de referencia comparativo con los resultados obtenidos en esta investigación. Otro antecedente empírico sobre el tema de la RSE en Monterrey es la tesis de maestría de Laura Elena Reséndez Malo(2008) titulada *Responsabilidad Social en la cultura empresarial regiomontana: un análisis del discurso público de CEMEX*, del Instituto Tecnológico de Monterrey, la importancia de este trabajo para este proyecto de investigación fueron las referencias bibliográficas, que sirvieron de enlace para encontrar otros trabajos como el de Pérez Chavarría(2007), cuyas conclusiones se resumieron más arriba.

Los objetivos del proyecto y el enfoque de la tesis de Reséndez Malo(2008) son diferentes de los que se pretenden en este trabajo, en primer lugar, Reséndez Malo(2008) se centra en el análisis de una sola empresa y además tiene un enfoque lingüístico, sin embargo, el corpus bibliográfico en el que se apoya fue un punto de arranque para la búsqueda de referencias bibliográficas más específicas y relacionadas con los objetivos de esta investigación. Como un comentario adicional, es importante observar que el tema de RSE es estudiado actualmente desde muy diferentes perspectivas tal como lo hemos visto en todos los trabajos revisados de la Universidad de Anáhuac y del Instituto Tecnológico de Monterrey, esto indica el creciente interés que ha surgido en la ciudad de Monterrey y en el país por la investigación de este tema.

Para terminar con este apartado del marco teórico referente al concepto de la RSE en México se describirá el modelo conceptual más difundido y

adoptado por las empresas en México, Marlene Peters(2007) menciona los siguientes organismos que promueven la RSE en nuestro país:

1. Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI)
2. Comité Nacional de Productividad e Innovación Tecnológica (COMPITE)
3. Unidad de Responsabilidad Social Empresarial de la Universidad de Anáhuac (IDEARSE)
4. Alianza por la Responsabilidad Social en México (ALIARSE)
5. Consejo Nacional de Negocios para el Desarrollo Sustentable (CESPEDES).

Tanto el CEMEFI como ALIARSE otorgan un reconocimiento de Empresa Socialmente Responsable (ESR) a aquellas empresas que demuestran a través de una serie de informes sociales que han sido excepcionales en la aplicación del concepto de RSE. Este organismo ha sido uno de los que más han difundido la cultura de la RSE en México en los últimos años, la búsqueda de este reconocimiento por razones principalmente estratégicas de competitividad en el mercado global ha hecho que las empresas adopten el modelo de RSE promocionado por ALIARSE y el CEMEFI (Peters , 2007).

Mauricio González Lara (2008) en su trabajo de investigación periodística titulado *Responsabilidad Social Empresarial*, cita la siguiente definición de RSE de ALIARSE que es un proyecto coordinado por el CEMEFI:

...el compromiso consciente y congruente de cumplir integralmente con la finalidad de la empresa, tanto en lo interno como en lo externo, considerando las expectativas de todos sus participantes en los terrenos social, humano y ambiental, demostrando el respeto por los valores éticos, la gente, las comunidades y el ambiente, para la construcción de bien común”, (González Lara, 2008:64).

El modelo de ALIARSE contempla cuatro dimensiones sobre las que descansa la RSE y que se basan en indicadores específicos:

- 1) Calidad de Vida en la empresa : es la dimensión interna, comprende todo aquello que involucre a los miembros de la empresa, incluye rubros como tolerancia, respeto a la diversidad, condiciones laborales, remuneraciones, seguridad laboral...
- 2) Ética Empresarial: los valores y los motivos que están detrás de la toma de decisiones de la compañía, incluye misión, visión, valores, códigos de conducta, clientes, autoridades, competidores, gobierno corporativo y legalidad.
- 3) Vinculación y compromiso con la Comunidad y su Desarrollo: incluye las relaciones con todos los grupos de interés (“stakeholders”) externos, inversión social, balance social, mercadotecnia responsable y de causa, desarrollo de proveedores, voluntariado y alianzas.
- 4) Cuidado y preservación del Ambiente: lo relacionado con la sustentabilidad ambiental, incluye las operaciones, políticas ambientales, inversión, transporte y manejo de recursos, impacto ambiental.

El modelo de ALIARSE descrito sintéticamente en los párrafos anteriores ha sido adoptado por la mayoría de las empresas en el país, para el caso de las grandes empresas multinacionales en México como es el caso de British

American Tobacco México y CEMEX, estas empresas han estado utilizando también el modelo del Global Reporting Initiative ⁽³⁾ que es el estándar mundial en materia de medio ambiente y desarrollo sustentable, en su elaboración han participado representantes de empresas, sindicatos, organizaciones asesoras no lucrativas, auditoras, entre otras (González Lara, 2008).

Dentro de las iniciativas universitarias, es interesante el trabajo de la Universidad de Anáhuac en la promoción de la cultura de la RSE, El Instituto de Desarrollo Empresarial Anáhuac (IDEA) es uno de los esfuerzos formales para difundir la cultura de la RSE en México, con el apoyo de organismos internacionales como el banco Interamericano de Desarrollo (BID), la Secretaría de Economía y otras asociaciones civiles, lanzaron en el 2004 el Programa de Responsabilidad Social Empresarial Anáhuac (IDEARSE) cuyo objetivo es mejorar la competitividad y oportunidades de acceso a mercados a las pequeñas y medianas empresas (PYMES) para contribuir a su permanencia en el largo plazo a través de la implantación de un modelo de RSE en al menos 100 PyMES que forman parte de las cadenas de valor ⁽⁴⁾ de 10 grandes empresas.

³ La iniciativa **Global Reporting Initiative** es una institución independiente que creó el primer estándar mundial de lineamientos para la elaboración de reportes de sustentabilidad, participan activamente organizaciones de derechos humanos, derechos laborales, medioambientales, inversionistas, entre otros, para la revisión detallada de su modelo se recomienda revisar su página en Internet.

⁴ La cadena de valor es un modelo teórico que describe y categoriza las actividades que producen valor añadido a una organización, estas actividades pueden ser primarias como las operaciones, la mercadotecnia y las ventas o bien secundarias como abastecimientos o recursos humanos.

Lo que se pretende mostrar, de acuerdo a Martínez Garcés(2007), es que la RSE agrega valor a los procesos de gestión y dirección de las empresas, al ser un conjunto de principios que se utilizan en los procesos de planeación y toma de decisiones de las empresas.

Otra iniciativa del país mencionada por Martínez Garcés (2007) es la del Instituto Mexicano de Ejecutivos de Finanzas(IMEF) en colaboración con la Universidad Iberoamericana en la que se trabaja en un proyecto de actualización de *Principios de Ética del Ejecutivo de Finanzas*, se busca crear una autoevaluación que ubique a los ejecutivos en su situación respecto a los principios y funciones de los involucrados en el tema de la RSE.

Por último como una iniciativa plural de organizaciones mexicanas, se menciona la iniciativa del *Instituto Mexicano de Normalización y Certificación, A.C.* para la aprobación de la *Norma Mexicana de Responsabilidad Social e Integral*.

En esta iniciativa participaron asociaciones empresariales, secretarías de Estado, universidades, centros e institutos de investigación, ONGs, consultorías en medio ambiente y organismos financieros. Esta norma es multidimensional, abarca el ámbito laboral, derechos humanos, medio ambiental, sistemas de administración y gestión de la empresa, responsabilidad social e integridad entre otras (Martínez Garcés, 2007).

2.5 La RSE (Responsabilidad Social Empresarial) como respuesta a la Globalización.

El concepto de globalización se encuentra fuertemente ligado con el de RSE, el objetivo de este apartado del marco teórico es revisar la relación conceptual existente entre la RSE y la globalización.

En primer lugar y antes de continuar es necesario clarificar la definición de globalización, en el apartado anterior donde se revisó el concepto de la RSE en México se presentaron diferentes trabajos realizados sobre este tema desde un enfoque disciplinario distinto, ya sea económico, político, sociológico o desde la comunicación; cada uno de estos enfoques nos ayuda entender mejor la complejidad de este fenómeno social actual, en la misma manera, el concepto de globalización puede ser abordado desde diferentes disciplinas de las ciencias sociales y dentro de cada una de ellas, cada corriente teórica puede proporcionar una diferente perspectiva.

¿Cómo debe ser entendida la globalización?, Larry S. Cartney(1999) en su trabajo *Globalización: ¿El legado final del socialismo?*, nos dice que la globalización no es un concepto, sino varios, la mayoría de ellos con una intención ideológica o política, de acuerdo al autor incluiría los siguientes desarrollos que se resumen a continuación (los subrayados son míos):

- 1) La supervolatilidad “autónoma” de los movimientos de grandes masas de capital financiero internacional debido a la desregulación de los mercados de capitales del mundo y por los avances técnicos

de la revolución tecnológica de las comunicaciones y de la informática

- 2) La fragmentación y dispersión por el mundo de las diversas fases de producción, así como la oferta de servicios. Para los teóricos de la globalización esta dispersión es cada vez más relevante, en base a una variedad de alianzas corporativas, afiliaciones internacionales, complejos instrumentos de apropiación, y medios de administración y coordinación en cambio continuo que dificultan la identificación de la “unidad” de producción.
- 3) La progresiva integración de los mercados nacionales dentro de mercados mundiales, lo cual facilita las dos primeras tendencias y genera patrones de consumo homogéneos alrededor del mundo, esto implica una transformación de las “tradiciones” culturales de acuerdo a cambiante mercado de la moda cultural.
- 4) El cambio total de todos los aspectos de la existencia social por la tecnología, principalmente por los avances en las tecnologías de comunicaciones e información. Para algunos teóricos de la globalización es la fusión de culturas que va más allá de los mecanismos convencionales de comercio de bienes y servicios.

Estas cuatro tendencias pueden ser clasificadas desde un punto de vista económico, tecnológico y cultural, estas tendencias, como veremos después, tiene efectos y consecuencias en el ámbito político, laboral y medio ambiental:

1) *Económico* :

- La desregulación de los mercados de capital mundial,

- La integración de los mercados nacionales dentro de mercados mundiales.

2) *Tecnológico:*

- Revolución tecnológica de las comunicaciones y de la informática.
- La fragmentación y dispersión por el mundo de las diversas fases de producción, así como la oferta de servicios.

3) *Cultural:*

- Generación de patrones de consumo homogéneos alrededor del mundo.
- Transformación de las “tradiciones” culturales de acuerdo al cambiante mercado de la moda cultural.

Ramón Mullerat(2007) menciona otros hechos que perfectamente pueden ser clasificados en las tres categorías anteriores: las innovaciones en la infraestructura del transporte en el aspecto tecnológico y la mutación de los valores sociales y religiosos en lo cultural. De acuerdo a Mullerat(2007) la palabra clave para entender la globalización es “integración” ya que las fronteras han desaparecido o se están borrando, esto ha conducido a una serie de conflictos en el ámbito político, como es el debilitamiento de los Estados como contraparte del aumento del poder de las trasnacionales.

Para Giddens (2001) la globalización es una serie de tendencias que se solapan:

- 1) La revolución de las comunicaciones que se inició en el 1960 con el lanzamiento del primer satélite sobre la tierra.
- 2) La segunda es la economía sin peso o la economía del conocimiento que opera con principios distintos de la economía industrial que la precedió.
- 3) La tercera es la caída del comunismo soviético a partir del 1989.
- 4) Por último, la mundialización se refiere a transformaciones que se dan lentamente y a diario como es la igualdad entre hombres y mujeres, los cambios en el sistema familiar, entre otros.

Este sistema de tendencias de globalización, en el que todas se encuentran interconectadas, tiene sus defensores y sus críticos, es indudable que tiene sus ventajas y sus inconvenientes: Mullerat(2007) pasa revista de algunos defensores de la globalización como Jagdish Bhagwati, que habla de los “temores” o miedos a la globalización, este autor insiste en que es importante rebatir la creencia de que la globalización es perjudicial desde un punto de vista social, sin embargo, los críticos de la globalización en América Latina no califican como “miedos” los efectos en:

- 1) El aumento de la pobreza
- 2) La pérdida de representación de los sindicatos y otros derechos del trabajador.
- 3) El déficit democrático en los países en vías de desarrollo.
- 4) El malestar de las mujeres en su nuevo rol social.
- 5) La situación de riesgo de las culturas dominantes y las indígenas
- 6) El deterioro del medio ambiente.

Estas críticas al modelos neoliberal y a las tendencias de las mundialización van a constituir los temas principales de las propuestas de RSE. Entre los argumentos de defensa de la globalización se encuentra en primer término el desarrollo tecnológico en los sistemas de información, incluso se sostiene que constituye el factor decisivo de la actual globalización, en segundo lugar sus defensores esgrimen que la trasferencia de muchos procesos productivos hacia los países en vías de desarrollo es un alivio de la pobreza y las desigualdades sociales.

La realidad según Mullerat(2007) es que hoy en día la economía de mercado es un hecho indiscutible pero es necesario regularlo y civilizarlo, ya que hay muchas tensiones entre las democracias de los países y la economía del libre mercado, una de las razones de estas tensiones se debe en parte al enorme poder que han adquirido las empresas en este contexto global, si la religión y el poder militar fueron factores dominantes en otras épocas, hoy está regido por la economía y por su principal representante, la empresa, ésta ha evolucionado hasta ser la institución dominante en la actualidad, en un hecho comprobado que la influencia de algunas empresas supera la de la mayoría de los estados, estadísticamente hablando veintinueve de las cien mayores entidades económicas son empresas multinacionales, si se comparan los ingresos de las veinticinco mayores empresas multinacionales con los ingresos de los estados, solamente cinco estados tienen ingresos superiores a las nueve primeras empresas multinacionales.

En virtud del creciente poder de la empresa en la última mitad del siglo XX, la empresa debe asumir una responsabilidad global, Mullerat (2007:59) nos dice citando a Aldrich que “El precio del poder es la responsabilidad del bien público”. El creciente poder económico de las empresas les exige una actitud responsable, no solamente ante los accionistas, sino ante la amplia variedad de personas que están relacionados con ella (*los “stakeholders” o grupos de interés*) y la comunidad en general.

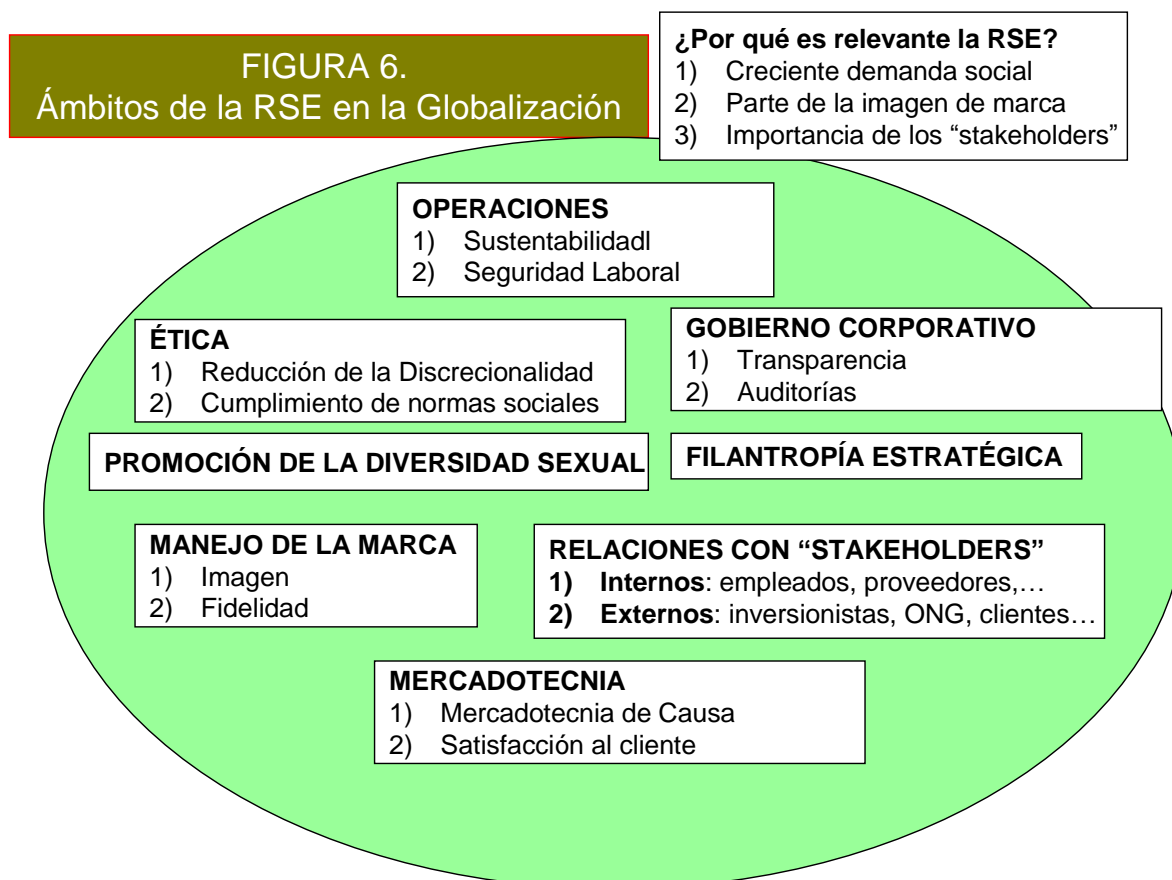
Debido a ese enorme poder, la empresa puede hacer mucho bien, pero también puede hacer mucho daño, Mullerat (2007:60) citando un ensayo de William Harzlitt dice que “los entes empresariales tienden a ser más corruptos y disolutos que los individuos porque poseen más poder para hacer el mal y son menos permeables al castigo”, sostenía que una organización empresarial no siente vergüenza, ni remordimiento, como tampoco gratitud o bondad.

La globalización es sin lugar dudas una de las razones que justifican e impulsan la RSE, como se comentó en los antecedentes históricos este movimiento no es nuevo pero experimentó un desarrollo muy importante a partir de finales del siglo XX y lo que llevamos del este siglo XXI, en el apartado del marco teórico donde se habló de los diferentes conceptos de RSE, se mostró en forma gráfica el contraste entre el modelo orientado a los accionistas y el modelo pluralista de los “stakeholders”, éste último es que ha tenido cada vez más amplia aceptación, en éste la responsabilidad de la empresa no es sólo hacia los accionistas, sino a todos los grupos de interés internos y

externos relacionados con la empresa, las dos razones que actúan detrás de este modelo de acuerdo a Mullerat(2007) son:

- 1) El “progresismo” que también se justifica por un motivo de autointerés, pero en el que la empresa tiene una visión más amplia de la responsabilidad social.
- 2) El “idealismo ético” o creencia de que la responsabilidad social se justifica por el comportamiento societario que protege los intereses de los “stakeholders” o grupos de interés por razones de deber.

González Lara(2008) en su estudio sobre la RSE en México y Latinoamérica, presenta un esquema que reproducimos a continuación:



Fuente: González Lara(2008, p. 70)

La RSE oscila entre la tendencia de una ética finalista que persigue un determinado resultado que puede ser económico, de imagen o mercadológico y una ética de principios basada en valores sociales. La figura 6 nos muestra diferentes áreas que manejan las propuestas de la RSE, se puede observar la importancia dada a la mercadotecnia y al manejo de marca, al ámbito laboral, a la ética dentro de la organización, así como a la relación con los grupos de interés o “stakeholders”, estas áreas se concentran tanto en los beneficios en rentabilidad y productividad de la organización como en el idealismo ético, que finalmente va dirigido a mantener la competitividad de la empresa en el contexto global.

Javier Lecuona(2007) en *La Responsabilidad Social y México en la Globalización* nos dice que la inversión extranjera directa y las empresas multinacionales han sido factores críticos en el desarrollo de la RSE en México, su investigación encuentra que las prácticas de la RSE son consistentes con la rentabilidad de las empresas y la mejora de los trabajadores y que han surgido en el marco de la internacionalización de la economía, añade también que la adopción voluntaria de la RSE por parte de las empresa es un medio que podría tener los siguientes propósitos:

- 1) Para la disuasión de regulaciones gubernamentales compulsivas
- 2) Como herramienta para fomentar la competitividad y el nivel de globalización en el país.

Para Serna de la Garza(2007) en *Mercado Laboral y Responsabilidad Social Empresarial: El caso de México*, la RSE es un concepto que surge de la

globalización de la producción, en su trabajo se investigación estudia la RSE y su relación con el sindicalismo de las empresas:

- 1) La RSE ha sido una estrategia tanto en las empresas como en los sindicatos para enfrentar los cambios en las relaciones industriales derivadas de la globalización.
- 2) La RSE se plantea como un elemento conciliador entre la empresa y los sindicatos.
- 3) En los países desarrollados la RSE fue utilizada para presionar a las empresas para obtener mejores condiciones laborales tanto en los países de origen como en las subsidiarias de los países en desarrollo con el propósito de evitar las ventajas competitivas de estos últimos.
- 4) En México ha sido utilizada por las empresas multinacionales para reducir la influencia de los sindicatos.

