



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

PROGRAMA DE MAESTRÍA EN TRABAJO SOCIAL

ESCUELA NACIONAL DE TRABAJO SOCIAL

La Responsabilidad Social Empresarial y su relación con la sociedad, una mirada desde Trabajo Social

Tesis

Que para optar por el grado de: Maestra en Trabajo Social

Presenta: Cynthia Michel Cortés Cárdenas

Tutor Principal: Mtro. Víctor Inzúa Canales

Escuela Nacional de Trabajo Social

Comité Tutor: Dra. Julia del Carmen Chávez Carapia

Escuela Nacional de Trabajo Social

Mtra. Silvia Solís San Vicente

Escuela Nacional de Trabajo Social

Ciudad Universitaria, mayo 2016



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Agradecimientos

Deseo que estas líneas expresen mi más profundo y sincero agradecimiento a todas aquellas personas e instituciones que con su interés, apoyo y ayuda han colaborado en la realización de esta investigación.

Dedico un profundo agradecimiento a la Universidad Nacional Autónoma de México quien ha sido, a lo largo de mi carrera profesional mi alma máter. Misma que facilitó el ingreso a la maestría creyendo en mí. De igual manera, le agradezco enormemente al Programa de Becas todas las facilidades otorgadas para poder concluir esta investigación en tiempo y forma ya que sin su gran apoyo esto no hubiera sido posible.

Agradezco de corazón al Programa de Maestría en Trabajo Social por brindarme la posibilidad de incursionar en el campo de la investigación y la docencia, por allanar el recorrido a la meta y sobre todo, por su apoyo, interés y solidaridad constante. Ofrezco mi total gratitud a mi querida Escuela Nacional de Trabajo Social por la oportunidad de permitirme encontrar mi vocación, así como el desarrollo profesional y personal que he podido experimentar.

A lo largo de estos semestres pude contar con el apoyo incondicional, la orientación, el seguimiento y la supervisión continúa de mi apreciable tutor el Mtro. Víctor Inzúa Canales, a quien solo me resta ofrecer toda mi gratitud y cariño por estar siempre conmigo, por brindarme toda su experiencia y sobre todo por su total compromiso hacia la culminación de ésta tesis.

Quisiera dedicar un especial reconocimiento por el interés mostrado a mi trabajo, la orientación y reflexión constante, además de las diversas sugerencias recibidas y el afecto manifestado por parte de la Dra. Margarita Quezada Ortega, con la que me encuentro en deuda por el gran trabajo docente realizado, así como la fundamentación teórica que otorgo a esta investigación.

También me gustaría ofrecer toda mi gratitud y cariño a mis amigos de la asignatura de Teoría Social, ya que a lo largo de estos cuatro semestres aprendimos, discutimos, analizamos, debatimos, nos retroalimentamos y maduramos juntos cada uno de los proyectos de investigación.

Estas últimas líneas son dedicadas a las personas que han dejado una huella imborrable en mí, ya sea por la familiaridad, el cariño o la amistad siempre tendrán un espacio dentro de mi corazón. Gracias a mis queridos amigos, Eric y Oscar por permitirme haberlos conocido y aprender de ustedes, gracias por estar conmigo en las buenas y en las malas, gracias por las risas, por la solidaridad, por quererme y aceptarme como soy, por apoyarme y guiarme, pero sobre todo gracias por darme su amistad incondicional.

Gracias a Alberto por todo su amor y su apoyo, por su solidaridad, gracias por las largas noches donde compartimos mis tareas escolares, por su interés y preocupación en mi desarrollo personal y profesional. Sabes que sin ti esto no habría sido posible, espero que estés orgulloso de mí y quiero que sepas que cada una de estas palabras llevan todo mi amor y agradecimiento.

Muchas gracias a mis hijos Mayra y Emilio por su tolerancia y paciencia, por permitirme crecer y seguir aprendiendo, saben que los amo con todo mi corazón y

deben saber que todo este esfuerzo es en parte, para ustedes; recuerden que nada es imposible, si desean algo esfuércense por lograrlo.

Y finalmente agradezco a mi madre por su apoyo y preocupación, por tanto tiempo compartido para hacer realidad mis sueños, a mis hermanos, a mi tía Verónica por su tolerancia y paciencia, a toda mi familia y amigos por su comprensión.

Esta tesis está dedicada sin duda a Dios ya que me ha permitido estar aquí y concluir satisfactoriamente esta meta.

¡A todos ustedes, muchas gracias!

ÍNDICE

Introducción

Capítulo 1

Enfoque de la Responsabilidad Social Empresarial

1.1	La Responsabilidad Social Empresarial: objetivos y metas	4
1.2	La adopción de la responsabilidad social empresarial desde el enfoque clásico, de la obligación y el público	16
1.3	Origen, desarrollo, expansión y regulación internacional	21
1.4	Indicadores institucionales y sus criterios de evaluación	27

Capítulo 2

Factores sociales que intervienen en el funcionamiento de la empresa

2.1	Cultura: componente social y comportamiento humano	47
2.2	Componentes de la cultura organizacional en las empresas	49
2.3	Ética social empresarial	58
2.4	La Participación Social: acción que vincula el logro de objetivos comunes	63

Capítulo 3

El trabajo social en la empresa y la responsabilidad social empresarial

3.1	Enfoques del trabajo social contemporáneo en México	73
3.2	La intervención del trabajador social dentro de la empresa socialmente responsable	79

3.3 Analogías evolutivas entre el trabajo social y la responsabilidad social empresarial	88
3.4 El perfil profesional y las funciones del trabajador social en el área empresarial, los primeros pasos hacia la responsabilidad social empresarial	94

Capítulo 4

La responsabilidad social empresarial en “The Met” y su relación con la sociedad

4.1 Justificación	106
4.2 Planteamiento del problema	107
4.3 Objetivos	108
4.4 Supuestos	109
4.5 Mirada teórica	110
4.6 Recolección de la información	112
4.7 Análisis de los datos	115

Capítulo 5

Estrategia de intervención para trabajado social en el campo de la empresa con enfoque en la responsabilidad social empresarial

5.1 Perfil profesional del trabajador (a) social en el campo de la empresa con enfoque en la responsabilidad social empresarial	141
---	-----

5.2 Funciones del trabajador social en el campo de la empresa con enfoque en la responsabilidad social empresarial	143
5.3 Estrategia de intervención del trabajador social en el campo de la empresa con enfoque en la responsabilidad social empresarial	152
5.3.1 Objeto de intervención	152
5.3.2 Diagnóstico	156
5.3.3 Problema de intervención	161
5.4 Construcción conceptual del cambio	165
5.5 Estructura metodológica	167
Conclusiones y recomendaciones	173
Glosario	
Referencias	
Anexos	

Introducción

La investigación que da sustento a esta tesis, es producto de la motivación e interés personal y profesional por abordar el tema de la Responsabilidad Social Empresarial y su relación con la sociedad, desde el Trabajo Social, al haber laborado profesionalmente como integrante de la “Iniciativa Resustenta”, (empresa dedicada a la asesoría y capacitación sobre Responsabilidad Social Empresarial) pude constatar de primera mano tres puntos esenciales que atrajeron fuertemente mi atención y que constituyen en esencia el planteamiento del problema.

