

## **Puntos de vista de la responsabilidad social corporativa (Points of view on social corporate responsibility)**

**García, M.**

Universidad Nebrija. España (LA,'98 y MA,'02, UANL), [mayra\\_garcia\\_qzz@hotmail.com](mailto:mayra_garcia_qzz@hotmail.com)

**Key words:** Social corporate responsibility, society, stakeholders, utility

**Abstract.** This study has the objective of presenting the different points of view about Corporate Social Responsibility (CSR) in the business world.

The businessman that surged from Milton Friedman thoughts in the seventeen's, which promote the idea that "the company is just responsible of getting profits and increase the stock's value," is now being changed for "strategic philanthropy", like Michael Porter named it, in which the social companies efforts are focusing on initiatives related with programs that helps the society but, at the same time, helps the companies to get a benefit (intangible or tangible), that can be reflected in economical terms for the company.

The "voluntary" situation of the social corporate responsibility turns it into a ship where only companies that have a real pressure from the shareholders or stake holders (like employees, suppliers, ecologist, ONG's, society) to implement strategies that allows a social and environmental improvement as a way of get in an aggregate value that will attract investment and assure a sustainable growth in the long time.

**Palabras Clave:** Grupos de interés, responsabilidad social corporativa, sociedad, Utilidad

**Resumen.** El presente estudio tiene como objetivo presentar las posturas en Responsabilidad Social Corporativa (RSC) que actualmente están siendo manejadas en el ámbito empresarial.

Los empresarios que surgieron de la corriente de pensamiento de Milton Friedman en los años setenta, la cual sostiene que la empresa solo es responsable de generar utilidades y aumentar el precio de la acción esta actualmente siendo transformada por una "filantropía estratégica", como la llama Michael Porter, en la que se pone énfasis en que la empresa contribuya a la mejora social, siempre y cuando pueda lograrse también un beneficio (tangible o intangible) que repercuta en términos económicos a la empresa.

Lo cierto es que el enfoque de voluntariedad de la Responsabilidad Corporativa, lo convierte en un barco en el que solo se suben los que tienen una presión real por parte de los accionistas y los grupos de interés (como empleados, proveedores, grupos ecologistas, ONG's, sociedad) en implementar estrategias que permitan la mejora social y medio ambiental como medio de generar un valor agregado que sirva de atracción de inversión y que también genere un crecimiento sostenible en el largo plazo.

## Introducción

La responsabilidad corporativa como tal es un tema que ha venido tomando fuerza en todo el mundo, esto no se debe a una moda sino a un cambio de paradigma en la relación de las organizaciones con su entorno. Este interés ha suscitado que la aparición de informes que se centran en el análisis de áreas concretas relacionadas con responsabilidad social.

En la actualidad 122 grandes corporaciones son responsables del 89% de las emisiones de CO<sub>2</sub>, el 70% del comercio internacional, 90% de las patentes de tecnologías y productos y el 80% de la inversión en el exterior en el mundo esta en manos de 500 multinacionales (Finger y Kilcoyne, 1997), es evidente que las empresas tienen un papel fundamental en el desarrollo sostenible a través de estrategias de responsabilidad corporativa.

Los países más avanzados en RSC son EU, Reino Unido, Holanda, Alemania y Australia, entre otros. En la actualidad la mayor parte de empresas que componen el Fortune 500, describen en su página web los logros en material de RSC, y casi la mitad de las incluidas en el Fortune 250 elaboran informes específicos sobre aspectos sociales y medioambientales de sus actividades. En América Latina también hay algunos esfuerzos –políticamente aislados por ahora– de impulsar la participación social de las empresas; existen ya algunos organismos que están empujando la puerta hacia un futuro más igualitario en condiciones sociales y económicas.

Uno de los problemas de esta región son los recursos limitados, y siendo realistas los esfuerzos aun no son comparables con los de la Comunidad Europea, pero estoy segura que si los organismos internacionales colaboran de cerca en esta transición se lograra una mayor participación empresarial en las cuestiones sociales.

El objetivo del estudio es presentar las dos corrientes de pensamiento en materia de Responsabilidad Social Corporativa para que el lector pueda definir su postura en el tema, considerando la situación de su país y/o de su empresa. La relevancia del estudio radica en el papel fundamental que tiene la transparencia de información en cuestiones medioambientales, sociales y de respeto a los derechos humanos, en el marco de una sociedad cada vez más globalizada.

El estudio se dividirá en dos partes; en primer término se presenta la metodología y los objetivos del estudio; dentro del marco teórico se recogerán algunas de las definiciones de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y Instrumentos de Gestión de RSC; un resumen de la Industria Eléctrica en México y un Análisis Corporativo de la CFE. En la segunda parte se presentan las

posturas en RSC, se indicaran sus orígenes y fundamentos para finalmente apuntar algunas conclusiones respecto al tema.

### **Grupos de Interés en Responsabilidad Social Corporativa**

La responsabilidad social corporativa es actualmente un tema de interés para diversos grupos de interés. En primer lugar, para los grandes inversionistas (principalmente de fondos de pensiones) que están preocupados por invertir sus recursos en empresas que estén conscientes del enorme papel que desempeñan en el entorno en el que se desenvuelven.