Marlene Peters(2007) en su investigación *Responsabilidad Social Empresaria y la Empresa: un análisis de economía política*, nos presenta una interpretación de la RSE en el contexto de la globalización como una estrategia de adaptación, de acuerdo a la autora la RSE es una estrategia para los siguientes propósitos:

- 1) La maximización de las utilidades a través de:
 - a. La adaptación a las circunstancias cambiantes, por una parte por el contexto de la globalización como por las expectativas que tiene la sociedad de las corporaciones.
 - b. La legitimación del sistema capitalista y de las actividades de las corporaciones trasnacionales.

Para Peters(2007) la RSE es una herramienta dirigida a fines utilitarios en el contexto de la globalización.

Finalmente, para cerrar este apartado del marco teórico, es interesante mencionar la interpretación mercadológica de la RSE que hace Philip Kotler (citado por González Lara(2007)), en este modelo se considera la RSE como una actividad primordialmente mercadológica, a través de seis iniciativas, algunas empresas mexicanas han implementado algunas de ellas como parte de sus acciones de RSE (González Lara, 2007):

1) **Promoción de conciencia de causa.** Cuando se promueve o publicita la necesidad de contribuir con fondos o voluntariado a alguna causa.

2) **Marketing de causa.** Cuando una corporación dona o destina un porcentaje de sus ingresos a alguna causa específica, los beneficios obtenidos son en imagen o incluso de ventas mayores.

3) **Marketing social.** Se promueve un cambio de comportamiento en la población orientado a mejorar la salud y el bienestar social, la diferencia con el anterior es que el Marketing de causa, a las donaciones a los ingresos obtenidos en ventas, se promueve una causa con apoyo monetario, en el Marketing social se dirige al cambio de actitudes y modelos de comportamiento social.

4) **Filantropía corporativa.** Donaciones económicas directas o de servicios a una organización de beneficencia.

5) **Voluntariado.** Se promueve entre los empleados la necesidad de contribuir con tiempo y esfuerzo a una causa social.

6) Prácticas de negocio responsables. Difundir prácticas o decisiones de negocios cuyo fin es mejorar el bienestar social, sobre todo el cuidado del medio ambiente.

Se concluye que la globalización es un contexto que ha impulsado el desarrollo de la RSE, para Peters(2007), la razón es que en el mundo global actual no existe una gobernabilidad efectiva regulatoria de las empresas, lo que ha conducido al comportamiento irresponsable de muchas empresas multinacionales, la reacción de los consumidores y de los grupos de activistas como las organizaciones no gubernamentales ha sido de crítica y algunas veces de presión a través del boicot.

Las empresas, por su parte, han tenido que implementar la RSE como una estrategia para hacer ver al capitalismo global más humano y presentarse a la sociedad como organizaciones que se autorregulan en beneficio de la sociedad.

Por otra parte, conviene añadir los beneficios que ha proporcionado la globalización desde el punto de vista social:

1) Se ha observado una mayor unión entre las naciones que comparten las mismas preocupaciones.

2) La sociedad civil está más informada y es más participativa y exige a las empresas que den solución a problemas que en otro tiempo eran una responsabilidad única de los gobiernos.

En síntesis, independientemente de las críticas a la RSE como un marketing social puede producir por otra parte importantes beneficios a la sociedad e incentivar la participación democrática de las organizaciones civiles.

2.6 La Responsabilidad Social Empresarial (RSE): ¿ética o estética posmoderna?

Para algunos sociólogos como Lipovetsky en *Metamorfosis de la cultura liberal* identifica la posmodernidad con el debate ético; Zygmunt Bauman (2006) en la *Ética Posmoderna* explicita las fuentes de donde surge la moral, que están ocultas en la ética moderna y hace comprensible además las razones de su condición de invisibilidad. Para Bauman, el deseo de la modernidad de liberar al individuo le exigía hacer elecciones autónomas. Edgar Morín, hablando de la ética de la modernidad dice en *Estamos en un Titanic* que la ciencia, la técnica y la economía están fundadas en su aislamiento de la ética, el desarrollo de la ciencia a partir del siglo XVIII requería la eliminación de la ética de su tiempo y salvaguardar sólo la ética de conocer por conocer.

La referencia a estos tres pensadores del siglo XX nos permite entender el debate ético en la época actual desde una perspectiva histórica del desarrollo de la moral desde la época moderna hasta nuestros días. Para entender sociológicamente la importancia que ha adquirido en la actualidad la RSE, no sólo es suficiente hablar de la globalización, sino también es necesario remitirnos a los pensadores de la posmodernidad.

En el apartado anterior sobre la globalización se revisaron algunas interpretaciones sobre la RSE en el contexto de la competitividad global con un enfoque económico y político, sin embargo, el debate de la ética ha sido una constante desde la época de la Ilustración hasta nuestros días, la ética se transforma y se adapta a las circunstancias históricas de acuerdo a los requerimientos del contexto histórico.

El objetivo de este apartado es mostrar algunas de las características principales del debate ético desde la Ilustración hasta la época actual, para entender mejor el status de la RSE en este siglo Bauman(2006) dice que la ética de la Ilustración tenía como relevante los siguientes valores: **la moral no era un rasgo natural**, sino que debía diseñarse e inyectarse en la condición humana, como consecuencia de este principio se elaboraron prescripciones morales obligatorias que impidieron al hombre actuar libremente; también **la universalidad**, a través de la identificación de lo particular con lo general y la construcción de modelos éticos universales y el **poder coercitivo del Estado** para evitar las resistencias (los resaltados son míos).

En la posmodernidad, de acuerdo a Bauman (2006) se afirman las siguientes convicciones en contraposición a la Ilustración: el ser humano es moralmente ambivalente, los fenómenos morales son esencialmente no racionales, la moralidad no es universal, como postulaba la Ilustración y la moralidad es y será irracional.

El tema de la posmodernidad es muy amplio, no está dentro del plan de esta tesis entrar en la descripción tan compleja de este concepto, nos interesa resaltar algunas características que servirán de marco de referencia para ubicar la RSE desde una perspectiva histórica.

El punto de partida de las proposiciones de Bauman (2006) es que en la posmodernidad se da una gran desconfianza hacia el poder en su deseo de eliminar la ambivalencia por medio de la imposición de códigos éticos, ser posmoderno, de acuerdo a Bauman (2006), es vivir sin saber cuáles son los principios rectores que guían nuestro comportamiento, en la posmodernidad se invierte la relación moral entre individuo y sociedad, para la ilustración y su producto la modernidad, el individuo es moral porque la sociedad lo prescribe, en la posmodernidad actual, la sociedad es moral porque hay individuos morales, esto significa un cambio del centro de la moralidad, de la sociedad hacia el individuo.

Al cambiar el centro de la moralidad al individuo, cambia la perspectiva y el sistema de valores en la posmodernidad (Bauman, 2006): se acepta que **no se puede eliminar la ambivalencia** y la incertidumbre en las decisiones, se desplaza la ilusión de reparar el desorden moral de mundo por la aceptación de que **el desorden permanecerá** y se aprende a **respetar la ambigüedad**, a valorar las emociones y las acciones sin propósito (los resaltados son míos).

Sintetizando, la moral sale de los códigos éticos y se repersonaliza y se ubica en el interior del sujeto, la moral posmoderna se aleja del deber y se acerca a la responsabilidad personal e individual (el subrayado es mío).

El largo proceso de individualización y liberación que inaugura la Ilustración llega hasta nuestros días en la creación de un mundo heterogéneo en el que cobra la máxima importancia lo individual, el gran proyecto emancipador de la modernidad ha traído como resultado el auge de movimientos de minorías étnicas, feministas, estudiantiles, minorías sexuales, que reclaman el reconocimiento (Rodríguez Aguilar, 2006).

Para Rodríguez Aguilar(2006) la lucha por la reivindicación de las diferencias ha tenido su parte positiva, por ejemplo en el ámbito de las condiciones laborales o las oportunidades de trabajo, sin embargo, por otro lado nos ha llevado a una situación de contrapartida en el relativismo cultural y moral en el que parece imposible juzgar a una cultura ajena o la posibilidad del diálogo intercultural, esto ha sido así porque la *diferencia* se ha vuelto una cuestión autorreferencial, en el que la verdad no se somete a negociación ni a escrutinio sino que está dada de antemano desde la postura del enunciador.

Desde el punto de vista ético y de la responsabilidad social para un crítico de la posmodernidad como Zygmunt Bauman(2006), el proceso liberador de la modernidad que supone el vaciamiento de la moral, ha diluido la responsabilidad en la época posmoderna, nadie es responsable ¿tiene sentido que lo sea la empresa? Para Bauman en *Globalización, Consecuencias*

humanas, la responsabilidad es de las personas y no de las entidades suprapersonales o de las asociaciones, una empresa no podrá ser moral si no lo son las personas que toman las decisiones , que son quienes planifican los procesos y los ejecutan.

La responsabilidad con el otro, de acuerdo a Bauman (2006) exige la interrelación humana, no es una consecuencia de una decisión tomada en un proceso deliberativo, pesando pros y contras para definir una estrategia, de esta forma la Responsabilidad Social Empresarial(RSE) sería entonces, una mentira, un señuelo que pretende un beneficio , sería un elemento cosmético, en la globalización económica, y financiera (el subrayado es mío), ¿quién encara los efectos del progreso económico? Nadie al parecer asume la responsabilidad, es un asunto “impersonal” y de naturaleza técnica.

Para un sociólogo como Bauman (2006), esta vaporización de la responsabilidad que denomina “el imperio de nadie”, es un resultado de la nueva estructura de la organización empresarial en la época actual, en estos tiempos de flexibilidad y movilidad, la empresa está diseñada como una red o conjunto de redes electrónicas, el poder de la red es invisible, la repercusión moral de esta estructura de red es: **indiferencia moral**, nadie asume el control y la responsabilidad, **invisibilidad moral**, no hay un centro visible y localizable en la red y **responsabilidad flotante**, es fácil “pasar” la responsabilidad.

En síntesis para Bauman (2006), la globalización y la movilidad que la acompaña proporcionan a las empresas una apreciable ventaja de su

estructuración en red: el hecho de librarse de la responsabilidad de las consecuencias de sus acciones.

El tono pesimista de Bauman es compartido por otros sociólogos como Lipovetsky (2008) en el *Crepúsculo del deber*, para quien la moda de la ética no tiene nada de idealista, se sostiene en la creencia que la ética es esencial para el éxito comercial y financiero, en vista que el hombre no se mueve sólo por la búsqueda del interés personal, hay que tomar en cuenta la dimensión moral de los comportamientos.

Para Lipovetsky(2008) la empresa actual es una figura típica de la posmodernidad, quiere ser portadora de sentido y de valor, busca una “espiritualidad”, una personalidad filosófica y moral, por medio de la afirmación de ideales, la ética de los negocios no es la consagración de la ética, sino una instrumentalización utilitarista, los valores se han incorporado a la gestión, la ética se ha transformado en medio económico y en instrumento de gestión, con esta instrumentalización de la virtud la ética de los negocios se libera del lastre de la abnegación y del desinterés.

El discurso de la ética de los negocios estigmatiza el individualismo contemporáneo y reproduce además otros rasgos posmodernos: preocupación del sentido, preocupación de la eficacia y el sincretismo New Age no es sólo esotérico sino también ético, hay que mejorar los corazones y las conciencias, el éxito pasa a través de la “transformación de uno mismo”.

Para Lipovetsky (2008) el origen de la manía ética en los Estados Unidos es la ideología de la autorregulación liberal, si la empresa no se corrige por sí misma, el Estado lo hará por la vía legislativa y burocrática. Otro de los conceptos que critica este sociólogo francés es la nueva relación que se da con el tiempo, una inquietud de nuestras sociedades ante el futuro, la ética se utiliza para ampliar el horizonte del futuro, para privilegiar el futuro contra el presente.

La ética de los negocios es la ética del “justo medio” , el equilibrio entre los intereses contradictorios de los agentes económicos y sociales, del individualismo mesurado, se perpetúa la ética ligera e indolora.

En lo que respecta al ámbito de la comunicación, Lipovetsky (2008) señala el manejo utilitarista de la ética en las estrategias de comunicación de la empresa, con las que busca construir y vender su legitimidad a través de la mercadotecnia de los valores, se ha convertido en vector estratégico de la comunicación de la empresa y en instrumento de la gestión de marca.

En síntesis, para Lipovetsky (2008) la proliferación de las políticas éticas en las corporaciones y el grado real de influencia en los criterios éticos para la toma de decisiones empresarial se encuentran fuertemente disociadas, esta afirmación puede ser confirmada por varios hechos entre los cuales puede mencionarse al que hace alusión Perdiguero(2003) sobre la implicación de miembros de grandes empresas y corporaciones, en escándalos económicos y financieros, este fenómeno contradictorio expresa la naturaleza del

acercamiento a la ética al mundo de los negocios, más enfocada a la instrumentalización utilitaria que a la voluntad de un cambio en el enfoque de la gestión empresarial.

Con una irónica argumentación de descalificación global de la ética de los negocios el sociólogo francés deduce a partir del análisis de la cultura de la posmodernidad, que en ésta sólo son posibles las éticas indoloras y razonables, que están promovidas por el esfuerzo de conciliación entre los intereses y los valores.

Con un punto de vista menos radical que el expuesto por los anteriores sociólogos, la socióloga Pilar Gómez Acebo(2001) en su artículo *Aportaciones éticas de la mujer a la gestión empresarial: a la ética desde la vida*, hace el siguiente cuestionamiento: “El promover la compra de un producto porque destina un insignificante porcentaje al Tercer Mundo o a ONG ¿es ético o estético?” (Gómez Acebo, 2001:75), en la percepción de la socióloga, estas acciones valen la pena, en tanto sean un paso para algo más en la línea de la responsabilidad social, las posturas estéticas podrían reconducirnos a criterios éticos, las últimas tendencias más estéticas que éticas tanto en las acciones como en el discurso de la RSE, sin ser todavía soluciones, son síntomas de cambio (el subrayado es mío), estas acciones son válidas como cambio de un paradigma, aunque de aquí a una actuación ética queda mucho por avanzar, esta es una etapa intermedia, no se llega al orden ético de la noche a la mañana.

De acuerdo a Gómez Acebo(2001), todo aquello que contribuya al cambio de una forma de pensar materialmente egoísta hacia una perspectiva de compartir, aún y cuando esto conlleve pasos intermedios de tipo estético, nos conducirá a una postura ética y generosa.

Una de las conclusiones de este apartado, es hacer ver la importancia del enfoque de la cultura de la posmodernidad para interpretar el fenómeno de la RSE(Responsabilidad Social Empresarial).

Para Edgar Morín estamos en una Titanic planetario con su “cuatrimotor” técnico, científico, económico y de beneficios, pero no controlado, éticamente ni políticamente, ¿dónde se encuentran estas regulaciones?, para el autor la fuente podría hacer lo que él ha llamado la segunda mundialización, este proceso tiene el motor de la responsabilidad y la solidaridad, el papel ético fundamental es no subordinar más el desarrollo humano al desarrollo económico, sino invertirlo.

El análisis de los pensadores que se han revisado nos proporciona un marco de referencia mucho más amplio que el del contexto de la globalización por sí solo, ya que éste enfoque es marcadamente económico, el proceso de reflexión sobre la cultura de la posmodernidad y su sistema de valores, nos da elementos para entender las acciones y los esfuerzos de regulación ética, en el que está incluida la RSE, como una respuesta que la sociedad demanda ante la empresa posmoderna que abandera la ética individualista de la posmodernidad.

2.7 Globalización y RSE: ¿ideología o utopía?

En este apartado se introducirán conceptos clave que serán utilizados en la etapa del análisis, el primero de ellos es el concepto de “ideología”, ¿Qué significa el término “ideología”?; Antonio Ariño (1997) en *Sociología de la Cultura* hace un recorrido histórico del concepto desde Marx hasta nuestros días revisando las diferentes acepciones que se le han dado, para el autor hay cuatro definiciones que pueden ser vistas en el orden de aparición histórica:

- 1) **La ideología como una distorsión de la realidad:** La identifican como un sistema de falsas creencias, carácter ilusorio o patológico del pensamiento, se funda en una distinción radical entre idea y realidad, se postula el *principio de realidad* (una ontología fuerte de la realidad absoluta y una epistemología como representación de dicha realidad).
- 2) **La ideología como un instrumento para la dominación:** La ideología surge como expresión de los intereses de una clase particular y está orientada a procurar su legitimación. Es una posibilidad de todos los sistemas simbólicos que pueden ser instrumentalizados al servicio de la dominación, ocultando las contradicciones sociales y legitimando la dominación (de clase, étnica, sexual, internacional, etc.).
- 3) **La ideología como legitimación de poder:** Todo repertorio de significados mediante el cual se constituyen sujetos

colectivos y se los moviliza para el ejercicio del poder o para su transformación.

- 4) **La ideología como una visión del mundo:** Es un conjunto de representaciones, presuposiciones, creencias y valores mediante los que se produce el significado del ser en el mundo.

Las definiciones anteriores están en el orden de aparición histórica, pero también en un orden de amplitud de menor a mayor, las dos primeras son más restrictivas que las dos últimas, en la última de ellas prácticamente su utilización como teoría crítica se ha neutralizado, la tabla 15 ilustra algunas otras características de los conceptos descritos:

Tabla 15 TEORÍAS DE LA IDEOLOGÍA			
TEORÍAS	Elemento Clave	PROBLEMÁTICA	UBICACIÓN TEÓRICA
DISTORSIÓN DE LA REALIDAD	Distorsión, ilusión	Cognitiva crítica	Epistemología
LEGITIMACIÓN DE LA DOMINACIÓN	Legitimación (dimensión práctica)	Política crítica	Teoría del poder
LEGITIMACIÓN DEL PODER	Legitimación de cualquier poder	Política Neutra	Teoría del poder
VISIÓN DEL MUNDO	Función signifiicante	Semiótica Neutra	Teoría de la cultura
<i>Fuente: Elaboración propia con información de Antonio Ariño(1997:122-123)</i>			

En la tabla 15 se menciona el elemento clave descriptivo que nos permite comprender mejor cada teoría y su ubicación en el campo de estudio, Ariño (1997) nos explica que esta pluralidad de significados del concepto “ideología”, surge históricamente en los científicos sociales para tratar de describir y analizar procesos emergentes de la modernidad, el término se ha sido utilizado como producto de la necesidad de algunos procesos reflexivos que se mencionan a continuación:

- 1) La reflexión sobre la necesidad de producir conocimiento científicamente fiable lleva a una crítica epistemológica y al concepto de ideología como distorsión de la realidad.
- 2) La reflexión sobre la necesidad de la legitimación de las formas de dominación frente al uso de la fuerza, conduce a la función crítico política del concepto de “ideología”.
- 3) La reflexión sobre la necesidad de invocar metas y causas que movilizan a las multitudes para la acción social, y constituir sus identidades sociales, produce la acepción conceptual de ideología como una acción social.
- 4) La reflexión sobre la necesidad de describir, comprender, analizar y explicar los plurales universos de significado de las sociedades modernas lleva a la función significante del concepto de “ideología”.

De este modo, el concepto “ideología” se utiliza para explicar diferentes procesos sociales de la modernidad, de acuerdo a lo que se ha expuesto teóricamente sobre la RSE, ésta podría quedar relacionada a algunas de las cuatro perspectivas de la ideología: como un instrumento de dominación podría ser el caso expuesto por Lecuona (2007) en el que la certificación en RSE es un instrumento de control para ingresar a un mercado global; como instrumento de legitimación del poder sería la interpretación de Lipovetsky (2008) o Marlene Peters (2007) y como un ejemplo de una visión del mundo se podría señalar la propuesta de Edgar Morín.

En los trabajos investigación de la Universidad de Anáhuac y específicamente en la investigación de Marlene Peters (2007) se plantea la hipótesis que la RSE es un instrumento de legitimación del sistema capitalista, para Javier Lecuona (2007) es una estrategia para la competitividad en la globalización, estas dos investigaciones muestran a la RSE como un instrumento utilizado por un sistema para legitimar su acción y aumentar la credibilidad en el mismo.

En el trabajo de Serna de la Garza(2007) se propone como hipótesis la RSE como una estrategia de los sindicatos para legitimar su status en la empresa, este último trabajo estaría más ubicado en la ideología como legitimación del poder a través de la acción social.

Para Martínez Garcés(2007) se propone otra función de la RSE como una visión amplia de acción entre varios actores sociales como serían la empresa, los gobiernos, los organismos multilaterales y las ONGs, esta interpretación podría ser considerada en la última función ideológica integrativa como una visión del mundo.

El trabajo doctoral de Mariela Pérez (2007) contiene un buen número de conclusiones que podrían ser clasificadas dentro de cada una de las funciones de la ideología que se han descrito, ya sea como legitimación de un sistema o bien como distorsión de la realidad, aunque también para algunas empresas regionmontanas su discurso y praxis de la RSE podrían estar dentro de la función ideológica integrativa o como visión del mundo que sería la más antropológica.

