

**ANÁLISIS DE LOS INDICADORES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL
EN EMPRESAS DE BAJA CALIFORNIA**

Martha Elena López Regalado

Universidad Autónoma de Baja California

Juan Manuel Perusquía Velasco

Universidad Autónoma de Baja California

Blanca Estela Bernal Escoto

Universidad Autónoma de Baja California

Rocío Villalón Cañas

Universidad Autónoma de Baja California

Robert Efraín Zarate Cornejo

Universidad Autónoma de Baja California

Área Temática: H) *Responsabilidad social corporativa*

Palabras clave: *Responsabilidad Social Empresarial, Indicadores de la Responsabilidad Social Empresarial, Stakeholders, Responsabilidad Social Universitaria, Sostenible.*

ANÁLISIS DE LOS INDICADORES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN EMPRESAS DE BAJA CALIFORNIA

Resumen

La Responsabilidad Social Empresarial o Corporativa, ha adquirido un interés especial con reclamo a una eficiente gestión, conduciendo a valor estratégico las acciones de RSE que realizan las empresas ante los diferentes grupos de interés al interactuar en su entorno con clientes, proveedores, trabajadores y la sociedad en general. La dinámica actual exige invertir hoy en la conservación y estabilidad social de las empresas y de quienes participan en ellas para tener un mañana. El desarrollo y progreso dependen de cómo se efectuó la planeación e inversión, los indicadores sirven para conocer su estatus respecto a la responsabilidad social empresarial.

I. Introducción

Cicerón con su frase “la justicia es indispensable para la realización de negocios”, indica la gran responsabilidad que tienen las empresas en realizar actos sociales para el bien común en el logro de sus objetivos. Los tratados de libre comercio abren las puertas a empresas internacionales que tratan de avanzar en actos de un comercio justo sin perjudicar las economías de otros países, pues aunque estas buscan su beneficio económico, no deben olvidar el cuidado del medioambiente, el bienestar de sus trabajadores, empleados, proveedores y la sociedad en general.

El principio básico de la RSC es el de transparencia, que implica proporcionar información de las acciones de las cuales resulta responsable (AECA, Asociación Española de Contabilidad y Administración, 2004)¹. La accountability tiene una participación importante en la contabilidad social de las relaciones entre los individuos, grupos, organizaciones y derechos sobre tales relaciones Gray et al., 1997, citado por (Moneva A., 2009). La accountability supone la responsabilidad de emprender ciertas acciones y la de rendir cuentas sobre las mismas y es donde reside el núcleo de la información sobre sostenibilidad (Gray R., 1996)

Al considerar lo anterior, se puede identificar como las empresas realizan una serie de etapas de transición, en cuanto a Responsabilidad Social se refiere, la primera se puede apreciar cuando a través de este concepto las empresas tienden a mejorar procesos, venderse e incluso posicionarse en el mercado: la segunda se presenta cuando por medio de ésta intentan la confianza de los actores internos, como es el caso de los trabajadores, y externos como son los proveedores y clientes entre otros, por último la tercera a través de la cual se busca lograr la calidad de vida para el contexto en el que interactúan. (Gray R., 1996)

Las empresas tienden a dar a conocer diversas motivaciones para la implementación de políticas de Responsabilidad Social Corporativa. Estas motivaciones pueden ir desde cumplir con los requerimientos legales obligatorios básicos encaminados a controlar prácticas empresariales hasta considerar a la Responsabilidad Social Corporativa como un herramienta para incrementar la productividad y mejorar el desempeño financiero de la empresa (R Panwar, 2008).

PROBLEMATICA

Para ejercer efectivamente el papel de una empresa socialmente responsable, es preciso incorporar este el tema a los procesos de gestión y considerarlos dentro de la planeación estratégica del negocio. Por lo tanto se deben desarrollar buenas prácticas y difundirlas en memorias de responsabilidad social o de sustentabilidad, donde se demuestre que la empresa u organización cumple con un mínimo de indicadores del tema en cuestión, ya que debido a la constante presión que ejercen los consumidores sobre la forma en que las empresas elaboran sus productos o prestan un servicios, éstas se ven obligadas a involucrarse en la mejora continua de los procesos y de las condiciones laborales como parte de sus estrategias de responsabilidad social

(Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social, ETHOS, 2007) El Instituto expone que los indicadores de la RSE son una herramienta de aprendizaje y evaluación concerniente a la incorporación de la responsabilidad social en la planeación estratégica y el control de la empresa;

¹ Parrafo 43 Documento no. 1

pero dependiendo de la institución evaluadora, existe una variedad de indicadores para diagnosticar la responsabilidad social, inclusive, careciendo de uniformidad en algunos casos; por lo que en el presente trabajo se pretende mostrar los que coincidan, con el objetivo de presentar indicadores mínimos aplicables en todos los casos.

Preguntas de investigación

- ¿Cuáles son los indicadores más utilizados dentro de la empresa para la RSE?
- ¿Cuenta con alguna metodología para la implementación de los indicadores de RSE?
- ¿Cuáles son las principales prácticas de responsabilidad social dentro de la empresa?

II. Justificación

Las empresas desarrollan políticas, estrategias, procedimientos y buenas prácticas que buscan satisfacer necesidades sociales, laborales y medioambientales que tienen las partes interesadas. El uso de indicadores permite conocer el grado de cumplimiento que tiene la empresa con los objetivos de sostenibilidad dentro de su entorno.

Objetivos

1. Determinar cuáles son los indicadores de la Responsabilidad Social que tienen mayor incidencia en las empresas encuestadas de la región.
2. Describir la relación entre los diferentes indicadores de la Responsabilidad Social Empresarial y las acciones tomadas por las empresas para dar cumplimiento a los mismos.

III. Desarrollo del Tema

Evolución de la responsabilidad social empresarial

(Vallaey, s/a) Define la Responsabilidad Social Empresarial como un conjunto de prácticas de la organización que forma parte de su estrategia corporativa y que tienen como fin evitar daños y /o producir beneficios para todas las partes interesadas en la actividad de la empresa tanto para la misma organización como para la sociedad.