En primer lugar, es innegable la manera en que la empresa y sus actividades están afectando nuestro entorno. Actualmente la tendencia con la globalización es la expansión de grandes consorcios dominantes que requieren aumentar sus beneficios económicos, arrasando con los pequeños empresarios, la comunidades en las que se establecen y con la sociedad en general dejando a su paso desempleo, subempleo y bajos salarios, incluso hay casos donde los efectos de estas actividades impactan negativamente en el medio ambiente. No son desconocidos los derrames de petróleo que contaminan ríos, lagos y mares, o el uso desmedido de contaminantes en el sector industrial y la deforestación incontrolable de reservas ecológicas que contribuyen violentamente al cambio climático

En segundo lugar, reconocí que el Trabajo Social no se encuentra familiarizado con los conceptos y principios básicos que constituyen a la Responsabilidad Social Empresarial (RSE). Esta afirmación se sustenta en el plan de estudios de la Escuela Nacional de Trabajo Social, ya que las asignaturas que se imparten no contemplan este concepto en los programas de sus asignaturas, también contribuye la representación de la empresa que se tiene en Trabajo Social, donde es percibida como un ente sin ética, solo interesado en incrementar el beneficio económico en cual, las funciones del trabajador (a) social se orientan en aumentar la productividad de los trabajadores y no en atender a profundidad los problemas y necesidades que se generan dentro y fuera de la empresa. La investigación

aborda la problemática que enfrenta el Trabajo Social en el campo empresarial, ya que por lo menos en las empresas mexicanas no se ha contemplado aun la integración de la Responsabilidad Social Empresarial en su perfil o en las que funciones que desarrolla dentro de la empresa. La Responsabilidad Social Empresarial puede ser contemplada como un medio, para que el Trabajo Social incida en las intrincadas dinámicas que se gestan dentro y fuera de la empresa y que innegablemente repercute en los empresarios, empleados, clientes, proveedores, competidores, familiares, con la sociedad en general y finalmente con el medio ambiente.

En tercer lugar, al colaborar dentro de los talleres que impartía la “Iniciativa Resustenta” a personas que deseaban a capacitarse para implementar acciones de RSE en sus empresas, escuche las inquietudes manifestadas por los asistentes a lo largo de un año, que constantemente referían a cuestionamientos sobre el porqué las estrategias de RSE eran diseñadas por administradores, economistas o comunicólogos; así como, si estos profesionales lograban integrar las necesidades de la sociedad y el medio ambiente a las acciones de RSE de las empresas.

Tentativamente se establecen respuestas a las problemáticas antes mencionadas y conforme a los resultados de la investigación estas pueden corroborarse o incluso negarse, las denominamos supuestos hipotéticos. Para esta investigación se elaboraron tres supuestos.

Uno menciona que los directivos del restaurante “The Met” consideran que la Responsabilidad Social Empresarial que posee su empresa, se fundamenta en la especulación de que ellos satisfacen las necesidades de sus clientes.

Otro manifiesta que los empleados de “The Met”, relacionan la Responsabilidad Social Empresarial con mejores sueldos, mayores prestaciones, el sentirse escuchados y tomados en cuenta por sus directivos.

Y finalmente el último refiere que los clientes de “The Met”, suponen que la Responsabilidad Social Empresarial debe responder a la satisfacción de sus necesidades.

Estas inquietudes fundamentaron esta investigación abordada desde el Trabajo Social haciendo deferencia a su consonancia con lo "social", siendo considerado como la clave para entender como la Responsabilidad Social Empresarial va más allá de realizar acciones filantrópicas o asistencialistas; ya que es trascendente que las empresas se preocupen, se ocupen y participen en asuntos y actividades concernientes en regenerar su relación con la sociedad y el medio ambiente.

La manifestación de esta participación dentro de la sociedad le indica al mercado, que todos los miembros de la empresa están interesados en más que generar ganancias, también están interesados en conseguir un equilibrio social. A la larga, esta estrategia puede llevar a la empresa a conservar relaciones más armónicas con la sociedad y el medio ambiente.

El desarrollo económico de la empresa debe y tiene que estar vinculado al progreso social y a la responsabilidad medioambiental. Es por ello que la Responsabilidad Social Empresarial se enfoca hacia el desarrollo sostenible, el cual, integra tres diferentes dimensiones: la social, la económica y la ambiental. El desarrollo sostenible es un concepto reconocido internacionalmente desde su publicación en 1987 en el informe “Nuestro Futuro Común” de la Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo de las Naciones Unidas. Este consiste en satisfacer las necesidades de la sociedad respetando los límites ecológicos del planeta sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones de satisfacer sus necesidades.

Los objetivos generales de la investigación, están conformados por tres elementos fundamentales; el primero radica en diseñar el perfil profesional del Trabajador (a) Social en el campo empresarial con un enfoque en la Responsabilidad Social Empresarial. Es importante que se capacite adecuadamente a los trabajadores sociales en el campo empresarial, el perfil de la profesión tiene que considerar la

urgencia de poder incidir calificada e innovadoramente en las dinámicas que se gestan entre la sociedad, la empresa y el medio ambiente.

El segundo, consiste en describir las funciones precisas del trabajador (a) social en la empresa, propiciando con su intervención a través de la Responsabilidad Social Empresarial un marco integral que coadyuve en regenerar las relaciones entre la empresa, la sociedad y el medio ambiente. Las funciones que ha venido desarrollando el Trabajo Social dentro de la empresa, originalmente estuvieron orientadas al aumento de la productividad de los trabajadores con el fin de generar mayores ganancias; en este caso, es nula o insuficiente la consideración que hay por parte de la empresa hacia la sociedad o el medio ambiente.

El tercer elemento, reside en construir una estrategia de intervención desde el Trabajo Social que estimule la regeneración de las relaciones entre la sociedad y la empresa a través de la adopción de la Responsabilidad Social Empresarial dentro de la empresa "The Met". La estrategia de intervención se estructuró con base en la metodología propuesta por la Mtra. Tello, la cual, centra su acción entre el problema (desempleo, cambio climático, desinterés), el sujeto (la empresa) y el contexto (globalización, individualismo) y que tiene como objetivo principal generar un cambio (leve) en la dinámica actual del problema es aquí donde radica la intención por renovar la relación de esta empresa con la sociedad y el medio ambiente a través de la intervención del Trabajador (a) Social.

La investigación efectuada comprueba que el profesional de Trabajo Social posee la capacidad para desarrollarse en el campo de la empresa que pretenda integrar consideraciones sociales a sus dinámicas siempre y cuando adquiera y actualice sus conocimientos acerca de los conceptos y principios básicos de la Responsabilidad Social Empresarial. Los objetivos específicos, se alcanzaron a través del proceso de investigación y especialmente mediante el trabajo de campo. De acuerdo con el análisis de los resultados obtenidos, se evidenció que no existe participación de un profesional de Trabajo Social dentro de la empresa, así como el desconocimiento general de cualquier estrategia de responsabilidad social por parte de sus integrantes. Si bien es cierto, que se manifiestan actitudes

de valoración a la carrera de Trabajo Social por parte de los empresarios, no se cuenta con un profesional, que, a través de su intervención promueva la regeneración de las relaciones entre la sociedad y la empresa a través de la Responsabilidad Social Empresarial.

El trabajo se estructuró en cinco capítulos, donde se abordó en el primer apartado, los rasgos de la perspectiva teórico conceptual del tema de la Responsabilidad Social Empresarial retomando algunos de los conceptos que se han propuesto para definirla, haciendo una reflexión de los principios básicos que constituyen este tema. También se menciona que, debido al actual auge de los informes no financieros se puede llegar a inducir que el máximo beneficio de la RSE se encuentra en la publicación de las acciones de responsabilidad social que aplica la empresa, mejor conocidas como memorias. También se pudo determinar que estas sólo forman parte del proceso de integración de la Responsabilidad Social Empresarial.

Posteriormente en el segundo capítulo, se pudo establecer que la cultura organizacional es fundamental en la empresa, ya que fortalece el compromiso y aumenta la lógica del comportamiento del empleador y del empleado; incluye también aspectos negativos, ya que la cultura es una desventaja cuando los valores compartidos no coinciden con los que favorecen o podrían contribuir con el progreso de la empresa. Aunada a la cultura, se desarrollaron elementos que la fortalecen como son: la ética social y la participación. Cuando estos componentes se suman a una adecuada cultura organizacional la adopción de la Responsabilidad Social Empresarial tiene un camino menos escabroso por recorrer.