De la revisión anterior podemos concluir que la función ideológica puede estar presente a nivel del discurso o de la praxis, como señala Antonio Ariño (1997) la ideología es importante para la vida, desempeña una función social y además como ha enseñado Foucault, Adorno o Habermas, la ciencia y la tecnología también pueden operar como ideologías y enmascarar la dominación.

Cada una de las cuatro funciones de la ideología tiene sus estrategias de construcción simbólica, ciertos autores han identificado la definición de la ideología con alguna de estas modalidades o estrategias, por ejemplo, Lukács con la reificación, Habermas con la racionalización, Althusser con la interpelación, actualmente la panorámica es mucho más amplia.

La globalización y la RSE han recibido críticas de ser ideológicas por su conexión con los sistemas de dominación, en la revista *La Gaceta* en mayo del 2007 aparece un artículo de Mariana González titulado *Empresas sin Responsabilidad Social* en donde empieza con estas líneas: “Un doble discurso. Esto es lo que caracteriza a las empresas socialmente responsables de México. Título que las avala como modelo a seguir, pero que pocas ponen en práctica, sobre todo cuando a sus trabajadores se refiere”. Este artículo critica la RSE en México utilizada como estrategia de negocios, las principales anotaciones que hace González (2007) sobre las empresas certificadas se pueden resumir como sigue: acotan su responsabilidad a acciones meramente filantrópicas, que de paso les aseguran deducciones de impuestos, la actividad filantrópica es una estrategia de negocio pues le sale más barato hacer donaciones que pagar impuestos, les da una buena imagen y penetración ante

los consumidores, en algunas de las empresas certificadas como socialmente responsables las condiciones de trabajo son precarias e incluso se violan los derechos de los trabajadores como el de la afiliación sindical y el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI) que otorga el distintivo de Empresa Socialmente Responsable está integrado por organismos empresariales, lo cual resulta paradójico ya que ellos mismos crean las normas de auditoría y se certifican.

Este artículo señala a la RSE como instrumento estratégico de legitimación del sistema capitalista neoliberal, en el caso concreto de la ciudad de Monterrey, la pregunta a responder en este caso sería ¿cuál es el enfoque que recibe la RSE en un contexto particular y específicamente hablando aquí en Monterrey?

Con respecto a la globalización, las críticas hacia este paradigma son numerosas y realizadas desde diferentes perspectivas, han sido pronunciadas por diferentes voces, desde importantes figuras como Noam Chomsky, como también de investigadores de los centros de investigación académica en América Latina.

Noam Chomsky (2009) en una entrevista que concedió a BBC mundo realizó una fuerte crítica sobre la política exterior de los Estados Unidos y en su última parte se refirió al “mito” del libre comercio, transcribimos algunas de las ideas principales:

Lo que se suele llamar libre comercio en realidad tiene muy poco que ver con libre comercio. De hecho, a veces una gran parte ni siquiera tiene que ver con comercio. Consideremos, por ejemplo, el tratado de libre comercio entre EE.UU. y México, (Tratado de Libre Comercio para América del Norte, TLCAN o NAFTA por sus siglas en inglés). Tiene toda clase de elementos altamente proteccionistas para beneficio corporativo. Incluye medidas que no tienen que ver con comercio, como las condiciones especiales de derechos de inversión.

El comercio, en el sentido de intercambio a través de fronteras, sí aumentó después del NAFTA, pero ese comercio es en gran medida una construcción ideológica (el subrayado es mío) (Chomsky, 2009).

Noam Chomsky (2009) se refiere en la última línea a una “construcción ideológica”, a los “mitos” que es necesario dismantelar, Habermas (1975) también ha expresado sus críticas en torno a la globalización y al modelo neoliberal, que se encuentran fuertemente ligados, ya que el primero representa el contexto o las condiciones para el desarrollo del sistema político-económico neoliberal, de acuerdo a Habermas con la tendencia global se reducen las funciones del Estado con la subsecuente reducción del nivel de prestaciones, el acceso a los sistemas de seguridad social, la inseguridad y las distancias sociales entre los empleados y los que no lo son.

Para Rodríguez Aguilar(2006) hay una característica de la globalización que es muy importante para entender su lógica de dominación, una de las ideas más difundidas fue que los distintos grupos sociales independientemente de su contexto se dirigen hacia un mismo modelo: el de los Estados Unidos de América, en otras palabras, la globalización no sólo se refiere al plano financiero, el capital global es mucho más abarcante y de infiltrarse en todo tipo de contexto cultural, tiene la habilidad camaleónica de adoptar la forma cultural necesaria para ser bien recibido, para Zizek (citado por Rodríguez Aguilar,2006:29) la forma ideal de este capitalismo global es la del

multiculturalismo, la relación entre el colonialismo imperialista tradicional y la autocolonización capitalista global es la misma.

Estas críticas ideológicas de la globalización tienen en contraparte sus defensores ya que puede ser visto como una visión integrativa antropológica en donde las expresiones de racismo y de discriminación se han transformado, de lo anteriormente expuesto, tanto la globalización como la responsabilidad social empresarial que ha surgido en este contexto, pueden ser abordadas y enfocadas desde las diferentes perspectivas de conceptualizar la ideología (el subrayado es mío).

Retomando a Chomsky, el lingüista nos sugiere que es un paso necesario e imprescindible aclarar bien los conceptos que se están empleando antes de proseguir hablando sobre cualquier tema, por esta razón el primer paso sería conocer cuál es el significado que tienen para cada uno de los entrevistados el concepto de RSE,

Para cerrar este apartado, se hablará un poco del término “utopía”, en palabras de Paul Ricoeur (2001) los conceptos de *ideología* y *utopía* son dos funciones opuestas y complementarias que tipifican la “imaginación” social y cultural, Ricoeur añade que hay un aspecto positivo y negativo en ambas.

En los párrafos anteriores ya hemos pasado revista de las cuatro funciones que históricamente ha adquirido el concepto de ideología, la intención de la “utopía” de acuerdo a Ricoeur (2001:p.30)) “es seguramente la

de modificar las cosas y por lo tanto no podemos decir ,como lo había dicho Marx, que es sólo una manera de interpretar el mundo y no cambiarlo”.

La utopía como función complementaria tiene un papel de hacernos repensar la naturaleza de nuestra vida social, es la manera en que tornamos a pensar en una forma radical, por ejemplo, en la naturaleza de la familia, en el consumo, en la autoridad, en la religión, entre muchas otras , es la fantasía de una sociedad alternativa y su exteriorización, lo que opera como una de los más formidables cuestionamientos de lo que es, en síntesis de acuerdo a Ricoeur (2001) obra no sólo para desertificar nuestras relaciones presentes, sino también para cambiar aquellas posibilidades que podrían ser las nuestras.

Con lo que se ha expuesto en el párrafo anterior y llevado a la RSE que es el tema de esta tesis, la RSE también podemos interpretarla desde la perspectiva de la utopía, como una posibilidad alternativa a futuro, Ricoeur (2001) en su análisis sobre Mannheim nos dice que si llamamos ideología a la falsa conciencia de nuestra situación real, podríamos imaginar a una sociedad sin ideología, pero no podemos imaginar a una sociedad sin utopías, porque sería una sociedad sin metas, al abandonar las utopías, perdería su voluntad de darle una forma a la historia y por lo tanto su capacidad de comprenderla, la RSE podría ser enfocada como un nuevo paradigma a través del cual el ser humano se construye una posibilidad, este es el sentido de la RSE como una visión o posibilidad del futuro.

2.8 Análisis Sociológico del Discurso.

En los antecedentes se presentó la RSE como un discurso que se ha creado en una dinámica social, el objetivo de este apartado del marco teórico es aclarar el enfoque de discurso que se emplea en esta tesis. Existe un debate entre los lingüistas y los sociólogos con respecto al status epistemológico que ocupa el concepto de discurso en cada una de las disciplinas, e incluso dentro de cada uno de estos campos cada corriente teórica toma una posición distinta respecto al término “discurso”; la discusión pormenorizada de estos debates, que son de primera importancia, no es objetivo de esta tesis, no obstante, se mencionan algunos puntos de discusión entre las dos disciplinas para clarificar mejor el punto de vista sociológico que se ha abordado en esta tesis.

De acuerdo a Antonio Ariño (1997), como un resultado del giro lingüístico que se produce en las ciencias sociales a partir de los años sesenta y del descubrimiento de la importancia del lenguaje en la vida social, como también del giro hermenéutico de la fenomenología y de la microsociología, han dado lugar a una relevancia de las formas simbólicas, no sólo como un elemento de la vida social sino como constitutivas de las relaciones y el mundo social, la sociedad se conceptualiza como *un universo pre-interpretado y simbólicamente constituido*.

Esta concepción de la sociedad tiene importantes consecuencias para otros conceptos como es de la ideología y el de discurso, que se podría sintetizar en las siguientes enunciados (Ariño, 1997):

- La ideología se convierte bajo esta perspectiva en todo o cualquier sistema de creencias, sería un concepto central para entender los procesos de significación. La función de la ideología sería la formación y la transformación de la subjetividad, que consiste en imágenes, conceptos y premisas que dan los marcos mediante los cuales, representamos, interpretamos, comprendemos y producimos sentido de ciertos aspectos de la existencia social, sería entonces una dimensión constitutiva de la sociedad y de la formación de la subjetividad humana.
- El discurso se conceptualiza como un medio para la producción de significados, que se convierte en la realidad analítica para corrientes como el post-estructuralismo, ya que el discurso no sólo refleja o representa entidades o relaciones sociales, sino que las constituye, de esta forma, diferentes discursos constituyen las entidades clave de distinta manera y ubican a la gente de distinta forma como sujetos sociales, por lo tanto, el discurso construye el significado del mundo y no existe significado fuera del discurso (el subrayado es mío).

De acuerdo a Ariño (1997) el giro lingüístico en las ciencias sociales ha llevado a reacciones razonables y sanas como el reconsiderar la importancia social del lenguaje y de las formas simbólicas y no solamente como un reflejo

transparente de un mundo exterior dado, pero en contraparte, el problema crucial de la subjetivización de la realidad es el riesgo de la relativización y la disolución de la posibilidad de crítica.

El subjetivismo radical de la posmodernidad renuncia a la idea de verdad, Lyotard (1993) sostiene que no existe un referente discursivo que permita la evolución de otros discursos, Baudrillard (1984) dice que el problema es que la realidad puede ser enmascarada por la representaciones, vivimos en un mundo de simulacros, de esta forma la subjetivización conduce a la anulación de un referente crítico, con lo que es posible el enmascaramiento de los sistemas de poder y dominación.

El enfoque sociológico del discurso se basa en la premisa que el mundo social es un universo pre-interpretado, pero que no puede prescindir del referente, no se puede reducir lo social a relaciones de sentido (Ariño, 1997:139).

Fairclough (citado por Ariño,1997:139) plantea una crítica a Foucault, la cual podría ser extensiva a todos los relativismos posmodernos:

...acepto que los objetos y sujetos sociales son formados por las prácticas discursivas, ...estas prácticas están constreñidas por el hecho de que inevitablemente se producen dentro de una realidad material, constituida por "objetos" preconstruidos y sujetos sociales preconstruidos. Los procesos constitutivos del discurso deberían ser comprendidos en términos de una dialéctica, en la que el impacto de la práctica discursiva depende de cómo interactúa con la realidad pre-construida...el discurso incluye referencia a objetos pre-construidos tanto como la significación creativa y constitutiva de los objetos (Ariño, 1997:139).

En resumen, la crítica de Fairclough podría ser sintetizada en lo siguiente: la práctica discursiva es una forma de práctica social, un modo de

acción y no solamente un modo de representación y además es una condición y efecto de la estructura social, es decir, su relación es dialéctica.

Para Antonio Ariño(1997) la teoría crítica y el marxismo al centrarse en las relaciones de dominación y explotación ignoran la constitución simbólica de la sociedad y la relegan a la categoría de epifenómeno; por otra parte, los teóricos del discurso y del giro lingüístico consideran que fuera de la lengua no hay nada y disuelven la diferenciación, desde el punto de vista de la sociología de la cultura *el significado es constituyente de la realidad y que vivimos en un mundo pre-interpretado.*

En este proyecto de investigación con un enfoque sociológico del discurso se parte del concepto de discurso de Fairclough (citado por Ariño,1997:143) :

- El discurso es un concepto tridimensional, es un texto, una práctica discursiva y una práctica social.
- Designa formas de estructurar simbólicamente áreas de conocimiento y práctica social.
- El discurso no es la única realidad, depende de realidades extra-discursivas a las que se refiere y significa.
- Las funciones del discurso se corresponden con las funciones del lenguaje:
 - Función ideacional: produce sistemas de conocimiento y creencias.
 - Función relacional : constituye relaciones sociales.

- Función identitaria: construye identidades sociales y posiciones subjetivas.

El discurso de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) puede tener las tres funciones mencionadas, puede construir una identidad para la empresa tanto en una dimensión existencial como sociohistórica, constituye relaciones sociales con todos los grupos relacionados con la empresa y por último desde el punto de vista ideacional cultural produce sistemas de creencias y orientación o sistemas de valores.

El discurso de la RSE es también una práctica social y depende de realidades extra discursivas a las que significa y refiere, se encuentra relacionado con la ideología no solamente como una visión de la realidad o una cosmovisión, sino también puede ser un instrumento de la legitimación y la dominación.

Para Ariño (1997) la dominación no sólo se basa en el uso de la fuerza, sino que requiere alguna forma de legitimación, el poder como fenómeno cultural es constituido siempre semióticamente, la cultura y el poder no son fenómenos aislados: *toda forma de poder comporta y produce cultura y toda forma de cultura comporta y produce poder* (Ídem,1997:144).

La RSE como fenómeno cultural se relaciona con el poder como un instrumento de legitimación para el sistema capitalista neoliberal., tal como se ha visto en algunos trabajos de investigación descritos de la Universidad de Anáhuac en apartados anteriores, el ejercicio del poder se encuentra relacionado con las tres funciones del discurso, los grupos dominantes

producen una identidad cultural y la difunden para legitimar la dominación, hay una vinculación entre discurso y poder, que se da en el plano de las narrativas de cosmovisión como en las de identidad.

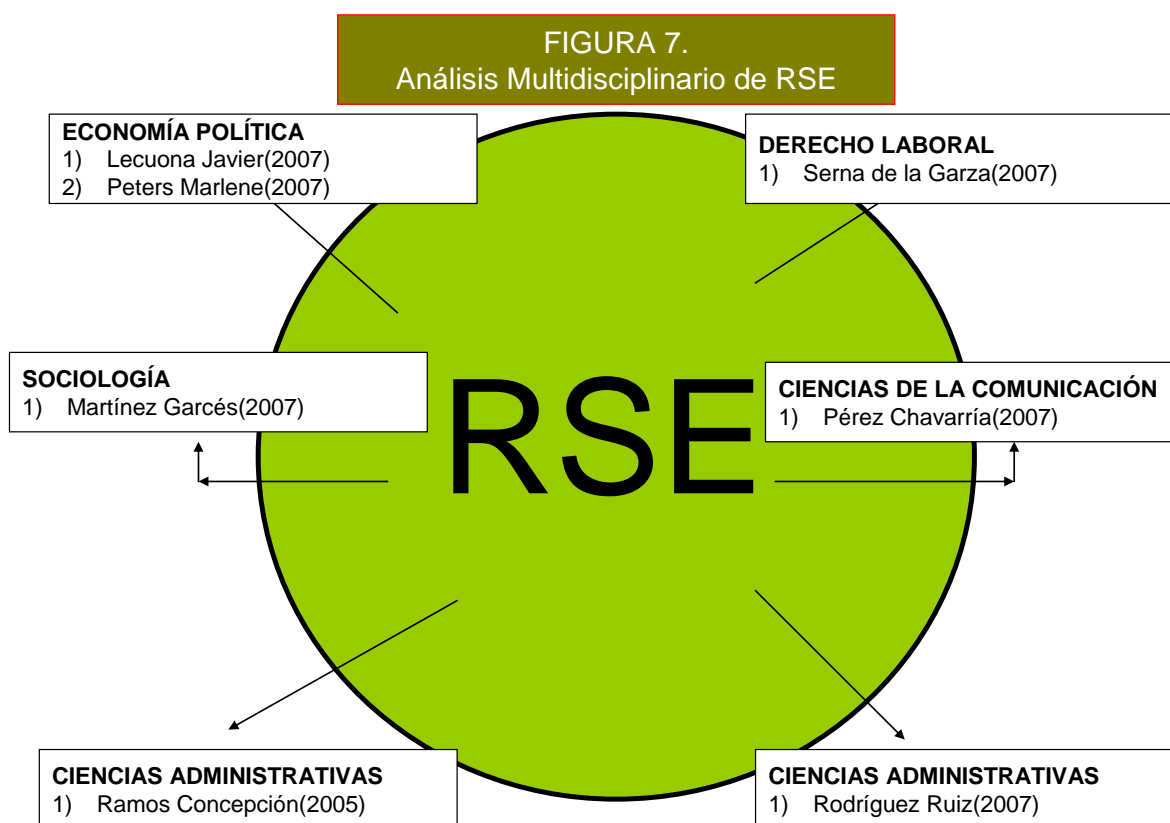
El análisis ideológico de un discurso consiste en analizar y evaluar en que medida las formas discursivas contribuyen a sostener, reestructurar, desafiar o transformar las relaciones de poder (Ariño, 1997:144).

Para Antonio Ariño (1997) las formas simbólicas no son intrínsecamente ideológicas, son ambiguas, abiertas y contextuales, por esta razón pueden ser instrumentalizadas para transformar el poder en autoridad o legitimar la dominación, en el caso específico de la RSE en México los críticos hacen alusión a un aparato de legitimación de las grandes empresas trasnacionales.

Para cerrar este apartado se comentará sobre el criterio que se utilizó para la toma de decisión del concepto de discurso de Fairclough, en primer lugar este trabajo de investigación tiene un carácter exploratorio, los objetivos de esta tesis no están relacionados con una disciplina específica o parte de una teoría determinada, sino que se busca determinar las características o aspectos más relevantes en el discurso de la RSE en Monterrey, en relación a estos objetivos se prefirió partir de una definición multidisciplinaria como es la del enfoque sociológico de la cultura que toma en cuenta la dimensión lingüística como la sociológica del discurso y también en su relación con la cultura.

2.9 Análisis multidisciplinario del discurso.

En los trabajos de investigación sobre RSE que se han revisado en apartados anteriores se ha visto que las perspectivas desde las que se han abordado son desde diversas disciplinas, en la figura 7 se muestra gráficamente siete proyectos de investigación sobre RSE que son utilizados como marco teórico de referencia en esta tesis, algunos de ellos ya fueron revisados en apartados anteriores.



Cada uno de los trabajos de investigación que se mencionan en la figura 5 fue realizado desde una perspectiva diferente, incluso estos trabajos no

agotan las posibilidades de investigación sobre el tema de RSE ya que podría ser abordado también desde la historia, la psicología social o la hermenéutica.

Estos proyectos tienen algunas características en común:

- 1) Las investigaciones están realizadas con un enfoque crítico ideológico, específicamente hablando, el trabajo de Lecuona (2007), Peters (2007), Serna de la Garza(2007), Martínez(2007) y Pérez M. (2005), son críticos en la acepción de Kant, es decir, se revisan los fundamentos de los procesos racionales; son también trabajos de crítica ideológica porque examinan su relación con los sistemas de legitimación de la autoridad y del poder.
- 2) Estos proyectos aplican la interdisciplinariedad para hacer la interpretación de los hechos o de los datos lingüísticos del discurso de la RSE, es decir, se considera que el discurso de la RSE está relacionado con otros discursos de otras disciplinas de las ciencias sociales.

Para Van Dijk (2003) el análisis crítico del discurso debe ser diverso y multidisciplinar ya que debe de integrar los esfuerzos de muchas personas procedentes de distintas disciplinas, países, culturas y orientaciones investigadoras, las teorías multidisciplinares deben dar cuenta de las complejidades de las relaciones entre las estructuras del discurso y las estructuras sociales (el subrayado es mío).

Un discurso como la RSE que se intersecta con otros discursos de las ciencias sociales, requiere para su interpretación de la participación de todas las ciencias sociales. Tal como se ha visto en la figura 5 el discurso de la RSE está relacionado con el discurso político, económico, social, administrativo y jurídico, además de estar imbricado con el discurso histórico, en otras palabras es un discurso de discursos, para Fairclough (2003), una parte del análisis crítico de un discurso es destejer la mezcla particular de variedades discursivas, discursos y estilos que es característica de los tipos de interacción concretos.