El Libro Verde de la Unión Europea la define como “

Evolución de la responsabilidad social empresarial	
1929	Se buscan mejores condiciones laborales para los trabajadores
1950	Inicia el desarrollo de los indicadores básicos para diagnosticar la RSE. (Lecuona, 2007).
1960	Las empresas comienzan a equilibrar los intereses de los accionistas, empleados, clientes, proveedores y comunidad. (Thompson, Strickland, y Gamble, 2006).
1980	En Estados Unidos se reúnen directores en lo que se llamó la Mesa Redonda de los Negocios, misma que promueve el concepto de responsabilidad social. ibidem
1990	Se funda el World Business Council for Sustainable Development (2013) con sede en

	Suiza, mismo que define a la responsabilidad social como el compromiso que asume la empresa para contribuir al desarrollo económico sostenible por medio de colaboración con sus empleados, familias, comunidad local y sociedad para mejorar la calidad de vida.
1999	Aparición del Pacto Mundial, se inicia una nueva ola de RSE.
2000	Para el año 2007 de más de 4,000 empresas de 116 países ya formaban parte del Pacto

(Casado, 2006) En la evolución de la RSE se destaca o caracterizan por tres etapas:

La primera de 1960 a 1980: Se comienza a exigir una reducción en el impacto medioambiental, surge la legislación ambiental, la empresa reacciona a la defensiva pero en el mejor de los casos, cumple con la ley.

La segunda de 1980 a 1990: Se observa un creciente interés en el conocimiento de crear nuevos sistemas de producción, nuevas tecnologías y nuevos productos que garanticen el desarrollo sostenible (algunas empresas empiezan a liderar el proceso hacia la sostenibilidad).

La tercera de 1990 a 2000: Se percibe la necesidad de un cambio profundo en la gobernanza de las empresas para alcanzar el desarrollo sostenible (las empresas se centran en creación de nuevos mercados y en generar valor). El papel del sector público y la sociedad civil adopta una creciente importancia.

El mismo (Vallaey, s/a) nos dice que la Responsabilidad Social aparece cuando “una organización desarrolla la toma de conciencia compleja y holística, dicha conciencia ligada a voluntad ética e interesada en hacer el bien creando una articulación pocas veces practicada entre ética y eficacia”. Es una acción colectiva que se concibe como un todo complejo, que responde a las exigencias y necesidades de todos los afectados mediante la práctica de una ética: servicial, del diálogo, democrática con visión global y regulativa al servicio de los intereses de todos, asegurando la sostenibilidad y el equilibrio de la organización.

Dentro de la evolución que ha experimentado la RSE ha tratado de llegar a todo tipo de empresa u organización podemos apreciar algunas de sus diversas manifestaciones descritas posteriormente que van desde la responsabilidad social, corporativa, empresarial, ciudadana y universitaria o educativa, todas con el mismo fin de buscar el bien común para sus Stakeholders cuidando del medio ambiente en un ambiente transparente de ética y valores.

La Responsabilidad Social Corporativa.

La Responsabilidad Social Corporativa (SRC) es la forma de conducir los negocios caracterizada por considerar los impactos que generan todas sus actividades sobre sus clientes, empleados, accionistas, comunidades locales, medioambiente y sobre la sociedad en general. Ello implica cumplir en forma obligatoria con la legislación nacional e internacional en los ámbitos social, laboral, medioambiental y de derechos humanos, así como cualquier acción voluntaria que la empresa quiera emprender para mejorar la calidad de vida de su personal, las comunidades y de la sociedad en su conjunto del entorno que la rodea (ORSC, 2011).

Se puede apreciar una serie de etapas de transición en las acciones de las empresas que se dirigen a la implementación de la RSC sostenida; primera cuando a través de este concepto denotan una herramienta para mejorar procesos, vender e incluso posicionar sus productos y servicios; segunda, cuando por medio de ella intentan generar un estado de confianza en los actores internos como los trabajadores y los externos como es el caso de los proveedores y clientes entre otros; y tercera, a través de la responsabilidad social la cual busca mejorar la calidad de vida para la sociedad ubicada en el contexto en el que interactúan.

La respuesta corporativa a las cuestiones sociales y ambientales, mejor conocida como Responsabilidad Social Corporativa, ha sido estudiada por varios autores que la han visto avanzar por tres etapas: maximización de utilidades, administración de la confianza y administración de la calidad de vida (Gray R., 1996)

Podríamos tomar estas tres etapas como una práctica inclusiva en la Responsabilidad Social Corporativa moderna; no actuando solamente por las utilidades de la empresa, sino viendo por los intereses de todas las partes interesadas o Stakeholders.

Responsabilidad Social Ciudadana

Hoy en día, la responsabilidad social es un compromiso y una obligación que tienen los miembros de una sociedad consigo mismos y con todo aquellos que les rodea. El concepto de responsabilidad social ciudadana se remonta en los filósofos griegos y del sistema romano de legalidad de acuerdo a (Urquiza, 2010), donde se enfatizaba en los deberes cívicos, y la igualdad de los derechos ciudadanos.

Para Valenzuela (Valenzuela, 2013) un ciudadano actúa con responsabilidad social cuando se hace cargo de sus actos, consecuencias y efectos que estos tienen sobre la sociedad. De otra manera al momento de actuar valora que sus acciones no traigan consecuencias negativas para los demás.

La responsabilidad social no necesita de clasificaciones ni de personas a las que se les tenga que informar su desarrollo y/o cumplimiento, solo es cuestión de tener conciencia que la ciudad es de todos los seres humanos que la habitan y por lo tanto a todos les corresponde ser responsables de su cuidado, ya que de sus acciones depende la dignidad en la que deseen vivir.

Considerando lo anterior, la responsabilidad social de cada ciudad es importante y habla mucho de la imagen de las personas que habitan en ella, así mismo la imagen de ciertas ciudades posiblemente pueda referenciar el estatus económico en el que se encuentran sus habitantes debido al alcance que pueda conllevar una mala imagen de ciertos lugares a la sociedad.

Responsabilidad Social Universitaria

La educación es en esencia, la excelencia del proceso de transmitir conocimiento, que va desde el saber, hasta la cultura o las tradiciones, que se transmiten a las nuevas generaciones y sus deficiencias marcan a la sociedad, influyendo en cada individuo que pasa por el sistema educativo. Es tal la influencia de la educación en el individuo que el aprendizaje adquirido en la vida es necesario para resolver problemas cotidianos y a hacer la vida más fácil.

