

**“Análisis de los Avances de la Responsabilidad Social Empresarial en
Chihuahua”**

Tema:

Administración del Desarrollo Regional y Sustentabilidad

Autores:

Dr. Pedro Javier Martínez Ramos

M.A. Hilda Cecilia Escobedo Cisneros

M.A. Beatriz Elena Montoya Arevalo

Profesores Investigadores

pmartinez@ulsachihuahua.edu.mx

Secretaría de Investigación y Postgrado

Universidad la Salle Chihuahua

Chihuahua, Chih. Diciembre, 2012

Casa (614) 4230405

Oficina (614) 4321477

Zapopan, Jalisco, México del 23 al 26 de Abril 2013

Resumen

El objetivo de esta investigación se enfocó en identificar el avance en el desarrollo de la Responsabilidad Social Empresarial que perciben los grupos de interés involucrados de la ciudad de Chihuahua. A través de 4 grupos focales en los que participaron las Cámaras Empresariales, Instituciones de Educación Superior, Organizaciones de la Sociedad Civil y funcionarios de Gobierno. El proceso metodológico fue el siguiente: El trabajo se llevó a cabo en la ciudad de Chihuahua en año 2012. El diseño de la Investigación cualitativa fue no experimental transversal descriptivo. La recolección de datos fue a través grupos focales realizados de manera simultánea en las instalaciones de la ULSA Chihuahua, estos fueron agrupados alrededor de categorías para su análisis, de la siguiente manera: 1) Avance que perciben los empresarios de la Cd. de Chihuahua de la RSE, 2) Ubicación de la Cd. Chihuahua en el contexto Nacional y mundial con el avance actual de la RSE, 3) Sensibilidad de los empresarios chihuahuenses para apoyar los avances de la RSE, 4) Apoyo del Gobierno del Estado y las OSC's para lograr avances y 5) Acciones que se pueden emprender para apoyar la RSE. Los resultados indican que se percibe avance aunque no el suficiente de la RSE; que Chihuahua, a pesar de ser un referente nacional en RSE, se ha ido rezagado; que hay buena disposición y apertura de los empresarios para apoyar la RSE pero que también hay desconocimiento y confusión; se encontró apoyo y disposición del Gobierno y las OSC's; finalmente se propusieron algunas rutas de acción.

Palabras Clave:

Responsabilidad Social Empresarial, Empresa Socialmente Responsable, Grupos de Interés.

Antecedentes

Dentro del actual contexto globalizado mundial, las empresas han cobrado especial relevancia, no sólo económica sino también política, y se han convertido en actores protagónicos en el escenario mundial. Los grandes niveles de ventas y utilidades, la explotación y uso de los recursos naturales, el rol que juegan en sectores estratégicos de la economía y la consiguiente influencia en el ámbito público, entre otros factores, denotan la relevancia que han adquirido.

Sin embargo, este escenario no ha estado exento de controversias, reclamos y exigencias, ya que la generación de riqueza que se logra a través de las organizaciones ha significado, por lo general, una mayor polarización y un aumento de la pobreza y de las desigualdades sociales. Por otro lado, también la conducta ética de las empresas ha sido puesta en entredicho por los escándalos contables, la corrupción y el cohecho, por la violación a los derechos humanos y laborales, así como por el deterioro y la contaminación ambiental (Greaves Lainé, 2006).

De aquí que diversos organismos internacionales hayan propuesto lineamientos, normas o directrices para regular el comportamiento corporativo, abogando por una *“globalización con rostro humano”* y que, de manera paralela, diversos actores sociales (sindicatos, grupos de consumidores u organizaciones de la sociedad civil de países desarrollados principalmente), hayan ideado también mecanismos y estrategias de presión para incidir en el terreno de las decisiones corporativas (Font, Gudiño, Medina, & Sánchez, 2008).

En este sentido, la nueva actitud de los grupos de interés frente a la actividad empresarial se tradujo en mayores exigencias para que las empresas operen según códigos y estándares de comportamiento responsable. Las empresas, por su parte, comenzaron a percatarse de que la puesta en marcha de políticas y acciones de responsabilidad social corporativa constituye una fuente de beneficios en términos de reputación e imagen corporativa, la cual, a su vez reduce el riesgo de la oposición pública contra sus operaciones, ayuda a conservar a los clientes, y facilita el ingreso a nuevos mercados con mayores exigencias (Correa , Flynn, & Amit, 2004).

Ante este escenario se hace importante ubicarse en la evolución del concepto de RSE para entender e identificar, qué sucede frente al tema en la actualidad. Por consiguiente, se inicia con un análisis evolutivo, integrado a nivel mundial, a nivel nacional y a nivel local.

La RSE en el mundo

La RSE no es un fenómeno reciente. Desde 1943, en Johnson & Johnson, se contaba con un credo en el que se definía la responsabilidad de la empresa hacia sus clientes, empleados, comunidad y otros grupos de interés. Sin embargo, se considera su desarrollo a partir de los años cincuenta cuando es publicado el libro *“Social Responsibilities of the Bussinesman”* de Howard R. Bowen (Raufflet, Lozano, Barrera, & Garcia, 2012). Más adelante, en los años sesenta, se identifica a los empresarios Thomas Watson, de IBM, David Rockefeller, del Chase Manhattan, entre otros, como iniciadores de la idea de una responsabilidad social (Font, Gudiño, Medina, & Sánchez, 2008). Por su parte, Truño (2007), comenta, al respecto del origen de la RSE en Europa, que ésta estaba unida a la función estatal de regular el bienestar comunitario. Antes de esto, el Estado no asumía la función social, siendo los empresarios quienes asumían un comportamiento paternalista o social, situación que fue desapareciendo paulatinamente al crearse mutualidades, fondos de solidaridad y por la construcción progresiva del estado del bienestar en Europa.

En la década de los sesenta, se estableció la ley de hierro de la Responsabilidad Social, la cual confiere legitimidad y poder a la empresa, pero en el largo plazo, ya que aquellos que no utilizan ese poder de un modo responsable socialmente tienden a perderlo (Davis, 1975, citado por Areque y Montero, 2006). Uno de los más grandes debates acerca de la legitimidad de la responsabilidad social se originó cuando Milton Friedman afirmó que pocas tendencias podrían socavar tan a fondo los fundamentos mismos de nuestra sociedad libre, como la aceptación por parte de los funcionarios corporativos de una responsabilidad social de hacer tanto dinero para sus accionistas como fuera posible (Raufflet, Lozano, Barrera, & Garcia, 2012). Por lo tanto, Friedman consideraba que las responsabilidades sociales son individuales

y no empresariales ya que la única responsabilidad de la compañía es incrementar los beneficios económicos de los accionistas. Una definición trascendental en la evolución del concepto de Responsabilidad Social Empresarial fue dada por Davis y Blomstrom en la primera edición del libro *"Business and its Environment"*. Para estos dos autores los directivos de las empresas tenían la obligación de ser conscientes del impacto de sus actividades en todo el sistema social. Esta visión supuso la necesidad de distinguir más allá de los factores económicos e incorporar a la sociedad en su totalidad (Paladino, Milberg, & Sánchez , 2006).