Por ejemplo, en el Reino Unido, Bélgica, Alemania y Australia, para tratar de fomentar de forma indirecta la transparencia de las empresas cotizadas se obliga a los gestores de fondos de pensiones a informar si están usando criterio éticos en la gestión de las carteras, aun y cuando no están obligados a hacerlo, si tienen que informar si lo hacen o no. Como consecuencia, según un estudio del Environmental Resources Management (ERM), 21 de los 25 fondos de pensiones mas grandes de Reino Unido van a introducir algún tipo de criterio ético en la selección de la cartera. (De la Cuesta, 2003)

En segundo lugar, para las empresas. El rol decisivo a favor de la implementación de RSC lo puede asumir el Director General de la compañía (o un Ejecutivo de Primer Nivel, miembro del Consejo de Administración o del Consejo Directivo) al dimensionar el gran impacto que tiene el desempeño de la actividad empresarial en la sociedad que la rodea, en el medio ambiente que le provee de recursos, y en la mano de obra que hace posible la realización de los objetivos de la empresa.

En tercer lugar, la responsabilidad social corporativa es tomada cada vez mas en cuenta por los grupos de consumidores que se muestran preocupados por el impacto que tienen en la sociedad las acciones que llevan a cabo las empresas multinacionales.

### **Origen Responsabilidad Social Corporativa**

Algunos autores sitúan el origen de la Responsabilidad Social de la empresa en los años cincuenta, época en la que se dio un crecimiento del poder y tamaño de las empresas estadounidenses y al papel que estas desempeñaban en una sociedad con problemas de paro, raciales, entre otros.

Otros comentan que la responsabilidad social se origina en los años veinte con el principio de caridad (Davis et al., 1988) –la filantropía ya no como acción individual sino como acción corporativa de la empresa.

El Cuadro I resume las principales aportaciones en la formalización de la Responsabilidad Social como disciplina (De la Cuesta, 2000).

<b>Cuadro I.- Evolución Cronológica de la RSC</b>		
<b>Década</b>	<b>Desarrollo</b>	<b>Destacable</b>
1953	*Primer definición de RSE	*Publicación de la obra de Bowen <i>Social Responsibilities of the Businessmen</i> . Inicio formal de la RSC.
1960	*Definición de RSC *Debate sobre los fines de la empresa.	*Proyecto de Responsabilidad de la Empresa liderado por Ralph Nader.
1970	*Definición de las responsabilidades de la empresa.	*Estudios empíricos sobre la RSE, medición de la RSE en EEUU.
1980	*Definición del modelo <i>stakeholders</i> . *Definición y desarrollo de códigos éticos. *Balance social como medio de interiorizar y comunicar la RSE.	*Estudios empíricos sobre filantropía, relación entre responsabilidad social y resultados financieros.
1990-hoy	*Empresa ciudadana: enfatiza la responsabilidad hacia el medio ambiente y colaboración con la comunidad. *Desarrollo sectorial de la disciplina (códigos éticos, inversión responsable, toma de decisiones, estándares, comunidad).	*Prolifera la investigación empírica y las publicaciones sobre RS y la Ética en los Negocios. *Se crean instituciones en varios países occidentales para promover la RSE. *Los gobiernos promocionan la RSE. *Abren investigación en RS en Universidades

Fuente: Extracto del Cuadro 1 encontrado en *Evaluación Cronológica de la RSE*. De la Cuesta, M. (2000). Departamento de Economía Aplicada e Historia Económica de la UNED.

Cuadro I: Evolución Cronológica de la RSC.

Es así como desde finales de los noventa, han ido apareciendo en el panorama internacional diferentes iniciativas, normas y códigos que promueven el comportamiento ético de las empresas. Los negocios ya no solo toman en cuenta como activos estratégicos sus activos físicos, sino los activos intangibles, como la marca, el capital humano y el capital social. Este último entendido como un recurso moral que se amplía con su uso en lugar de reducirse y cuya base son la lealtad y la confianza (De la Cuesta, 2004a).

El capital social es considerado un recurso muy valioso para la empresa, ya que favorece la cooperación y coordinación en las organizaciones sociales al potenciar valores compartidos, comunicación mutua y reputación (Putnam, 1995).

El enfoque de la voluntariedad o *business case* argumenta que la RSC puede ser de éxito si permite que la empresa genere vínculos entre ella y sus stakeholders.

### **Responsabilidad Social Corporativa en México**

En México, en el 2001, COMPITE (Comité Nacional de Productividad e Innovación Tecnológica), en su programa de Responsabilidad Social resume los primeros lineamientos en RSC.

Durante el 2002 el IMNC (Instituto Mexicano de Normalización y Certificación) a través del Comité Técnico de Normalización Nacional de Sistemas de Administración de Seguridad, y salud en el Trabajo (COTENNSASST) propone el anteproyecto de la Norma : Sistemas de Gestión de Responsabilidad Social.

Según el Instituto Mexicano de Normalización y Certificación la RSC se define como el "Compromiso continuo de una organización en las preocupaciones sociales mas allá de los señalamientos legales, a comportarse de manera ética y contribuir al bien común y al desarrollo económico de la sociedad respetando el entorno y mejorando la calidad de vida del personal y sus familias".

En México se distingue a las empresas socialmente responsables mediante un reconocimiento anual que empezó a otorgarse por el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI)-organización que promueve la cultura filantrópica y de responsabilidad social en México-, no obstante aun falta mucho por hacer en cuanto a difusión de la RSC, y explicar en que consiste ya que se esta confundiendo con filantropía solamente, dejando de lado temas tan importantes como por ejemplo los derechos de los trabajadores a un salario justo (Gómez Lemus, 2004).

### **Definición de Responsabilidad Social Corporativa**

Es cierto que aun no se acepta una sola definición que enmarque lo que se considera como responsabilidad social corporativa, recogimos algunas de ellas para definir el marco de RSC que seleccionamos para el estudio.

La Unión Europea (UE, 2001) en su Libro Verde sobre la Responsabilidad Social Corporativa la define como "la integración voluntaria por parte de las empresas de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores".