Para Romero (2010) la educación es el proceso de transmitir el saber y la cultura a las nuevas generaciones, por lo que sus deficiencias y atributos inciden en la formación de los ciudadanos e implica construir una sociedad que a mediano y largo plazo va a ser la destinataria de cada individuo que pase por su sistema.

El proceso de educación consiste básicamente en cómo se transmiten los conocimientos de generación a generación, con sus ventajas y desventajas influyentes en la formación de los individuos; por ende, la educación en esencia es un factor que interviene fuertemente en la sociedad.

(Martínez, 2013) Dice que la responsabilidad social educativa se define como una disposición voluntaria de las instituciones educativas, las cuales favorecen el despliegue de sus miembros hacia los demás. Si bien es cierto lo antes mencionado, la responsabilidad social educativa permite la expansión a sus miembros, ya que la responsabilidad social es un espacio natural con posibilidades sociales.

Por lo tanto las instituciones educativas cuentan con la responsabilidad social de aplicar eficientemente los principios del modelo de negocios. Un objetivo prioritario en la integración de la responsabilidad social educativa es el aprendizaje con valores, conocimientos y competencias, que ayude a las personas en la búsqueda de nuevas soluciones a problemas sociales, económicos y medioambientales que les afectan.

En la actualidad existen algunas instituciones educativas que se preocupan por el ambiente y la sociedad, a la vez que se vinculan con sus egresados, pero estos no fomentan valores éticos, ni contribuyen para una mejor calidad de vida de quienes trabajan para ellos; por ende, esas instituciones no son socialmente responsables, en cambio, existen otras instituciones que se comprometen con la responsabilidad social al involucrarse en proyectos de alumnos, padres y profesores, comprometiéndose con el desarrollo académico personal y profesional orientados al servicio social, con el firme propósito de aprovechar el talento de los estudiantes en la solución a problemas sociales y globales según las posibilidades de la institución.

La responsabilidad social en las instituciones educativas puede ser muy eficaz si se aplica el modelo tal como fue utilizado en el mundo de los negocios. (Pujadas, 2013) Afirma que está basada en la teoría de los stakeholders, donde se puede identificar a la escuela como ente responsable de acciones, que afectan a muchos. Esta teoría creada por Edward Freeman contiene ideas aplicables a los colegios, por ejemplo, la misión de la institución no es exclusivamente técnica o pedagógica, si no, educar personas dentro de la comunidad local con la que mantiene números vínculos en razón de su actividad.

La Responsabilidad Social dentro del contexto internacional.

Desde Naciones Unidas a la Unión Europea o la OCDE, el debate sobre la Responsabilidad Social Corporativa se multiplica. La Declaración Universal de los Derechos Humanos o las convenciones de la Organización Internacional del Trabajo tratan de marcar los mínimos para el respeto de los Derechos fundamentales. Las Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales facilitan toda

una serie de principios en áreas como los derechos o el medio ambiente que deben ser respetados por su país miembro.

En 1987 se publicó el Informe Brundtland, por la Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo, donde se define al desarrollo sostenible como “aquel que permite alcanzar el bienestar de las generaciones presentes sin poner en peligro la capacidad de las generaciones futuras la satisfacción de sus propias necesidades”. Del Foro Económico Mundial de Davos de 1999 surge el Global Compact o Pacto Mundial tratando de involucrar a las empresas en los principios de la responsabilidad social corporativa (ORSC, 2011), como consecuencia de una iniciativa presentada por Kofi Annan en el marco de las Naciones Unidas.

En el año 2000, la iniciativa PNUMA y CERES publica la versión definitiva de la primera guía Global Reporting Initiative (GRI), proporcionando criterios básicos para la elaboración de las memorias de sostenibilidad. Las inquietudes comunitarias encuentran su reflejo en la publicación en el año 2001 del Libro Verde de la Unión Europea, para el fomento de un Marco Europeo para la Responsabilidad Social Corporativa (ORSC, 2011).

Podemos calificar como desigual la respuesta de los diferentes países a las nuevas preocupaciones sociales, siendo mayor la respuesta del norte de Europa; especialmente en Dinamarca y Reino Unido por la existencia de una Secretaría de Estado para la Responsabilidad Social Corporativa (ORSC, 2011).

El aspecto ético de la Responsabilidad Social.

El aspecto ético de la Responsabilidad Social Corporativa ha evolucionado a partir de los años cincuenta, década en la que aparece un nuevo modelo de empresa cuyas características son:

- Organizaciones con múltiples socios.
- Diferencias de las empresas grandes, medianas y pequeñas tradicionales.
- Formalizan y jerarquizan su estructura, se convierten en organizaciones complejas.
- Se reconoce la trayectoria del capital humano como plan de carrera.
- Se logra la separación de la propiedad con la dirección de la empresa

La nueva perspectiva empresarial, admite considerar otras perspectivas e intereses adicionales a los de sus propietarios y directivos, pasa de la persona a la organización en la solución de los problemas, en su enfoque así como en los objetivos organizacionales.

En dicha transformación los procesos de fortalecimiento ético-empresarial se conforman por dos aspectos: el interno, como parte de los individuos que conforman la empresa y el externo, que surge de la presión social que ejerce el entorno donde se encuentra instalada la organización y la que por cuestiones socio-culturales presenta variaciones en lo que se considera ético y organizativo.

La ética en la Responsabilidad Social Corporativa persigue los siguientes objetivos (Lozano, 2002):

- Promover la calidad en la empresa.
- Mejorar la calidad de vida en el entorno interno y externo de la organización.

- Elevar la calidad de los procesos para la toma de decisiones.
- Fundamentar los criterios de operación así como determinar las finalidades.
- Capacidad de adaptación a la realidad externa e interna.
- Desarrollar una perspectiva social con responsabilidad.

Aunque son muy numerosas las publicaciones desde los años 80 que abogan por la reconsideración de las preocupaciones centrales de la empresa, es R. E. Freeman quien formula la primera defensa coherente de esta perspectiva, al atestar que mantener los buenos resultados económicos depende de la calidad de la relación de la empresa con varios sectores: con los propietarios-accionistas, los clientes, los proveedores, los empleados, los reguladores y los agentes creadores de opinión, así como el entorno social en que se ubica y el conjunto de las sociedades en que opera (Freeman, 1984).