En la década de los 70's, se estableció una diferenciación conceptual entre lo que es la obligación social, la responsabilidad social y la respuesta social. La obligación social tiene que ver con los procedimientos que realiza la empresa en respuesta a las fuerzas del mercado o limitaciones legales. La responsabilidad social es la conducta corporativa adecuada a las normas, valores y expectativas sociales. Por último, la respuesta social es la adaptación del comportamiento de la organización frente a las necesidades de la sociedad (Sethi, 1975, citado por Raufflet, Lozano, Barrera, & Garcia, 2012).

Por su parte, Carroll planteó a la RSE como el conjunto de cuatro partes que abarcan las expectativas económicas, legales, éticas y filantrópicas o discrecionales que la sociedad posee de las empresas en un determinado tiempo. Cada una de estas partes se encuentra interrelacionada y conforma la responsabilidad social total de las organizaciones (Raufflet, Lozano, Barrera, & Garcia, 2012).

Drucker sostuvo que la empresa debería convertir la RSE en una oportunidad de negocio. El planteamiento de Drucker marcó una evolución de la Responsabilidad Social Empresaria hacia la integración entre la actividad desarrollada por la empresa y las necesidades de la sociedad, logrando convertir así los problemas de la comunidad en claras oportunidades para aumentar la productividad de la organización (Paladino & Milberg, 2004).

De igual manera, Freeman propuso la teoría de los *stakeholders* (grupos de interés). Esta ideología concibe a las organizaciones como un sistema abierto que posee una relación bidireccional con la sociedad a través de los distintos grupos de

interés. Por esta razón, los intereses de todos los interlocutores deberían estar contemplados por las empresas y de esta forma nace la filosofía empresarial de la Responsabilidad Social Empresarial (Raufflet, Lozano, Barrera, & Garcia, 2012).

En 1987 apareció el concepto de desarrollo sustentable que aportó un alto grado de evolución a la concepción de RSE. El término hace referencia al desarrollo que satisface las necesidades actuales sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus necesidades. Esta idea sostuvo que las empresas no debían impactar de forma negativa en la sociedad con sus actividades productivas y comerciales (World Commission on Environment and Development, 1987). En los noventa, la RSE comenzó a ser considerada como un factor de control, el cual les permitía a las empresas solucionar cualquier daño causado a la sociedad. Al respecto, Buchholz (1991), añadía que las empresas ocasionalmente generaban problemas sociales como consecuencia de sus actividades, por lo tanto, reducir los efectos colaterales era una responsabilidad social empresarial. Por otro lado, Wood (1991), retomó varios de los conceptos planteados a lo largo de los años y estableció tres principios de responsabilidad social. El primero de ellos sostiene que la empresa es una institución social y debe emplear su poder de forma responsable. El segundo sustenta que la empresa debe hacerse cargo de los efectos provocados en la sociedad como consecuencia de sus actividades. El último propone a los directivos de las empresas como agentes morales que se encuentran obligados a ejercitar con discreción la toma de decisiones. Un concepto muy importante relacionado a la RSE fue el propuesto por John Elkington a fines de la década de los noventa. El término *Triple Bottom Line* se encuentra vigente en la actualidad y hace referencia a que las empresas deben lograr un equilibrio entre los resultados económicos, sociales y medioambientales (Raufflet, Lozano, Barrera, & Garcia, 2012). Durante el resto de los años noventa, hubo una reducción en los aportes sobre la definición de la RSE, aunque se registró un incremento en el desarrollo de conceptos relacionados y compatibles con la RSE, como lo fueron la Responsabilidad Social Corporativa, la Ciudadanía Corporativa y la Teoría de la Ética en los Negocios (Paladino & Milberg, 2004).

A principios del nuevo siglo, diversos organismos internacionales comenzaron a desarrollar iniciativas para elevar la importancia y el compromiso de la RSE. Así fue como, en el año 2000, se creó el Pacto Mundial o Global Compact, una iniciativa que compromete a las empresas a cumplir con 10 principios agrupados en cuatro dimensiones: 1) Aspectos laborales, 2) Derechos Humanos, 3) Combate a la corrupción y 4) Protección del medio ambiente. En esta misma línea la ONU lanzó, en 2006, en la celebración de la Declaración del Milenio de las Naciones Unidas, los Objetivos del Milenio destinados a mitigar los grandes problemas que afectan a la humanidad (Velasco, 2006). Otro organismo internacional con gran influencia en la promoción de la RSE es el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) que ha participado financiando proyectos para el desarrollo de la normatividad en materia de RSE (Raufflet, Lozano, Barrera, & Garcia, 2012).

En 2001, la Unión Europea elaboró el denominado "Libro Verde de la Unión Europea", con el objetivo de desarrollar un marco de responsabilidad social para las empresas europeas. La Organización Internacional para la Estandarización (ISO por sus siglas en inglés), conocida por sus normas genéricas respecto a la gestión de la calidad (serie ISO9000) y de la gestión medioambiental (serie ISO14000) inició en el año 2001, un proceso de reflexión sobre la conveniencia de llegar a emitir algún tipo de norma sobre la RSE, dando paso a la creación, en marzo del 2005, de un grupo de trabajo que desarrolló la Norma ISO26000 que fue publicada en noviembre de 2010. Esta guía tiene una aspiración de universalidad, es decir, de aplicación igualitaria para todos, por tal motivo se han llegado a acuerdos respecto a su aplicación. El primer acuerdo respecto al tema, fue su empleo en todo tipo de organizaciones, por lo cual se le quitó la "E" a la ahora Responsabilidad Social (RS), ya que originalmente estaba destinada a las empresas. Ahora involucra a todos los sectores tanto públicos como privados y a la sociedad civil en general, considerando que esta limitante sea un impedimento para el avance de la Responsabilidad Social, al no identificar a ésta como una misión y un deber de todos (Massai, y otros, 2011).