El tercer apartado, se realiza la reflexión acerca de la afinidad que existe entre el Trabajo Social y la Responsabilidad Social Empresarial, la cual, se sustenta en los inicios filantrópicos y asistencialistas de cada una, así como en ciertas semejanzas entre sus propósitos. Se realizó una breve revisión del desarrollo histórico y conceptual de la Responsabilidad Social Empresarial y el experimentado por el Trabajo Social; se expusieron algunas señales vinculantes entre el Trabajo Social

y la Responsabilidad Social Empresarial, y finalmente se analizaron las semejanzas y la afinidad de cada elemento.

Posteriormente en el capítulo cuarto, se explica la metodología utilizada para la investigación, además de describir y analizar los resultados obtenidos a través de los diferentes instrumentos y métodos empleados en el trabajo de campo que permitió asentar las bases para formular la propuesta descrita en el quinto capítulo, donde se proponen tres elementos 1. Delinear las características del perfil profesional del Trabajador (a) Social en el campo empresarial con un enfoque en la Responsabilidad Social Empresarial. 2. Detallar las funciones que realizará el Trabajador (a) Social dentro de la empresa con Responsabilidad Social Empresarial y 3. Construir una estrategia de intervención desde el Trabajo Social que promueva la regeneración de las relaciones entre la sociedad y “The Met” a través de la Responsabilidad Social Empresarial.

En conclusión, la intervención del Trabajo Social promulga por regenerar las relaciones entre la sociedad, la empresa ya que en la actualidad los enlaces de las relaciones sociales se manifiestan en los débiles vínculos que condicionan las relaciones humanas cuyo nexo innegable es el dinero, es decir, aquello que vale la pena conservar, así toda acción se reduce a términos económicos, términos que dominan la totalidad de la vida humana. La metáfora de “la liquidez” en las relaciones sociales propuesta por Bauman, intenta dar cuenta de la precariedad de los vínculos humanos en una sociedad individualista y privatizada marcada por el carácter transitorio y volátil de todas sus relaciones.

Hoy en día, con el auge de las redes sociales y las TIC (tecnologías de la información y la comunicación), las identidades globales, volubles, permeables y propiamente frágiles, oscilan de acuerdo a la tendencia que marca el consumismo.

Sin embargo, esta identidad escurridiza nos hace cada vez más dependientes del otro y es ahí donde el Trabajo Social a través de su intervención puede encontrar el hilo conductor que le permita diseñar estrategias en pro del crecimiento en términos de humanidad, de crear una conciencia colectiva por el bien individual a

partir del común a la par de equilibrio con la naturaleza. En otras palabras; se debe pensar globalmente para actuar localmente, lo que perjudica o beneficia a los otros, a la larga tendrá el mismo efecto en mí. Esto significa que no importa el rol que tengamos en la sociedad ya sea de empresario, de trabajador o de cliente a la larga todos formamos parte de una sociedad y cada una de las acciones que se realiza de manera particular puede tener un resultado general. Ejemplo de ello, es cuando una empresa como FEMSA (COCA-COLA) distribuye sus productos en cualquier localidad sin importar la ubicación o la distancia, procurando que sus consumidores se sientan satisfechos, esta empresa solo actúa en relación a la satisfacción de sus interés económicos, si tomara en consideración el impacto global en la distribución de sus productos podría reflexionar acerca de los millones de toneladas en desechos que generan sus productos y en consecuencia tomaría cartas en el asunto para contribuir en resolver esta problemática.

Capítulo 1

Enfoque de la responsabilidad social empresarial

Al escribir sobre el Trabajo Social y la empresa, se presume que no existe una relación entre estos dos conceptos, ya que si bien es cierto que la definición de Trabajo Social refiere que es una disciplina de las Ciencias Sociales que posee un sustento teórico metodológico que le permite realizar investigaciones encaminadas a la comprensión, análisis e intervención de los problemas sociales y que tiene como uno de sus objetivos la atención y la búsqueda de satisfacción de las necesidades sociales. También es cierto que por su parte la empresa una organización social, por ser una asociación de personas para la explotación de un negocio y que tiene por un fin determinado objetivo que puede ser el lucro o la atención de una necesidad social y así cumple con los criterios estipulados para su concepción, es decir:

Los trámites genéricos para la creación de la empresa, contenidos y aspectos relacionados con la puesta en marcha, la elección de la forma jurídica y los trámites legales, administrativos y mercantiles que son necesarios conocer a la hora de plantearnos crear una empresa (Galicía, 2010:7).

Independiente del sector en el que se ubique la empresa, esta no solo satisface necesidades de consumo, también contempla las siguientes funciones sociales referidas por Ruiz (1996:59):

Funciones orientadas hacia el medio donde se desenvuelve la empresa y su funcionamiento no debe atentar contra el bienestar social, la moral y buenas costumbres. Las empresas no solamente deben cumplir con la obtención de utilidades a expensas de la sociedad descuidando al conglomerado, sino también brindar programas de asistencia social con participación de sus trabajadores en la comunidad y promoviendo el desarrollo y conservación del medio ambiente. La empresa desarrolla la función social en dos ámbitos: el ámbito interno y el externo. El interno que incumbe a los trabajadores que tiene a su cargo, y el externo, a la comunidad.

Estas funciones son encaminadas a mejorar la interacción entre la empresa y la sociedad en la que está inserta y con lo cual ineludiblemente forma parte. Podemos observar en la búsqueda de fortificar la relación sociedad y empresa, el vínculo entre el trabajo social y la empresa lo que enuncio a partir de los siguientes hechos:

1. En general, los empleados dedican a sus actividades laborales al menos ocho horas diarias, y hay quienes más. Interactúan diariamente, comparten cierta cultura, identidad y objetivos entorno a la empresa.
2. La actividad laboral es un rol social en si, constituido por derechos y obligaciones que modifican sus relaciones sociales dentro y fuera de la empresa en la que se encuentran trabajando.
3. Dentro de la empresa las interacciones sociales que suceden la trascienden, ya sea por la modificación de los sujetos o por los productos resultantes de la interacción (status, marca, captación de clientes, calidad, precio y oferta).

A partir de la definición de trabajo social descrita anteriormente puedo afirmar que la empresa es un espacio social que encuadra con uno de los campos profesionales del trabajo social, ya que:

La empresa es un conjunto dinámico de relaciones de cooperación y conflicto tanto internos como externos. No solo los propietarios y empleados, sino todos los agentes que tienen algún interés social depositado en la empresa...participan en la política empresarial formando una red de interacción alrededor de una serie de actividades económicas y sociales (Deltev y Martín, 2007:53).

Siendo parte del quehacer disciplinario del trabajo social el intervenir en las interacciones que se suscitan dentro y fuera de la empresa y que forman parte de la relación sociedad – empresa.

A continuación aborde de manera general la perspectiva teórico conceptual de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y consideré de forma paralela a la Responsabilidad Social (RS), ya que algunos autores como (Carroll, 2008) y (Gilli, 2014) utilizan ambos conceptos de manera indistinta.

Como Carroll en Mozas y Puente (2010:80-88) definió con más detalle el concepto de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), indicando que “la RSE implica la realización de un negocio de manera que sea económicamente rentable (relación en el beneficio obtenido y el capital invertido, donde el beneficio puede ser social, político, económico o cultural), respetuoso de la ley, ético y socialmente solidario”. Por tanto, ser socialmente responsable, significa que la rentabilidad respecto a la ley son ante todo, las condiciones para medir la RSE de la empresa y así poder definir el grado en el que responde la sociedad con las contribuciones de dinero, tiempo y talento.

Carroll (2010) estableció una definición cuatripartita de la RSE y la propone a manera de niveles, siendo estos: 1. Económico; 2. Jurídico; 3. Ético y 4. Filantrópico, estas responsabilidades se cubrirán de forma integral. En este sentido Carroll complementa indicando que “la responsabilidad social de la empresa implica el deber de obtener un beneficio, obedecer la ley, ser ético y ser un buen ciudadano”. Esta visión de la RSE es también compartida por autores como Sulbarán (1992) y Ferrell (2000).