Las Partes Relacionadas o Stakeholders.

Término inglés utilizado por primera vez en 1984 por (Freeman, 1992) para referirse a todas las entidades, personas, individuos o instituciones a quienes pueden afectar o se encuentran afectados por las actividades de una empresa. Estos agentes son el público interesado en el desarrollo de la organización considerados como elemento esencial en la planeación estratégica, puesto que ellos participan de los resultados del negocio.

La traducción del término ha sido motivo de debate entre diversos autores, pero se observa que las raíces etimológicas involucran dos conceptos simples que componen esta palabra. La raíz stake traducida al español significa apuesta y holder significa poseedor, obtenemos así un concepto compuesto que describe al poseedor de la apuesta que finalmente hace referencia a todo aquel agente o entidad que al involucrarse de alguna manera con la empresa se hace copartícipe de los resultados que ésta genere, ya sean positivos o negativos.

Desde el punto de vista del desarrollo de sistemas, un stakeholder es aquella persona o entidad interesada en la realización de un proyecto o tarea, auspiciando el mismo, ya sea mediante su poder de decisión o de financiamiento, o a través de su propio esfuerzo.

Esto es el origen del neologismo inglés stakeholders, con el que, desde la obra de Freeman, se conoce a estos sectores. Una expresión que surge en clara respuesta a la atención excesivamente polarizada a los accionistas (shareholders) del paradigma liberal y que se ha traducido de diferentes formas, siendo las más utilizadas “partes interesadas”, “públicos afectados o interesados” o “grupos de interés”.

Este enfoque emergente parte de la constatación de que la empresa tiene fuertes compromisos no sólo con sus accionistas, sino también con los restantes stakeholders. Compromisos no siempre compatibles, puesto que los objetivos que los diferentes grupos de interés tienen con la empresa pueden ser diferentes. Por eso, la empresa que quiera atenderlos a todos adecuadamente debe tratar de gestionar ese conflicto potencial de expectativas, buscando una respuesta ponderada para encontrar el equilibrio óptimo en su relación con sus grupos de interés.

La importancia de los Stakeholders (Caballero, 2007) *la manifiesta diciendo: "...esta concepción de la empresa como conjunto de recursos destaca la importancia para ella de los stakeholders, al menos de aquéllos cuyo concurso precisa, con independencia de cualquier hipotética obligación moral hacia ellos. En la medida en la que la empresa emplea recursos sobre los que no tiene derechos de propiedad o éstos son ambiguos..., podrá encontrarse con la necesidad de otorgarles un trato diferenciado si desea seguir disponiendo de ellos..."*.

En ésta perspectiva radica la importancia de este nuevo enfoque: en el convencimiento de las contrariedades entre los intereses parciales de los diferentes grupos de interés no constituyen un juego de suma cero, donde cada uno gane necesariamente lo que ha de perder otro. Al contrario, la adecuada gestión de las diversas expectativas puede conducir a un juego cooperativo, en el que todos pueden resultar beneficiados si la empresa acierta en el equilibrio con que responde y atiende a todos ellos.

En este sentido, se trata entonces de brindar una atención equitativa a todos los grupos de interés y por consiguiente supone tomar en consideración todas las dimensiones de la actividad de la empresa:

- La financiera, prioriza la obtención del máximo beneficio económico.
- La productiva, atiende las relaciones en el proceso productivo.
- La comercial, centra su atención en las ventas y en las expectativas de los clientes.
- La jurídica, se enfoca hacia el cumplimiento de los requisitos exigidos por la ley.
- La humana, implica el adecuado respeto hacia las personas.
- La social y ambiental, toma en consideración los efectos que la actividad de la empresa tiene en las condiciones de vida y en el medio ambiente de las sociedades en que opera.

Como se ha señalado anteriormente los aspectos que engloban la Responsabilidad Social, no son nuevos, pero es obvio que se trata de elementos a los que la empresa viene concediendo una atención creciente, integrándolos además de una forma cada vez más coherente y sistemática en su proceso de gestión.

- Presión de la sociedad civil.
- Presión de las instituciones públicas.
- Presión del mercado.
- Cambios en el entorno.
- Posicionamiento de marca.
- Incremento de ventas.
- Acceso a mercados delimitados.

En este sentido es importante resaltar que a nivel internacional los únicos criterios unificados en materia de indicadores de Responsabilidad Social, son aquellos contemplados dentro de la ISO 26000. La ISO proporciona orientación sobre los principios que rigen en las materias fundamentales y los temas que constituyen la Responsabilidad Social y sobre las maneras de integrar comportamientos socialmente responsables en las estrategias, sistemas, prácticas y procesos organizacionales existentes; enfatiza la importancia de los resultados y mejoras en el desempeño. Esta pretende ser

de utilidad para todo tipo de organizaciones, sean grandes o pequeñas y funcionen en países desarrollados o en vías de desarrollo. Aunque no todas las partes de la ISO serán igualmente útiles para todos los tipos de organizaciones, las materias fundamentales son pertinentes para todas ellas.

Indicadores de la Responsabilidad Social

Es responsabilidad de cada organización identificar lo que es pertinente e importante de abordar en su caso, mediante sus propias consideraciones y el debate con las partes interesadas. Para (ETHOS, 2007) los indicadores son una herramienta que ha ayudado enormemente a las empresas en el sentido que permite incorporar en su gestión los conceptos y sus compromisos con desarrollo sostenible, uno de los objetivos del proyecto es construir un herramienta de gestión para el diagnóstico y planificación de las prácticas de responsabilidad social. El proyecto tendrá los siguientes lineamientos:

- Establecer en forma transparente y permanente la gestión de los indicadores mediante un mecanismo de gobernanza y funcionamiento multistakeholder.
- Alinear los indicadores Ethos con las tendencias nacionales e internacionales de gestión de responsabilidad social, incorporando conocimientos y experiencias.
- Integrarlos con las herramientas de gestión, metodologías e iniciativas principales de RSE y sostenibilidad, con énfasis en la Norma ISO 26,000.
- Aplicar el lenguaje del GRI (Global Reporting Initiative) a fin de concretar la integración.
- Actualizar a los últimos debates en RSE, a fin de proponer prácticas de gestión que se ocupen en estas cuestiones.