A nivel de gobierno, en el año 2000, el Reino Unido crea un Ministerio de Responsabilidad Social Corporativa (RSC), modifica la Ley de Pensiones y solicita la

divulgación de inversiones socialmente responsables. En 2001, la Unión Europea inicia el desarrollo de una estrategia de RSE en Europa y en el Reino Unido la revisión de la Ley de Sociedades, promoviendo mayor “*accountability*” (rendición de cuentas) por impactos sociales y ambientalistas. En ese mismo año, la Asociación de Aseguradores Británicos emiten las guías de revelación de inversiones sociales responsables. En 2002 el Primer Ministro de Francia nombra un Ministerio de Desarrollo Sustentable.

Por otro lado, en el marco del World Economic Forum (WEF), los países suscriben una declaración de ciudadanía corporativa y en abril de ese año, el *Global Reporting Initiative*, que es una organización sin ánimo de lucro con múltiples grupos de interés, se convierte en una institución permanente (una herramienta organizacional que establece los principios e indicadores para llevar un registro de los avances y retos en materia de responsabilidad social) (Accion Empresarial, 2003).

Hoy por hoy, la denominada RSE supone un nuevo rol de la empresa dentro de la sociedad. Sus acciones no pueden estar limitadas sólo al juego de la oferta y la demanda, sino que deben constituir piezas claves para el desarrollo económico y social de los países. Al menos en el mundo desarrollado, el mercado lo agradece.

La RSE en Latinoamérica y en México

Por encargo de Fundación Telefónica, en 2005 la consultora chilena Tironi Asociados realizó un estudio que sirvió para conocer el nivel de conciencia que se da respecto de la RSE en cinco países latinoamericanos: Argentina, Brasil, Chile, México y Perú. El resultado fue una radiografía que muestra un panorama muy diverso, en el cual Brasil lleva, por mucho, la delantera en cuanto a ostentar un modelo equilibrado presentando un alto profesionalismo y un buen desarrollo de programas; un tercer sector fuerte, que sabe aliarse con las empresas (Ganar- Ganar); existencia de alianzas entre actores públicos, privados, académicos y la sociedad civil: y una alta presencia territorial.

No es de extrañar el liderazgo brasileño en el tema, puesto que el Instituto Ethos, hoy principal referente en la región, se creó en 1998 en ese país y actualmente ya tiene más de 7,000 empresas asociadas que suman el 30% del PIB brasileño.

El panorama de Argentina es resumido en el informe como "*clientelismo del tercer sector*". Es decir, que existe una alta participación de la sociedad civil, con las ONGs como protagonistas (median el accionar social de las empresas y capitalizan el retorno y la visibilidad de los programas). A su vez, existe presión ciudadana hacia la RSE en las empresas, porque hay rechazo a los programas asistenciales y exigencia de políticas de mediano y largo plazo.

En México se da un modelo "*paternalista*", enfocado en la asistencia. Es implementado sólo por las empresas más grandes, frecuentemente en alianzas con el Estado y con alto impacto comunicacional. Respecto de la RSE en Perú, los consultores dicen que se encuentra en "*estado germinal*", ya que hay un desarrollo emergente, con escaso voluntariado corporativo. Por otro lado, en Chile, la conclusión es que se encuentra en una etapa de "*marketing social*". Los expertos dicen que mientras se produce un triunfo de los consumidores sobre los ciudadanos, los esfuerzos de las empresas en este sentido tienen que ver con fines comunicacionales, que todavía hay baja descentralización en las acciones, mucha visibilidad de trabajo en el ámbito artístico-cultural y una escasez de voluntariado corporativo (Reyno, 2006).

Los orígenes de la RSE en México se ubican a mediados del siglo XX. En 1992, con la fundación del Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi), quien emite, en 1997, el Programa de Responsabilidad Social Empresarial en México, y en 2000, la convocatoria para reconocer a las Mejores Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial, contando con la participación de organizaciones como: la Confederación Patronal de la República Mexicana (Coparmex), La Unión Social de Empresarios de México (USEM), Desarrollo Empresarial Mexicano y el Grupo Editorial Expansión. En el año 2001 se otorga por primera vez el Distintivo *Empresa Socialmente Responsable*. Ese mismo año, se integra la Alianza por la Responsabilidad Social Empresarial (AliaRSE) con la participación de Administración por Valores (Aval), la Coparmex, el Consejo Coordinador Empresarial (CCE), Cemefi, la Usem e Impulsa (antes Desarrollo Empresarial Mexicano) y en el 2002, se une la Confederación de Cámaras Industriales (CONCAMIN).

Sin embargo, en México la Responsabilidad Social Empresarial no se ha generalizado, aparentemente por varias razones: poca información existente sobre ésta; quizá por considerarse como una moda o una actividad de mercadotecnia, en particular de relaciones públicas; también puede concebirse como un lujo de las grandes empresas, o mantener el viejo paradigma de la responsabilidad centrada en la creación de empleo, cumplir leyes y dar dividendos; y, por continuar con la idea de que el desarrollo social de una comunidad es responsabilidad del gobierno (Gudiño & Sanchez , 2005).

Los ínfimos logros en esta materia responden a la incursión de México en el mercado global. Para poder permanecer en el mercado, ya no sólo nacional, sino internacional, las organizaciones se han visto obligadas a incorporar programas como el pacto Mundial convocado por la ONU, y cuya difusión en México corre a cargo de las propias empresas a través de la COPARMEX (Gudiño & Sánchez, 2005).

Sin embargo, es en mayo del 2000 cuando por primera vez el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI) invita al Consejo Coordinador Empresarial (CCE), la Confederación Patronal de la República Mexicana (Coparmex), la Unión Social de Empresarios de México (USEM) y Desarrollo Empresarial Mexicano (DESEM), a participar activamente, junto con el CEMEFI, en la convocatoria a un Congreso hemisférico sobre el tema de Responsabilidad Social Empresarial, cuyo éxito propicia el terreno para el seguimiento y consolidación de las consultas y trabajos en materia de Responsabilidad Social Empresarial de forma conjunta. A esta iniciativa se suma también la Confederación de Cámaras Industriales (Concamin) para constituir AlíaRSE (Alianza para la Responsabilidad Social Empresarial), promover la Responsabilidad Social Empresarial en México. Según Raufflet, Lozano, Barrera, & Garcia (2012), han surgido varias iniciativas en el país para regular y apoyar la Responsabilidad Social Empresarial, siendo la primera, el sistema de autoevaluación, distintivo de Empresas Socialmente Responsables de CEMEFI. Otra iniciativa es la implementación de la norma SA8000 en México, basada en la ISO26000, así como la elaboración de la Norma Mexicana por el Instituto Mexicano de Normalización y Certificación A. C. Dicha norma contiene las directrices para la instrumentación de un

sistema de gestión en Responsabilidad Social y fue lanzada de manera oficial en mayo de 2005. Por otro lado, Greaves (2006), observa, en los últimos años, un creciente número de fundaciones empresariales o de programas sociales corporativos institucionales dedicadas al apoyo de la RSE. La práctica de la Responsabilidad Social, enfrenta grandes desafíos en México, porque los programas varían de empresa en empresa y éstos son únicamente programas filantrópicos. Por un lado, estos programas también carecen de aspectos relacionados con actividades al interior de la organización y de aspectos ambientales, sociales y de derechos humanos (Pérez, 2009).