Para fines de esta investigación, se entenderá por Responsabilidad Social Empresarial como “la rendición de cuentas que trascienden lo privado, es de carácter moral y obligatorio hacia la sociedad de manera voluntaria por parte de las empresas públicas donde el Estado es el único propietario y empresario y por lo general se crean con el fin de asegurar a la población ciertos bienes o servicios a precios lo más bajo posible, aunque se produzcan pérdidas y también a las empresas privadas formadas por particulares, quienes ponen el capital para su funcionamiento y los bienes y/o servicios que produce están destinados a un mercado, y su finalidad de funcionamiento es la obtención de beneficios. Ambos tipos de empresa conciben sus prácticas de una manera sostenible y, sustentable en la búsqueda de un máximo equilibrio social”. A partir de ahora, esta será la concepción que oriente esta investigación.

1.1 La responsabilidad social empresarial: objetivos y metas

La Responsabilidad Social Empresarial, tiene entre sus elementos integradores, a la organización o empresa, ya que algunos autores como Chiavetano (2006) y Dean (1951) mencionan estos conceptos de manera análoga. A continuación partiremos de la definición que se considera clara y concreta sobre lo que se denomina organización en toda su extensión, refiriéndose a esta como “un conjunto de individuos con un objetivo en común”, concepto con el cual concuerda Porter, Lawler y Hackman en Santos (2014).

Las organizaciones están compuestas de individuos o grupos en vistas a conseguir ciertos fines y objetivos, por medio de funciones diferenciadas que se procura que estén racionalmente coordinadas y dirigidas y con una cierta continuidad a través del tiempo.

De igual manera es relevante mencionar que autores como Díaz de Quijano (1993) hace una reflexión más profunda en su conceptualización de organización, ya que la describe como:

Formaciones sociales complejas y plurales, compuestas por individuos y grupos, con límites relativamente fijos e identificables, que constituyen un sistema de roles, coordinado mediante un sistema de autoridad y de comunicación y articulado por un sistema de significados compartidos en orden a la integración del sistema y a la consecución de objetivos y fines. Estos fines, o el modo de conseguirlos, no siempre son aceptados por todos sus miembros, por lo que deben ser negociados o impuestos, lo que permite entender las organizaciones como coaliciones de poder en lucha, a veces por el cómo conseguir los objetivos y a veces por la fijación de los objetivos mismos. De duración relativamente estable y continua, estas formaciones sociales se hallan inmersas en un medio ambiente con el que mantienen mutuas relaciones de influencia (Díaz de Quijano en Santos, 2014).

Es en este rubro donde se ubican todas las organizaciones sociales (familia), política (Estado-gobierno), económicas (sectores productivos), siendo estas últimas las cuales el Estado y la sociedad las ubica dentro de tres grandes

sectores el primario, el secundario y el terciario. Para el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, 2015) estos sectores se dividen en:

Sector primario. Incluye todas las actividades donde los recursos naturales se aprovechan tal como se obtienen de la naturaleza, ya sea para alimento o para generar materias primas. Y en este se encuentran:

- *Agricultura:* Es el cultivo de diferentes plantas, semillas y frutos, para proveer de alimentos al ser humano o al ganado y de materias primas a la industria.
- *Explotación Forestal:* Consiste en aprovechar los recursos naturales maderables y no maderables de la superficie forestal del país que incluye bosques, selvas y matorrales.
- *Ganadería:* Se refiere al cuidado y alimentación de cerdos, vacas, pollos, borregos, abejas, etcétera, para aprovechar su carne, leche, huevos, lana, miel y otros derivados.
- *Minería:* Se refiere a la exploración, explotación y aprovechamiento de minerales.
- *Pesca:* Es la captura de peces y otros organismos en aguas saladas (mar), salobre (esteros) o dulce (lagos, lagunas, estanques o ríos).

Sector secundario. Se caracteriza por el uso predominante de maquinaria y de procesos cada vez más automatizados para transformar las materias primas que se obtienen del sector primario. Incluye las fábricas, talleres y laboratorios de todos los tipos de industrias. De acuerdo a lo que producen, sus grandes divisiones son: la construcción, la industria manufacturera, la electricidad, gas y agua.

- *Construcción:* Proporciona elementos de bienestar básicos en una sociedad al construir puentes, carreteras, puertos, vías férreas, presas, plantas generadoras de energía eléctrica, industrias, así como viviendas, escuelas, hospitales, y lugares para el esparcimiento y la diversión como los cines, parques, hoteles, teatros, entre otros. Utiliza insumos provenientes de otras industrias como el acero, hierro, cemento, arena, cal, madera, aluminio, etc.
- *Industria manufacturera:* Es la actividad económica que transforma una gran diversidad de materias primas en diferentes artículos para el

consumo. Está constituida por empresas que van desde las muy pequeñas (tortillerías, panaderías, y molinos, entre otras), hasta llegar a grandes conglomerados (armadoras de automóviles, embotelladoras de refrescos, empacadoras de alimentos, laboratorios farmacéuticos y fabricas de juguetes). De acuerdo con los productos que se elaboran en ellas, la industria manufacturera se clasifica en 10 tipos de actividades (productos alimenticios, bebidas y tabacos, maquinaria y equipo, derivados del petróleo y del carbón, industrias químicas del plástico y del hule, industrias metálicas, productos a base de minerales, industrias textiles, prendas de vestir e industrias, papel, impresión e industrias, otras industrias, industria de la madera y fabricación de muebles y productos).

Sector terciario. En el sector terciario de la economía no se producen bienes materiales; se reciben los productos elaborados en el sector secundario para su venta; también nos ofrece la oportunidad de aprovechar algún recurso sin llegar a ser dueños de él, como es el caso de los servicios. Asimismo, el sector terciario incluye las comunicaciones y los transportes.

- *Comercio:* Actividad mediante la cual se intercambian, venden o compran productos.
- *Transportes:* Permiten el traslado de personas y mercancías de un lugar a otro, ya sea dentro de México o hacia otros países. Juegan un papel muy importante en el comercio y, por lo tanto, en la economía de nuestro país y de todas las naciones, pues a través de ellos las materias primas y productos elaborados son llevados de los centros de producción a los de consumo.
- *Servicios:* Agrupan una serie de actividades que proporcionan comodidad o bienestar a las personas.

Es en el sector terciario, específicamente en el rubro del comercio donde centraremos nuestra atención, concretamente en las organizaciones empresariales, que es donde se crean fuentes de empleo así como importantes contribuciones a la economía tanto a nivel nacional como internacional, entre sus funciones se encuentra el aceptar que la empresa tiene un compromiso social y ético con la sociedad y el medio ambiente; mismo que consiste en procurar su

desarrollo y bienestar, este compromiso también es conocido como Responsabilidad Social Empresarial. Para enunciar las funciones de la empresa es pertinente poder vislumbrar claramente su definición.

La definición de empresa que hace Andrade es, “la empresa es aquella entidad formada con un capital social, y que aparte del propio trabajo de su promotor puede contratar a un cierto número de trabajadores. ... se traduce en actividades industriales y mercantiles, o la prestación de servicios” (Andrade, 2005:257).

Esta definición aplica tanto para empresas públicas o privadas, ya que las características referidas son compatibles en ambos tipos de empresa. Claramente da una descripción de las empresas privadas, pero no excluye a las públicas por que entre sus fines también contempla la generación de empleo, y realizan actividades industriales, mercantiles y prestación de servicios para el beneficio de la sociedad.