Los indicadores se obtienen de la aplicación de un cuestionario que se estructuró para auxiliar a las empresas y utilizar los resultados posteriormente para diagnosticar su situación en siete temas en específico:

- Valores, Transparencia y Gobierno corporativo
- Público Interno
- Medio Ambiente
- Proveedores
- Consumidores y Clientes
- Comunidad
- Gobierno y Sociedad

Por otro lado a nivel doméstico, el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMFI) quien se ha encargado de abordar el tema de la Responsabilidad Social Corporativa y otorgar certificaciones en esta materia tanto a grandes corporativos como a PyME's, por lo que ha llevado a cabo trabajos

importantes en la identificación de indicadores cuantitativos relacionados con la Responsabilidad Social. Aunque han surgido diferentes organismos en Latinoamérica y Europa la gran mayoría sustenta el diagnóstico en los indicadores propuestos por el Instituto Ethos, incluso los que están relacionados a la responsabilidad social universitaria.

IV. Metodología

La presente investigación es de tipo exploratoria y descriptiva incluyendo como sujetos a 83 empresas de los diferentes sectores de la ciudad de Tijuana Baja California, las encuestas se aplicaron físicamente a los mandos medios y altos de las empresas elegidas durante los años 2012 y 2013. El objetivo principal de la investigación es analizar la responsabilidad social corporativa o empresarial y determinar si los indicadores de la misma se cumplen y en qué grado. (ACCIÓN, 2007)

Los indicadores utilizados fueron tomados en base a los propuestos por el Instituto Ethos considerando los aspectos más relevantes que miden la Responsabilidad Social Empresarial. Con la información generada con los mismos indicadores utilizados, se elaboró nuestro instrumento o encuesta adecuada a las necesidades de la investigación que posteriormente fue validada por investigadores.

La recolección de la información se realizó de manera directa a través de alumnos y practicantes que trabajan en las diferentes empresas encuestadas. El cuestionario es de tipo estructurado con reactivos de tipo cerrado, dicotómico y de opción múltiple, en su mayoría utilizando la escala de Likert.

Para procesar la información se utilizó el sistema SPSS 17 (Statistical Product and Service Solutions) y para su tabulación se acudió al uso de frecuencias con sus respectivos porcentajes. El análisis descriptivo de los resultados obtenidos se muestra a continuación.

V. Resultados

Los indicadores que se trabajaron en la investigación fueron: la transparencia, valores y prácticas anticorrupción, compromiso con la comunidad, cuidado y preservación del medio ambiente, proveedores y consumidores. Obteniendo los siguientes resultados:

En las respuestas encontramos que la mayoría de las empresas encuestadas son pequeñas debido a que, el 60% oscila entre 1 a 50 empleados. De ellas el 64% pertenece al sector servicios, 19% al comercio y solamente un 17% al sector industrial.

Respecto a si cuentan con un código de ética que implique valores, se obtuvo que el 68% de las empresas está totalmente de acuerdo en que el código de ética declara los valores que rigen a la empresa, el 19% dijo estar parcialmente de acuerdo.

En cuanto a si la empresa cuenta con algún mecanismo que permita conocer las opiniones, sugerencias o iniciativas de sus trabajadores el 55% dijo estar totalmente de acuerdo y el 27% parcialmente de acuerdo.

En cuanto a si la empresa cuenta con un programa de inversión directa, de patrocinios y de donaciones para apoyar actividades o proyectos que beneficien a la comunidad vemos que las opiniones estuvieron muy divididas ya que el 39% dijo estar totalmente de acuerdo, el 15% parcialmente de acuerdo, pero curiosamente el 25% está totalmente en desacuerdo y un 10% parcialmente en desacuerdo.

En la pregunta de si la empresa ha realizado un análisis medioambiental a sus actividades, productos y servicios que no impacten negativamente, observamos que el 33% dijo estar totalmente de acuerdo, el 21% parcialmente de acuerdo, y el 22% dijo estar totalmente en desacuerdo.

Al analizar los resultados y conocer si dentro del código de ética de la empresa se encuentran políticas y criterios que favorezcan los valores, encontramos que el 54% dijo estar totalmente de acuerdo, el 17% está parcialmente de acuerdo.

Al cuestionar a los encuestados si el código de ética se da a conocer en todos los niveles de la organización, el 16% respondió estar totalmente de acuerdo, el 19% parcialmente de acuerdo y el 11% se mostraron indiferentes

En cuanto a políticas establecidas para la atención o relación con los clientes el 74% de los encuestados dicen totalmente de acuerdo y un 18% parcialmente de acuerdo.

En relación a la pregunta si la empresa hace explícita la prohibición de prácticas ilegales que puedan perjudicar a la empresa, las respuestas obtenidas fueron el 78% dijo estar totalmente de acuerdo, el 8% parcialmente de acuerdo

En la pregunta de si la empresa ha tenido incidentes ya sea cargos o demandas por incumplimiento en el pago de deudas, la respuesta fue que el 74% dijo estar totalmente en desacuerdo un 8% respondió indiferentes.

Respecto a la pregunta de si existen procedimientos de denuncia a actos de corrupción encontramos que el 33% de los encuestados respondieron estar totalmente de acuerdo, el 45% está totalmente en desacuerdo y al 16% le resulta indiferente.

La empresa cuenta con normas escritas que prohíben y sancionan prácticas discriminatorias en procesos de admisión y promoción interna las respuestas fueron que el 37% está totalmente de acuerdo, el 25% parcialmente de acuerdo y el 18% totalmente en desacuerdo.

En cuanto a la pregunta si han existido reclamos laborales relacionados con despidos en los últimos años, el 47% dijo estar totalmente en desacuerdo, el 22% respondió indiferente y el 13% parcialmente en desacuerdo.

En la pregunta si la política salarial de la empresa incluye metas de justicia, equidad de género, seguridad laboral y reconocimiento al desempeño laboral de los trabajadores de todos los niveles, la respuesta fue el 60% totalmente de acuerdo, el 24% parcialmente de acuerdo y el 11% indiferente.