La RSE en Chihuahua

Alrededor de los años ochenta, la industria maquiladora chihuahuense se constituyó, al igual que para otras zonas de la frontera norte, en una alternativa de empleo para buena parte de la población que fue contratada por empresas extranjeras. En la actualidad, las principales actividades económicas son diversas y son pocas las industrias de importancia. Entre los principales negocios de capital local figuran una cadena de supermercados, una cementera, cerámica, empacadoras de carne, promotoras inmobiliarias y la industria de la construcción. Estas últimas se vieron favorecidas con la construcción de parques industriales para albergar a las maquiladoras. Los empresarios en esta región se caracterizan por su regionalismo, su solidaridad y por su alto nivel de participación en asuntos de interés público (Font, Gudiño, Medina, & Sánchez, 2008). El ejemplo más notorio de esta solidaridad se ve reflejado en la creación de la Fundación del Empresariado Chihuahuense (FECHAC) que es un vehículo que utilizan más de 31,000 empresarios chihuahuenses para hacer llegar su apoyo a la comunidad. Es una organización, independiente y autónoma, apartidista y sin fines de lucro, dedicada a atender las necesidades críticas de la comunidad en materia de educación básica, salud preventiva y formación de capital social, con el propósito de elevar la calidad de vida de los chihuahuenses, promoviendo la Responsabilidad Social Empresarial, la participación ciudadana y el fortalecimiento de las organizaciones de la sociedad civil, en el arduo intento por seguir construyendo y fortaleciendo a la comunidad. Creada en 1996, opera recursos provenientes de un

gravamen adicional al impuesto sobre nómina propuesto por los empresarios del Estado para destinar recursos a obras sociales (Fundación del Empresariado Chihuahuense, A.C., s/f).

Se podría decir que la RSE en Chihuahua se concibe fundamentalmente en términos de la adopción de ciertos principios. Se trata de una visión más pragmática y simplificada que integra tanto la dimensión interna como la externa, sin adoptarse como estrategia del negocio o sistema de gestión, esto en términos reales, sería el siguiente paso a lograr para cristalizar el esfuerzo de los empresarios y de las organizaciones como USEM, Coparmex, Canacintra, los Gobiernos Municipal y Estatal, el mismo FECHAC y algunas instituciones de educación superior como la Universidad La Salle Chihuahua, la Universidad Autónoma de Chihuahua, la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez. Cabe resaltar que la Universidad La Salle Chihuahua, con el apoyo de la Fundación Konrad Adenauer, y a través de las actividades académicas de la Cátedra de Economía Social de Mercado, alojada en esta universidad, promueve la sensibilización y capacitación de todos los grupos de interés alrededor del concepto de RSE. El avance es aun lento pero significativo de este concepto tan importante para el desarrollo.

Planteamiento del problema

México, al igual que muchos otros países, es una nación de enormes contrastes, de gran riqueza y profunda pobreza. País de desigualdades, donde muchos tienen muy poco y muy pocos concentran mucho. Según el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), en el censo del 2010 había 112 millones de habitantes, de los cuales, aproximadamente, el 10% controlaba el 40% del dinero de la nación, 60% pertenecía a la clase baja y entre el 20 y el 30% vivían en condiciones de pobreza extrema. Es decir, sus ingresos no bastaban para cubrir sus necesidades alimentarias. Además, según la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE), México todavía aparece muy abajo en los listados de educación y salud. También existe un alto índice de corrupción, mucha impunidad y baja credibilidad en el gobierno (Pérez, 2009). Dada la compleja situación de la economía, las empresas,

independientemente a su tamaño y sector, deben invertir en la calidad de las relaciones con sus diversos grupos de interés e impulsar no sólo el desarrollo económico sino también el social y ambiental. La magnitud de problemas que enfrenta la población, ha llevado a que las empresas experimenten una fuerte presión por ayudar. Los asuntos de ética de los negocios y responsabilidad social cada vez están más presentes en el medio y foros relevantes de los negocios (Asociación de Empresarios Cristianos, 2009).

Es necesario de esta manera destacar que la Responsabilidad Social Empresarial es, hoy en día, una tendencia creciente alrededor del mundo. En México, aunque el tema se conoce y se practica desde hace años, las investigaciones empíricas son muy recientes y escasas, a nivel global cada país ha desarrollado y adaptado el tema a su manera, imprimiéndole a la implementación del concepto la velocidad y ritmo que se adecua a las condiciones particulares. El interés de la presente investigación es analizar los avances en RSE y explorar qué tanto se ha instituido como una parte fundamental del quehacer de los negocios en México, particularmente en la Cd. de Chihuahua. En la presente investigación se plantean las siguientes preguntas de investigación:

- ¿Cuál es el avance que perciben los empresarios de la Cd. de Chihuahua de la RSE?
- ¿Cómo se ubica la Cd. Chihuahua en el contexto nacional y mundial con el avance actual?
- Los empresarios chihuahuenses, ¿están sensibilizados para apoyar los avances de la RSE?
- El Gobierno del Estado y las OSC's, ¿están coadyuvando para lograr avances?
- ¿Qué acciones se pudieran proponer para apoyar el avance de la RSE?

Justificación

La responsabilidad social empresarial tiene implicaciones socioeconómicas muy profundas y positivas, ya que estas acciones y prácticas inciden en la calidad de vida de las comunidades. Ni aún en los países desarrollados es posible que los recursos del gobierno le permitan atender todas las necesidades y la

inequitativa distribución del ingreso, en prácticamente todo el mundo, implica la existencia de grupos poblacionales marginales y vulnerables a los que hay que poner especial atención para promover la justicia social y el equilibrio que aseguren la convivencia segura y la paz (Demirdjian, Izaguirre, Sotelo, & Garcia , 2010).

Por lo anteriormente mencionado, las aportaciones más importantes que se pudieran desprender de la presente investigación serían:

1. Proporcionar una fuente de referencia para todos los interesados en conocer más acerca del desarrollo de Responsabilidad Social y su importancia en las empresas mexicanas y particularmente las chihuahuenses.
2. Para la comunidad de investigadores, el obtener mayor conocimiento y contar con una fuente de información del desarrollo de la responsabilidad social empresarial.
3. Para la sociedad en general, la presente investigación puede ayudar a enfocar a los grupos de interés para que se concienticen de la importancia de que participen para que las empresas implementen y den seguimiento al concepto de RSE ya que esto puede repercutir en la maximización de los recursos (dinero, tiempo, productos, servicios, habilidades administrativas, etc.) destinados a las comunidades donde operan dichas empresas, generando desarrollo, bienestar y crecimiento.