Por otro lado organizaciones privadas empresariales como el Consejo Mundial Empresarial para el Desarrollo Sostenible definen la RSC como "el compromiso de las empresas de contribuir al desarrollo económico sostenible, trabajando con los empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad en general para mejorar su calidad de vida"

A nivel europeo, Corporate Social Responsibility Europe (CSR Europe) también constituido por empresas, recoge las definiciones de sus socios. Uno de ellos, *Business in the Community* del Reino Unido, la define como "la expresión del compromiso de una empresa con la sociedad y la aceptación de su rol en ella.

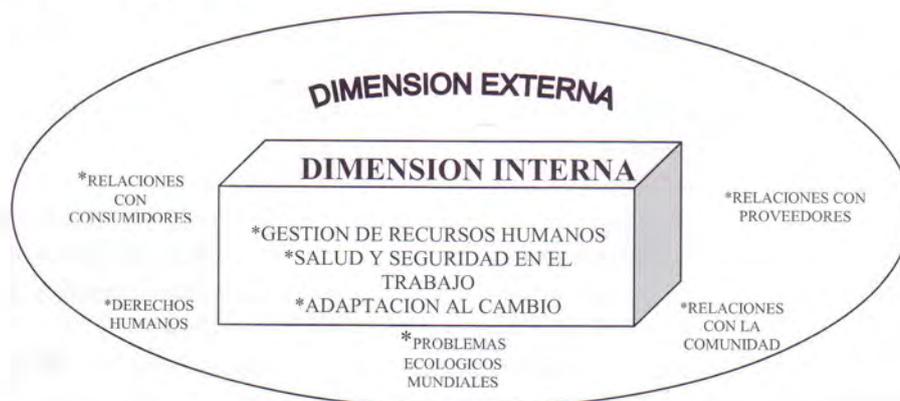
Esto incluye el pleno cumplimiento de la ley y acciones adicionales para asegurar que la empresa no opera a sabiendas en detrimento de la sociedad. Para ser efectivo y visible este compromiso debe de estar respaldado por recursos, liderazgo y ser medible y medido".

Dado lo expuesto se propone la siguiente definición de Responsabilidad Social:

"Consiste en la implementación en las empresas de una estrategia que contemple mejorar la relación de la empresa con sus stakeholders (empleados, proveedores, consumidores, accionistas, inversores y sociedad civil), y emitir los resultados del negocio en relación a lo social, lo ambiental y lo financiero".

El alcance de la Responsabilidad Corporativa puede dimensionarse externa e internamente (UE, 2001). En la dimensión interna se ubica a los empleados y al medio ambiente e incluye la gestión de recursos humanos, la salud y seguridad en el trabajo, la adaptación al cambio y la gestión del impacto ambiental y de los recursos naturales.

La dimensión externa recoge las relaciones con la comunidad, con proveedores y consumidores, los derechos humanos y los problemas ecológicos mundiales (Figura I).



Fuente: Elaboración Propia en base al *Libro Verde* de la Unión Europea. (2001)

Figura I: Alcance de la Responsabilidad Social Corporativa

Aunque aun no se ha demostrado empíricamente que exista una relación perfecta entre un buen desempeño financiero y social, un estudio reciente (Orlitsky et al., 2003) muestra la relación positiva entre estas dos variables y la existencia de un círculo virtuoso "un mejor comportamiento social trae consigo mejores resultados financieros".

### **Gestión de Responsabilidad Social Corporativa**

Conseguir eficiencia de forma socialmente responsable implica hacer un uso responsable de los recursos, evitar despilfarros de energía, reutilizando materias primas, y también usar mano de obra en condiciones justas, y pagar a los proveedores el precio justo por sus servicios o materiales (Argandoña y Sarsa, 2000; De la Cuesta, 2000).

Una guía para empezar a gestionar la Responsabilidad Social Corporativa en las empresas es reconocer las necesidades y demandas de los stakeholders, (Lozano, 1999; Goodpaster, 1991). La adopción de prácticas de RSC varía entre cada empresa, la gestión de RSC que se lleve a cabo en la organización debe poder ser medida por sus grupos de interés como un medio de reconocer los esfuerzos, avances o retrocesos en esta materia.

Los indicadores de *performance* son una herramienta para la medición de las prácticas de responsabilidad social, su incorporación en la gestión empresarial y su mejora continua.

Por buena gestión social o *performance* social (PS) se entiende la configuración del negocio de la organización, de principios, procesos, políticas, programas y resultados observables sobre responsabilidad relativos a la relación de la empresa con la sociedad (Wood, 1991a:693). La PS se mide a través de información y transparencia en RSC, índices de reputación, auditoría social y valores inherentes a la cultura de la compañía.

Los inversores universales (incluidos los fondos de pensiones tanto privados como públicos que son los que más poder tienen actualmente) están tomando cada vez más en consideración cuestiones de RSC ya que han comprobado que son más seguras en el largo plazo. Los retornos sociales a largo plazo de una fuerza laboral preparada oscilan entre 1,6 y 1,7 veces los retornos privados que una empresa obtendría por una política adecuada de formación (De la Cuesta, 2004a).

Estos grandes inversionistas están elaborando directrices, redactando informes y publicando resultados inherentes a la aprobación o desaprobación de algunas campañas que beneficien o perjudiquen la cartera en el mediano o largo plazo.

Las directrices del GRI ayudan a las empresas a elaborar memorias de sostenibilidad o memorias de "triple bottom line" (en las que se incluyen los logros en materia social, medioambiental y económica), y aunque el enfoque de estas prácticas tenga actualmente el carácter de "voluntario", queda claro que este tipo de directrices ayuda a las organizaciones interesadas en evaluar la gestión de RSC a facilitarles todo el proceso.