La interpretación de la RSE en este proyecto desde una perspectiva multidisciplinaria obedece a las siguientes razones:

- Los objetivos de esta investigación tienen un carácter exploratorio y no están ubicados en un área específica de las ciencias sociales.
- Las múltiples relaciones discursivas de la RSE con otros discursos.
- El discurso desde un punto de vista sociológico (Fairclough, 2003) requiere una aproximación interdisciplinar como se puede observar por las siguientes características :
 - El discurso es constituyente de la sociedad y la cultura.
 - El discurso efectúa una labor ideológica.
 - El discurso es histórico.
 - El vínculo entre el discurso y la sociedad es mediático.
 - El análisis del discurso es interpretativo y explicativo.
 - El discurso es una forma de acción social.

- Las relaciones de poder son discursivas.

Para concluir con este apartado, se anotarán algunas observaciones realizadas por Luis Enrique Alonso en *La mirada cualitativa en sociología* al hablar del enfoque sociológico de los discursos.

Para Alonso (2003) el discurso desborda al texto en las investigaciones sociales, se busca y se interpreta el discurso en los textos, es decir, se buscan las líneas de enunciación simbólica que tienden a representar posiciones sociales en los textos, en la investigación social lo que interesa es la capacidad de acción y la praxis del discurso, encontrar el lugar de los discursos en la producción de las relaciones sociales y de la transformación permanente de las mismas (el subrayado es mío).

2.10 La percepción de la RSE como un problema de investigación.

La pregunta que se responde en este apartado del marco teórico es la siguiente: ¿Por qué es importante la investigación sobre la percepción de la ética y la responsabilidad social? La respuesta a esta cuestión se enlaza con la justificación del proyecto, la diferencia estriba en que en el punto de la justificación se refiere específicamente a los objetivos que se plantean en esta tesis principalmente desde el punto de vista de la aplicación de los resultados de la investigación o su importancia en el contexto; aquí en este punto se revisa la justificación del tema como un problema de investigación, asimismo se

revisan los trabajos doctorales que fueron la plataforma de arranque para este proyecto.

El concepto de percepción de acuerdo con Ferrater Mora (2001) ha sido estudiado desde los griegos hasta el siglo XX, a través de la historia de la filosofía la noción de percepción ha oscilado entre dos extremos: la percepción como percepción sensible y la percepción en el sentido nocional o mental.

En este proyecto de investigación se define la noción de percepción tomando como base su aplicación en la metodología de investigación cualitativa de acuerdo a lo expuesto por Alonso (2003) en *La mirada cualitativa en sociología*: la percepción es el acto psíquico cognitivo de “aprehensión de la realidad” a partir de las representaciones sociales del sujeto cognoscente.

Para Alonso (2003) la representación social es lo simbólico, socioculturalmente concretado, es un sistema de valores, ideas y prácticas que cumple dos funciones sociales: primero, establece un orden que permite a los individuos orientarse en un mundo social y “aprehenderlo” y segundo, facilita la comunicación entre los medios de la comunidad, proporcionando los códigos para nombrar y clasificar los diversos aspectos de su mundo.

La representación social en Alonso (2003) es un hecho fundamental en la cognición de los grupos sociales, pues les otorga procedimientos interpretativos según los cuáles los actores tienen esquemas para realizar sus acciones, el concepto de representación social y su relación en las ciencias

humanas ha puesto de relieve la dimensión cultural de lo social e introduce la función simbólica de construcción de lo social como elemento inseparable de la propia realidad (el subrayado es mío).

Las estrategias de metodología cualitativa investigan a través de las percepciones de los sujetos estas funciones simbólicas de construcción social, para CeaD'Ancona (1999) la metodología cualitativa se asocia a la epistemología interpretativa (dimensión intersubjetiva) centrada en el sujeto individual y en el descubrimiento del significado, de los motivos y las intenciones de su acción. El abordaje a esta función simbólica se realiza a través de los análisis de percepciones de los sujetos entrevistados.

Este proyecto de investigación como los que se revisan abajo utilizan el análisis de percepciones para obtener el mundo de significados, motivos e intenciones de los sujetos, que a su vez forman parte de sus paradigmas de interpretación y de sus esquemas de toma de decisiones.

El proyecto doctoral de Encarnación Ramos Hidalgo (2001) titulado *La ética del marketing: importancia de la ética y responsabilidad social para la efectividad organizacional*, fue el trabajo que constituyó la base temática de esta tesis, Ramos (2001) menciona que es necesario plantear que la ética y responsabilidad social deben mejorar de forma general en los negocios y especialmente en el área del marketing, que es el área de los negocios mayormente criticada en el área de la ética y responsabilidad social, (por el tipo de publicidad que se maneja, los sobornos de empleados y de la fuerza de

ventas, entre otros), la incorporación de los conceptos éticos dentro de los procesos de decisiones estratégicas del marketing mejoraría la efectividad y comprensión de los procesos de toma de decisiones ante situaciones en las que existe algún dilema ético.

De esta forma, la incorporación de la ética y la responsabilidad social en los tomadores de decisiones de la empresas podría mejorar la efectividad de la organización tanto hacia dentro de la organización como en la imagen hacia el exterior, si se toma en cuenta que desde el punto de vista administrativo sería recomendable conocer el grado de sensibilidad que tienen los administradores hacia la ética y responsabilidad social o el grado de valores éticos que tienen sus comportamientos es necesario hacer un estudio previo (Ramos, 2001): se tiene que determinar el grado con el que las personas perciben el papel o la importancia que tienen la ética y la responsabilidad social, relacionándolo con los objetivos de la organización en la que trabajan (el subrayado es mío).

La relación entre comportamiento y actitud se apoya en estudios como los de Hunt (citado por Ramos, 2001:146) en el que señala la actitud socialmente responsable y define la responsabilidad social de los directivos como el apoyo a todas las creencias que dan importancia a la responsabilidad social de los negocios, se afirma también que los comportamientos socialmente responsables están guiados por actitudes socialmente responsables, por lo tanto se puede esperar de acuerdo a Ramos (2001) que exista una relación positiva entre personas que tienen actitudes socialmente responsables y su

percepción sobre la importancia que tienen la ética y la responsabilidad social para lograr los objetivos de la organización (el subrayado es mío).

De lo dicho anteriormente, se infiere la importancia que tiene la percepción de la ética y la responsabilidad social en los ejecutivos de empresas que son tomadores de decisiones, lo anterior se debe a las implicaciones tanto positivas como negativas de los resultados de las acciones que son producto de estas decisiones, las cuales podrían tener un efecto hacia dentro de la organización como hacia fuera de ella

Marvin T. Brown (1992) en *La ética en la empresa : estrategias para la toma de decisiones*, muestra con ejemplos que la ética puede ser un poderoso instrumento para la toma de decisiones. De acuerdo a Brown (1992) los componentes clave en los procesos de toma de decisiones éticas (las observaciones, los juicios de valor, las hipótesis y las opiniones contrarias) suelen ser invisibles.

Brown (1992) intenta, a través de un proceso de formación educativa, hacer explícitos los argumentos discursivos y utilizarlos en los procesos para la toma de decisiones, ya que de acuerdo a su propuesta la expresión abierta de creencias y valores permite a los administradores de las empresas considerar la gama completa de las opciones y con ello abordar cuestiones éticas importantes.

Ambos autores mencionados parten de la premisa de la importancia de la percepción de la ética y la responsabilidad social para una toma de

decisiones, para Ramos (2001) tiene consecuencias importantes para el marketing y la efectividad organizacional y para Brown (1992) para la administración interna de la organización como un enfoque de toma de decisiones.

Los trabajos de Oscar Rodríguez Ruiz de la Universidad Autónoma de Madrid están dirigidos también a conocer la percepción de la ética y la responsabilidad social en los administradores de las empresas, en el proyecto de Oscar Rodríguez Ruiz(2007), *Responsabilidad social corporativa y capital social en el sector financiero : un debate en la encrucijada*, tiene como objetivo de estudio obtener evidencias empíricas que permitan dilucidar la naturaleza de la relación entre capital social y responsabilidad social, este proyecto utiliza entrevistas a profundidad a directivos de las empresas y a ejecutivos del sector financiero.

Por último, el trabajo de Rodríguez(2007), *Percepción directiva entre responsabilidad social y ética empresarial*, tiene como objetivo encontrar la medición cuantitativa de la ética y responsabilidad social a través de un cuestionario aplicado a ejecutivos de las empresas, la importancia para el autor reside por las razones siguientes.

Este conocimiento es crucial, ya que el estudio del grado de compromiso con la ética y la responsabilidad social arrojará luz sobre la cultura, los objetivos y el rendimiento global de las organizaciones y gran parte de las investigaciones académicas sobre la ética y la responsabilidad social son de

carácter teórico, es importante entender como las actitudes directivas hacia la ética y la responsabilidad social influyen en las decisiones empresariales.

En síntesis, existe una buena cantidad de trabajo académico en torno a la percepción de la ética y la responsabilidad social empresarial, ya que se encuentra relacionada con la actitud socialmente responsable de los administradores, que a su vez se influye en el comportamiento ético y socialmente responsable.

CAPÍTULO 3. ANÁLISIS DE RESULTADOS.

3.1 Aproximación Cualitativa.

En la etapa cuarta de la investigación cualitativa de acuerdo a Mc Cracken (1988) se realiza el descubrimiento de las categorías analíticas, esto es el resultado de someter el corpus obtenido en la etapa tercera a un proceso de clasificación y ordenamiento a través de la estrategia de análisis que se lleve a cabo.

Alonso (2003 describe varios niveles de aproximación, en este proyecto es el social-hermenéutico que es el análisis sociológico de los discursos el cual fue tratado con amplitud en el apartado del marco teórico, para Alonso los objetivos de este tipo de acercamiento son los siguientes:

- “La reconstrucción del sentido de los discursos en su situación (macrosocial y microsocial) de enunciación” (p. 188).
- “Encontrar un modelo de representación y de comprensión del texto concreto en su contexto social y en la historicidad de sus planteamientos, desde la reconstrucción de los intereses de los actores que están implicados en el discurso” (p. 188).

El discurso para Alonso (2003:204) son como “acciones que otorgan un sentido a una referencia o realidad extralingüística aplicada” y como “prácticas centrales en la formación y transformación de los actores sociales y de sus capacidades de intervención en los conflictos y en las negociaciones” .

En la aproximación social-hermenéutica al texto se pregunta lo que hace y busca la gente cuando se utiliza el lenguaje con el objetivo de encontrar regularidades en las “realizaciones lingüísticas” que emplean los actores para comunicar la intención y significado de sus acciones.

El análisis socio-hermenéutico se sitúa en el plano de la fundamentación de los enunciados, mediante el análisis de las intenciones de los actores, de sus motivaciones y del sentido que otorgan a la acción (el subrayado es mío), fundamentar las acciones consiste en investigar cual es el significado para el que las realizan y para hacerlo hay que tratar de situarse en el lugar de los sujetos.

El objetivo del análisis de las entrevistas para Vasilachis (1998) es obtener **los modelos interpretativos de la realidad** que emplean los hablantes, los que a nivel de la argumentación configuran **sus paradigmas argumentativos**, estos son los *marcos que delimitan las diferentes formas en que los hablantes representan discursivamente a la realidad* (p. 193).

De acuerdo a Vasilachis (1998) a nivel epistemológico ninguna realidad es posible interpretarla con un único paradigma epistemológico, éste concepto se entiende como *el marco teórico-metodológico que se utiliza para interpretar los fenómenos sociales en el contexto de una determinada sociedad*, para Vasilachis coexisten tres paradigmas para explicar la realidad social: el paradigma materialista-histórico y el paradigma positivista están consolidados en la producción de las ciencias sociales, el tercer paradigma es el interpretativo que se realiza en los métodos cualitativos, los postulados son los siguientes:

Resistencia a la naturalización del mundo social: la diferencia entre la naturaleza y la sociedad es que la vida social es una construcción de los individuos, no se intentan establecer relaciones causales, generalizaciones y predicciones, sino captar los motivos de la acción social y el sentido que le atribuyen los actores sociales (Vasilachis, 1998).

Relevancia del mundo de la vida: se entiende como el escenario de la acción social, es el conjunto de normas, patrones y modelos de interpretación vigentes en un momento dado, un ejemplo de esto podría ser el modelo que propone el sometimiento de las relaciones sociales a las económicas a través de abstracciones como la ley del mercado o al equilibrio espontáneo de las relaciones de competencia (Vasilachis, 1998).

Captar el punto de vista interno: el sentido atribuido por los actores a su acción, se intentan explicar los fenómenos sociales tratando de establecer

los motivos por –vinculados al pasado, a la causa – y los motivos para – vinculados al futuro a la finalidad (Vasilachis, 1998).

La doble hermenéutica : el poder de decir y significar, de interpretaciones de segundo grado de la realidad social, la que a su vez, es interpretada con nociones de primer grado por los actores que interactúan en la sociedad (Vasilachis, 1998).

3.2 Análisis de las Entrevistas.

Para la obtención de los modelos de interpretación que se utilizan en el discurso de las entrevistas sobre RSE se realiza el análisis de cada pregunta en los siguientes 5 fases (Gadea, 2005:141-142):

- 1) Transcripción literal de las entrevistas.
- 2) La lectura de las transcripciones y la selección de los argumentos textuales referidos a las dimensiones establecidas en el diseño de la investigación, se hace una selección de todas las ideas principales enunciadas por los entrevistados.
- 3) Agrupación de los fragmentos textuales, clasificados según las dimensiones del fenómeno participativo a las que hacen referencia.
- 4) Comparación e interpretación de los fragmentos para establecer similitudes y diferencias en su contenido. La comprensión permite una categorización, descriptiva o conceptual, de los temas que aparecen en el texto y de las variaciones que estos presentan.

- 5) Presentación de los resultados referidos a cada una de las dimensiones del análisis de manera coherente, de acuerdo con una línea narrativa y argumental.

El análisis de las entrevistas se realizó siguiendo las 5 fases anteriores y en la segunda fase para la selección de los argumentos se utilizó el esquema propuesto por Brown (1992) en su texto *La ética en la empresa: estrategias para la toma de decisiones*, en donde se presentan una serie de recursos de análisis para las propuestas éticas de las empresas, con base en el modelo argumentativo del filósofo Stephen Toulmin, Brown (1992) proporciona un análisis de las propuestas en tres tipos de enunciados : *hechos, juicios de valor y supuestos*.

3.3 Análisis de los enunciados.

El análisis de los enunciados de juicios de valor son clave en el análisis de las entrevistas, los ejecutivos expresan sus percepciones acerca de la RSE sobre un tema específico, estas percepciones son juicios de valor que están relacionados con sus creencias y valores, son enunciados subjetivos de una toma de posición sobre un tema en particular.

Los juicios de valor se encuentran ligados estructuralmente con los supuestos ideológicos de cada ejecutivo, los supuestos son las comprensiones que damos por sentado como producto de la dinámica de vida colectiva e individual, son el trasfondo de nuestras interpretaciones sobre las personas,

sobre nosotros mismos y de la realidad social, llegar a conocer este trasfondo interpretativo es el objetivo del análisis.

Para Brown (1992) la distinción entre los juicios de valor y los supuestos permite discriminar entre lo que se aprecia y el modo en que se supone que lo puede obtener, además los supuestos son en realidad culturales, se originan en el grupo familiar, las instituciones o la sociedad, son valores culturales no individuales o de clase social, en el análisis de las respuestas de las entrevistas, la identificación de los valores y de los supuestos es esencial para comprender los paradigmas de interpretación en cada corporación.

Con respecto a la observaciones, Brown (1992) nos dice que es necesario comprender bien los hechos ya que los hechos son siempre interpretados, estos hechos pueden ser “duros” o “blandos”, los primeros tienen un asentimiento universal como los de las ciencias exactas, los segundos en contraste tienen que ser “demostrados” o “verificados” a quienes disienten, en el análisis argumentativo de este trabajo no hay diferenciación en los tipos de enunciados porque en su mayoría son percepciones subjetivas sobre un tema específico, los enunciados de hechos son interpretados con la intención de apoyar a los juicios de valor.

En cada una de las respuestas a las preguntas se seleccionan los argumentos que contienen las ideas principales de la respuesta, en caso de haber repetición en las ideas se seleccionó solamente la que tenía el significado más completo.

Para cada una de las preguntas de la entrevista se analizaron las respuestas de las 11 empresas obteniendo un cuadro de análisis de los argumentos que presentaron cada una de las empresas, se obtuvieron uno o dos cuadros para cada una de las preguntas. Las respuestas de las empresas fueron agrupadas tomando el siguiente criterio:

- Empresas Mexicanas / Empresas Extranjeras : esta clasificación tiene por objetivo observar las diferencias en los argumentos de respuesta presentados por las empresas, dado que el fenómeno de la RSE está directamente relacionado a la globalización, además que permite ver las diferencias de enfoque entre las corporaciones mexicanas y las del extranjero.
- Multinacionales / Nacionales : este nivel de clasificación se realiza dentro del nivel anterior, el objetivo es obtener las diferencias de enfoque que tienen las empresas que operan en varios países y las que operan solamente en el marco geográfico de México o alguna de sus regiones.

3.4 Resultados.

La presentación de los resultados se efectuará por cada una de las preguntas del instrumento de investigación, cada pregunta tiene una finalidad específica que esta conectada con los objetivos del proyecto, en la tabla 12 que se presentó en la metodología y que se reproduce nuevamente se muestran las primeras nueve preguntas del instrumento que están orientadas a investigar las

motivaciones que impulsan a los ejecutivos a las acciones y certificación de la RSE.

Tabla 12	
Objetivos de las preguntas de la entrevista	
<i>RSE = Responsabilidad Social Empresarial</i>	
<i>ESR= Empresa Socialmente Responsable</i>	
Objetivos	Número de Pregunta
1. Motivaciones por el proceso de certificación como ESR	
Importancia	1
Definición conceptual	2
Tiempo de la certificación	3
Instancias certificadoras	4
Certificación Internacional	5
Beneficios de la certificación	6
Relación con la Supervivencia	7
Relación con el Éxito	8
Entorno actual	9
<i>Fuente : Elaboración propia</i>	

En cada tabla se tabulan los resultados con los argumentos que enunciaron literalmente los entrevistados, por cada argumento se lista a su derecha los ejecutivos (A,B,C, etc.) que mencionaron ese argumento en la entrevista, la letra identifica al ejecutivo y a la empresa a la que pertenece, el listado de las empresas y sus características se detallaron en el apartado de la metodología.

3.4.1 Importancia actual de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

Cada cuadro fue obtenido para las respuestas de cada pregunta del cuestionario que se incluye en el anexo A, las preguntas 1 y 2 van encaminadas a realizar una exploración del significado de la RSE para los

entrevistados. En la tabla 16 se muestran los resultados del análisis de los argumentos para la pregunta 1:

Tabla 16. Importancia de la RSE					
PERSPECTIVA	Argumentos sobre la RSE	MEX MNS	MEX NAC	EXT MNS	EXT NAC
IDENTITARIA	Es una forma de ser de las empresas	A			
FILANT- HIST.	La RSE como continuidad de la filantropía	A, E			
FILANTRÓPICA HISTÓRICA	Es un tema que ha evolucionado y ha ampliado sus beneficios	A,K			
ADMINISTRATIVA	Responsabilidad con todas las entidades relacionadas	E			
	Gestión responsable	H			
RENTABILIDAD	Criterio adicional a la rentabilidad	H,K	J		
MERCADOLÓGICA	Certificación de la RSE		C		
POLÍTICA-ECON.	En la Globalización es una necesidad comunicar las acciones de RSE		I		
SUSTENTABILIDAD	Generar valor sustentable			D	
MERCADOLÓGICA	Tema demandado por la sociedad			D	
MERCADOLÓGICA	Crear imagen positiva			D	
ADMVA. - RH	Desarrollo Integral de los empleados				G
LEGAL	Respeto a la leyes				G
FILANTRÓPICA ESTRATÉGICA	Compromiso y apoyo a la comunidad			B	
	Ayudar a los desprotegidos		F		
	Servicio a la comunidad		F		
	Apoyo en programas de ayuda social				G

Fuente : Corpus de Entrevistas

Lo más importante de este cuadro de resultados son las múltiples perspectivas que se obtuvieron de los entrevistados, esto nos muestra las dimensiones que tiene la RSE, lo que ya fue analizado en el marco teórico de esta tesis, estas perspectivas se harán más específicas a medida que avance el análisis de las entrevistas.

La perspectiva Identitaria se encuentra motivada por la finalidad de obtener una imagen ética y de ESR, la cual se instrumenta tanto en el plano del discurso en el que se afirma que la RSE es una continuación de la filantropía (RSE=Filantropía histórica), como también en el plano de las acciones concretas de ayuda y asistencia social (Filantropía estratégica). Para Lipovetsky (2008) en *El crepúsculo del deber* la empresa quiere ser portadora

de sentido y de valor, busca una “espiritualidad”, una personalidad filosófica y moral por medio de la afirmación de ideales, la ética de los negocios no es la consagración de la ética, sino una instrumentalización utilitarista.