Objetivo General:

Identificar el avance en el desarrollo de la Responsabilidad Social Empresarial que perciben los empresarios, los académicos, representantes del Gobierno y de la sociedad civil de la ciudad de Chihuahua.

Objetivos específicos:

- Identificar como perciben los empresarios, los académicos, representantes del gobierno y de la sociedad civil de la Cd. de Chihuahua el desarrollo de la RSE con respecto al país y con respecto al contexto mundial.

- Evaluar el nivel de sensibilidad que tienen los empresarios de la Cd. de Chihuahua para apoyar el avance de la RSE.
- Analizar como perciben los empresarios, los académicos, representantes del gobierno y de la sociedad civil de la Cd. de Chihuahua el rol para coadyuvar en el avance de la RSE del gobierno del estado y las OSC's.
- Proponer acciones para apoyar el avance de la RSE en la Cd. de Chihuahua.

Tipo de Investigación.

El presente estudio utilizó un mecanismo de recopilación de información denominado grupos focales (focus group) que puede clasificarse como un estudio de campo con una orientación cualitativa. Este paquete metodológico tiene como objetivo generar un espacio de interacción entre personas que no se conocen, pero que dentro del diseño de una investigación es importante reunir para delimitar su postura ante un tema en particular. Es básico que el ambiente en el que se desarrolle este diálogo grupal sea natural y permita a los participantes expresar de forma libre su sentir y pensar (Rodriguez, Gil, & Garcia, 1996).

Así mismo, el estudio será descriptivo, ya que únicamente se trata de explicar el conjunto de propiedades, características y rasgos del fenómeno analizado, según se considere su importancia, así como tendrá un diseño no experimental transversal porque no se manipulara ninguna de las mismas y se obtendrán los datos en un solo momento del tiempo (Ortiz, 2006).

Sujetos de Estudio

El presente trabajo de investigación fue desarrollado en el marco de la Cátedra de Economía Social de Mercado (ESM), que es alojada en la Universidad la Salle Chihuahua, auspiciada por la Fundación Konrad Adenauer, que cuenta con la participación de empresarios a través de cámaras empresariales como Canacintra, Coparmex y USEM, además de académicos y estudiantes de instituciones de educación superior que representan a la ULSA Chihuahua, la UACH, la UACJ, ITESM,

entre otras, funcionarios de los distintos ordenes de gobierno y organizaciones de la sociedad civil como FECHAC. La cátedra pretende ser un espacio de reflexión que propicia la discusión y el análisis de temas relacionados con la definición de la ESM, que es un sistema que combina la competencia sobre la base de la iniciativa libre de los individuos con la seguridad social y el progreso social (Rivadeneira, 2009). Es por esto que el desarrollo de la Responsabilidad Social Empresarial está enmarcado de manera natural en el contexto mencionado.

Los participantes en la investigación fueron 18 empresarios, 12 académicos, 4 funcionarios de gobierno, 8 representantes de las organizaciones de la sociedad civil (OSC's). Los participantes de la investigación se pueden apreciar en el resumen presentado en la tabla 1.

Tabla 1.

Sujetos de estudio en el análisis de los avances de la responsabilidad social empresarial en Chihuahua

| Tipo de participante | Número de Participantes |
|--|-------------------------|
| USEM (empresarial) | 6 |
| Canacindra (empresarial) | 6 |
| Coparmex (empresarial) | 6 |
| Maestros (académicos) | 12 |
| Funcionarios (gobierno) | 4 |
| Representantes de OSC's (sociedad) | 8 |
| Total | 42 |

Fuente: Elaboración del autor a partir de la información recabada.

Instrumentos de Investigación

Los grupos focales son un instrumento de investigación que se han desarrollado con la finalidad de hacer diversos tipos de evaluaciones y análisis. Están muy asociados con la investigación cualitativa en la investigación social. En términos generales, el grupo focal consiste en una conversación con un conjunto de personas,

las cuales conocen el tema de discusión y se les hace una entrevista con una guía ya definida. Esto quiere decir que los temas que se tratan se encuentran previamente definidos, pero son flexibles. Esta estrategia de evaluación está diseñada para la obtención de información de un área definida de interés particular. En general, se puede decir que el ambiente dentro de los grupos focales es permisivo y no-directivo (Vargas & Ibañez, 2008). Basados en lo anterior los investigadores del presente estudio definieron la guía de discusión con preguntas dirigidas a través de un facilitador.

Materiales y equipos:

Los recursos utilizados durante la investigación fueron:

- Equipo de Computo (Laptop) utilizando las aplicaciones Word, Excel y la conexión a Internet para acceder si fuera necesario a realizar consultas tales como: portales, artículos, libros electrónicos, bases de datos, etc.
- Equipo de grabación: micrófonos, computadoras con software de grabación, cables, conexiones, etc.
- Vehículo de transporte para visitar a las organizaciones que participan en la investigación, entregando las invitaciones para el evento a los participantes.
- Material, equipo de oficina, teléfono y correo electrónico.

Metodología

Los cuatro grupos focales se llevaron a cabo en las instalaciones de la Universidad La Salle Chihuahua, en el edificio que alberga la cafetería y tuvo lugar el 3 de Octubre del 2012. El salón cuenta con iluminación y ventilación adecuada. Las entrevistas grupales se audio grabaron para tener todos los elementos para su descripción y análisis. Así mismo, se siguieron los siguientes pasos para lograr los objetivos propuestos:

1. Se solicitó a los participantes que se agruparan en la mesa de discusión que se les asignó previamente. Cada mesa fue integrada con un esquema preestablecido como sigue: tres académicos, cuatro empresarios, un representante del Gobierno y

dos representantes de la sociedad civil. Se establecieron un total de cuatro grupos focales simultáneos.

2. Un facilitador, previamente designado por mesa, explicó los objetivos a lograr antes de iniciar el diálogo, es decir, analizar los avances de la Responsabilidad Social Empresarial.
3. Se repasaron las reglas del grupo con los participantes: hablar uno a la vez, levantar la mano para pedir la palabra, que todos participen y que prevalezca el respeto, entre otras.
4. Se explicó la dinámica basada en una serie de preguntas dirigidas a explorar los avances de RSE en Chihuahua y así propiciar el diálogo.
5. Una vez analizada la situación de la RSE en Chihuahua, se le pidió al grupo que mencionara algunas acciones que pudieran proponer para impulsar la RSE.
6. Se entregó el audio de la discusión a los investigadores para el análisis y tratamiento de los datos, así como una síntesis realizada por los secretarios de cada mesa.