Analizando la pregunta de si la empresa apoya proyectos de mejoramiento comunitario promovidos por organizaciones gubernamentales o civiles, considerando la ética y prestigio público de aquellas

que promueven se obtuvo que el 42% se encontrar totalmente de acuerdo, el 21% totalmente en desacuerdo y el 18% indiferente.

De la pregunta si la empresa ha respondido adecuadamente a reclamos de la comunidad sobre el impacto de sus actividades los resultados fueron que el 40% está totalmente de acuerdo, el 33% indiferente y el 17% parcialmente de acuerdo.

En cuanto a si la empresa ha puesto en prácticas programas de reciclado, tratamiento de descargas o la reutilización de residuos o ambos los resultados fueron que el 46% está totalmente de acuerdo, el 21% parcialmente de acuerdo y el 18% indiferente.

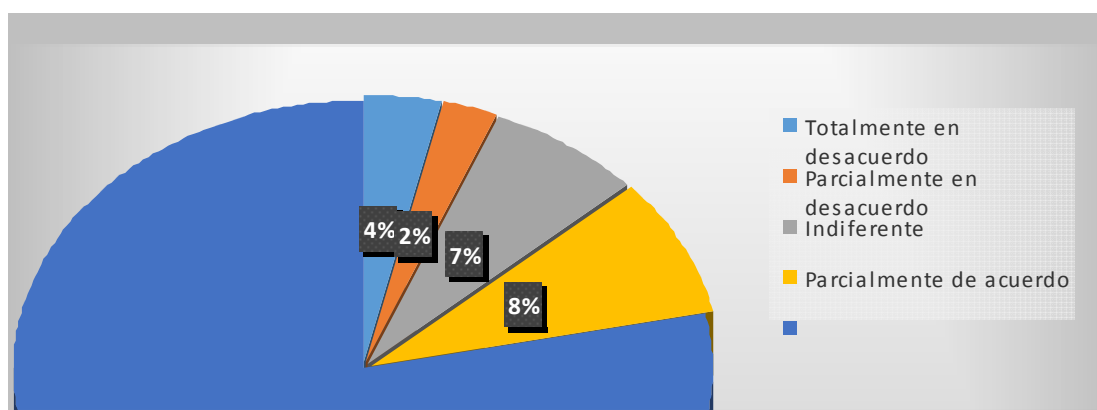
Respecto a si la empresa realiza campañas publicitarias que respetan la competencia leal, como el plagio y agresiones a los competidores los encuestados respondieron que el 52% se encuentra totalmente de acuerdo, el 17% está parcialmente de acuerdo y el mismo 17% es indiferente.

Tabla 1: Los 10 principales indicadores de mayor incidencia de las 83 empresas encuestadas.

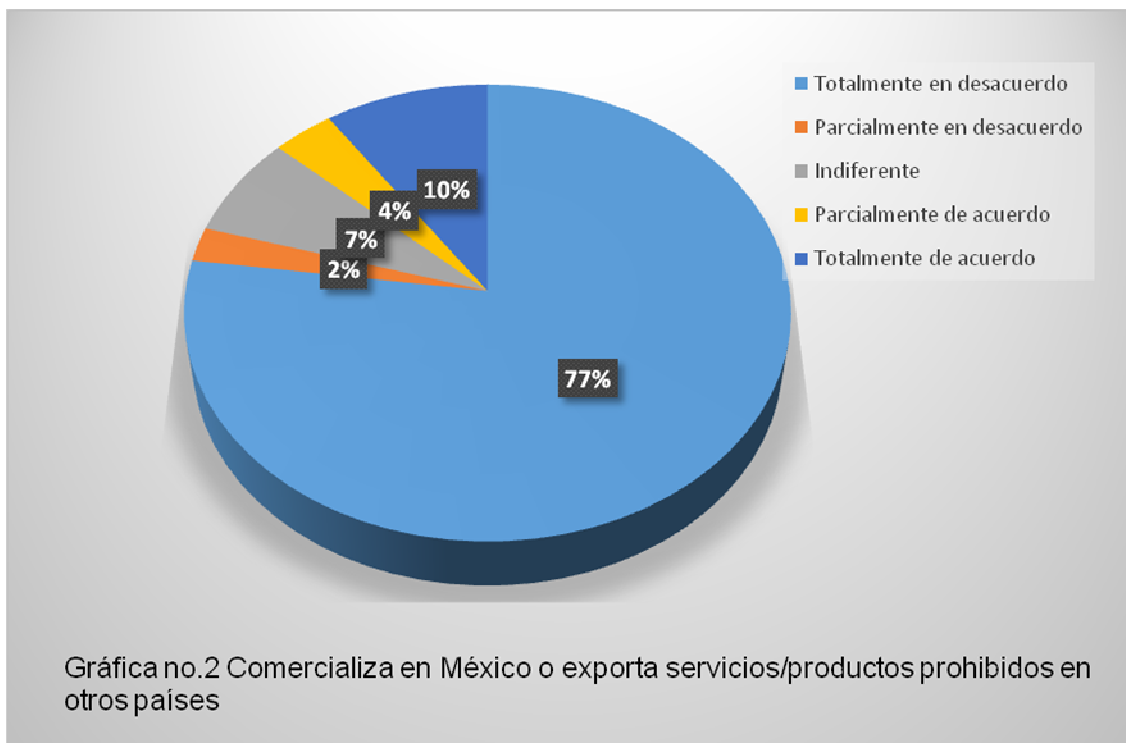
Prioridad	Pregunta	Respuesta sobresaliente	Frecuencia	Porcentaje
1	La empresa hace explicita la prohibición de práctica ilegal	Totalmente de acuerdo	65	78.3
2	Comercializa en México o exporta servicios/productos prohibidos en otros países	Totalmente en desacuerdo	64	77.1
3	Tiene una política establecida en atención a clientes	Totalmente de acuerdo	61	73.5
4	Ha tenido productos multados por el incumplimiento de reglamento sobre la información y rotulado	Totalmente en desacuerdo	60	72.3
5	La empresa tiene definida visión, misión y objetivos	Totalmente de acuerdo	59	71.1
6				
7	La empresa cuenta con un código de ética	Totalmente de acuerdo	56	67.5%
8	La empresa evita la publicidad engañosa o abusiva que destaque atribuciones ficticias o exageradas de sus productos o servicios.	Totalmente de acuerdo	58	69.9
9	Posee normas de uso interno para evaluar y seleccionar proveedores	Totalmente de acuerdo	53	63.9
10	Registra los reclamos de sus consumidores o clientes	Totalmente de acuerdo	53	63.9