La perspectiva administrativa y la de sustentabilidad tienen como motivación finalista la rentabilidad y la permanencia a largo plazo, tal como se mencionó en el marco teórico sobre el trabajo de Peters (2007), la RSE es una herramienta dirigida a fines utilitarios en el contexto de la globalización, este enfoque administrativo puede también estar dirigido hacia el interior de la organización con la finalidad de aumentar la productividad del personal empleado.

La perspectiva mercadológica se encuentra fuertemente ligada con la obtención de imagen ética, cuyo objetivo final es lograr una posición en el mercado capitalista, al hablar de mercado no solamente nos referimos a los clientes, sino también a los proveedores y a los mercados financieros, esta perspectiva fue analizada con detalle en el marco teórico en donde se considera la RSE como una actividad primordialmente mercadológica (González Lara, 2007).

La perspectiva política económica menciona a la globalización como un escenario donde la RSE es una necesidad, en el marco teórico se analizaron varios proyectos como el de Lecuona (2007) donde se muestra la relación de la RSE con la globalización.

Con respecto a la relación que existe entre el enfoque adoptado y la clasificación de las empresas propuesta en la parte derecha del cuadro, las cuatro multinacionales mexicanas se enfocan en la perspectiva administrativa y sobre todo se hace énfasis en la RSE como una continuación de la filantropía; los cuatro ejecutivos de las multinacionales regiomontanas reiteran este último argumento, la razón de esto es histórica ya que estas empresas tienen un prestigio a nivel regional y nacional como líderes en la industrialización no solamente en la ciudad sino en el país, esto es parte de su proceso de consolidación de imagen.

En el marco teórico se analizó la diferencia entre la RSE y la filantropía, para Pérez(2007) en México existe una confusión conceptual y práctica entre el concepto de filantropía y responsabilidad social, muchas acciones que engloban las empresas en la RSE en realidad no lo son.

Para las dos multinacionales extranjeras que se entrevistaron, la primera de ellas productora de tabaco tiene un enfoque mercadológico, su producto es altamente controversial y está sujeto a muchas restricciones legales, la única manera de conservar su permanencia es obtener la legitimación de su producto a partir de la sociedad misma; la segunda empresa es de alimentos y bebidas y su enfoque es completamente filantrópico estratégico, de creación de imagen positiva hacia los consumidores.

Para las empresas de operación nacional, las que son mexicanas se enfocan en la creación de imagen a través de acciones filantrópicas y la que

corresponde a la franquicia de alimentos y bebidas tiene una percepción más mercadológica, esta importancia puede ser entendida en función de la prioridad que tiene una empresa de permanecer en el mercado global en un momento determinado.

Por último la empresa extranjera con operación nacional en el país tiene un punto de vista administrativo interno, filantrópico y legal, este último no puede ser considerado como parte de la RSE, las obligaciones legales no son acciones de RSE (Mullerat, 2007).

El análisis de las perspectivas que se realizó en la tabla 16 puede resumirse de otra forma en la tabla 17, colocando la perspectiva como motivación final que se concreta a través de diversos procesos instrumentales.

Tabla 17. MOTIVACIONES DE LA RSE	
MOTIVACION	INSTRUMENTALIZACIÓN
IMAGEN	Creación de identidad
	Discurso Filantrópico Histórico
	Acciones de Filantropía
RENTABILIDAD	Desarrollo Sustentable
ADMINISTRATIVA DE RECURSOS HUMANOS	Captura de Recursos Humanos Disminución de rotación
MERCADOLÓGICA	La certificación de ESR como herramienta de competitividad en el mercado
	Legitimación Social del Producto
POLÍTICA ECONÓMICA	Exigencia de la Cadena de Valor Exigencia de la Casa de Bolsa
PROTECCIÓN	Evitar sanciones fiscales
<i>Fuente : Corpus de Entrevistas</i>	

Las motivaciones finales que se muestran en la tabla 17 no se encuentran aisladas sino que tienen una relación estructural entre sí, por ejemplo la imagen está intrínsecamente relacionada con la posición en el mercado la que a su vez se relaciona con la rentabilidad, la prioridad de estas motivaciones es distinta en cada una de las organizaciones.

3.4.2 Significado de la RSE para los ejecutivos.

La pregunta 2 de la entrevista (véase en el Anexo A) tiene por objetivo conocer la definición que tiene cada ejecutivo sobre la RSE, es una exploración sobre el conocimiento que tiene cada uno de los entrevistados, los cuadros que resumen estas definiciones son los siguientes:

Los ejecutivos de las empresas multinacionales mexicanas dieron estas respuestas:

Tabla 18. Percepción de la Responsabilidad Social		
Argumentos de Definición de RSE	EMP.	ENFOQUE
MEXICANAS MULTINACIONALES		
Es una forma de ser y de hacer negocio las empresas vamos mas allá de las responsabilidades legales que se preocupa y procura lo económico, social y medioambiental.	A	ADM
Que la comunidad gane y que la empresa gane, modelo de rentabilidad social.	E	ADM
Se trata de la forma de gestionar por parte de la empresa, el modelo de gestión de la empresa teniendo en cuenta los objetivos económicos, atendiendo los impactos sociales y medio ambientales,	H	ADM
Compromiso permanente como individuos y organización con la sociedad por ofrecer productos de calidad a precio justo, desarrollar clientes y proveedores, promover la gastronomía mexicana a nivel nacional e internacional, apoyar a la comunidad en contingencias y desastres naturales e impulsar el desarrollo de nuestros colaboradores actuando siempre con honestidad y transparencia.	K	FILANT CALIDAD
<i>Fuente : Corpus de Entrevistas</i>		

Las tres primeras definiciones definen la RSE como un enfoque administrativo, un modelo de negocio, sin embargo, la empresa “K” ha dado una definición que se acerca más a la visión de una empresa que a un proceso

administrativo. Si observamos la tabla 7 del marco teórico donde se presentan algunas definiciones de responsabilidad social, en su mayor parte se presentan con una perspectiva administrativa, se refieren a una toma de decisiones que toma en cuenta valores y criterios que no son los de la rentabilidad en sí misma.

Para el resto de las empresa el cuadro es el siguiente:

Tabla 19. Percepción de la Responsabilidad Social (continuación)		
Argumentos de Definición de RSE	EMP.	ENFOQUE
MEXICANAS NACIONALES		
Como un tema de 4 líneas en función de los principios del CEMEFI: ambiente laboral, ética empresarial, medio ambiente y mercadotecnia responsable.	C	ADM ECOL MERC
Bienestar de las comunidades tanto internas como externas y el medio ambiente.	F	FILANT ECOL
Más allá de lo que es tu obligación, buscar el bien común tanto para la empresa como para los empleados y las familias.	I	FILANT
Conservar una buena relación con lo que es la comunidad y el entorno, nos referimos al medio ambiente en el que opera la organización.	J	FILANT ECOL
EXTRANJERAS MULTINACIONALES		
Apoyar en todos los aspectos, económico, social, de desarrollo personal a todas las comunidades en donde estamos.	B	FILANT
Atender intereses comunes que fomenten el bienestar de la sociedad, empresa y miembros	D	FILANT
EXTRANJERAS NACIONALES		
Para mi RS es estar al pendiente de nuestro entorno social como empresas y participar evidentemente en tareas que busquen un sano desarrollo del mismo sector.	G	FILANT
<i>Fuente : Corpus de Entrevistas</i>		

Los ejecutivos de las empresas mexicanas nacionales definen en función de valores filantrópicos y ambientalistas, son definiciones concretas sobretodo las de las tres últimas empresas, la empresa “C” utiliza un concepto obtenido del Centro Mexicano para la Filantropía que es el centro que certifica a las empresas, es una replicación del discurso del CEMEFI.

En las empresas extranjeras lo ejecutivos utilizan verbos que indican acciones filantrópicas: “atender”, “apoyar”, “estar al pendiente”, “participar”. En resumen las empresas mexicanas multinacionales tienen una definición basada

en un proceso de administración en contraste con el resto de las empresas que utiliza un léxico relacionado con la filantropía. Esta diferencia en los valores es un indicador de la importancia que tiene para las multinacionales mexicanas la RSE en México, esto puede ser explicado por la presión de la globalización unido al compromiso nacional en el desarrollo del país.

3.4.3 Estatus de la certificación como Empresa Socialmente Responsable para las empresas multinacionales mexicanas.

Las preguntas 3, 4 y 5 de la entrevista (Anexo A) se relacionan con el estatus de la certificación como ESR (Empresa Socialmente Responsable), el cuadro de resultados es el siguiente:

Tabla 20. Certificación como ESR (Empresa Socialmente Responsable)			
EMP	Certif. CEMEFI (años)	Certif. Intern.	Temas Argumentativos
MULTINACIONALES MEXICANAS			
A	5	NO	Sí nos interesa por supuesto, porque estamos en todo el mundo.
E	NO	NO	Estamos buscando una certificación internacional, algo que trascienda como el de las Naciones Unidas, estamos evaluando cuál sería la instancia correcta.
H	1	NO	No hay proyecto. Estamos contemplando recertificarnos por el CEMEFI este 2009.
K	1	NO	No hay proyecto.

Fuente : Corpus de Entrevistas

Para las multinacionales mexicanas en el verano del 2008 que fue cuando se hicieron las entrevistas, tres de las empresas estaban certificadas, dos de ellas eran nuevas en el proceso y una de ellas había estado certificada por el CEMEFI (Centro Mexicano para la Filantropía) en el 2001, ésta última dejó de participar en los siguientes años por el tiempo y el costo invertido en este proceso, se estaba evaluando buscar una certificación internacional,

finalmente para ninguna había proyecto de certificación en el extranjero al momento de la entrevista en el verano del 2008. La certificación tiene una importancia mercadológica ya que es un instrumento para respaldar una imagen de empresa socialmente responsable ante clientes y proveedores, esto facilita el acceso a mercados nacionales e internacionales y también a los mercados financieros, para Peters (2007) la búsqueda de este reconocimiento por razones principalmente estratégicas de competitividad en el mercado global ha hecho que las empresas adopten el modelo de RSE promocionado por el CEMEFI.

3.4.4 Estatus de la certificación como Empresa Socialmente Responsable para las empresas multinacionales extranjeras.

Para las empresas extranjeras el estatus es el siguiente:

Tabla 21. Certificación como ESR (Multinacional extranjera) (Empresa Socialmente Responsable)			
EMP	Certif. CEMEFI (años)	Certif. Intern.	Temas Argumentativos
MULTINACIONALES EXTRANJERAS			
B	4	SI	Lo que hicimos fue una comparación entre la certificación de México con la de EUA, El 85% de los reactivos están considerados por las instituciones que están abocadas a la Responsabilidad Social El Global Reporting Initiative es un poco más requisitoso, te pide un compromiso de seguimiento y de hacerlo público.
D	NO	NO	No existe actualmente algún proyecto

Fuente : Corpus de Entrevistas

Para las dos empresas extranjeras, una de ellas se encuentra certificada internacionalmente, la segunda empresa es una tabacalera, no se encuentra certificada ya que el CEMEFI por política no certifica a las alcoholeras ni a las tabacaleras, sin embargo, ha reconocido algunos de sus proyectos sociales.

Para las empresas mexicanas con operación nacional no existe un proyecto a nivel internacional ya que su operación es sólo nacional.

3.4.5 Estatus de la certificación como Empresa Socialmente Responsable para las empresas mexicanas con operación nacional.

Tabla 22. Certificación como ESR (Operación nacional) (Empresa Socialmente Responsable)			
EMP	Certif. CEMEFI (años)	Certif. Intern.	Temas Argumentativos
NACIONAL MEXICANA			
C	5	NO	No hay proyecto.
F	1	NO	No hay proyecto.
I	4	NO	No hay proyecto.
J	1	NO	No hay proyecto.
NACIONAL EXTRANJERA			
G	1	NO	No hay proyecto.

Fuente : Corpus de Entrevistas

En conclusión las empresas multinacionales son las que están más interesadas en una certificación de carácter internacional, las empresas “A”, “B”, “C” e “I” tienen 4 y 5 años de estar certificadas, las últimas tres empresas son de alimentos y bebidas, los productos de alimentación requieren de condiciones más rigurosas que otros productos para su comercialización. El resto de las empresas se encuentra relacionado de algún modo con las empresas que ya se encuentran certificadas, la razón es que podría ser una relación de cliente o proveedor.

En vista de la importancia que tiene la certificación para el acceso a los mercados hay que señalar el estratégico papel que tienen los centros certificadores, como sería en el país el CEMEFI. Foucault (2009) en *El Orden del Discurso* define el discurso desde las estructuras sociales dominantes que lo determinan, en otras palabras, lo integra en una función instrumental de los sistemas dominantes. A partir de esta definición Michel Foucault estudia los

diferentes tipos de procedimientos que existen para el control, selección y distribución de un discurso, hemos visto en párrafos anteriores que el CEMEFI tiene políticas de exclusión de algunas empresas, lo que significa que tiene también procedimientos de selección y de distribución del discurso de RSE ya que algunas empresas replican los conceptos que emite esta institución. Esta posición le permite al CEMEFI tener la posibilidad de regular el discurso y la praxis de la RSE, su estratégica situación va a adquirir su pleno valor cuando lleguemos a analizar la influencia de la globalización en la difusión de la RSE en México.

3.4.6. Beneficios internos y externos de la certificación (ESR) como Empresa socialmente responsable.

Las preguntas 6, 7 y 8 (Anexo A) exploran los beneficios que se obtienen de la certificación y su relación con el éxito y la sobrevivencia de la empresa en el entorno actual, son preguntas clave de la entrevista, ya que se investigan las motivaciones finales de orden económico.

El cuadro de resumen de los beneficios al interior de la organización se muestra en la tabla 23, si observamos las tres perspectivas anteriores se da un énfasis a los valores y actitudes organizacionales, estos deben ser interpretados en el contexto administrativo de una corporación, los valores son promovidos para obtener eficiencia y productividad en una organización, en cierta medida son esenciales para lograr un mejor desempeño de ella.

Tabla 23. Beneficios Internos de la RSE					
PERSPECTIVA	Argumentos	MEX MNS	MEX NAC	EXT MNS	EXT NAC
ADMINISTRATIVA RECURSOS HUMANOS	Retención de empleados	A,E	F,I		
	Captura de talento	A			
VALORES Y ACTITUDES ORGANIZACIONALES	Orgullo y pertenencia de la gente.	H		B,D	
	Empresa mayormente integrada		C		
	Solidaridad y respeto				G
	Compromiso de una gestión responsable		J		
DESARROLLO ORGANIZACIONAL	Institucionalización de los programas		C		
	Homologación de Iniciativas en las plantas	H			

Fuente : Corpus de Entrevistas

En la percepción de los administradores la imagen positiva que genera la praxis de la RSE contribuye a la formación de actitudes y valores en los empleados, en este cuadro se observa además otros beneficios administrativos más directos como son la “retención de los empleados” y la “homologación de de iniciativas en las plantas” como consecuencia de esta formación de valores.

En lo que respecta al ámbito de la comunicación, Lipovetsky (2008) señala el manejo utilitarista de la ética en las estrategias de comunicación de la empresa, con las que busca construir y vender su legitimidad a través de la mercadotecnia de los valores, se ha convertido en vector estratégico de la comunicación de la empresa y en instrumento de la gestión de marca. A pesar de la posición tan radical y pesimista del sociólogo francés, sus observaciones pueden ser aplicadas tanto al interior como al exterior de las empresas.

El cuadro de los beneficios hacia el exterior de la organización es el siguiente:

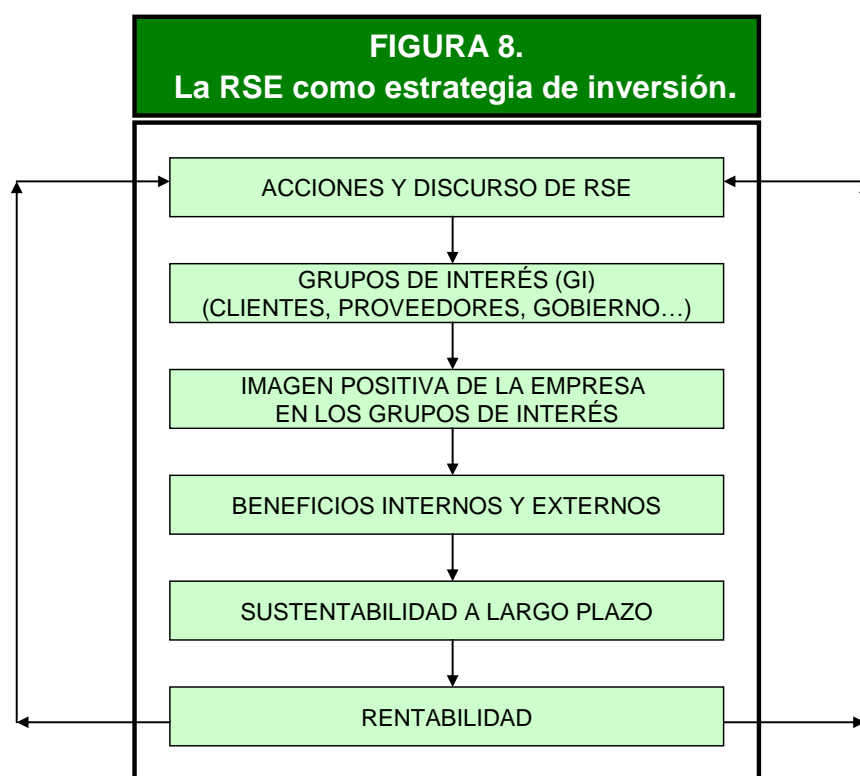
Tabla 24. Beneficios Externos de la RSE					
PERSPECTIVA	Argumentos	MEX MNS	MEX NAC	EXT MNS	EXT NAC
ADMINISTRATIVA RENTABILIDAD	Beneficios Ganar - Ganar	A			
	Crea círculos virtuosos	A,E			
	Trascendencia en el tiempo (Sustentable)	A		D	
MERCADOLÓGICA	Imagen favorable	A,E,H	C,F	B	G
	Obtención de confianza, credibilidad, fidelidad	K			
	Competitividad		I		
	Captando al cliente y al consumidor	E,H	C,F	B	
	Requerimientos de la Cadena de Valor	H			
ECOLÓGICA	Buena relación con el entorno y la comunidad		J		
	Se beneficia el país y el ambiente	E			
PROTECCIÓN	Reconocimiento ante las autoridades		C		
	Blindaje a la empresa		C		

Fuente : Corpus de Entrevistas

La parte correspondiente a la perspectiva mercadológica es la más comentada por los administradores y en especial el argumento de la imagen positiva de la empresa que fue mencionado por 7 ejecutivos, como una consecuencia el resto de los argumentos está ligado a la creación de la imagen. Las empresas multinacionales ponen el acento en el beneficio de la rentabilidad a largo plazo ya que finalmente la permanencia es lo que más interesa a cualquier gran corporación.

Entre los beneficios se menciona el de la “protección ante las autoridades” y el “blindaje de la empresa”, para Lecuona (2007) la adopción voluntaria de la RSE por parte de las empresas es un medio que podría lograr la disuasión de regulaciones gubernamentales compulsivas, la mayor parte de las empresas trata de evitar sanciones fiscales o impuestos que puedan afectar su rentabilidad, una de las formas de protegerse de estas medidas impositivas podría ser las prácticas de la RSE.

La RSE puede ser vista como una estrategia de inversión, como se observa en la figura 8:



Fuente: Elaboración Propia

Una de las metáforas que utilizan algunas de las empresas multinacionales es que la RSE es un “círculo virtuoso”, el diagrama de flujo del gráfico IV.1 ejemplifica esta metáfora como un ciclo de inversiones que produce beneficios, como se ha visto en las tablas 16, 17 y 18 para algunas de las empresas multinacionales la RSE es un modelo de negocio y una gestión administrativa.

3.4.7. Importancia de la sobrevivencia con el reconocimiento ESR (Empresa Socialmente Responsable).

Las preguntas 7 y 8 (Anexo A) abordan la relación de la RSE con la sobrevivencia y el éxito de la empresa, el objetivo es conocer la valoración que perciben los administradores en estas relaciones y además es un indicador del

nivel de importancia que tiene la RSE en el momento actual para la operación de las empresas.