Tratamiento de los Datos

El audio fue transcrito con el programa Word. La transcripción fue codificada y dichos códigos fueron agrupados alrededor de categorías para su análisis, estas fueron:

- I. Avance que perciben los empresarios de la Cd. de Chihuahua de la RSE.
- II. Ubicación de la Cd. Chihuahua en el contexto nacional y mundial con el avance actual de la RSE.
- III. Sensibilidad de los empresarios chihuahuenses para apoyar los avances de la RSE.
- IV. Apoyo del Gobierno del Estado y las OSC's para lograr avances.
- V. Acciones que se pueden emprender para apoyar la RSE.

Limitaciones.

Una de las principales restricciones a la que los investigadores se tuvieron que enfrentar es que los empresarios no están muy dispuestos a participar en estos eventos por falta de tiempo, dando por resultado que se tenga que emplear tiempo adicional en la etapa de trabajo de campo para convencerlos para que participen, además de las limitaciones propias de los autores.

Supuestos.

Los supuestos de partida para la presente investigación son:

1. Los empresarios participantes piensan que la Responsabilidad Social Empresarial es un costo que pueden evitar y que es un concepto que es más una obligación del Gobierno.
2. La RSE está muy poco desarrollada en la Cd. de Chihuahua y es por falta de apoyo y desconocimiento de los empresarios.

Resultados

Los resultados serán presentados según las categorías que se definieron previamente y en todos los casos la fuente de evidencia fueron los grupos focales. Algunas de las principales ideas expresadas son las siguientes:

I. Avance que perciben los empresarios de la Cd. de Chihuahua de la RSE

Se ha avanzado en los últimos años, siendo Chihuahua un referente muy importante a nivel nacional a partir de los 90's con la creación de la FECHAC. Sin embargo, se percibe un entendimiento equivocado y una confusión entre la filantropía y la Responsabilidad Social, aún así hay empuje y deseo de las cámaras empresariales, la sociedad civil, la Iglesia y el Gobierno por cambiar esquemas y propiciar que las empresas sean más solidarias con la comunidad.

...."Bueno yo creo que la RSE aquí en Chihuahua si ha avanzado. Sin embargo, creo que, como a nivel como de aficionados, o sea como que ya tenemos mayor apertura, queremos conocer el tema. Pero así a un nivel profesional, y entender lo que son herramientas como GRI –que platicábamos ahorita--, o el entender que existe una norma que te puede ayudar y te puede decir cómo, y que no tienes que encontrar el hilo negro, si no que te tienes que apegar a una norma y

que eso te puede dar estándares a nivel nacional e internacional y con otros estados y para poder medir avances, si creo que ahí nos falta mucho. Si hay una apertura, si hay un interés genuino. Creo que la sociedad chihuahuense siempre han sido líderes en este tipo de cuestiones, Sin embargo, si falta profesionalizar la materia”¹

En Chihuahua la alianza de organismos ha generado una sinergia interesante pero el principal cuestionamiento de esto es si es suficiente, si responde a las necesidades de las comunidades y la respuesta generalizada es que no.

...“En efecto, a través de la FECHAC, se da un paso contundente en las acciones orientadas hacia la RSE. Sin embargo, actores como las universidades y las cámaras, están aportando desde su esencia y dando forma a una RSE. Y gracias a la característica muy particular del ciudadano chihuahuense de ser muy participativo, es en nuestro estado donde se nota un empuje e interés relevante por el tema de la RSE”²

II. Ubicación de la Cd. Chihuahua en el contexto Nacional y mundial con el avance actual de la RSE

El empresariado local casi siempre ha mantenido un vínculo de colaboración con el Gobierno Estatal en turno interviniendo en la promoción y planeación estratégica del Estado, y por su alto nivel de participación en los ámbitos económico, político y social a través de organismos empresariales tanto gremiales (cámaras), como no gremiales, que han surgido desde los años setenta y ochenta. Entre dichos organismos se encuentran Desarrollo Económico del Estado de Chihuahua (DESEC), organismo impulsor de la maquiladora y del que más tarde se desprenden la FECHAC, Chihuahua Siglo XXI y Chihuahua Now. Chihuahua es pionero en el contexto nacional del concepto de RSE y es punto de comparación o *benchmarking* para otros estados. Sin embargo es importante hacer indicadores cuantificables para conocer el avance real y no tan sólo la percepción de en qué posiciones está.

...“Una de las grandes críticas, es que el ser pioneros en la Responsabilidad Social, limita la visión y la acción que podamos tener en este tema... creo que si no empezamos a romper esquemas de

¹ Empresario Chihuahuense miembro de Canacinfra, participante del grupo focal de 3 de Oct, 2012

² Académico de la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, participante del grupo focal de 3 de oct, 2012

que somos pioneros, si no les ponemos en la pregunta dos una respuesta que diga que no es suficiente lo que estamos haciendo no vamos a ir más allá. De hecho, tal vez, si deja de existir FECHAC, --que Dios no lo quiera--, a lo mejor surgiría una interacción nueva, a lo mejor surgiría un movimiento importante respecto a que no necesariamente crear algo para invertir socialmente, sino desde la propia empresa, empezar a trabajar como se debe trabajar, viendo que cada acción que haces, tiene un impacto. Entonces, la verdad es que falta muchísimo. No es suficiente. Y menos suficiente con distintivos, y menos suficiente que nos sentemos en una mesa, desde la academia, desde la sociedad civil y que un grupo de empresas que tienen económicamente la posibilidad de pagar un proceso de diagnóstico, de mejora continua, de consultores, sean los convocados. Necesitamos empezar a ver como meternos a las PYMES, donde les compete a ellas, donde pueden.”³

.... “La alianza por la RSE, está dando un movimiento para crearla aquí en Chihuahua, es un movimiento donde queremos que gobierno, organismos empresariales y de la sociedad civil, y la academia, estén interactuando y pensando como usar sus trincheras, para multiplicar los esfuerzos en el tema. Sin embargo, por otro lado, tenemos que invitar a empresas que tengan la visión, no necesariamente el poder, sino la visión, que digan --yo quiero ser pionero en el tema--, también a la par de un aliaRSE, definitivamente eso nos falta. Estuvimos viendo ayer, en una sesión de aliaRSE, como en Torreón, en Laguna, se trae un avance muy importante en cuanto a diez empresas y una red de diez empresas y dos universidades, que han ido empujando el tema. Igual Cancún trae ejemplos concretos. Quiero recordar que en Chihuahua empezamos a trabajar fuerte, tanto USEM como la FECHAC. Y les puedo asegurar que en el país empezaron en Torreón, en Monterrey, en Sonora, después que nosotros. Y a lo mejor tienen otros resultados en relación a expansión del tema en el entorno empresarial.”³

.....”Yo creo que no es suficiente que tenemos que devolverle a las empresas la responsabilidad y la oportunidad de verse creadoras de valor en ese tema”³

Sensibilidad de los empresarios Chihuahuenses para apoyar los avances de la RSE

Los empresarios chihuahuenses consideran que llevan muchos años trabajando en programas de carácter social y dicen estar conscientes de que el Gobierno no tiene la capacidad de atender rezagos, de ahí la importancia de su participación. Sin embargo la opinión generalizada es que falta más seriedad, más permear el concepto, más entenderlo y diferenciarlo de la filantropía.