La empresa es un agente económico que constituye uno de los pilares fundamentales de la actividad económica. Las funciones sociales que cumple la empresa de forma general en la economía según Andrade (2005) son: **coordinar, dirigir y controlar el proceso de producción; crear y aumentar la utilidad de los bienes; crear empleo y generar riqueza; impulsar innovaciones y anticipar el producto social**, a continuación se precisan con mayor detalle:

a) Coordina, dirige y controla el proceso de producción: el empresario decide la asignación de factores productivos con los que se producen los bienes y servicios que satisfacen las necesidades de las sociedades (Andrade, 2005).

b) Las empresas crean o aumentan la utilidad de los bienes, es decir, añaden valor: al transformar materias primas en productos, las empresas crean o aumentan la utilidad de los bienes; es decir, incrementan su capacidad para satisfacer las necesidades humanas (Andrade, 2005).

c) Crean empleo y generan riqueza: una parte fundamental de la renta y la riqueza de las familias se obtiene en la empresa (Andrade, 2005).

d) Impulsan las grandes innovaciones que posibilitan el desarrollo económico: buscando formas de producir más eficientes, se convierten en el motor de progreso del sistema económico (Andrade, 2005).

e) Realizan una función de anticipo del producto social: y por ello asumen un riesgo; ya que pagan por anticipado a los factores de producción sin conocer los resultados (Andrade, 2005).

La idea actual de empresa surge de su evolución a través del tiempo, esto nos lleva a la certeza de que su función de producir bienes y servicios ha tenido diversos ajustes para cada uno de los diferentes momentos históricos, como fueron:

La Empresa primitiva (hasta el siglo XV): son principalmente entidades agrarias de base familiar y con carácter de autoempleo. Producían a pequeña escala y, debido al subdesarrollado sistema de transporte, sus mercados eran locales. En las ciudades se practicaban actividades artesanales agrupadas en gremios (Andrade, 2005).

La Empresa comercial (siglo XVI al siglo XVIII): continúan manteniendo una estructura muy simple pero, empiezan a desvincularse de la base familiar. La burguesía, una nueva y pujante clase social urbana; dinamiza el proceso. La mejora en los transportes y la apertura de rutas comerciales permite la apertura de mercados (Andrade, 2005).

La Empresa capitalista (siglo XIX a finales del siglo XX): el gran desarrollo de los transportes y comunicaciones (ferrocarril, teléfono, telégrafo) unido al desarrollo de nuevas tecnologías productivas revoluciona la empresa. Su capacidad de producción se multiplica y accede a mercados cada vez más alejados. La empresa se hace mucho más compleja, organizada y con directivos profesionales; nace la gran corporación. Las empresas crecen mediante adquisiciones o fusiones, integrándose verticalmente para lograr un mayor tamaño y así explotar más las economías de escala (Andrade, 2005).

La Empresa flexible (finales del siglo XX a principios del XXI): la nueva revolución tecnológica iniciada en los años 80 transforma la producción y las comunicaciones. Las micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes) pueden acceder al mercado global y las grandes corporaciones intentan volverse más ágiles y flexibles, mediante procesos de desintegración vertical Andrade (2005).

Como hemos señalado, la empresa se ha ido transformando a lo largo de la historia, los objetivos de esta, generalmente se mantienen ya que estos van a depender del interés individual de cada una de ellas.

Algunos de los objetivos que se plantean las empresas privadas es el de preservar la rentabilidad; ya que toda empresa debe conseguir rentas suficientes para que la remuneración de los capitales invertidos por sus propietarios resulte atractiva, por lo tanto, el beneficio económico están íntimamente ligados a la naturaleza de las empresas privadas. Estas intentan maximizar sus beneficios minimizando costos.

La formulación de los objetivos será diferente según la clase de empresa de la que se trate, pero para el caso de las empresas privadas el Centro Aragonés de Tecnologías para la Educación (E-EDUCATIVA CATEDU, 2014) nos facilita la información para resumirlos en:

1. Objetivos basados en la maximización del beneficio, es decir la diferencia entre ingresos y costos, o la maximización de la rentabilidad, siendo ésta la relación en el beneficio obtenido y el capital invertido (E-EDUCATIVA CATEDU, 2014).
2. Objetivos de crecimiento y poder de mercado, estos objetivos se suelen traducir en la participación del mercado, entendido como el porcentaje de la demanda que cubre la empresa. Estos objetivos son los más representativos de las empresas dinámicas y tamaño micro, pequeña y mediana empresas (E-EDUCATIVA CATEDU, 2014).

3. Objetivos de estabilidad y adaptabilidad al medio, evitando situaciones como la quiebra o la pérdida de participación dentro del mercado (E-EDUCATIVA CATEDU, 2014).
4. Objetivos de naturaleza social o de responsabilidad social: cada vez más empresas están incorporando objetivos de responsabilidad social y ética hacia los colectivos que la integran (empleados, clientes, proveedores, competidores y comunidad.), hacia la sociedad y el medio ambiente en el que desarrolla su actividad. Cumplir este tipo de objetivos, incrementa positiva y notablemente el prestigio de la empresa (E-EDUCATIVA CATEDU, 2014).

En la realidad empresarial normalmente se persiguen objetivos de maximización de beneficios o minimización de costos, lo cual es suficiente para la definición de los procesos de decisión empresarial, lo anterior es cierto siempre y cuando la empresa no incluya entre sus objetivos la RSE. Al incluir como objetivo de la empresa a la RSE se pueden conseguir los siguientes beneficios medibles, ver punto 1.4 de esta misma tesis, indicadores institucionales y sus criterios de evaluación.

Ahora, con respecto a las empresas públicas los beneficios sociales son prioritarios, son su razón de ser, la rentabilidad económica es marginal dentro de los objetivos de la empresa pública, ya que lo que la empresa busca es mejorar las condiciones de bienestar de la población en general y dentro de esta búsqueda del bienestar se puede incluir la RSE, ya que no se encuentra en conflicto con los beneficios sociales de la empresa.

Como ya lo expuse, las empresas en general tienen como objetivo prioritario los fines económicos tal como lo menciona Weber (2004:18-20) en su libro *Economía y Sociedad*, por tanto, es necesario incluir el concepto de la acción social que se define como “cualquier tipo de proceder humano orientado por las acciones de otro, las cuales pueden ser presentes o esperadas como futuras” y estas pueden ser:

Racional con arreglo a fines: determinas por expectativas en el comportamiento tanto de objetos del mundo exterior como de otros hombres, y utilizando esas expectativas como “condiciones” o “medios” para el logro de fines propios racionalmente sopesados y perseguidos”.

Racional con arreglo a valores: determinada por la creencia consiente en el valor (ético, estético, religioso, etc.) propio y absoluto de una determinada conducta, sin relación alguna con el resultado, o sea en meritos de ese valor” (Weber, 2004: 20).

En razón de lo anterior se afirma que, el empresario puede realizar un proceso lógico de razonamiento pensado y meditado, en el cual podrá delimitar el alcance de sus objetivos y metas así como la disposición en los beneficios que pretende obtener; teniendo siempre la posibilidad de incluir o no objetivos de responsabilidad social en su actuar. Para ampliar el concepto de la Responsabilidad Social Empresarial, se consulto a Wester (2008), para comenzar con el análisis de los términos que la componen y que fundamentalmente son: tres, la responsabilidad, la sociedad y la empresa:

En relación al concepto de responsabilidad Wester (2008) menciona que:

- a) Vincula las acciones individuales con las relaciones sociales y, con los contextos de acción; así como con sus condicionamientos, limitaciones, oportunidades, y desafíos. Además, incluye, una dimensión psicosociológica, en tanto tiene en cuenta el sentimiento de responsabilidad como resorte emocional individual del sentirse afectado por el otro y como capacidad culturalmente construida de evaluar consecuencias de las propias acciones y de atribuirse la obligación de hacerse cargo (Wester, 2008:3).