La pregunta 7 está enfocada a conocer la percepción en la situación límite de la sobrevivencia de la organización, las respuestas de las empresas fueron las siguientes:

Tabla 25. Relación de Sobrevivencia con el Reconocimiento de ESR		
EMP.	Argumentos Valorativo	Argumentos Causal
MEXICANAS MULTINACIONALES		
A	Es un tema que no va a esperar a nadie	Es un tema de sustentabilidad a largo plazo
E	Para allá vamos, es algo que inevitablemente va a suceder	No hay castigo económico por ahora a la rentabilidad de la empresa
H	La ligamos al concepto de Desarrollo Sustentable, la RSE como permanencia	Los grandes inversionistas no van a meter sus capitales en empresa que no asegura su permanencia a largo plazo.
K	Es parte importante en nuestra empresa	Nos preocupamos por todos nuestros grupos de relación que son los pilares de la empresa.
MEXICANAS NACIONALES		
C	Es vital para la organización	Lo vemos como una estrategia del negocio
F	Creo que es importante, no al extremo de la supervivencia en este momento.	Es una tendencia, está marcando la diferencia y los clientes se están dando cuenta de eso.
I	Sí	Por la globalización y por todos los cambios sociales, tomar en cuenta la competitividad.
J	La importancia no recae en un distintivo	En las prácticas en beneficio de los empleados y en la comunidad
EXTRANJERAS MULTINACIONALES		
B	Definitivamente sí	La gente prefiere las empresas que tienen este tipo de programas
D		
EXTRANJERAS NACIONALES		
G		El reconocimiento es gratificante y motiva a los empleados a seguir adelante.
<i>Fuente : Corpus de Entrevistas</i>		

En los enunciados valorativos de las empresas multinacionales extranjeras están de acuerdo en la importancia de la RSE en un futuro próximo, dos de las empresas utilizan el término “sustentabilidad” para explicar la relación entre RSE y sobrevivencia, una de las empresas argumenta que tal

relación no existe en este momento por la falta de penalizaciones legales , sin embargo, se percibe en general que en un corto plazo el tema será prioritario.

En las empresas mexicanas nacionales hay una valoración semejante de importancia como las trasnacionales, con la excepción del comentario de la empresa “F” que no se ha llegado “al extremo de la sobrevivencia en este momento”, tres de las corporaciones acuerdan que es una tendencia estratégica en el entorno actual. La empresa “J” minimiza la importancia del distintivo de ESR, esto puede ser interpretado desde su contexto empresarial ya que esta corporación es paraestatal, sin embargo, su comentario no es congruente con la importancia que le ha dado esta paraestatal de energía a las certificaciones ecológicas de ISO 14000 en sus plantas productoras de energía.

Por último para las empresas extranjeras, la empresa “B” acuerda en la importancia mercadológica, la empresa “D” no emite ningún comentario al respecto ya que es una empresa tabacalera y están restringidas por el CEMEFI para obtener una certificación, no obstante, esta corporación ha trabajado en dar una imagen de responsabilidad en lo concerniente a la producción y distribución de su controversial producto, por último la empresa filial extranjera de fianzas sólo habla de una importancia hacia el interior de la organización. En resumen la mayoría de las empresas acuerda que el tema va a ser prioritario en un futuro.

3.4.8. Relación del éxito y la eficiencia con el reconocimiento ESR (Empresa Socialmente Responsable).

La pregunta 8 está muy relacionada con la anterior ya que explora la relación del reconocimiento con el éxito de la corporación.

En el cuadro de resultados que se muestra en la tabla 26, todas las empresas mexicanas perciben una relación directa con el éxito de sus corporaciones, este éxito es percibido en términos de imagen hacia los grupos de interés y su consecuencia positiva en el mercado y las ventas, la importancia mercadológica que tiene para las empresas este reconocimiento ya fue analizado en párrafos anteriores.

Tabla 26. Relación del Éxito y Eficiencia con el Reconocimiento de ESR		
EMP.	Argumentos Valorativo	Argumentos Causal
MEXICANAS MULTINACIONALES		
A	Esta ligado al 100%	Beneficios ganar-ganar, el éxito de la empresa con lo que hace en lo social
E	Es un círculo virtuoso La empresa SR es más exitosa	Los beneficios de que la gente lo reconoce
H	Sí hay una relación directa	Genera una buena imagen de la empresa Presenta una mejor imagen en la cadena de valor
K	La relación existe de manera directa	Los objetivos como empresa se van incrementando así como las demandas de ciertos grupos de relación
MEXICANAS NACIONALES		
C	Es parte de las estrategias del negocio	Sí esa estrategia se lleva a cabo es parte del éxito de un negocio.
F	Sí	Debemos tener en cuenta el servicio comunitario sin esto no podemos existir como empresa
I	Sí	Tener más clientes, más ventas y fuentes de empleo
J	Sí	Relación de respeto al interior, al ambiente y al entorno
EXTRANJERAS MULTINACIONALES		
B	Sí la hay definitivamente	Una mayor participación de mercado con mis productos
D		
EXTRANJERAS NACIONALES		
G	Sí	Genera actitudes de entusiasmo Promueve el desarrollo sustentable

Fuente : Corpus de Entrevistas

Los beneficios en la participación del mercado son la principal consecuencia de un reconocimiento como ESR, tal como ha sido descrito por la empresa “A” como una estrategia de “ganar-ganar”. La pregunta 8 se encuentra relacionada con la pregunta 6 que indaga sobre los beneficios obtenidos, el objetivo de realizar esta pregunta fue explorar específicamente la percepción del éxito organizacional y ampliar lo dicho en respuestas anteriores.

La empresa “D” que es la productora de tabaco no ha dado una respuesta a esta pregunta, la razón es que no se encuentra certificada con un distintivo otorgado por el CEMEFI, no obstante, se preocupa en tener una imagen de responsabilidad social, ya que ha sido reconocida por la Secretaría del Trabajo como empresa “Familiarmente Responsable”.

3.4.9. Prioridades de las empresas en el entorno actual.

La pregunta 9 está enfocada en obtener la percepción de las prioridades de las corporaciones, a su vez permite explorar sus enfoques de interés y los grupos a los que se dirige.

Las prioridades en la tabla 27 se encuentran relacionadas con los grupos de interés o “stakeholders”, podemos dividirlos en dos secciones, los grupos al interior de la organización como son los empleados y sus familias y los grupos exteriores a la empresa como son la comunidad y el medio ambiente, es observable que la enunciación de las prioridades es desde los grupos interiores hacia los exteriores. Para tres de las transnacionales el tema de sustentabilidad

y la competencia son prioritarios lo cual es entendible tomando en cuenta la presión que tienen estas corporaciones con la globalización.

Tabla 27. Prioridades de las empresas en el entorno actual					
EMP.	PRIORIDADES				
	I	II	III	IV	Temas
MULTINACIONALES MEXICANAS					
A	Empleados y familias	Comunidades	Socios Comerciales	Medio ambiente	Pobreza extrema, Falta de Vivienda y de empleo
E	Rentabilidad				Cómo hacer negocios de una manera positiva
H	Crear Valor Económico	Empleados	Comunidades	Medio Ambiente	Hablamos de Desarrollo Sustentable, Gobierno Corporativo
K	Empleados				La globalización y la competencia obligan a la actualización.
NACIONALES MEXICANAS					
C	Gente de la empresa	Mercado	Comunidad	Medio Ambiente	Ver de una manera sistémica las cosas
F	Comunidades	Ecología			Es bastante rentable ser una empresa ecológica
I	Empleados	Empresa Responsable			Una empresa que busque el bien común
J	Empleados	Comunidad	Medio Ambiente		Ética Institucional Consumo Responsable

Fuente : Corpus de Entrevistas

Para las empresas mexicanas de operación en el país sólo la empresa “F” menciona el tema de la ecología como estrategia mercadológica para la obtención de imagen, el resto de las empresas menciona el tema de la responsabilidad para el bien común, lo cual se encuentra ligado a la formación de imagen que tiene una relación directa con la rentabilidad.

Las prioridades que han mencionado las empresas mexicanas concuerdan con las líneas que el CEMEFI certifica como parte integral de la

responsabilidad social, esta institución certificadora es un promotor de distribución del discurso de responsabilidad social en las empresas de México.

Para las empresas extranjeras el cuadro de resultados es como sigue:

Tabla 28. Prioridades de las empresas en el entorno actual (Extranjeras)					
EMP.	PRIORIDADES				
	I	II	III	IV	Temas
MULTINACIONALES EXTRANJERAS					
B	Personal Interno	Consumidor			Ofrecer productos acorde a las necesidades
D	Accionistas	Bienestar de los empleados	Comunidad		No sólo ganar dinero sino vigilar cómo se hace
EXTRANJERAS DE OPERACIÓN NACIONAL					
G	Trabajo Responsable	Desarrollo Sustentable			

Fuente : Corpus de Entrevistas

En este cuadro se observa para las multinacionales extranjeras un interés en los consumidores y en los accionistas como prioridades lo cual puede ser entendido en el contexto de estas trasnacionales en el país ya que su objetivo principal son las ganancias económicas. En resumen todas las trasnacionales tanto mexicanas como extranjeras tienen como prioridad el tema de rentabilidad y la sustentabilidad.

3.4.10 Relación de la ética empresarial con la RSE.

Las preguntas 10, 11, 12 y 14 (Anexo A) tienen como objetivo explorar la dimensión educativa y comunicativa de la responsabilidad social, en las preguntas anteriores de la 1 a la 9 se investigó la percepción de las motivaciones finales y causales que impulsan las acciones de la responsabilidad social, es decir, se busca entender el “porqué” y el “para qué” de estas acciones, en las siguientes preguntas se buscará comprender el “cómo” de estas propuestas, es decir, su proceso de formación y distribución tanto al interior de las organización como hacia los grupos de interés externos a la corporación, la siguiente tabla muestra los propósitos de las restantes 8 preguntas, de la pregunta 10 a la 17.

Tabla 13	
Objetivos de las preguntas de la entrevista (Continuación)	
<i>RSE = Responsabilidad Social Empresarial</i>	
<i>ESR= Empresa Socialmente Responsable</i>	
Objetivo	Número de Pregunta
3. Promoción y Difusión de la RSE	
Significado de la Ética	10
Relación con la RSE	10
Aplicación en la Toma de Decisiones	11
Creación de la Cultura de RSE	12
Capacitación a los Administradores	14
Proyectos y convenios	15
3. Relación de la Globalización con la RSE	
Relación de RSE con la Globalización	13
4. Participación del Gobierno, ONGs y Empresa	
Colaboración de actores sociales	16
Tendencia actual de la RSE	
Percepción de la tendencia	17
<i>Fuente : Elaboración propia</i>	

La pregunta 10 investiga los conceptos que tienen los administradores sobre la ética empresarial, el objetivo es conocer si los administradores pueden explicar su relación con la responsabilidad social, en el marco teórico se explicó

que la ética empresarial aporta el bagaje conceptual para el proceso reflexivo de toma de decisiones que conducirá a las acciones de responsabilidad social.

Tabla 29. Percepción de la Ética Empresarial y su relación con la Responsabilidad Social (RS)		
EMP.	Ética Empresarial	Responsabilidad Social
MEXICANAS MULTINACIONALES		
A	Son los valores, las pautas de conducta, las reglas del juego.	La RS es el quehacer, tu forma de ser
E	Ser ético es parte de la RSE Misión y valores	Ser congruente, el reflejo de la misión y valores de la empresa
H	Es el gobierno corporativo, comportarse, conducirse en la manera de hacer negocios	La ética empresarial es fundamental en la gestión de una empresa socialmente responsable.
K	Normas de la legislación y políticas de la empresa respetando los derechos de los clientes, proveedores, empleados.	
MEXICANAS NACIONALES		
C	Apego a las leyes, transparencia, apego a la moralidad.	Ser congruente el decir con el hacer
F	Es el deber en nuestras acciones Normas de comportamiento	Es el fundamento de la compañía y el código de ética
I	Hacer las cosas bien y cómo debe ser.	Buscando el bien común
J	Acciones basadas en una serie de principios y valores positivos	Es una serie de acciones y una correcta toma de decisiones, alineado a los valores con un impacto positivo individual y colectivo.
EXTRANJERAS MULTINACIONALES		
B	Valores firmes y procedimientos transparentes.	Actuar y ser congruentes con las comunidades y los consumidores
D	Comportamiento y buenas costumbres del entorno	Es la manera de responder al entorno y a la sociedad con su comportamiento.
EXTRANJERAS NACIONALES		
G	Trabajo honesto y correcto Tomar en cuenta las leyes	

Fuente : Corpus de Entrevistas

Los resultados de esta pregunta se presentan en la tabla 29 que se muestra más abajo, para las multinacionales mexicanas las percepciones sobre la ética empresarial aparecen del lado izquierdo y están relacionados con la conducta, los valores y el comportamiento, en la parte de la derecha los conceptos sobre la responsabilidad social están relacionados con el quehacer y las acciones derivadas de una reglamentación, es decir, el quehacer congruente con un código de valores.

Para Brown (1992) la ética se ha asociado con la buena conducta, pero añade que este enfoque traiciona el poder de la reflexión ética, la ética no tiene como función explicar las causas de la conducta sino mostrar los principios o valores que se utilizaron para tomar una decisión y un curso de acción determinado, lo que se busca es una acción responsable y no una conducta condicionada, en todos los administradores se observa la percepción de la ética relacionado a los valores y al “deber ser”, es decir, relacionado al comportamiento y a la conducta.

En las respuestas anteriores de los administradores hay una percepción en la que prevalece la confusión conceptual entre la ética como proceso reflexivo ético y la ética como enfoque operativo en el comportamiento, los procesos reflexivos pueden conducir a los códigos de valores y de procedimientos que tienen las organizaciones, pero no son lo mismo ya que estos últimos pueden cambiar con el tiempo (Brown, 1992).

La importancia de los códigos de comportamiento reside en que son un vehículo trasmisor de la disciplina en una empresa, tienen ventaja de homologar y estandarizar una corporación, no obstante, los procesos de reflexión ético empresariales son una necesidad en un entorno muy cambiante y competitivo como el actual, en el que cada día hay problemáticas nuevas para resolver en la planeación corporativa (Brown,1992).

3.4.11. La ética aplicada a los procesos de toma de decisiones.

El objetivo de la pregunta 11 es conocer más la percepción de los administradores sobre la aplicación de la ética en la toma de decisiones, como está muy relacionada con la pregunta anterior los resultados obtenidos son muy semejantes en la mayor parte de la empresas, sólo una de las trasnacionales mexicanas la empresa "A" responde con una perspectiva educativa, todas las demás empresas continuaron en su perspectiva operativa y de aplicación de un código de reglas.

Tabla 30. La ética y su aplicación en la toma de decisiones				
Argumentos	MEX MNS	MEX NAC	EXT MNS	EXT NAC
Requiere desarrollar capacidad y habilidad	A			
Desarrollo de Herramientas para medir impactos sociales y ambientales antes de tomar decisiones	A			
Se maneja dentro del marco legal vigente como se indica en el código de ética.	K			
Se monitorean las legislaciones de España, EUA y el Reino Unido, contamos con un código de ética y programas de auditoría interna.	H			
La ética se refeja en nuestros principios de negocios: buena conducta corporativa, beneficio mutuo, administración responsable del producto.	E		D	
Tenemos una declaración de valores y un código de conducta y en base a eso se decide se difunde a empleados, clientes y proveedores		C,I	B	G
Tenemos un código de ética muy ampliado políticas y procedimientos para la toma de decisiones que cuiden aspectos ecológicos, mercadológicos y sociales.		F		
Acciones y valores corporativos alineados éticamente encaminadas al beneficio de la comunidad y al medio ambiente.		J		
<i>Fuente: Corpus de Entrevistas</i>				

La aplicación del código de valores es importante y es entendible en la operatividad del día a día de una gran corporación, sin embargo para Brown (1992) el potencial de la ética reside en verla como “proceso de decidir lo que debe hacerse” y no como un conjunto de reglas o castigos, los códigos de conducta sustituyen con el tiempo a la reflexión ética, pueden ser útiles como orientadores, pero cuando sustituyen al proceso interrumpen la función reflexiva de la ética empresarial.

La existencia de este tipo de respuestas tienen posibles interpretaciones: los administradores entrevistados no participan en los procesos de planeación corporativa y de toma de decisiones o bien se desconoce esta dimensión de la ética, esta orientación reglamentaria puede indicar un desarrollo en su primera etapa de la RSE en la ciudad.

3.4.12 Formación de la cultura de RSE en la organización.

Tabla 31. La formación de la cultura de la ética y la RSE hacia dentro y fuera de la organización.				
Argumentos	MEX MNS	MEX NAC	EXT MNS	EXT NAC
Mucha comunicación	A	F		G
Capacitación	A	F,J	B	
Congruencia	A	I		
Empuje de la alta dirección	A			
Entrenamiento en la certificación			B	
Códigos de conducta y declaración de valores		I	B	G
Comités de voluntariado y servicio comunitario	K	C,F		
Es un proceso en evolución	E			
Alineación con las leyes y reglamentaciones nacionales e internacionales	H			
Sistema de denuncias anónimas	H			

Fuente: Corpus de Entrevistas

La pregunta 12 sigue la línea de las preguntas anteriores; explora la dimensión comunicativa y de difusión de la cultura hacia todos los grupos de interés, el cuadro final de resultados es el siguiente:

Los argumentos expuestos por los administradores son muy variados y se observan los diferentes medios empleados para comunicar la cultura de responsabilidad social desde el empleo de comunicación impresa o por medios digitales como también el trabajo directo en campo a través de los comités de voluntariado y el servicio comunitario. Las empresas mexicanas utilizan más recursos que las extranjeras, esto denota un interés mayor en la difusión cultural y la formación de actitudes socialmente responsables.

El argumento de la congruencia hacia todos los grupos de interés es bastante utilizado por las empresas mexicanas, lo que puede ser observado en la mayor parte de las tablas que han sido presentadas, con este argumento desean enfatizar la credibilidad en sus acciones de la responsabilidad social.

El sistema de denuncias anónimas puede ser coercitivo, sin embargo, es una alternativa que bien utilizada podría ser de efectos positivos porque proporciona una vía de comunicación para posibles irregularidades en las áreas de ventas o de compras.

Una de las empresas mencionó que el desarrollo cultural es un proceso en evolución, este argumento que no tiene una relación directa con la pregunta

fue incluido porque en la realidad la formación de hábitos y actitudes en una organización empresarial es un proceso a largo plazo.

Como resumen de las respuestas a esta pregunta, los argumentos que fueron más señalados por los administradores para la formación de una cultura ética y de responsabilidad social fueron: la capacitación, la comunicación, los códigos de valores y los comités de voluntariado, sin embargo, algunas respuestas aisladas se prestan a la reflexión como 1) la propuesta del sistema de denuncias anónimas y 2) el proceso de desarrollo cultural, por otro lado, el hecho de que uno de los ejecutivos haya mencionado “el empuje de la alta dirección” indica vestigios de autoritarismo en el comportamiento organizacional.

3.4.13. La globalización y la RSE en Monterrey.

La entrevista está diseñada para abordar la percepción de los administradores sobre la RSE desde diferentes ángulos: las primeras nueve preguntas se enfocaron en los propósitos o motivos de la acción, las siguientes preguntas que se analizaron en los párrafos anteriores se enfocaban en el cómo se realizan las acciones o la agencia, en esta pregunta analizaremos la percepción que tienen los administradores de la acción en el escenario de la globalización. Los resultados obtenidos para todos los entrevistados es el siguiente:

Tabla 32. La Globalización y la formación de la cultura de la ética y la RSE				
Argumentos	MEX MNS	MEX NAC	EXT MNS	EXT NAC
Somos una empresa internacional	A,E			
Nos medimos con estándares internacionales	A			
Estamos compitiendo a nivel mundial	E,K	I	B	
Ha venido a empujar en Monterrey la RSE		C		
Lo importante es una certificación con validez internacional		C		
Para tener cadena de valor alineada y cumplir con la normatividad		C		
Por la búsqueda de la sustentabilidad a largo plazo			D	
Por el efecto mariposa		F		
La obtención de mayor información y la comparación de nuestra realidad con otras				G
Demanda internacional por una conducta responsable.	H			
Las empresas se ven obligadas a obtener beneficios económicos a corto plazo	J			

Fuente : Corpus de Entrevistas

Si pasamos revista de los argumentos anteriores sobre la importancia de la globalización en la formación de la cultura de la RSE vemos diferentes respuestas en función del tipo de la empresa en la que se encuentran los administradores, para las multinacionales los argumentos son en torno a la competitividad mundial y a la demanda por el cumplimiento de estándares internacionales; en las empresas mexicanas se menciona la necesidad de cumplir con la normatividad que exige el entorno global como puede ser el estar en una cadena de valor alineada con los requisitos de la certificación de ESR, o bien como lo dice uno de los administradores “el efecto mariposa” de la globalización que las ha obligado a cumplir con el requerimiento de la certificación de empresa socialmente responsable.

Para la empresa “D” que es la empresa tabacalera extranjera, el administrador nos habla sobre la importancia que tiene la RSE por la sustentabilidad a largo plazo en el entorno global, finalmente en la empresa “G” se comenta la importancia de la globalización como punto de referencia comparativo.

En síntesis, todas las empresas acuerdan en la importancia de la globalización como punto de referencia por diversos motivos que se han mencionado anteriormente, la globalización como lo dijo el administrador de la empresa “C” ha venido a empujar en Monterrey la RSE, este empuje no ha sido una cultura que se ha adquirido voluntariamente, sino que ha sido un requisito obligado para lograr la sustentabilidad a largo plazo de las corporaciones.