...“Yo si creo que los empresarios chihuahuenses están sensibilizados. Por lo menos los empresarios que están en las cámaras o en las organizaciones de la sociedad civil, que ya han creado. Porque tienen intereses comunes y van a llegar con otras personas que igual tengan intereses comunes, -- es muy complicado luchar uno solo --, y es por la razón que existen cámaras. Hay personas visionarias que dicen “bueno hay que trabajar en estas necesidades, pues bien vamos a crear una cámara para atender esas necesidades”. Por lo que, yo si creo que hay disponibilidad y buenas intenciones...”⁴

³ Colaboradora de FECHAC, participante del grupo focal de 3 de Oct, 2012

⁴ Empresario chihuahuense miembro de Coparmex, participante del grupo focal de 3 de Oct, 2012

...“Yo no estoy tan seguro que los empresarios en Chihuahua estén sensibilizados en la RSE como tal. Si están sensibilizados socialmente, eso sí... ¿qué es la Responsabilidad Social Empresarial? Y nos dijo “no es altruismo, no es filantropía”. Inclusive dijo, “la Responsabilidad Social Empresarial es”, --y más menos decía--, “que aquello que haces, hazlo sin impactar negativamente a tu medio ambiente, sin impactar negativamente a las personas que trabajan contigo y al entorno social. Es tu negocio, pero hazlo sin repercusión o a costa de algo”. Eso es la RSE, en un resumen, habría que ampliarlo todavía más. Sin embargo, si somos líderes como sociedad chihuahuense, como empresarios chihuahuenses en la “sensibilidad social”. Prueba de ello es FECHAC, así como prueba de ello es el auto impuesto de la seguridad, --que ahorita se está tramitando ese auto impuesto--. Es decir, si están dispuestos a colaborar, pero todavía no conocen a detalle lo que es la RSE, creo que en otros estados habrá que medirlo, como comentaba la compañera hace un momento, habrá que medirlo más objetivamente, si el empresario chihuahuense sabe ¿qué es la RSE y si está listo para ella?”⁵

Apoyo del gobierno del estado y las OSC´s para lograr avances

Definitivamente el consenso general es que tanto el gobierno, como las OSC´s se están coordinando para impulsar el tema de RSE y como ejemplo se plantearon varios casos de esto: FECHAC, que cuenta con un programa de RSE que busca impulsar una cultura de responsabilidad en las empresas; el Sistema de autoevaluación propuesto por el Consejo Mexicano para la Filantropía (CEMEFI), conocido como el distintivo de Empresa Socialmente Responsable (ESR); casi en paralelo, COMPITE (Comité Nacional de Productividad e Innovación Tecnológica, A.C), creó la Norma Mexicana de Certificación; más recientemente, se está trabajando en la formación del grupo ALIARSE Chihuahua conformado por las siguientes organizaciones: INDEX, CMIC, ULSA, UACH, USEM, CANACINTRA, Asociación Estatal de Minería, Secretaría de Economía del Gobierno del Estado, FECHAC, American Industries, COMPARMEX y FECHAC, además las universidades están propiciando espacios a través de las Cátedras, la de Economía Social de Mercado en la ULSA y está en proceso de implementación la de Economía Social Solidaria en la UACJ. Además el consenso es que a pesar de que hay avances falta conocer a fondo el concepto, falta permearlo para que todos lo tengan claro.

“... Yo creo que los gobiernos, por estar estructurados en una forma ya definida en México, no conocen del todo el concepto de RSE y tienen la tentación --a veces sucumben a ella-- de búsqueda del populismo, de los votos, porque así es desafortunadamente. Yo creo que un

⁵ Empresario Chihuahuense miembro de USEM, participante del grupo focal de 3 de Oct, 2012

gobierno maduro superaría esa tentación y buscaría aquellas necesidades legítimas de la sociedad para atenderlas, inclusive se apoyarían en las OSC's expertas para que mediante ellas, se resuelva esa necesidad detectada, es algo complejo..... no se está coadyuvando en la RSE de manera todavía relevante. Hay sin duda intenciones buenas, creo yo esporádicas, de unos y otros. Las OSC's es más natural su intención de ayudar. Entonces, si creo que todavía falta mucho trabajo en este sentido".⁶

"..... Yo si creo que debemos enfocarnos a hacer que el gobierno participe más en esto, creando o incidiendo en políticas públicas. Si nosotros promovemos las políticas públicas, hasta en las escuelas oficiales, todo se va a dar. Porque esto es un movimiento de esperanza hacia el mundo y de donde vamos a empezar, pues desde la educación, desde abajo. Desde el jardín de niños, primarias, en la misma casa. A final de cuentas es una actitud ética de la persona, lo que se llama sensibilidad moral, es decir, yo no me permito hacer nada, que vaya a perjudicar a terceros, es un nivel superior en la calidad de la persona".⁷

Acciones que se pueden emprender para apoyar la RSE

La opinión generalizada fue que es necesario trabajar en acciones que generen un cambio cultural, de conciencia y enfocar los esfuerzos para que todos los grupos de interés participen a través de las siguientes acciones coordinadas:

1. Culturizar o socializar el tema en todos los niveles y comprometer al empresario para que asuma el rol protagónico.

"...el hecho de que anteriormente para el empresario, su única responsabilidad era generar riqueza económica, monetaria, para partirla entre sus inversionistas y una parte entre sus colaboradores, ha cambiado y hoy en día se va más allá porque es más difícil separar el entorno puramente económico, de lo social. Finalmente se opera, se vive y se beneficia uno de la sociedad. Así, hay que participar para que esa sociedad se mantenga sana. Un empresario no puede operar en un entorno de inseguridad económica, política, jurídica, personal. Si el entorno se deteriora, le afecta a la empresa...entonces no podemos ser simples espectadores....."⁸

2. Formación empresarial a través de la capacitación, la creación de una guía de para el empresario de RSE.
3. Propiciar cambios en las empresas como crear un departamento de RSE.
4. Iniciar un cambio curricular en las escuelas básicas y de educación media y media superior que considere la ética como materia indispensable en la formación integral de los estudiantes.
5. Proponer políticas públicas que impulsen el concepto de RSE (Seguridad social, combate a la corrupción, equidad de género, reducción de impactos ambientales, etc.).