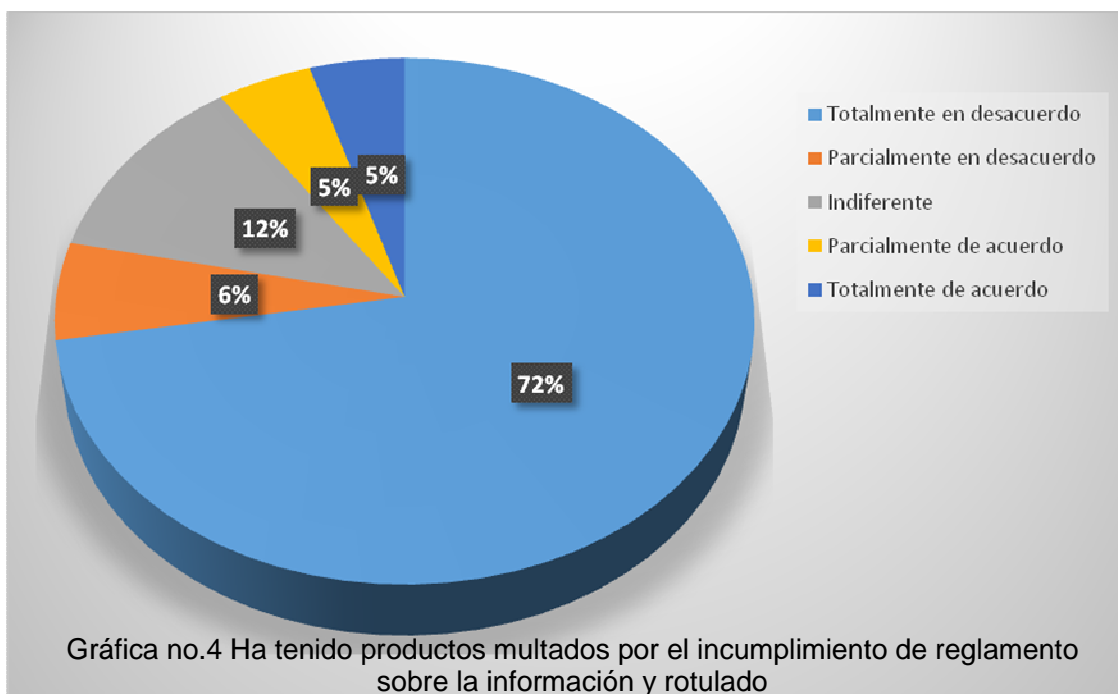
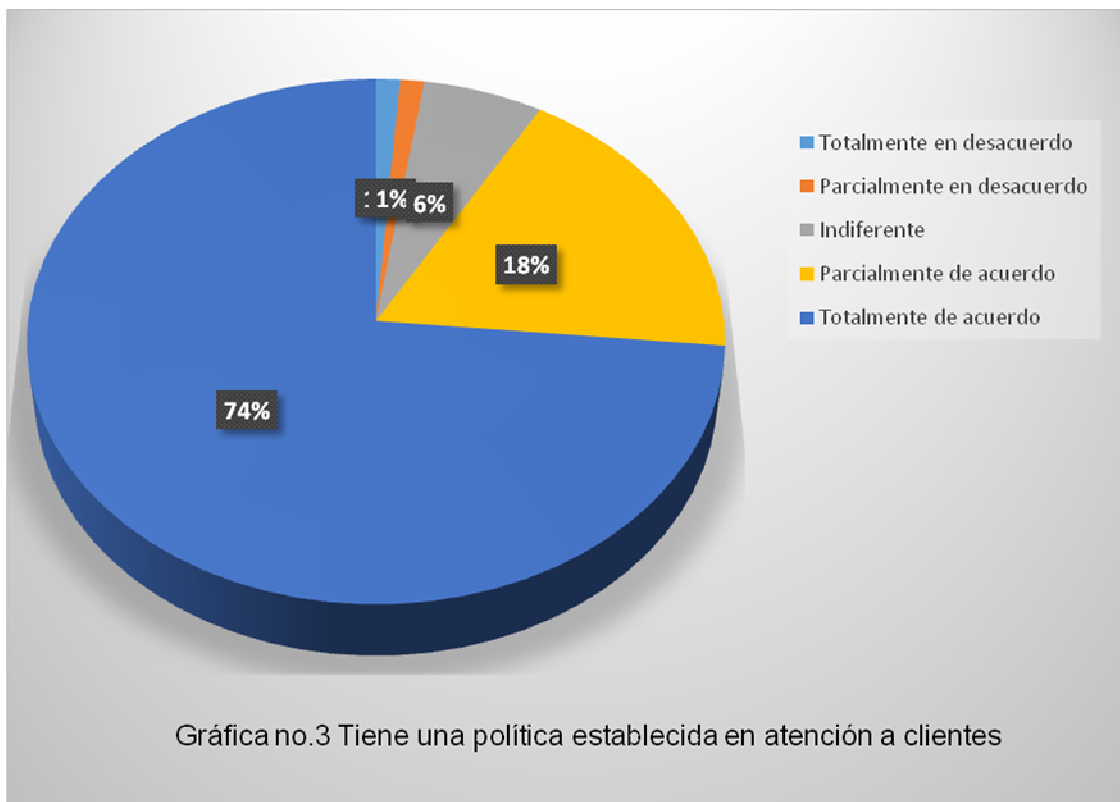
Elaboración propia en base a resultados obtenidos

A continuación se presentan las gráficas de los 5 principales indicadores de mayor incidencia, de acuerdo con el porcentaje obtenido.