En síntesis, para los administradores la globalización puede ser vista como un proceso que abre a las organizaciones hacia una competitividad mundial y a la obtención de indicadores internacionales de certificaciones para su sustentabilidad, la RSE se percibe como una condición necesaria para participar en el mercado global.

3.4.14 Educación, cultura ética y de RSE en los ejecutivos.

La pregunta 14 se encuentra relacionada con la pregunta 12, se enfoca en específico sobre los administradores de la organización que son los tomadores de las decisiones.

La tabla de resultados obtenida para esta pregunta es la siguiente:

Tabla 33. La formación de la cultura de la ética y la RSE en los administradores y empleados				
Argumentos	MEX MNS	MEX NAC	EXT MNS	EXT NAC
Compromiso con el código de ética de la empresa	A	C		G
Sistema de denuncias anónimas	A	C		
Herramientas comunicacionales educativas	A	F,J		G
Proceso de selección del personal	A	C,F		
Programas de capacitación y entrenamiento	E	I	B	G
Programas de voluntariado y asistencia social	E,K	C,F,J	D	
Programas laborales de no discriminación: de género, discapacidad, estado civil, ...	E,H			
Programas de educación para ahorro de energía		J		
Programas de forestación y cuidado del medio ambiente	K	J		
<i>Fuente: Corpus de Entrevistas</i>				

Esta pregunta es un complemento de la pregunta 12 ya que estas respuestas proporcionan más perspectivas, si observamos la tabla anterior la mayor parte de los administradores ha mencionado los programas de voluntariado y de asistencia social como un vehículo trasmisor de vivencias en la responsabilidad social que lleguen a transformarse en actitudes, las herramientas comunicaciones y el código de ética ya había sido mencionado en las respuestas de la pregunta 12.

Aunque los ejecutivos hacen énfasis en los procesos de transmisión experimentados en la organización, también algunos señalan el proceso de selección como el momento oportuno para revisar las actitudes potencialmente relacionadas con la responsabilidad social, sólo dos de los informantes –de empresas mexicanas multinacionales- se refirieron a la necesidad de promoción de programas laborales sin discriminación de género, también dos de ellos mencionan acciones de sustentabilidad -cuidado de ambiente y ahorro de energía- como componentes deseables de una cultura de responsabilidad social.

En resumen, los programas que implementan las empresas van dirigidos a crear hábitos y toma de conciencia en los empleados, cada corporación crea sus específicos programas en función del giro y del producto que produzcan o comercializan, en el caso de la empresa paraestatal de energía, por ejemplo, se hace énfasis en los programas de ahorro de energía o de reforestación, para otra corporación como es la tabacalera, se aplican en crear programas dirigidos a evitar que se comercialice el producto en menores de edad, de esta forma cada empresa puede implementar programas de responsabilidad social ligados a sus productos o servicios.

Finalmente los procesos de selección de personal son también un medio de asegurar que un empleado cumpla con un determinado perfil ético, en conclusión los procesos utilizados en la difusión de una cultura de responsabilidad social de acuerdo a la percepción de los administradores es el siguiente: procesos de involucramiento del personal (voluntariado, asistencia social, reforestación), procesos educativos (herramientas comunicacionales , capacitación, ahorro de energía), procesos reglamentarios (códigos de ética, sistema de denuncias) y por últimos los procesos de selección y reclutamiento del personal (programas laborales de no discriminación, tests de obtención de perfiles).

3.4.15 Programas y Proyectos de la RSE.

Las preguntas 15 y 16 (Anexo A) están dirigidas a explorar la relación de los grupos de interés (gobierno, clientes, proveedores, accionistas, empleados, etc.) con las acciones de responsabilidad social, esta relación puede ser tanto en la participación activa o como receptor.

Tabla 34. Programas sociales de fortalecimiento de imagen de RSE					
TIPO	Argumentación	MEX MNS	MEX NAC	EXT MNS	EXT NAC
EDUC	Programa de cuidado al medio ambiente en escuelas	A,E	I		
	Programas de fomento al deporte (actividades deportivas, maratones, ...)		C,I		
	Programa laboral de no discriminación		I		
DES URBANO	Programa social de desarrollo urbano (Viviendas, calles,...)	A			
	Programa de electrificación en zonas rurales		J		
DES TECNOL	Desarrollo de nuevos productos			B	
DONAC.	Programas de donativos	E	C	B	G
VOLUNT.	Programas de voluntariado	E		D	
	Programas de Contingencias	K			
	Programas de servicio comunitario médico		F		
PROC PROD	Programa contra la explotación infantil			D	
	Desarrollo de procedimientos ecológicos		F		
COMUN. SOCIAL	Informes de reporte social CEMEFI			D	
	Reporte social del GRI	H		B	
	Reporte de desarrollo sustentable	H			
CERT	Certificación de industria limpia		J		
ECOL	Programa de reforestación en plantas	K			
	Programa de reciclaje	K	J		

Fuente: Corpus de Entrevistas

En la tabla 34 se clasificaron los argumentos de los entrevistados en función de la estrategia de acción tomada (educativa, ecológica, filantrópica, comunicativa, entre otras).

Cada empresa desarrolla diversas estrategias de fortalecimiento de imagen ante los grupos de interés (mencionados más arriba), el giro de la empresa y el producto que manufactura o comercializa le proporciona la base para configurar sus programas particulares, las estrategias educativas son empleadas por algunas corporaciones para crear una educación ambiental o promover valores sociales, las empresas relacionadas con la urbanización desarrollan programas de apoyo social en esa área, la filantropía estratégica es utilizada por la mayor parte de las empresas a través de las donaciones o el voluntariado

Las estrategias de apoyo a la ecología pueden ser implementadas a través del reciclaje o los programas de reforestación, la comunicación social ha tomado en los últimos años una importancia particular especialmente por el desarrollo de los medios de comunicación, los procesos de certificación de las empresas en normatividad ecológica o en responsabilidad social como es la certificación del CEMEFI hacen que se generen documentos de reporte que son comunicados a ciertos grupos de interés o a la sociedad en general, esta comunicación busca generar una imagen positiva ante sus grupos de relación como son los clientes y proveedores.

Una de las áreas más importantes a las que se dirigen las acciones de responsabilidad social es la de desarrollo tecnológico y de procesos productivos, estas áreas requieren de fuertes inversiones en capital y son implementadas lentamente, las industrias alimentarias ponen atención al

desarrollo de nuevos productos al consumidor como parte de su responsabilidad social.

Es interesante notar la importancia dada a la filantropía a través de los donativos, en la tabla anterior cuatro de las once empresas entrevistadas tienen programas de donativos directos a los grupos de interés.

3.4.16 Participación de los promotores de la RSE.

En la pregunta 16 se investiga la percepción de los administradores sobre la participación de los tres sectores de la sociedad (gobierno, empresa y sociedad civil) en la promoción de la RSE en el país. En la tabla de resultados se ordenaron los argumentos en los tres sectores mencionados, para el primer sector que es la sociedad civil, los entrevistados mencionaron en especial el trabajo que ha desarrollado el CEMEFI como asociación promotora de la responsabilidad social en el país, sin embargo, uno de los administradores mencionó que era necesaria una certificación de peso internacional, esto se debe a que la certificación es una estrategia de apertura de mercados y para las empresas que tienen clientes que son corporaciones transnacionales, éstas les realizan auditorías propias para certificarlos como proveedores lo que representa una carga administrativa para las empresas mexicanas.

Tabla 35. Colaboración de las Organizaciones Civiles y el Gobierno en la promoción de la RSE (Sociedad Civil)					
SECTOR	Argumentación	MEX MNS	MEX NAC	EXT MNS	EXT NAC
ORG CIVIL	Las organizaciones civiles están trabajando			B	
	Para generar la cultura de ESR debe haber otro organismo de mayor peso que el CEMEFI para una certificación internacional		C		
	La labor del CEMEFI ha sido muy importante	E			
	La sociedad civil ha jalado lo fondos de la iniciativa privada	E			
	Se han recibido apoyo de organizaciones como Cáritas		F		
	El CEMEFI es una institución privada de promoción de la ESR		J		
	Las asociaciones han hecho el trabajo que el gobierno no ha podido hacer		I		

Fuente: Corpus de Entrevistas

Los comentarios de los administradores dan un papel protagónico a la sociedad civil en especial a las organizaciones como el CEMEFI, concuerdan en que el trabajo de la sociedad civil es importante en la RSE ya que han promovido acciones que el gobierno no ha podido hacer por falta de recursos de tiempo.

El cuadro correspondiente a los comentarios sobre el gobierno es el siguiente:

Tabla 36. Colaboración de las Organizaciones Civiles y el Gobierno en la promoción de la RSE (Gobierno)					
SECTOR	Argumentación	MEX MNS	MEX NAC	EXT MNS	EXT NAC
GOB	El gobierno está impulsando iniciativas			B	
	Existen iniciativas del gobierno federal pero hay descoordinación		C		
	Se reciben fondos del gobierno para la administración de clínicas de servicio comunitario		F		
	Tanto las asociaciones civiles como el gobierno han desarrollado programas				G
	Ha faltado difusión por parte del gobierno de las ventajas de la ESR.	K			

Fuente: Corpus de Entrevistas

Los comentarios sobre la participación de gobierno tiene dos posiciones, dos de los ejecutivos opinan que ha habido una falta de coordinación y difusión de la RSE por parte del gobierno, tres de ellos comentan que hay iniciativas, sin mencionar específicamente alguna de ellas.

Tabla 37. Colaboración de las Organizaciones Civiles y el Gobierno en la promoción de la RSE (Empresa)					
SECTOR	Argumentación	MEX MNS	MEX NAC	EXT MNS	EXT NAC
EMP	Nuestra estrategia es hacer alianzas con el gobierno y con la sociedad civil	A			
	Los tres sectores tenemos que trabajar en conjunto			B	
	Ha sido más las empresas las que han empujado		C		
	Son muy poquitas empresas las que entran formalmente a un proceso de autoevaluación.		C		
	Las alianzas intersectoriales son primordiales			D	
	Debe haber amalgama entre gobierno y empresa.	E			
	Algunas empresas apoyan a asociaciones con actividades altruistas.		I		

Fuente: Corpus de Entrevistas

Por último en los comentarios referentes a la empresa hay un consenso en la importancia estratégica de la participación activa de los tres sectores, en conclusión, los administradores tienen una percepción muy positiva de las asociaciones civiles y de las empresas como impulsores de la RSE en México, sin embargo, la percepción de las instituciones del gobierno es muy variable y en dos ejecutivos de grandes corporaciones tiene una imagen de poca participación.

Si tomamos en cuenta la importancia que tiene la sociedad civil en el desarrollo histórico de RSE como se presentó en los antecedentes, se aprecia en las percepciones de los entrevistados que la sociedad civil no ha tomado

aún un papel contestatario, demandante y de diálogo que es necesario para la dinámica evolutiva de RSE, esto indica que aunque hay participación de los tres sectores el estatus actual de los tres sectores es de arranque y de inicio del desarrollo de la RSE en la ciudad.

3.4.17 Tendencia de la RSE.

La pregunta 17 fue dirigida a los ejecutivos como un cierre conclusivo de toda la entrevista. La tabla final es la siguiente:

Tabla 38. Tendencia de la Responsabilidad Social Empresarial	
EMP	Temas Argumentativos
MULTINACIONALES MEXICANAS	
A	Ha ido en aumento Es un tema que está en crecimiento.
E	Es un tema de más actualidad, cada vez toma voz y fuerza
H	
K	La tendencia es que el resto de las grandes y las PYMES tienen que irse adaptando a esta forma de operar el negocio.
MULTINACIONALES EXTRANJERAS	
B	La tendencia cada vez se va incrementando
D	Las grandes empresas transmitirán la cultura a las medianas y pequeñas. ya sea por convicción u obligación del entorno global que nos presente.
NACIONALES MEXICANAS	
C	En México estamos empezando. Como país esta incipiente este tema.
F	La tendencia es comunicarlo como una estrategia de mercadotecnia o una herramienta de retención de personal.
I	En un mediano y largo plazo, la gran parte o mayoría de las empresas medianas y grandes, contarán con programas sociales
J	Actualmente la mayoría de las empresas grandes regiomontanas ya están trabajando bajo el esquema de Responsabilidad Social.
NACIONALES EXTRANJERAS	
G	La industria y las empresas regiomontanas, desde hace más de 100 han contribuido y seguirán haciéndolo.

Fuente: Corpus de Entrevistas

De acuerdo a los comentarios anteriores la Responsabilidad Social Empresarial en México es un tema que está en crecimiento en México y que en el corto y largo plazo será un tema obligado para la comunidad empresarial regional, persisten sin embargo, argumentos de tipo paternalista-pasivo como la confianza en que “las grandes empresas van a transmitir la cultura de la RSE a las pequeñas y medianas empresas (PYMES) ya sea por convicción o por presiones del entorno global a la sustentabilidad a largo plazo.

CONCLUSIONES.

Las conclusiones de la tesis serán proporcionadas para cada una de las preguntas de investigación y que se encuentran interconectadas con las dimensiones que se incluyeron en la entrevista para explorar la percepción de la RSE (Responsabilidad Social Empresarial) en los ejecutivos de las empresas, las preguntas son las siguientes:

1. ¿Cuáles son las motivaciones finales y causales que impulsan a los ejecutivos a promover la RSE y su certificación en Monterrey?
2. ¿Cómo se realiza la promoción de la RSE a los grupos de interés tanto hacia dentro como hacia fuera de la organización empresarial?
3. ¿Cómo se relaciona la globalización con la importancia actual del crecimiento de la RSE en Monterrey?
4. ¿Cuál es el nivel de participación y de cooperación entre los sectores que participan en la RSE: el sector empresarial, la sociedad civil y el gobierno.

Para contestar la primera pregunta, las conclusiones se presentan en tres apartados, la valoración y significado de la RSE, las motivaciones de la RSE y la valoración y significado de la ética empresarial.

Con respecto a la valoración y al significado de la RSE que son los resultados de las preguntas 1 y 2, en la percepción de los administradores la RSE tiene múltiples perspectivas y valoraciones: para la rentabilidad y sustentabilidad de la corporación a largo plazo, para mejorar la eficiencia de los recursos humanos de la empresa, para el beneficio transferido a las comunidades por las acciones de la RSE y la RSE como una estrategia de apertura en el mercado global.

Para los administradores, la RSE es una estrategia administrativa; para los ejecutivos de las empresas multinacionales, la RSE es una estrategia de negocio, una gestión administrativa y un modelo de rentabilidad; para las empresas con operación en el país, es la búsqueda del bienestar común en la comunidad y en la empresa, que finalmente se traduce como una estrategia de imagen corporativa.

Con respecto a la relación entre la filantropía y la responsabilidad social, los ejecutivos de las empresas transnacionales mexicanas utilizan el argumento de la continuidad histórica entre la filantropía empresarial del siglo XX y el de la responsabilidad social del siglo XXI con el objetivo de reforzar su imagen histórica filantrópica., se llega también a la conclusión que en México existe todavía una confusión conceptual entre filantropía y responsabilidad social y que hasta hace poco tiempo el tema de la RSE aparecía dentro del ámbito de la filantropía.

La percepción de las motivaciones de la RSE no se encuentran aisladas sino que están interconectadas entre sí, el logro de uno de los objetivos motivacionales conduce al logro de los demás, por ejemplo, la obtención de la imagen conlleva a la participación del mercado la cual produce la rentabilidad.

Las motivaciones de los administradores serían **la creación de imagen** que se construye a través de las acciones filantrópicas y el discurso de la filantropía histórica de las empresas promueve la formación de una identidad filantrópica.

La búsqueda de participación en el mercado es una condición necesaria para lograr la permanencia en el mercado global a largo plazo, se puede lograr a través del reconocimiento como empresa socialmente responsable (ESR) , la creación de la imagen y el cumplimiento de las políticas económicas de los mercados internacionales.

La rentabilidad de las corporaciones es una de las principales motivaciones de las empresas que se puede conseguir través del desarrollo sustentable, la participación en el mercado y la administración de los recursos humanos.

La administración de recursos humanos a través de la captura de talento y de la retención de los empleados, se puede obtener a través de la creación de imagen y de la rentabilidad de una corporación.

El acceso a los mercados internacionales financieros a través de la cotización en las casas de bolsa que se obtiene con el cumplimiento de las condiciones de las casas de bolsa internacionales como pueden ser la certificación como ESR (Empresa Socialmente Responsable).

El acceso a los mercados internacionales con el cumplimiento de las exigencias de transnacionales en lo que respecta la certificación como ESR, que es un estándar para estar alineado en la cadena de valor cliente-proveedor.

Obtener una protección contra sanciones fiscales para la disuasión de regulaciones gubernamentales compulsivas, la RSE es vista como estrategia de protección para evitar riesgos.

De acuerdo a las respuestas de las preguntas 7 y 8 (Anexo A) los administradores concuerdan que la RSE está ligada a la obtención del éxito en una corporación, sin embargo, disienten en que está ligado a la supervivencia de la empresa, y acuerdan que en un futuro será un problema prioritario.

Con respecto a la valoración y al significado de la Ética Empresarial y su relación con la RSE, la Ética empresarial es concebida como el deber ser y su aplicación a través del código de valores y los procedimientos de operación de la empresa, no existe en los ejecutivos la percepción de la ética como un proceso reflexivo de toma de decisiones estratégicas, con excepción de una de las transnacionales mexicanas en el resto de los ejecutivos la perspectiva de la ética en los administradores está centrada en la conducta y en la aplicación del código de ética y valores para controlar la conducta de los empleados en el interior de la organización o de los proveedores en el exterior. La perspectiva anterior nos indica que está centrada en el nivel operativo de la organización y no en el nivel gerencial de toma de decisiones de la empresa, en el 100% de las corporaciones los administradores mencionan que utilizan el código de ética como marco de referencia en su toma de decisiones.

En cuanto a la promoción y difusión de la cultura de la RSE dentro y fuera de la organización empresarial, los procesos utilizados en la formación de una cultura de responsabilidad social de acuerdo a las respuestas de los administradores son los siguientes: procesos de involucramiento del personal (voluntariado, asistencia social, reforestación), procesos educativos (herramientas comunicacionales, capacitación, de ahorro de energía), procesos reguladores de la conducta (códigos de ética, sistema de denuncias) y por último, procesos de selección y reclutamiento del personal (programas laborales de no discriminación, tests de obtención de perfiles).

Los procesos de involucramiento de personal se consideran muy importantes por los administradores porque se vivencian las acciones de responsabilidad social y contribuyen a formar actitudes en los empleados de las corporaciones, adicionalmente se hace énfasis en los procesos reguladores a través de los códigos de conducta y valores.

En lo que respecta al empleo del Internet para comunicar sus reportes sociales algunas de las empresas multinacionales tanto mexicanas como extranjeras tenían sitios de Internet cuando se realizó la entrevista en el verano del 2008 en donde se podían acceder los reportes sociales de estas corporaciones.

Con excepción de una de las empresas trasnacionales que no está certificada, en el resto de las empresas se realizaron reportes sociales como producto del proceso de certificación, dichos reportes son utilizados para

comunicar tanto al sector gobierno como al sector de la sociedad civil las acciones de RSE que son llevadas a cabo; sin embargo, en la mayoría de los empresas estos reportes no tienen una función de interlocución o diálogo sino sólo informativa. De lo expuesto anteriormente podemos concluir que tanto el recurso del Internet como el diálogo intersectorial para la planeación de las acciones de responsabilidad social son áreas de oportunidad por desarrollar.

Los proyectos de vinculación con la comunidad son un medio para difundir la RSE principalmente en los grupos de interés que están fuera de la empresa, son de diferentes tipos, cada empresa desarrolla e implementa sus programas de acuerdo al giro y al producto o servicio que comercializa, estos proyectos pueden ser clasificados como : proyectos educativos, proyectos de donaciones, proyectos de voluntariado y asistencia social, proyectos ecológicos, proyectos de Comunicación social, proyectos de Certificación, proyectos de Desarrollo de Nuevos Productos, proyectos de Desarrollo Urbano, proyectos de Desarrollo de Procesos, proyectos de Recursos Humanos

En la tercer pregunta de investigación, el focus principal es el entorno de la globalización y su relación con la RSE, la globalización es un contexto político, económico y cultural que exige el cumplimiento de estándares a las empresas, entre ellos la demanda internacional por una conducta responsable, con el cumplimiento de la RSE se tiene el acceso a los mercados internacionales.

Para cumplir la condición anterior los procesos de certificación como Empresa Socialmente Responsable (ESR) se convierten en herramientas estratégicas, y esto ha tenido consecuencias para el desarrollo de la RSE en México y específicamente en Monterrey, la globalización ha venido a dar un impulso a la RSE en Monterrey.