⁶ Académico de la ULSA Chihuahua, participante en el grupo focal de 3 de Oct, 2012

⁷ Empresario Miembro de USEM, participante en el grupo focal de 3 de Oct, 2012

⁸ Empresario Miembro de USEM, participante en el grupo focal de 3 de Oct, 2012

6. Posicionar el tema a través de foros, alianzas, centros de promoción, congresos, presentar casos de éxito y reconocerlos públicamente, etc.
7. Que el gobierno instale un centro RSE, que elabore diagnósticos de avances, difunda información estadística, retos prácticas exitosas a nivel local y nacional.

Conclusiones

El tema de la Responsabilidad Social Empresarial, ha dejado de ser un tema puramente filantrópico para integrarse de lleno a las estrategias de las organizaciones, OSC's y Gobiernos, para facilitar la creación de valor compartido y la generación de beneficios económicos.

Los empresarios chihuahuenses son un referente nacional en cuanto a participación social, sin embargo, el concepto de RSE es más amplio de lo que en la actualidad muchos de ellos entienden, es necesario trabajar fuerte coordinándose con todos los grupos de interés para re enfocar el rumbo, generar empleos, riqueza y el desarrollo que la comunidad está demandando.

La RSE va avanzando, es difícil cuantificar en que medida, pero el Gobierno, las OSC's, las universidades y las empresas van poco a poco saliendo de la teoría a la práctica, a pesar de las limitaciones y obstáculos que se tienen delante Esto sin duda contribuirá a construir entornos más sustentables para todos.

Referencias Bibliográficas

Accion Empresarial. (2003). *El ABC de la RSE en Chile y en el mundo*. Santiago de Chile: Accion Empresarial.

Arequé, R., & Montero, J. (2006). *La Responsabilidad Social de la Empresa a Debate*. Barcelona, España: Icaria.

Asociación de Empresarios Cristianos. (2009). *Guía de Implementación de RSE para PyMES*. Asuncion, Paraguay: PROYECTARSE. Gabinete de Responsabilidad Social y Comunicación Organizacional.

Buchholz, R. (1991). Corporate Responsibility and the Good Society: From Economics to Ecology. *Business Horizons*, 34(4), 19-32.

- Correa , M., Flynn, S., & Amit, A. (2004). *Responsabilidad Social Corporativa en America Latina: Una Visión Empresarial*. Santiago de Chile: Naciones Unidas.
- Demirdjian, M., Izaguirre, F., Sotelo, H., & Garcia , D. (2010). Implicaciones Socioecómicas de la Responsabilidad Social Empresarial en México, Casos: Televisa y TV Azteca. *Observatorio de la Economía Latinoamericana*(131), 1-28.
- Font, I., Gudiño, P., Medina, C., & Sánchez, A. (2008). *Aproximaciones a la Responsabilidad Social Empresarial (RSE)*. Mexico: Universidad Autonoma Metropolitana.
- Fundacion del Empresariado Chihuahuense, A.C. (s/f). *Fundacion del Empresariado Chihuahuense, A.C.* Obtenido de <http://www.fechac.org/web/fechac.php>
- Greaves Lainé, P. (2006). *Empresarios Mexicanos ante la Responsabilidad Social*. Mexico: Universidad Iberoamericana.
- Gudiño, P., & Sanchez , A. (2005). Mercadotecnia para Trascender: Aplicacion de la Etica para la Responsabilidad Social. *Gestion y Estrategia*(28), 75-84.
- Massai, R., Candia, M., Larenas, S., Rojas , N., Kurte , P., Guajardo, A., & Ortiz, G. (2011). Responsabilidad Social: ¿Moda o Posibilidad? ISO 26.000: Una Visión desde los Stakeholders. En C. Dirección de Extensión Universidad de La Serena, *Ciclo de Conferencias: Responsabilidad Social un Imperativo etico para una Sociedad Global* (págs. 83-115). Santiago, Chile: Universidad de La Serena.
- Ortiz, J. (2006). Guia Descriptiva para la Elaboracion de Protocolos de Investigacion. *Salud en Tabasco*, 12(3), 530-540.
- Paladino, M., & Milberg, A. (2004). Conceptos y Tendencias. En M. Paladino, *La responsabilidad de la Empresa en la Sociedad. Construyendo la Sociedad desde la Tarea Directiva*. Cuenos Aires, Argentina: Ariel Ediciones.
- Paladino, M., Milberg, A., & Sanchez , F. (2006). *Emprendedores sociales y empresarios responsables*. Buenos Aires, Argentina: Temas Grupo Editorial.
- Perez, M. (2009). Responsabilidad social corporativa (RSC) y comunicación: la agenda de las grandes empresas mexicanas. *Signo y Pensamiento*, XXVIII(55), 201-217.
- Raufflet, E., Lozano, J. F., Barrera, E., & Garcia, C. (2012). *Responsabilidad Social Empresarial*. Mexico: Pearson.
- Reyno, M. (2006). *RSE Como Ventaja Competitiva*. Santiago de Chile: Universidad Tecnica Gederico Santa Maria.
- Rivadeneira, J. (2009). *Economía Social de Mercado*. Quito, Ecuador: V&M Gráficas.

Rodriguez, G., Gil, J., & Garcia, E. (1996). Aspectos Basicos sobre el Analisis de Datos Cualitativos. En *Metodologia de la Investigacion Cualitativa* (págs. 197-218). Malaga: Aljibe.

Truño, J. (2006). Obtenido de Universidad Autonoma de Barcelona, Departamento de Economia de la Empresa: <http://webs2002.uab.es/dep-economia-empresa/jornadas/papers/2006/truno.pdf>

Vargas, J., & Ibañez, E. (2008). Grupos Focales en la Evaluacion de Materiales Didácticos para la Educación Superior. *Revista Electrónica de Psicología Iztacala*, 11(3), 68-82.

Velasco, J. (2006). *Fundamentos de la Responsabilidad Social Corporativa y su Aplicacion Ambiental*. Madrid, España: Dykinson.

Wood, D. (1991). Corporate Social Performance Revisted. *Academy of Management Review*, 16(4), 758-769.

World Commision on Enviroment and Development. (1987). *Our Common Future*. Nueva York, USA: Oxford University Press.