El líder en la promoción de memorias de sostenibilidad es Francia, donde las empresas cotizadas deben ofrecer información sobre el impacto de sus actividad en grupos de interés, -especialmente trabajadores-, el comportamiento de sus filiales en países de desarrollo y su impacto medioambiental (*Décret n° 2002-221 du 20 février 2002, Journal Officiel de la République Française, du 21 février 2002*).

Al desarrollarse y establecerse procedimientos de evaluación y control de RSC con cierto grado de estandarización provee múltiples ventajas, entre ellas podríamos mencionar:

1. El establecimiento de requerimientos mínimos de RSC para todas las empresas
2. Resultados de RSC que puedan ser entendidos por todos los miembros de la propia empresa y los *stakeholders*
3. Sistema de gestión de RSC que pueda ser sujeto a seguimiento, control y mejoras sin que esto tenga que implicar una excesiva pérdida de tiempo o recursos para las compañías.

La auditoria social se divide en dos fases, (Figura II) la primera es la normalización, que consiste en la elaboración, difusión y aplicación de unas normas por las que se establecen principios regulatorios de la RSC. La empresa puede incluso adoptar las normas de RSC del sector en el que se desenvuelva, o adoptar las que crea convenientes para su compañía siempre y cuando tome en cuenta los intereses de sus grupos de interés.

La segunda fase consistiría en la certificación en RSC, (conocida como *social screening* o *social rating*) proceso que es llevado a cabo por una agencia independiente que garantiza que la empresa este sujeta a una norma o estándar.

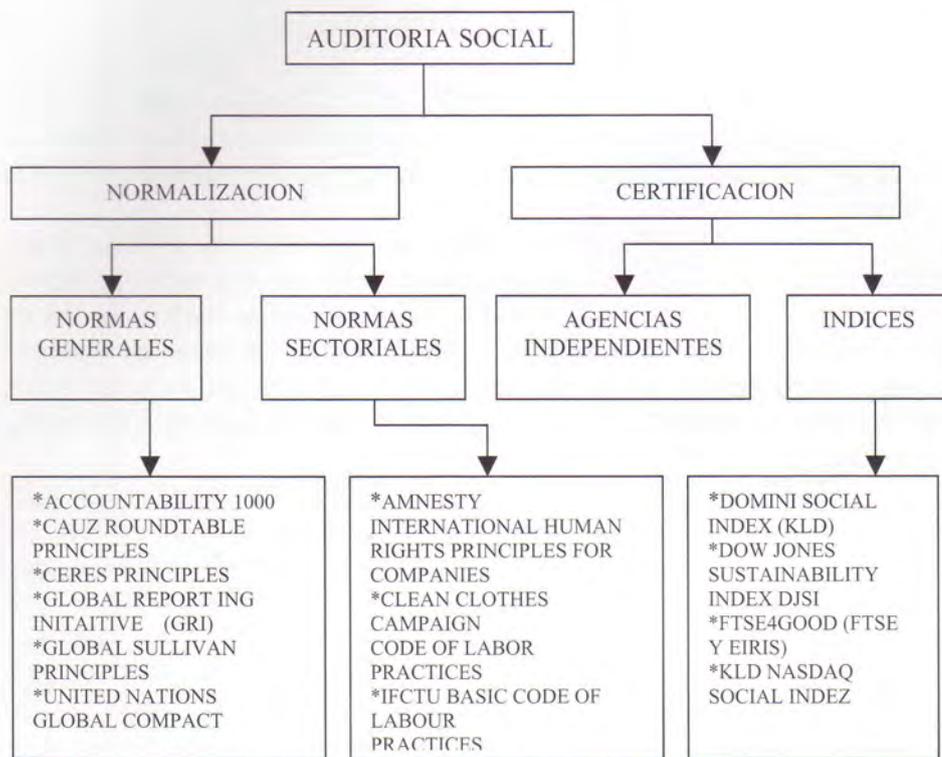


Figura II: Componentes de Auditoría Social. Fuente: Elaboración Propia (2005).

Existen empresas independientes llamadas agencias de certificación que se encargan de contrastar la información proporcionada por la empresa recurriendo a agentes terceros independientes, (como Organizaciones No Gubernamentales- ONG's-, Asociaciones de Derechos Humanos, de defensa del consumidor, de defensa del medio ambiente, sindicatos, etc.). Estas agencias ofrecen la información en bases de datos y el cliente determina los criterios excluyentes y valorativos cuando desee seleccionar una inversión. Los principales datos de RSC están ligados a SIRI Group, (Sustainable Investment Research International Group) asociación de organizaciones de investigación que tienen por objeto facilitar y promover en todo el mundo productos y servicios de calidad derivados de la investigación social. Incluye más de 4,000 empresas a nivel mundial.

Una empresa también puede optar por la aplicación a alguno de los índices de RSC que actualmente se divulgan como el Domini Social Index (KLD),

índice bursátil que se basa en el valor de 400 empresas sometidas a un examen profundo en el plano social, fue creado por la KLD (Kinder, Lydenberg, Domini&Co). Los criterios positivos de este índice son las buenas relaciones de la empresa con la comunidad, buenas relaciones laborales, que las empresas se preocupen por el medio ambiente y que realicen operaciones fuera de Estados Unidos.

Otro de los índices más importantes en RSC es el Dow Jones Sustainability Index (DJSI), es un indicador que pertenece a la familia de índices Dow Jones Sustainability. El DJSI evalúa el comportamiento medioambiental de las compañías, según los criterios de la sostenibilidad, que tienen en cuenta la integración de factores ecológicos, sociales y económicos. Su evolución en los últimos años se traduce en unas rentabilidades bastante más elevadas que el Dow Jones convencional.