Parafraseando a Durkheim (1982), quien en su definición de sociedad refiere que:

- b) El hombre está obligado a seguir ciertas reglas en cada sociedad, que él llamó de hechos sociales, que son reglas externas y anteriores al individuo y que controlan su acción frente a los otros miembros de la sociedad. Hecho social es, por tanto, la restricción social del individuo, forzado a seguir normas

sociales que le son impuestas desde su nacimiento y que no tiene poder para modificar.

En otras palabras, la responsabilidad implica una inclinación hacia lo común, significa responder por las consecuencias de acciones propias que afectan a otros. Y la sociedad controla las acciones individuales, el individuo aprende a seguir las reglas que son extrínsecas (no creadas por él), a pesar de ser libre en la toma de sus decisiones, pero esas decisiones están y estarán siempre dentro de los límites que la sociedad impone, porque si el individuo rebaza los límites impuestos por la localidad y la penalización o interdicción dependerá del grado de la transgresión de su acción.

El tercer concepto por analizar es el de empresa, para lo cual, se consulto a Chiavenato en Thompson (2006), quien precisa que la empresa es "una organización social que utiliza una gran variedad de recursos para alcanzar determinados objetivos". Ofreciendo una explicación a este concepto, Chiavenato menciona que la empresa es una organización social, por ser una asociación de personas para la explotación de un negocio y que tiene por un fin determinado objetivo que puede ser el lucro o la atención de una necesidad social.

Podemos resumir y parafraseando a (García en Triana y Forero, 2013:93) que al articular el significado de cada uno de estos conceptos, la definición integrada de Responsabilidad Social Empresarial se entendería como: "el compromiso que tienen todos los ciudadanos, instituciones y organizaciones en general por hacerse responsables de sus acciones de manera voluntaria, contribuyendo con aumento del bienestar de la sociedad.

Ante las definiciones señaladas, es necesario precisar que el concepto de la responsabilidad social nos puede conducir a un debate filosófico que no es del interés de esta investigación. Aún así, es importante marcar algunos aspectos medulares entorno a la responsabilidad social. Hayek (2008), en su obra considera que existen tres componentes ligados estrechamente a este concepto, responsabilidad social, y son: los valores, la ética y la libertad, incluye la relación

entre la libertad y la responsabilidad, infiriendo que son indivisibles condiciones a la responsabilidad, libertad de elección y de las consecuencias de las acciones del individuo. Su enfoque está relacionado fuertemente con el clásico de Smith (1776), quien afirma que “el interés individual siempre será mejor que el interés colectivo”. Para Hayek la única responsabilidad válida es la individual y al respecto señala:

En una sociedad libre no existe responsabilidad colectiva de los componentes de un grupo como tal, a menos que mediante una acción concertada se hayan hecho todos ellos individual y separadamente responsables. Una responsabilidad conjunta o dividida puede crear en el individuo la necesidad de ponerse de acuerdo con otros y, por lo tanto, limitar los poderes de cada uno. Asimismo, la responsabilidad de muchos, sin que al mismo tiempo imponga un deber de acción conjunta concorde, tiene de ordinario como resultado que nadie acepte realmente la responsabilidad. Si a fin de cuentas, la propiedad de todos es la propiedad de ninguno, la responsabilidad de todos, es la responsabilidad de nadie (Hayek, 2008:119).

La idea anterior me permite comprender que dentro de una sociedad la responsabilidad no se asume de forma colectiva, ya que las personas tienen la posibilidad de decidir de manera individual y voluntaria, ser responsables de sus actos. Siendo posible no tomar la decisión por ignorancia o conveniencia personal.

De acuerdo con este planteamiento podemos concluir que existen dos tipos de responsabilidad una interna y otra externa (Schvarstein, 2006:47), ya que en el idioma inglés la palabra responsabilidad puede tener dos significados: “el primero atribuible a *Responsability* el termino en español se traduce como “*Responsabilidad*”, que se refiere a aquello por lo que una persona u organización puede sentirse internamente responsable en términos de ideales a su conciencia (lo ético). La segunda designación se asocia a *Accountability*, el termino se traduce al español, como “la rendición de cuentas ante otros, u obligaciones y compromisos ante otros, hay una responsabilidad externa, moral, exigible”. Continuando con este planteamiento también es preciso definir la palabra “social” para Luhmann y De Georgi (1993) alude:

Lo social no surge del hombre. Consiste en una solución emergente de tipo evolutivo que precede a los sujetos, y que está encaminada a proveer estructuras de sentido que se imponen a la tendencia radical de la desintegración. El sistema social es parcialmente el mundo del hombre y totalmente mundo de lo social.

Entonces al integrar el significado de las palabras Responsibility Accountability se entendería como RSE “el compromiso que tienen todos los ciudadanos, instituciones y organizaciones en general, para contribuir al aumento del bienestar de la sociedad. Para facilitar la comprensión de los conceptos en torno a la responsabilidad social propuestos por Schvarstein, se resumen en la tabla 1.

Tabla 1. Conceptos entorno a la Responsabilidad Social

Naturaleza	Responsabilidad	Tipo	Origen	Espacio	Conducta	Actores
Externa	Exigible	Rendición de cuentas	Obligación	Público	Moral	Los otros
Interna	No exigible	Conciencia personal	Elección	Privado	Ética	Yo

Elaboración propia con base en Schvarstein

Si se considera como criterio que la inversión realizada para el establecimiento de una empresa requiere una tasa interna de retorno, se entiende entonces desde la exigibilidad, la obligación y la moralidad, donde la organización es ideada desde la perspectiva de los otros. Si por el contrario, el enfoque es que el ejercicio de la integridad representa una recompensa en sí misma, entonces, la lógica de la responsabilidad se convierte en una elección ética de los sujetos, y por lo tanto responde a decisiones internas y autónomas. En este caso estaríamos hablando entonces de que se asume la perspectiva de la responsabilidad social desde la virtud y la capacidad de elección ética de los sujetos.

Si trasladamos dichos conceptos a cualquier tipo de organización, estas deberán cumplir las normas que son obligatorias o exigibles y se estarán haciendo responsables moralmente; cuando se vaya más allá de la norma o de la ley esto en razón de sentir un compromiso interiorizado y asumido como elección actuar de

manera voluntaria (como lo mencionan algunas definiciones sobre RSE), dicho de otra manera, se estará siendo responsable con la sociedad éticamente. Existe una propensión a pensar en la responsabilidad social en términos de organizaciones, y de especular sobre la ética en términos de individuos, siendo esta una diferencia útil. En un último análisis las decisiones las toman las personas, por lo tanto, los dueños o accionistas tienen que asumir su responsabilidad personal ética por cada decisión que toma la corporación.

Las decisiones corporativas no son fáciles de tomar, es posible que el impacto resultante pueda tener repercusiones positivas que brinden beneficios dentro o fuera de la empresa, pero también están las decisiones que impactan de manera negativa a empleados, proveedores o a la misma sociedad en general, e independientemente de las cuestiones que influyan en la toma de las decisiones corporativas, estas pueden ser consideradas desde dos visiones, ya sea desde la ética empresarial (personal) o desde la responsabilidad social (moral). La forma más significativa de distinguir la ética empresarial de la responsabilidad social es en términos de las implicaciones personales o morales de las decisiones, considerando siempre a la sociedad como un todo, del cual forma parte. En relación (Adler, 1983:226) manifiesta que la ética empresarial se refiere a la **microética** entendida como, “las decisiones diarias con un impacto social limitado, por ser de orden personal”; y por otra parte la responsabilidad social que se refiere a la **macroética** interpretada en “las decisiones con amplias implicaciones para un gran segmento de la sociedad de carácter moral, es decir la rendición de cuentas”. Esta distinción es difícil de mantener idénticamente. Por comodidad, el término *ética empresarial* se usa a veces en un sentido amplio para incluir ambas, la microética y la macroética, según se expresan las empresas. Ya sea denominada macroética o responsabilidad social es indiscutible la importancia de este concepto en la configuración de una de las decisiones de la empresa.