Gráfica no.1 La empresa hace explícita la prohibición de prácticas ilegales







VI. Conclusiones y recomendaciones

De acuerdo a los resultados obtenidos se puede apreciar que, la mayoría de las empresas encuestadas si tienen conocimiento sobre la Responsabilidad Social Empresarial y lo que implica, que se tienen que habilitar programas en los puntos clave dentro de los indicadores de la RSE, como son la transparencia, valores y prácticas anticorrupción, la calidad de vida en el trabajo, compromiso con la comunidad, cuidado y preservación del medio ambiente, proveedores y clientes, que son los indicadores utilizados a nivel mundial.

También es claro que la mayoría de las empresas cuentan con un código de ética valores, misión y visión, que se trabaja el ambiente interno y la calidad de vida de los empleados dentro de la empresa, se obtuvieron buenos resultados en este punto. Sin embargo en lo que se refiere a los indicadores que representan un compromiso con la comunidad como es el cuidado y preservación del medio ambiente, los resultados muestran que hay poca respuesta o interés por parte de las empresas en este aspecto y que son pocas de ellas las que cuenta con programas para generar ahorro de energía, agua, o no contaminación de sus autos, etc. Sin dejar de trabajar su relación con la comunidad local en acciones sociales y el liderazgo social.

SE pudo apreciar que a pesar de que la mayoría de las empresas cuenta con un código de ética donde se establecen la misión, visión, valores y políticas sobre la calidad en el trabajo, existen otros indicadores en los que la empresa no se involucra mucho, como son los aspectos medioambientales pues son pocas manejan programas de reciclado de materiales, control y ahorro de energía, agua, luz o disminución de contaminantes.

En conclusión se debe considerar que falta mucho por hacer en cuanto a programas que tienden a mejorar las condiciones de vida de los empleados y la comunidad en general. Se debe establecer como parte de la filosofía de vida de la empresa y no como algo pasajero que solamente se realiza por cierto tiempo o para cumplir con alguna certificación o porque está de moda, porque al final de cuentas todos son los beneficiados la empresa, los trabajadores, los proveedores, clientes y se convierte en un ganar – ganar para todos.

Se requiere continuar en esta perspectiva de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), que sigue adquiriendo un interés especial con reclamo a una mayor atención a su gestión por parte de todos los actores involucrados, siempre enfocada en el bien común con valor estratégico para aquellas empresas que realizan acciones de responsabilidad social constantemente en un proceso de mejora continua donde los mayores beneficiados en el largo plazo sea la comunidad. Queda mucho por hacer todavía y se necesita que cada vez más se sumen esfuerzos y no se considere la tarea solamente de la empresa o gobierno, sino que todos tomemos parte de nuestra responsabilidad social ciudadana y universitaria pensando en un mejor futuro para todos.

VII. Bibliografía:

- ACCIÓN, R. (Junio de 2007). *Acción RSE Guía práctica para la elaboración de Reportes de Sustentabilidad*. Obtenido de Acción RSE Guía práctica para la elaboración de Reportes de Sustentabilidad: http://www.empresa.org/doc/Guia_Reportes_Sustentabilidad.pdf
- Caballero, F. G. (2007). La importancia de los Stakeholders de la organización: un análisis empírico aplicado a la empleabilidad del alumnado de la universidad española. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 13-32.
- Casado, F. (2006). *Fundación Carolina*. Recuperado el 14 de noviembre de 2009, de [www.fundacioncarolina.es: http://www.fundacioncarolina.es/es-ES/publicaciones/documentostrabajo/Documents/DT7.pdf](http://www.fundacioncarolina.es/es-ES/publicaciones/documentostrabajo/Documents/DT7.pdf)
- ETHOS. (2007). *Indicadores Ethos de Responsabilidad Social*. Brazil: Benjamin S. Goncalves. Obtenido de O Instituto Ethos.
- Freeman, R. (1992). Strategic Management a Stakeholder Approach. *Academy of management review*, 21 - 47.
- Gray R., O. D. (1996). *Accounting & Accountability: Changes and challenges*. Londres: Prentice Hall.
- Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social, ETHOS. (2007). Indicadores Ethos de Responsabilidad Social Empresarial. *Indicadores Ethos de Responsabilidad Social Empresarial*, 1- 78.
- Lozano, J. (2002). La Responsabilidad social: un reto de innovación para las empresas, una oportunidad para el desarrollo de la riqueza ética de las naciones. En L. V. Europea, *Fomentar*

un marco europeo para la responsabilidad social de la empresas. Comunicación de Comisión relativa al desarrollo sostenible (págs. 7 - 17). Barcelona: IPES - ESADE.

Martínez, L. (junio de 2013). *Derecom*. Recuperado el 21 de agosto de 2013, de www.derecom.com: <http://www.derecom.com/numeros/pdf/luism.pdf>

Moneva A., J. y. (2009). Responsabilidad Social Corporativa e Información de Sostenibilidad en la Pyme. *Revista Internacional de la Pequeña y Mediana Empresa* ISSN 1989 - 1725, 23 - 41.

Pujadas, C. (2013). *Blog de la Republica*. Recuperado el 21 de agosto de 2013, de De la Republica: <http://blog.delarepublica.cl/2008/08/13/responsabilidad-social-ciudadana/>

R Panwar, E. H. (2008). La responsabilidas social de la empresa en el sector forestal. *UnasyIva*, 45 48.

Urquiza, A. R. (11 de junio de 2010). *Desde Mexico*. Recuperado el 22 de agosto de 2013, de Desde Mexico: <http://reporteromx.wordpress.com/2010/06/11/responsabilidad-social-ciudadana-1er-lugar-oratoria-y-debate-publico-pocmac/>

Valezuela, R. A. (16 de abril de 2013). *Animal Politico*. Recuperado el 22 de agosto de 2013, de Animal Politico: <http://www.animalpolitico.com/blogueros-lo-que-quiso-decir/2013/04/16/responsabilidad-social/#axzz2ccw6LjMY>

Vallaeys, F. (s/a). *¿Qué es la Responsabilidad Social Universitaria?* Recuperado el noviembre de 2014, de Asociación de Universidades Confiadas a la Compañía de Jesús en América Latina: http://www.ausjal.org/tl_files/ausjal/images/contenido/Documentos/Publicaciones/Educacion%20superior/Que%20es%20la%20Responsabilidad%20Social%20Universitaria%20-%20Francois%20Vallaeys.pdf