Y por último el FTSE4Good (FTSE y EIRIS) consiste en una serie de índices para cuatro regiones: Estados Unidos, Reino Unido, Europa y resto del mundo. Su objetivo es convertirse en el estándar global en materia de inversiones socialmente responsables; se desarrolla en colaboración con EIRIS. Sus criterios de inclusión se agrupan en tres grandes áreas- derechos humanos, relaciones sociales y con los stakeholders, y protección al medio ambiente-entre otros; los aspectos evaluados son la excelencia en la gestión medioambiental, las relaciones laborales, el impacto de las operaciones en terceros países y la implicación en la industria del tabaco.

En materia de transparencia y sobornos, podemos mencionar el Índice de Fuentes de Soborno (IFS) de Transparencia Internacional que clasifica a los principales países exportadores en función de la percepción que se tiene de sus empresas más importantes que operan internacionalmente. Este índice se mide desde la perspectiva de la oferta de soborno, siendo un instrumento complementario al Índice de Percepción de la Corrupción.

Según los resultados en general del Índice de Fuentes de Soborno (IFS) publicado en el 2002 por Transparencia Internacional (TI), hay un gran porcentaje de empresarios que no conocen o no están familiarizados con los acuerdos de 1999 en el marco de la "Convención Antisoborno de la OCDE"; el único país que desde 1977 estableció una legislación en materia de corrupción es Estados Unidos, que prohíbe cualquier tipo de soborno según su Ley de Prácticas Corruptas en el Extranjero.

En cuanto a los niveles de corrupción, Transparencia Internacional creó el Índice de Percepción de la Corrupción (IPC) con valoraciones de 0 para el país con más corrupción y 10 para un país limpio en términos de corrupción. Para la participación de un país en el índice se requiere de al menos 3 fuentes confiables de información; a la fecha participan 146 países.

En la publicación del 2004 de dicho índice México obtuvo una calificación de 3.6 ubicándose por debajo de países como Chile, Uruguay, Costa Rica y Colombia.

### **Posturas frente a la Responsabilidad Social Corporativa**

Ante este nuevo paradigma de negocios, se identifican dos posturas relacionadas con el tema de responsabilidad social corporativa. En la actualidad se vive un proceso de globalización que no dará marcha atrás, y así como toda tendencia se somete a una contra-tendencia y toda cultura genera una contracultura (Fontela, 2005), existe una corriente de pensamiento cuyo líder es Friedman, el cual argumenta en su texto de los años setenta que la única responsabilidad de la empresa es maximizar el beneficio, con el único límite de la ley y las costumbres mercantiles (Friedman, 1970).

Esta postura asegura como única función de la empresa la obtención de un lucro y la creación de riqueza, objetivo que por sí mismo contribuye en el bienestar de la sociedad (Suárez González, 1982). Este enfoque de pensamiento no es compartido por las empresas multinacionales dado que estas ya se han percatado de la reciente conciencia social que se está empezando a gestar en el mundo de los negocios, y que es prioritario que se tome en cuenta la RSC, aun y cuando solo sea como una estrategia (Porter, 2004).

En el caso de las PYME, se está en un proceso muy temprano de preparación para llevar a cabo acciones de RSC, ya que en base a la teoría de los recursos, les es más difícil destinar fondos para llevar a cabo este tipo de acciones. No obstante lo anterior, una gran parte de las PYME forma parte de la cadena de valor de las empresas multinacionales, por lo que no puede quedar ajena a ser socialmente responsable.

La segunda postura de pensamiento relacionada con la RSC está a favor de que las empresas lleven a cabo acciones diversas enfocadas a contribuir a la mejora del ambiente en el que operan, acciones que mejoren la calidad de vida de los trabajadores que forman del negocio; y que en la medida de sus posibilidades desarrolle programas de ayuda social para brindar soporte a las múltiples áreas de oportunidad y desarrollo sostenible que pueden llevarse a cabo en los países en que operan las empresas.

Por lo tanto, responsabilidades como servir a los consumidores, tratar a los proveedores justamente, preservar y crear empleo, pagar salarios justos, reeducar y promocionar empleados, pueden ser vistos en términos de mejoras de la productividad a largo plazo como una medida de riqueza empresarial (De la Cuesta, 2000).

Así mismo, para que la inversión, la innovación y el espíritu de empresa prosperen es necesario que exista un clima de estabilidad y confianza pública (Casilda Bejar, 2004), condiciones que solo se dan en un ambiente de participación social, basada en ciudadanos informados, libres y comprometidos con el desarrollo social y económico del país.

### **Conclusiones**

El tema de la RSC en México esta aun en proceso de expansión entre las empresas, y es cierto que deben realizarse esfuerzos por parte de grandes empresas, para que se logren avances en el tema de RSC en el mediano plazo. La colaboración de las empresas mexicanas con organismos involucrados en temas de RSC como el Comité Nacional de Productividad e Innovación Tecnológica (COMPITE), ayudara a que se sigan generando iniciativas en RSC en México.

Pero para lograr el éxito en los mercados internacionales, es necesario que los empleados y clientes estén satisfechos con la labor que desarrolla la empresa, siempre en un marco de legalidad y confianza ante sus actuaciones.

Por tanto, la tendencia hacia la actuación responsable de las empresas en un hecho que genera beneficios tangibles e intangibles, como son la atracción de inversionistas, el incremento de la lealtad hacia la marca, la retención del capital humano o el incremento en el valor de la acción, entre otros.