Aunque hablar de responsabilidad social remite casi de forma natural en la literatura al concepto de RSE, lo cierto es que no solo la empresa es o debe ser el único actor socialmente responsable. Al respecto, el actual contexto ha planteado

que el orden global que está surgiendo al cierre del siglo XXI es paradójicamente inherente “está poniendo a todos en contacto con cada uno alrededor del planeta, pero al mismo tiempo crea profundas divisiones y brechas dentro y entre grupos sociales” (Sagasti en Sverdilk y Williams, 1991:56).

La RSE es un concepto que ha evolucionado con el tiempo, confundido a veces con la filantropía o con la filantropía corporativa. Por su evolución y manejo habitual, en ocasiones se le llama solo responsabilidad social. Sin embargo, la responsabilidad social no es solo exclusiva de la empresa, sus prácticas pueden y deben ser incluidas en cualquier tipo de organizaciones públicas o privadas.

1.2 La adopción de la responsabilidad social empresarial desde el enfoque clásico, de la obligación y público

En este apartado se abordan tres enfoques los cuales son el clásico, el de la obligación y el público. Que desde su concepción ofrecen un planteamiento para la RSE ya que cada uno de ellos refleja una aproximación a su adopción. Lo anterior con base en la visión de Sverdilk y Williams (1991:158).

Enfoque clásico

El enfoque clásico de la Responsabilidad Social Empresarial predominó durante el siglo XIX y comienzos del siglo XX. Si bien actualmente sus defensores no son la mayoría, casi todos reconocen que tenía graves fallas. En lo profundo de este enfoque se encuentra Smith (1776) quien creía que en una economía capitalista y de libre empresa, una “mano invisible” haciendo referencia a un sistema de competencia que está continuamente trabajando por el bien público. Desde esta perspectiva, no tiene sentido el formar conceptos de responsabilidad social en términos de objetivos a alcanzar, ni mucho menos de estándares éticos que muestren un compromiso social por los demás, ya que “la mano invisible”, protege a la sociedad.

Por lo tanto, uno de los elementos que contribuye a este enfoque es el valor del capitalismo, este surge de la creencia de que cuando una empresa persigue

egoístamente un objetivo de lucro, al competir con otras, el sistema entendido como el conjunto de partes interrelacionadas, que trabajan conjuntamente para lograr un objetivo, la obliga a ser eficiente y a producir el mejor producto posible al menor costo. La competencia también demanda que la empresa produzca lo que el público necesita, siendo justa y honorable. El actuar de manera inversa, deriva en una pérdida de clientes que preferirán otra empresa. La competitividad por trabajadores y la necesidad de constituir una buena imagen pública, requiere que una organización sea justa con sus empleados; además de procurar una libre competencia por áreas de trabajo animando a los trabajadores a ser eficientes y eficaces Sverdilk y Williams (1991).

Ante ello se han presentado problemas y críticas dirigidas a este enfoque, Sverdilk y Williams (1991:159):

Establecen que por todos sus beneficios el sistema es básicamente amoral, que su impersonalidad no deja lugar para la aplicación de valores tales como la misericordia, la compasión, la preocupación por las personas y el compromiso con los códigos de ética personal. Aún si el sistema responde al bien público a larga, ya que a corto plazo mucha gente se ve perjudicada.

Si se permitiera operar sin restricciones los competidores se destruirían así mismos, resultando finalmente un monopolio que existe cuando una persona en particular o una empresa tienen suficiente control sobre un producto o servicio en particular para determinar de manera significativa las condiciones en que otras personas tendrán acceso a ella. Hay leyes antimonopolistas que fomentan la competencia y otras que protegen a algunos segmentos de la sociedad de los estragos de la competencia sin control. Estas leyes intentan proteger a la sociedad de la libertad de las empresas para actuar en su propio interés sin preocuparse por la responsabilidad que pueden tener sus acciones o productos sobre el medio ambiente y la sociedad en general.

Enfoque de obligación

Este enfoque de obligación de la responsabilidad social Sverdilk y Williams (1991) aceptan el hecho de que la empresa está establecida por la sociedad y por lo tanto se encuentra obligada a rendirle cuentas. La empresa no solo cumple sus responsabilidades con sus accionistas, también debe tener un trato equitativo con sus grupos de interés también conocidos como *stakeholders*, dentro de este grupo de interés se encuentran los empleados, clientes, proveedores, acreedores, competidores y el gobierno incluidos todos en la comunidad en la que está inserta la empresa, ya que en la satisfacción de estos grupos encuentra su propio éxito. La visión de la obligación exhorta a los dueños y accionistas a procurar recursos financieros que prevengan cualquier tipo de contaminación. Teniendo en consideración que es un costo por hacer negocios y una obligación hacia la sociedad.

Una empresa no debe fomentar los problemas y las necesidades sociales, tampoco discriminar a las minorías, ni fijar precios estratosféricos, mucho menos pagar sueldos bajos. Debe preservar los valores éticos de la sociedad, ser justo con las generaciones presentes y futuras procurando no desperdiciar los recursos naturales. En una manera más sencilla de explicarlo, el enfoque de la obligación de la responsabilidad social fomenta que cada empresa contribuya con equidad, honestidad, consideración y ética en el servicio que le proporcione al público consumidor.

Enfoque público

Este enfoque público de la responsabilidad social, también conocido como el de la calidad de vida (Micallef en Sverdlik y Williams, 1991) perfila a la empresa como socio del gobierno en la solución de los problemas y las necesidades sociales, y por lo tanto con sus acciones mejora la calidad de vida para todos; bajo esta orientación la empresa se propone metas altruistas y de lucro por igual, y mantiene un trabajo activo en la búsqueda de soluciones para los problemas sociales.

La sociedad, aún sin desearlo, propicia que la empresa aumente sus ganancias ante la demanda social, la promoción en la inversión de programas sociales permite ejemplificar el enfoque público de la responsabilidad social, puesto que, infinidad de empresas aportan recursos a causas benéficas específicas con las que los miembros de su organización se puedan identificar. Como resultado, un segmento de la sociedad en “estimulo” elige a una empresa que “considera” en aportar de manera “desinteresada” asistencia económica, en especie o de cualquier tipo, a una sociedad con inmensas necesidades. La sociedad está sumida en la miseria y la apatía, es capaz de admitir los discursos “altruistas” de empresas que no son éticas o solidarias, empresas que solo buscan evadir impuestos gracias a sus campañas benéficas, aumentar el status de su marca o en el mejor de los casos capturar la atención de las personas que se benefician con sus acciones.

En resumen, la variedad de programas sociales respaldados por las empresas es amplia ya que, mientras unos contribuyen con instituciones educativas o financian investigaciones; otros proporcionan becas o costean programas en reclusorios y hospitales (**Walmart (2016)**: cuenta con 774 plantas de tratamiento, con las que recicla 1890 litros de agua; **Microsoft (2016)**: tiene “Conecta Ahora” programa de alfabetización digital para conseguir la inclusión social de mujeres, inmigrantes y jóvenes de baja formación pertenecientes a los niveles bajos y medios-bajos de la sociedad. El objetivo es que, mediante el aprendizaje de la informática, se refuerce la autoestima de los colaboradores, se aumente su capacidad de participación social y se mejore su situación ante oportunidades de trabajo que puedan presentarse; **Cinépolis (2016)**: con su programa “Del amor nace la vista” ha operado a 3527 personas, su objetivo radica en devolver la vista a los sectores más vulnerables de la sociedad que padecen ceguera por catarata, generando así mismo, una cultura de prevención) por mencionar algunos. Este enfoque también presenta problemas, ya que considera que la eficiencia de la empresa y el sucesivo beneficio para todos los miembros de la sociedad, radica en el objetivo limitado de obtener ganancias. La inserción de metas sociales choca con la orientación tradicional de los dueños o accionistas hacia la eficiencia, la capacidad

competitiva y las ganancias. Podría decirse que las contribuciones tradicionales de la empresa son suficientes por sí mismas para justificar el lugar de la empresa en la sociedad. El costo que paga la sociedad por las acciones gerenciales irresponsables es alto; sin embargo, el hecho es que la sociedad absorbe los daños cuando la empresa comienza a tomar medidas al respecto. La sociedad en general tiene que costear los gastos de las empresas asociadas con el cumplimiento de la Responsabilidad Social Empresarial.