En México en los últimos años, la búsqueda del reconocimiento como ESR por razones principalmente estratégicas de competitividad en el mercado global ha hecho que las empresas adopten el modelo de RSE promocionado por ALIARSE y el CEMEFI, que son los organismos que certifican a las empresas como empresas socialmente responsables.

Tres de las once ejecutivos mencionaron que se utiliza el *Global Reporting Initiative (GRI)* como referencia comparativa, el GRI es el estándar mundial en materia de medio ambiente y desarrollo sustentable; en su elaboración han participado representantes de empresas, sindicatos, organizaciones asesoras no lucrativas, y auditoras, entre otras.

En el mercado global la RSE agrega valor a los procesos de gestión y dirección de las empresas, al ser un conjunto de principios que se utilizan en los procesos de planeación y toma de decisiones de las empresas (Martínez Garcés, 2007), por esta razón la certificación como ESR permite estar alineado a la cadena de valor de las grandes corporaciones transnacionales y cumplir con uno de los requerimientos para acceder al mercado financiero en las casas de bolsa internacionales.

Por último, la cuarta pregunta de investigación se centra en los actores que participan en el desarrollo de la RSE, los actores sociales se encuentran en los tres sectores principales de la sociedad: gobierno, organizaciones civiles y empresa.

Los comentarios de los ejecutivos sobre cada sector son muy variados , pero en general se puede concluir que se considera de primera importancia las alianzas intersectoriales para tener éxito en la implementación de los programas de RSE.

Algunos administradores opinan que son las empresas las que han impulsado más la RSE que los demás sectores, esto es comprensible si consideramos que las empresas tienen una fuerte presión por la competitividad en el mercado global.

Para algunos administradores existe participación del gobierno, pero falta una mayor difusión de la RSE y coordinación en la implementación de iniciativas, la participación de las asociaciones civiles y empresariales ha sido clave en el proceso de difusión de RSE, como es el caso del CEMEFI.

Como una conclusión final del proyecto y a manera de síntesis se replantea la pregunta final de la entrevista : ¿Cuál es la tendencia actual en las empresas de la ciudad de Monterrey sobre la importancia de la RSE (Responsabilidad Social Empresarial)?

Para contestar la pregunta anotaremos las siguientes conclusiones obtenidas de los resultados de la tesis: el contexto de la globalización exige la

RSE (Responsabilidad Social Empresarial) como requisito para el acceso a los mercados internacionales y en la cotización de las casas de bolsa de los países del primer mundo para los mercados financieros, de esta forma se valida el primer supuesto de la tesis, donde se plantea que la globalización es un disparador del crecimiento de la RSE.

La RSE es una estrategia de negocios y de mercadotecnia en el entorno actual de la globalización principalmente para las corporaciones multinacionales, con esta conclusión se corrobora la tendencia creciente de la RSE que es el planteamiento del segundo supuesto de este proyecto.

La participación de la sociedad civil es cada vez más activa en los últimos años, especialmente en los centros universitarios de Monterrey donde se ofrecen a nivel de posgrado programas en Desarrollo Sustentable y Ética Empresarial, esto traerá por consecuencia un desarrollo cultural sobre el tema de la RSE en los tres sectores participantes y como resultado un crecimiento sobre el tema de RSE.

Las PYMES (pequeñas y medianas empresas) están obligadas a cumplir con la RSE para estar alineadas a las cadenas de valor de las grandes corporaciones multinacionales, esta conclusión contribuye a corroborar el segundo supuesto sobre el tendencia creciente de la RSE en la ciudad.

En nuestro país la RSE es un tema en emergencia que está en proceso de consolidarse en los tres sectores: en la empresa, el gobierno y la sociedad civil, en el proceso de difusión de la RSE las grandes corporaciones tendrán un importante papel ya que serán punta de lanza por su relación con las

grandes empresas mundiales de los países del primer mundo que son las que impulsan la RSE a nivel internacional.

ÍNDICE DE TABLAS

	Página
Tabla 1. Comparación de la Metodología Cualitativa / Cuantitativa.....	14
Tabla 2. Validez Científica de la Investigación Cualitativa.....	24
Tabla 3. Objetivos de las preguntas de la entrevista.....	25
Tabla 4. Objetivos de las preguntas de la entrevista (continuación).....	26
Tabla 5. Corpus de investigación (empresas participantes).....	28
Tabla 6. Perfil de administradores entrevistados.....	29
Tabla 7. Desarrollo histórico de la Responsabilidad Social Empresarial (Inicio del Siglo XX hasta los sesenta).....	34
Tabla 8. Desarrollo histórico de la Responsabilidad Social Empresarial (Desde los setenta hasta finales de los noventa).....	36
Tabla 9. Fundaciones que promueven RSE en América Latina (Por tipo de Asociación).....	43
Tabla 10. Ciudadanía Corporativa en América. Niveles de actividad en algunos países seleccionados.....	47
Tabla 11. Definiciones de ética empresarial.....	58
Tabla 12. Modelo Accionistas (Shareholder) versus modelo RSE (Stakeholder).....	63
Tabla 13. Definiciones de Responsabilidad Social Empresarial.....	65
Tabla 14. Principios y Normas de la RSC.....	69
Tabla 15. Teorías de la Ideología.....	105
Tabla 16. Importancia de la RSE.....	137
Tabla 17. Motivaciones de la RSE.....	140
Tabla 18. Percepción de la Responsabilidad Social (Multinacionales Mexicanas).....	141
Tabla 19. Percepción de la Responsabilidad Social (Continuación).....	142

Tabla 20. Certificación como ESR (Empresa Socialmente Responsable) Multinacional Mexicana.....	143
Tabla 21. Certificación como ESR (Empresa Socialmente Responsable) Multinacional Extranjera.....	144
Tabla 22. Certificación como ESR (Empresa Socialmente Responsable) Empresas Nacionales.....	145
Tabla 23. Beneficios Internos de la RSE.....	147
Tabla 24. Beneficios Externos de la RSE.....	148
Tabla 25. Relación de Supervivencia con el Reconocimiento de ESR.....	150
Tabla 26. Relación del Éxito y Eficiencia con el Reconocimiento de ESR.....	152
Tabla 27. Prioridades de las Empresas en el entorno actual (Empresas Mexicanas).....	154
Tabla 28. Prioridades de las Empresas en el entorno actual (Empresas Extranjeras).....	155
Tabla 29. Percepción de la ética y su relación con la responsabilidad social (RS).....	157
Tabla 30. La ética y su aplicación en la toma de decisiones.....	159
Tabla 31. La formación de la cultura de ética y la RSE hacia dentro y fuera de la organización.....	160
Tabla 32. La globalización y la formación de la cultura de la ética y la RSE.....	163
Tabla 33. La formación de la cultura de la ética y la RSE en los Administradores y empleados.....	165
Tabla 34. Programas sociales de fortalecimiento de imagen de RSE.....	167
Tabla 35. Colaboración de las organizaciones civiles y el gobierno en la promoción de la RSE (Sociedad Civil).....	170
Tabla 36. Colaboración de las organizaciones civiles y el gobierno en la promoción de la RSE (Gobierno).....	170
Tabla 37. Colaboración de las organizaciones civiles y el gobierno en la promoción de la RSE (Empresa).....	171
Tabla 38. Tendencia de la responsabilidad social empresarial.....	172

ÍNDICE DE FIGURAS

	Página
Figura 1. Etapas de la metodología cualitativa.....	16
Figura 2. Proceso de obtención del corpus de investigación.....	31
Figura 3. Fuerzas sociales de cooperación y conflicto en el discurso y praxis de la RSE.....	39
Figura 4. Modelo ético con responsabilidad.....	60
Figura 5. La RSE como reacción a la presión de diversos grupos de Interés.....	68
Figura 6. Ámbitos de la RSE en la globalización.....	90
Figura 7. Análisis Multidisciplinario de RSE.....	119
Figura 8. La RSE como estrategia de inversión.....	149

ÍNDICE DE GRÁFICAS

	Página
Gráfica 1. Empresas que obtuvieron en México el distintivo ESR del 2001 al 2011.....	53
Gráfica 2. PYMES que obtuvieron en México el distintivo ESR del 2008 al 2011.....	53
Gráfica 3. Empresas en países de América Latina que obtuvieron el Distintivo ESR del 2008 al 2011.....	54

BIBLIOGRAFÍA

- Alonso, L.E. (2003). *La mirada cualitativa en sociología*. España: Editorial Fundamentos.
- Alvárez-Gayou, J.L. (2007). *Cómo hacer investigación cualitativa*. México. Editorial Paidós Mexicana, S.A.
- Ariño, A. (1997) *Sociología de la cultura. La constitución simbólica de la Sociedad*. España : Editorial Ariel, S.A.
- Bauman, Z. (2006). *Ética posmoderna*. México: Siglo XXI Editores.
- Bauman, Z. (2001). *La posmodernidad y sus descontentos*. Madrid: Ediciones Akal, S.A.
- Baudrillard, J. (1984). *Cultura y simulacro*. Barcelona: Kairós.
- Brown, M.T. (1992). *La ética en la empresa. Estrategias para la toma de decisiones*. Barcelona: Ediciones Paidós, S.A.
- Carney, L.S. (1999) Globalización. ¿el legado final del socialismo?
En Saxe-Fernández John (Coordinador) *Globalización: crítica a un Paradigma* (pp. 167-214). México: Plaza & Janés Editores.
- Cea D´Ancona, M. (1999). *La metodología cualitativa. Estrategias y técnicas de investigación social*. Madrid: Editorial Síntesis.
- CEMEFI (Centro Mexicano para la Filantropía). Listado de empresas Socialmente responsables 2006. Memoria reunión anual. Consultado en línea en marzo 17,2009 en [http://www. \El Centro Mexicano para la Filantropía \(CEMEFI\) - LISTADO ESR 2006.mht](http://www.ElCentroMexicanopara laFilantropía (CEMEFI) - LISTADO ESR 2006.mht)
- CEMEFI (Centro Mexicano para la Filantropía). Listado de empresas Socialmente responsables 2007. Memoria reunión anual. Consultado en línea en marzo 17,2009 en [http://www. \El Centro Mexicano para la Filantropía \(CEMEFI\) - LISTADO ESR 2007.mht](http://www. \El Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI) - LISTADO ESR 2007.mht)
- CEMEFI (Centro Mexicano para la Filantropía). Listado de empresas Socialmente responsables 2008. Memoria reunión anual. Consultado en línea en marzo 17,2009 en [http://www. \El Centro Mexicano para la Filantropía \(CEMEFI\) - LISTADO ESR 2008.mht](http://www. \El Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI) - LISTADO ESR 2008.mht)
- Chomsky, N. (2009). *Chomsky y los mitos del libre comercio*. Entrevista realizada en junio del 2009 por la BBC. Consultado en línea en julio del 2009 [http://www.bbc.co.uk/mundo/participe/2009/06/090618_participe_chomsky_libre comercio_3.shtml](http://www.bbc.co.uk/mundo/participe/2009/06/090618_participe_chomsky_libre_comercio_3.shtml)
- Cortina, A. (1996). *El quehacer ético. Guía para la educación moral*. España: Aula XXI / Santillana de Ediciones, S.A.

- Cortina, A. (2003). *Ética de la empresa. Claves para una nueva cultura Empresarial*. España: Editorial Trotta.
- Ferrater, J. (2001). *Diccionario de Filosofía*. Barcelona: Editorial Ariel.
- Foucault, M. (2009). *El orden del discurso*. México: Tusquets Ediciones.
- Giddens, A. (1999). *La tercera vía. La renovación de la socialdemocracia*, Madrid, Alianza.
- Giddens, A. y Hutton, Will (2001). *En el límite. La vida en el capitalismo global*. Barcelona: Tusquets Ediciones.
- Gómez-Acebo, P. (2001) Aportaciones éticas de la mujer a la gestión empresarial; a la ética desde la vida. En Fernández Aguado, J. (Comp.) *La ética de los negocios* (pp. 51-82). Barcelona: Editorial Ariel, S.A.
- González Lara, M. (2008). *Responsabilidad Social Empresarial. Una guía para comprender el fenómeno que está revolucionando a las empresas de Latinoamérica y el mundo*. México: Editorial Norma.
- González, M. (2007). "Empresas sin responsabilidad social". *La Gaceta*. 28 de Mayo del 2007. p. 7
- Gorosquieta, J. (2001). *Ética de la Empresa. Teoría y casos prácticos*. España: Ediciones Mensajero, S.A.
- Habermas, J. (1975). *Problemas de legitimación en el capitalismo tardío*. Buenos Aires: Amorrurtu.
- Haslam, A. (2004). "El espíritu salvaje del desarrollo. El estado de la responsabilidad social corporativa en América Latina". *Revista Futuros*. Volumen II (6)
<http://www.revistafuturos.info>
- Lecuona, R. (2007). *La responsabilidad social empresarial y México en la globalización*. Proyecto de Investigación: Universidad de Anáhuac.
- Lipovetsky, G. (2008). *El crepúsculo del deber*. Barcelona: Editorial Anagrama.
- Lyotard, J. (1993). *La condición postmoderna*. Barcelona: Planeta-Agostini.
- Martínez, H. (2005) La ética empresarial al comienzo del nuevo milenio: una aproximación bibliográfica y pedagógica. Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá. Consultado en línea en Octubre 13, 2007 en http://www.javeriana.edu.co/fcea/documentos/documentos_admon/LA%20ETICA%20EMPRESARIAL.pdf

- Martínez Garcés, D. (2007). *La responsabilidad social empresarial, el papel de Gobiernos, los organismos multilaterales y las ONGs*. Proyecto de Investigación :Universidad de Anáhuac.
- Mc Cracken, G.D. (1988). *The Long Interview*. Qualitative Research Methods. Series 13. Sage Publications: Newbury Park, California.
- Mullerat, R. (2007). *En buena compañía. La responsabilidad social de las Empresas*. México: Random House Mondadori, S.A. de C.V.
- Perdiguero, T. (2003). *La responsabilidad social de las empresas en un mundo global*. Barcelona: Editorial Anagrama.
- Pérez, M. (2007). *La Responsabilidad Social Corporativa en México: Un acercamiento desde la Comunicación en las 25 empresas más importantes del país*. Tesis de Doctorado en Comunicación Organizacional: Universidad de Málaga.
- Peters, M. (2007). *Responsabilidad Social Empresarial y la Empresa: Un Análisis de Economía Política*. Proyecto de Investigación: Universidad de Anáhuac.
- Ramos, E. (2001). *La ética del marketing: importancia de la ética y Responsabilidad social para la efectividad organizacional*. Sevilla: Caja San Fernando.
- Reséndez Malo, L.(2008).*Responsabilidad Social en la cultura empresarial regiomontana: un análisis del discurso público de CEMEX*. México: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey.
- Ricoeur, P. (2001). *Ideología y utopía*. Barcelona: Editorial Gedisa, S.A.
- Rodríguez Aguilar, E. (2006) La necesidad del diálogo: una realidad política y disciplinaria En Rosales R., Servando Gutiérrez y J.L. Torres Franco (Coord.) *La interdisciplinar en las ciencias sociales*. México: Universidad Autónoma Metropolitana.
- Rodríguez, O., José Fernández y Juan Ignacio Martín-Castilla (2007). "Percepción directiva de las relaciones entre responsabilidad social y Ética empresarial", *Boletín Económico de ICE*, No. 2927, Diciembre. 43-56.
- Rodríguez, O. (2007). *Responsabilidad social corporativa y capital social en sector corporativo: un debate en la encrucijada*. Madrid: Universidad Autónoma de Madrid.
- Sanborn, C. y Felipe Portocarrero (2003). *La filantropía "realmente existente" en América Latina*. Lima: Universidad del Pacífico.

- Serna de la Garza, M. (2007). *Mercado laboral y Responsabilidad Social Empresarial: el caso de México*. Proyecto de Investigación: Universidad de Anáhuac.
- Taylor, Steve J., y Robert Bogdan (comps.) (1996). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación. La búsqueda de significados*, Barcelona: Paidós.
- Thompson, J.B. (2006). *Ideología y cultura moderna*. México: Universidad Autónoma Metropolitana.
- Vasilachis, I. (1998). *Discurso político y prensa escrita. Un análisis sociológico, jurídico y lingüístico*. Barcelona: Editorial Gedisa.
- Vasilachis, I. (2007). *Estrategias de investigación cualitativa*. Barcelona: Editorial Gedisa.

ANEXO
A. Instrumento de Investigación.



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN

IMPORTANCIA DE LA ÉTICA Y LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LAS EMPRESAS REGIOMONTANAS” GUÍA DE ENTREVISTA

INVESTIGADOR:
LIC. JORGE EDUARDO CANO GARZA

DIRECTOR:
DRA. MARÍA LUISA MARTÍNEZ SÁNCHEZ

OBJETIVO:

La Responsabilidad Social de la Empresas (RSE) es un hecho social que se ha incrementado en los últimos años a nivel internacional y en nuestro país. Este interés surge en gran parte por el comercio internacional y la inversión mundial. En vista de la importancia que ha adquirido la ciudad de Monterrey en el desarrollo de la industrialización en el entorno global actual, se está realizando una investigación para conocer **la percepción que tienen los administradores de las empresas regiomontanas sobre la importancia de la ética y la responsabilidad social**, esto es sumamente valioso dado que las empresas constituyen un agente de cambio social de primera importancia en este tiempo. Para el logro de este objetivo se está solicitando su participación a través del llenado de una encuesta y una entrevista, la información recopilada a lo largo de esta investigación será tratada de manera confidencial y la presentación de los resultados se realizará en forma anónima utilizando estadísticos. Estos resultados podrán ser compartidos con las empresas que colaboren en este estudio el cual forma parte de un proyecto de tesis de maestría en Ciencias Sociales.

INTRODUCCIÓN:

A continuación se muestra una guía de entrevista que consta de 17 preguntas acerca de la ética y la responsabilidad social, de preferencia se solicita que la entrevista sea grabada, en caso de no ser posible, puede ser contestada por escrito.

Agradecemos su participación.

GRACIAS POR SU ATENCIÓN Y AL TIEMPO INVERTIDO.

INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

INTRUCCIONES:

Instrucciones para responder a las preguntas relacionadas con la empresa.

A) Preguntas que se responden libremente tecleando la información.

B) Preguntas que se responden seleccionando con el ratón

DATOS DE LA EMPRESA:

A) Nombre de la Empresa :

B) Tamaño de la Empresa: Grande Mediana Pequeña

Giro de la Empresa :

Otro:

Tipo de Inversión :

DATOS DEL EJECUTIVO:

A) Nombre del Ejecutivo :

B) Posición administrativa: Director Gerente Jefe

Sexo: M F

Nivel Académico: Licenciatura Maestría

Doctorado

LA ENTREVISTA

1. **¿Cuál es su percepción sobre la importancia actual de la Responsabilidad Social de las Empresas?**
2. **¿Qué entiende usted por Responsabilidad Social?**
3. **¿Se encuentra la empresa certificada como “Empresa Socialmente Responsable”? ¿Desde cuándo?**
4. **¿A través de que instancia se realizó la certificación? ¿Existen instancias internacionales para las empresas extranjeras?**
5. **¿En caso de no estar certificada, se tiene algún proyecto encaminado a obtener la certificación?**
6. **¿Cuáles son los beneficios que obtiene una empresa reconocida como socialmente responsable? Qué se obtiene tanto hacia el interior como al exterior de la corporación con la búsqueda del reconocimiento o la acreditación como socialmente responsable?**
7. **¿Qué tan importante es el reconocimiento de empresa socialmente responsable para la sobrevivencia de una empresa?**
8. **¿Cómo se relacionan el éxito y la efectividad de una empresa con su reconocimiento como socialmente responsable?**

9. **¿Cuáles piensa usted que son o debieran ser las prioridades de una empresa en el entorno actual?**
10. **¿Qué significa para usted la ética empresarial? ¿Cómo se relaciona con la responsabilidad social?**
11. **¿Cómo piensa que la ética puede ser aplicada en los procesos de toma de decisiones de una empresa? ¿Se aplica actualmente en la corporación?**
12. **¿Cómo se ha trabajado desde el interior de la organización para crear una cultura de ética y responsabilidad social hacia dentro y fuera de la empresa?**
13. **¿Cómo piensa que ha influido el entorno actual de la globalización en la formación de la cultura y quehacer de responsabilidad social de las organizaciones?**
14. **¿Qué actividades se realizan en la organización para que sus trabajadores y sus administradores cuenten con una cultura ética y de responsabilidad social?**
15. **¿Qué proyectos tiene la organización para fortalecer su imagen como empresa socialmente responsable? ¿Que convenios o contactos tiene con la comunidad?**
16. **¿Cómo piensa que han colaborado las asociaciones civiles, y las instituciones del gobierno en la promoción de la cultura de responsabilidad social en el país?**
17. **De acuerdo a su percepción ¿Cuál es la tendencia actual en las empresas regiomontanas acerca de la importancia de la Responsabilidad Social Empresarial?**