Sea cual sea la postura que las organizaciones tomen en cuanto a su responsabilidad social, serán aquellas organizaciones que demuestren ser empáticas con sus empleados, sociedad, medio ambiente y accionistas las que logren un crecimiento sostenido en el mediano plazo, por tanto los esfuerzos e inversiones en RSC deben verse como una inversión a largo plazo y no como un gasto a corto plazo.

El involucramiento del Director General (o del Consejo Directivo) de la empresa, y el establecimiento del compromiso de ser (o convertirse en) una empresa responsable socialmente tiene su punto de partida en los valores, la misión y la visión que mantiene en operación a cada organización.

Si las empresas desean calificar en los índices DJSI o FTSE4Good, deberán llevar a cabo diversas acciones en materia social y medioambiental cuya efectividad pueda ser medida. Entre las principales iniciativas a seguir se recomienda establecer políticas en medio ambiente enfocadas a promover la Responsabilidad Social entre sus grupos de interés, como proveedores y clientes, en los que el efecto sinergia ayude a lograr resultados que puedan ayudarle a ser reconocida como una empresa socialmente responsable.

Así mismo la empresa debe tener índices en materia social que aseguren las condiciones de trabajo que ofrece a sus empleados, respetando los derechos humanos, y ofreciendo una capacitación que promueva el desarrollo humano dentro de la organización, así como programas que equilibren la vida laboral y familiar de los trabajadores.

La transparencia en la información esta relacionada con la responsabilidad de las empresas de informar a sus grupos de interés, entendiéndose como tal los empleados, accionistas, proveedores, ONG's, sociedad y gobierno, los resultados obtenidos en cada ejercicio fiscal.

Una de las herramientas utilizada en RSC son las Memorias de Sostenibilidad, instrumento de comunicación entre la empresa y sus grupos de interés, en el que periódicamente (anual) se informa el status económico de la compañía, sus logros en materia social y medioambiental, y los futuros planes e iniciativas a desarrollar, que reafirman el compromiso de la empresa con su entorno.

De tal forma que la RSC no solo consiste en otorgar aportes económicos a instituciones sociales (actividad agrupada dentro de la categoría de filantropía, que efectivamente forma parte de la RSC), sino en permear en la sociedad en la que desarrolla sus operaciones una perspectiva de mejora social y de contribución a la conservación del medio ambiente que la rodea, sin descuidar por esto la obtención de utilidades que exigen los accionistas.

Para lograr una mayor efectividad en la incorporación de la RSC a los planes y políticas de la compañía, esta debe ser incluida dentro planeación estratégica de cada empresa; la implementación de estrategias que promuevan la responsabilidad social de la empresa en los tres ámbitos en los que se desenvuelve económico, social y medioambiental son el camino a seguir para quienes se decantan por el animo de la obligatoriedad social.

Así mismo, se recomienda la Creación de un "Comité de Políticas (CP)" o un "Comité de Revisión de la Empresa (CRE)" en cuestiones de RSC, que se encargue de: Coordinar e implementar las iniciativas en RSC establecidas por el Director General, dentro y fuera de la empresa; la elaboración de las memorias de sostenibilidad de la empresa; el cumplimiento a los índices en materia de RSC; la administración -o creación si es necesario- de una fundación que trate temas de RSC; entre otras actividades.

### **Agradecimientos**

Agradezco el apoyo del CONACYT (Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología) para la elaboración de esta investigación.

Así mismo la empresa debe tener índices en materia social que aseguren las condiciones de trabajo que ofrece a sus empleados, respetando los derechos humanos, y ofreciendo una capacitación que promueva el desarrollo humano dentro de la organización, así como programas que equilibren la vida laboral y familiar de los trabajadores.

La transparencia en la información esta relacionada con la responsabilidad de las empresas de informar a sus grupos de interés, entendiéndose como tal los empleados, accionistas, proveedores, ONG's, sociedad y gobierno, los resultados obtenidos en cada ejercicio fiscal.

Una de las herramientas utilizada en RSC son las Memorias de Sostenibilidad, instrumento de comunicación entre la empresa y sus grupos de interés, en el que periódicamente (anual) se informa el status económico de la compañía, sus logros en materia social y medioambiental, y los futuros planes e iniciativas a desarrollar, que reafirman el compromiso de la empresa con su entorno.

De tal forma que la RSC no solo consiste en otorgar aportes económicos a instituciones sociales (actividad agrupada dentro de la categoría de filantropía, que efectivamente forma parte de la RSC), sino en permear en la sociedad en la que desarrolla sus operaciones una perspectiva de mejora social y de contribución a la conservación del medio ambiente que la rodea, sin descuidar por esto la obtención de utilidades que exigen los accionistas.

Para lograr una mayor efectividad en la incorporación de la RSC a los planes y políticas de la compañía, esta debe ser incluida dentro planeación estratégica de cada empresa; la implementación de estrategias que promuevan la responsabilidad social de la empresa en los tres ámbitos en los que se desenvuelve económico, social y medioambiental son el camino a seguir para quienes se decantan por el animo de la obligatoriedad social.

Así mismo, se recomienda la Creación de un "Comité de Políticas (CP)" o un "Comité de Revisión de la Empresa (CRE)" en cuestiones de RSC, que se encargue de: Coordinar e implementar las iniciativas en RSC establecidas por el Director General, dentro y fuera de la empresa; la elaboración de las memorias de sostenibilidad de la empresa; el cumplimiento a los índices en materia de RSC; la administración -o creación si es necesario- de una fundación que trate temas de RSC; entre otras actividades.

### **Agradecimientos**

Agradezco el apoyo del CONACYT (Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología) para la elaboración de esta investigación.

## Referencias

- Argandoña, A. y D. Sarsa. 2000. "Ethical funds as a tool for promoting ethics in business" IESE Business School. 15 Junio 2000.
- Bachtold, E. 2004. "Estructura y Análisis de la Norma Mexicana de Responsabilidad Social". Segundo Congreso Internacional de Responsabilidad Social 2004. Monterrey, N.L. México
- Casilda Bejar, R. 2004. "Reflexiones sobre el Desarrollo Económico Latinoamericano, desde el componente ético, la responsabilidad social corporativa y las finanzas". XII Conferencia Anual de Ética, Economía y Dirección - Ética Y Finanzas. Madrid, Abril 2004.
- Comision Europea. 2001. Libro Verde- Fomentar un Marco Europeo para la Responsabilidad Social de las Empresas. Bruselas.
- Davis, K.W.C. y R.L. Blomstrom. 1988. Business and society: Concepts and policy issues. McGraw Hill NY.
- De La Cuesta, M. 2000. La Responsabilidad Social Corporativa o Responsabilidad Social de la Empresa. Departamento de Economía Aplicada e Historia Económica de la UNED. Madrid.
- De La Cuesta, M., C. Valor y I. Kreisler. 2003. "Promoción Institucional de la RSC: Iniciativas internacionales y nacionales". Boletín ICE económico, Vol. 2755, pp. 9-20. Septiembre de 2003.
- De La Cuesta, M. 2004. "El porque de la Responsabilidad Social Corporativa". Boletín Económico de ICE. No.2813
- De Lara Bueno, M. I. 2003. La Responsabilidad Social de la Empresa. Implicaciones Contables. Pág. 47-63 Edisofer, S.L. ISBN: 84-89493-83-9
- Epstein, M.J. y W. Birchard. 2001. La Empresa Honesta. Editorial Paidós Ibérica. Barcelona. – Traducido del original Counting what Counts (1999)-.
- Finger, M. y J. Kilcoyne. 1997. "Why transnational Corporations are organizing to Save the Global Environment". The Ecologist, Vol. 27, No. 4.
- Fontela, E. 2005. "La Comunidad de Madrid: Perspectiva 2015". Direccion General de Economía. Consejería de Economía e Innovación Tecnológica. Comunidad de Madrid.
- Freidman, M. 1970. "The social responsibility of business is to increase its profits". New York Times Magazine, 13 de septiembre.
- Gómez Lemus, M., 2004. "La Responsabilidad Social Empresarial una alternativa para mejorar los niveles de vida de una sociedad y sus limitaciones". XII Conferencia Anual de Ética, Economía y Dirección - Ética Y Finanzas. Madrid, Abril 2004.
- Lozano, J.M. 1999. Ética y Empresa. Editorial Trotta. Madrid.
- Marín, A. 2004. "Del Marketing con causa a la responsabilidad social de la empresa". Revista de Investigación y Marketing No.85 AEDEMO (Asociación Española de Estudios de Mercado, Marketing y Opinión)
- Naciones Unidas. 2003. Normas sobre las responsabilidades de las empresas trasnacionales y otras empresas comerciales en la esfera de los derechos humanos. Naciones Unidas Doc. E/ CN.4/Sub.2/2003/12/Rev.2
- Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa. 2005. La Responsabilidad Social Corporativa en las Memorias Anuales de las Empresas del IBEX35, Análisis del Ejercicio 2003. Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa.
- Organización de las Naciones Unidas. 2003. Normas sobre las Responsabilidades de las empresas multinacionales y otras empresas con respecto a los derechos humanos. Organización de las Naciones Unidas (ONU).

- Orlitsky, M., F. Schmidt, y S.L. Rynes. 2003. "Corporate social and financial performance: A Meta analysis". *Organization Studies*. May-June.
- Osuna F., C. 2004. "Lineamientos de Responsabilidad Social e Integridad" -Comité Nacional de Productividad e Innovación Tecnológica (COMPITE). Segundo Congreso Internacional de Responsabilidad Social 2004. Monterrey, N.L. México
- P.D./ B.E./ R.N. 2005. "Las mejores empresas para trabajar". *Actualidad Económica*. 30 Junio 2005.
- Porter, M. 2004. "La filantropía empresarial como ventaja competitiva". *Harvard Deusto Business Review*.
- Prat, R. M. 1996. "Algunos ejemplos de la Importancia de la Ética en el Mundo Financiero", *Finanzas y Contabilidad*, n.12, Julio-Agosto. Pág.72
- Putnam, R.D. 1995. "Bowling alone: America's declining social capital", *Journal of democracy*, 6, páginas 65-78.
- Sánchez Olea, C. 1998. "La Empresa Conveniente", *Anuario de Comunicación 1998*. ADC Dir com. Pág. 171.
- Suárez González, F. 1982. "Aspectos Laborales del Balance Social de la Empresa". *Jornadas de Estudio sobre Economía y Sociedad. El Balance Social de la empresa y las Instituciones Financieras*. Banco de Bilbao. Pág. 281.
- Transparencia Internacional. 2004. *Índice de Percepción de la Corrupción*. Elaborado y Publicado por Transparencia Internacional. [Fecha de consulta: 8 de Julio 2005] [www.transparency.org](http://www.transparency.org)
- Tua Pereda, J.; Gonzalo Angulo, J. A. 1987. "La Responsabilidad Social del Auditor". *Técnica Contable*, octubre, nº 466, Pág. 435-452.
- Unión Europea. 2001. *Libro Verde: Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*. Unión Europea.
- Villafañe, J. 2003. *La Buena Reputación: Claves del Valor Intangible de las Empresas*. Editorial Pirámide.
- World Business Council for Sustainable Development . 2000. *Making good business sense*. p 10.
- Wood, D.J. 1991a. "Corporate Social Performance Revisited" *Academy of Management Review*, 16 (4): 691-718.

## Normas editoriales

La revista de **InnOvaciOnes de NegOciOs** requiere la presentación del manuscrito en forma electrónica (formato MS Word) en adición de la forma impresa. La forma de presentación de formato electrónico es en disquete. Favor de indicar en el disquete nombre de software que se usa. Siempre guardar una copia de disquete con usted. Después de la **aceptación del manuscrito**, asegure perfectamente bien que nos va a enviar la última edición (la versión revisada) de su manuscrito, tanto en copias impresas como en formato disquete.

### Espectro de publicaciones

La revista publica los siguientes tipos de manuscritos: a) resultados de la investigación original, b) cartas al editor, c) artículos interpretativos y de debate en la sección "Foro", d) ensayos de revisión que contribuyen algo intelectual de parte del autor, y no meramente una recopilación de la información, y e) revisión de libro.

### Presentación del manuscrito

- El idioma de la revista es inglés y español. Use Ariel Narrow.
- Título en español e inglés (tamaño de letra 14).
- Autor (es) (tamaño de letra 12).
- Afiliación (tamaño de letra 10).
- Domicilio incluyendo, e mail, teléfono y fax (tamaño de letra 10).

### El resumen (en español) y el abstract (en inglés) con tamaño de letra 10

Un resumen de máximo 250 palabras con margen ajustada. El resumen no debe tener abreviaciones sin definición o referencias no especificadas. Escribir la palabra resumen en negritas, seguido por un punto y luego el contenido del resumen.

### Las palabras claves en inglés e español con tamaño de letra 10

Presentar cuatro a siete palabras claves en orden alfabético, y colocarlas antes de la sección del resumen (español) y la sección de abstract (inglés).

### El texto

El texto abarca las siguientes secciones **sin numerar las páginas**: **Introducción, Metodología, Resultados, Discusión, Recomendaciones y Referencias** (cada sección con tamaño de letra 12, con la excepción de las Referencias en tamaño de 10). Para cada sección, escribir en **negritas y justificado**, el título de cada sección (por ejemplo, **Introducción**), luego después de un renglón y con una sangría comenzar la escritura. Cada nuevo párrafo comienza con una sangría, inmediatamente en una línea por debajo del párrafo anterior. Los márgenes de parte superior e inferior con 4.15cm & de los lados de 4.47cm. **No se aceptan pie de página.**

### Encabezados de las secciones

Debe distinguir claramente los encabezados primarios, secundarios terciarios etc., (todos en **negritas**).

### Las abreviaciones

Las abreviaciones deben estar explicadas en corchetes al primer momento de aparición.

### Los símbolos y las unidades

Solamente debe usar las unidades SI. Usar en forma numeral los números de dos o más dígitos, y para los dígitos simples cuando vienen con las unidades de la medición.

### **Las figuras y tablas**

Aparte de impreso, las figuras y tablas deben presentarse en forma electrónica Microsoft Word. Deben guardar las figuras en archivos separados **sin** sus leyendas, mismas que deben estar incluidas en el texto del manuscrito. Las líneas de las figuras deben ser mas grueso que 0.25 puntos y la densidad de la apantalla debe ser al menos 10%. En caso de la versión de impreso, las figuras y tablas deben estar enumeradas y mencionadas en el texto. La posición aproximada de cada figura o tabla debe estar indicada en el margen del texto (con lápiz). En revés de cada figura, el nombre del primer autor y el número de la figura debe estar escrito con lápiz, además la parte superior de la figura debe estar bien señalada. La figura y las tablas deben estar colocadas en la parte final del manuscrito seguido de la sección de las Referencias. Cada figura y tabla debe estar acompañada con una leyenda explicativa. Las leyendas de las figuras deben estar agrupadas y colocadas en una hoja separada. **Las leyendas de las tablas** deben estar colocadas **inmediatamente por arriba de** cada tabla. No se van a retornar las figuras a los autores al menos por la petición escrita el autor.

### **Apéndices**

Los materiales suplementarios se pueden poner en la parte de Apéndice, antes de la parte de referencias.

### **Referencias**

Las referencias a los libros, artículos en revistas, en las conferencias, simposio, foros, curso-taller, y trabajos técnicos deben estar listadas al final del manuscrito en orden **alfabético**. No deben ser incluidas en la lista de referencias, los trabajos en preparación, los trabajos no publicados, los trabajos sometidos para su publicación, observaciones no publicadas, comunicaciones personales, etc. Sin embargo, se puede mencionar estos trabajos solamente dentro del texto (ejemplo: M. H. Badii, comunicación personal). Dentro del texto, la referencia es identificada por el apellido del autor seguido por la fecha de la referencia. Cuando hay más de dos autores, solo usar el apellido del primer autor, seguido por "et al.". En caso que un autor tiene más de un trabajo publicado en el mismo año, la referencia, tanto en el texto como en la lista de las referencias debe estar identificada por la letra "subíndice" "a" y "b" después de la fecha con el objetivo de distinguir los trabajos.

### **Ejemplos de citar las referencias**

#### **(1) Dentro del texto:**

Un autor: Pérez (2000) o Pérez, 2000.

Dos trabajos del mismo autor y en el mismo año: Pérez (2000a, 2000b).

Más de dos autores: Badii et al., 2004.

El uso de la letra 'y' o '&': Pérez y Ramírez, 2001, o Pérez & Ramírez, 2001.

#### **(2) En la lista de Referencias al final:**

##### **Libro**

Pérez, M.H. y L.J. Rodríguez. 2000. Fundamentos de Contabilidad. Limusa, Monterrey.