Es a través de las leyes y su cumplimiento como la sociedad refleja sus valores y prioridades, pero el Estado no posee un estándar para lidiar con los problemas y las necesidades individuales, ya que estas dependen de cada persona, no existen soluciones universales que apliquen a todas las necesidades y problemas de la sociedad, la variedad de programas sociales y proyectos benéficos o filantrópicos no alcanzan a cubrir todas las carencias de la sociedad, los empresarios contribuyen con el gobierno diseñando paliativos provisionales que solo beneficien a un pequeño sector de la sociedad. Es por ello, que se deben tomar en consideración las regulaciones internacionales que permitan razonar, ejecutar evaluar y en su caso expandir las decisiones de los gobernantes sin caer en medidas asistencialistas, paternalistas.

El Estado se ha desentendido en regular a las empresas en su afán de “satisfacer necesidades sociales”, se ha hecho de la “vista gorda” en relación al ardid de algunas empresas como Televisa que año con año organiza una colecta masiva alrededor de todo el país, este evento conocido como el “Teletón”, es un espectáculo donde se incita a empresarios, instituciones artistas y a la sociedad en general, a que contribuya de manera económica “no importa cuánto”, para la construcción de un centro de rehabilitación infantil en alguno lugar del país que lo “necesite”. La estrategia es clara, se incluye a la sociedad en la satisfacción de una necesidad, Televisa mediante esta acción deduce impuestos ante hacienda, mejora su imagen frente a los beneficiados con los centros, vende la imagen de que es solidario con sus semejantes y con el Estado, mismo que es incapaz de satisfacer todas las necesidades de la sociedad.

1.3 Origen, desarrollo, expansión y regulación internacional

El Estado y la iglesia católica fueron los impulsores a fines del siglo XIX y principios del XX del concepto de los trabajadores como sujetos con derechos (Baltera y Díaz, 2005:21), se entiende entonces que estos derechos representaban el derecho a un trabajo, un salario y un trato digno. Por su parte, los Estados establecieron leyes y regulaciones protectoras, y la iglesia a través de sus doctrinas, se centró en influir en los empresarios, ambos pensamientos fueron creando en las empresas la idea de realizar actividades responsables centradas en la relación con sus trabajadores.

En este primer momento la responsabilidad social se centra en un salario y un trato digno para el trabajador visualizada por la mayoría como una obligación moral más que un verdadero, digno y justo trato entre empleado y empleador, la iglesia participó en su promoción.

Paralelamente, en el siglo XVIII en algunos países de Europa y Estados Unidos, la Revolución Industrial generó grandes riquezas y prósperos empresarios de sectores como el agrícola. Estos últimos, impulsados por creencias filosóficas o religiosas realizaron grandes donaciones de carácter humanitario y social, apoyando obras de beneficencia pública, a universidades y el arte de la época. Estas acciones fueron denominadas por algunos como “Filantropía Empresarial” (Fuenzalida, 2008) la cual, muchos postulan como la precursora de la RSE, situación que hasta hoy ha sido motivo de debate.

Dado que la iglesia ha tenido un gran peso en la concepción que tienen los empresarios de la responsabilidad social empresarial, las actividades que se diseñaron para su promoción han estado encaminadas a la filantropía, actualmente se tiene la idea errónea de que las acciones benéficas o humanitarias son semejantes a la RSE, esto no podría estar más alejado de la verdad, ya que una de las bases fundamentales de la responsabilidad social empresarial es la ética y el ir más allá de la norma establecida por la ley el obsequiar objetos, otorgar becas o construir edificios no garantiza una responsabilidad social de la empresa a la sociedad o el medio ambiente y para que la RSE se cumpliera, la

manera de hacer negocios de la empresa deberá estar encaminada a preocuparse y sobre todo a ocuparse por el impacto de sus acciones en la sociedad.

Es importante mencionar que el concepto de RSE aparece mencionado y promovido en el año 1889 en el libro “The Gospel of Wealth” (Carnegie: 1889). Donde se plantea que “las empresas y las personas más adineradas, deben actuar como administradores de la riqueza en virtud del bien de toda la sociedad” (Carnegie en Teixido, 2002:56). Para ilustrar lo anterior y como parte de la periodización de la RSE se reviso a (Pérez, 2013) para mayor detalle consultar la tabla 2.

Tabla 2. Periodización de la Responsabilidad Social Empresarial

Década	Eventos	Era
1930	Primeros textos sobre responsabilidad corporativa.	<i>Filantropía</i> (hasta 1950): Cuando la empresa dona a organizaciones de beneficencia (Pérez, 2013).
1940	El Estado de bienestar y el <i>New Deal</i> (Programa de política económica puesto en práctica en los Estados Unidos de América por el presidente Roosevelt en 1933, con la finalidad de sacar a la economía de su país de la situación de depresión en que le había sumido la gran crisis económica de 1929).	
1950	Nacionalización y empresas estatales.	<i>Conciencia</i> (1953-1967):
1960	Regreso del debate de los negocios y la sociedad.	Se otorga reconocimiento a todas las responsabilidades de los negocios y su involucramiento con asuntos de la sociedad (Pérez, 2013).
1970	Cambio de la responsabilidad de líderes a responsabilidad de las compañías.	<i>La cuestión</i> (1968-1973): Se refiere a cuando las empresas se empiezan a enfocar en temas específicos como discriminación racial o problemas de contaminación (Pérez, 2013).
1980	Debate sobre la naturaleza de las responsabilidades. Introducción a la teoría de los <i>stakeholders</i> . Responsabilidad corporativa como practica empresarial.	<i>La responsabilidad</i> (1974): Las empresas toman seriamente acciones administrativas y organizacionales orientadas a los temas de RSE (Pérez, 2013).
1990	Entorno empresarial.	

Desempeño social corporativo.
2000 Negocios y pobreza.
Sustentabilidad.

Fuente: Pérez, 2013:18

Cabe resaltar que para Lozano (1999), la RSE fue planteada alrededor de 1920, donde las acciones eran elaboradas por las empresas y estaban relacionadas con prácticas filantrópicas y de caridad, asociando sus actos al “Principio de Caridad”, el cual, se refiere a que las acciones filantrópicas de la empresa ya no solo son realizadas por sus fundadores, sino por toda la empresa en su conjunto. Esto se complementó posteriormente con lo que se comprendió como el “Principio de Administración”, el cual, se centraba en poner énfasis en la gestión y administración de la RSE desde las empresas.

Retomando a Lozano y en consonancia con su evolución, la RSE se inicia desde la concepción filantrópica donde las empresas donan a organizaciones de beneficencia, para personas necesitadas de dinero o productos que mejoren sus vidas momentáneamente. También pueden beneficiarse institutos de investigación, escuelas o alguna causa social que les parezca atractiva, no hay un involucramiento o compromiso real con la sociedad en términos de responsabilidad.

En la etapa de la conciencia, se da el reconocimiento a todas las responsabilidades de los negocios y su involucramiento con asuntos de la sociedad, pero una empresa aún no va más allá de lo que por ley se ha establecido que debe hacer. Las empresas se empiezan a enfocar en temas específicos como discriminación racial o problemas de contaminación, pero su plan de negocios no se modifica, siguen las problemáticas de fondo en cuanto al trato justo de los trabajadores, los derechos humanos y la explotación laboral, por mencionar algunos.

Es hasta 1974 que la responsabilidad de las empresas se visibiliza de manera más clara ya que se manifiestan las acciones administrativas y organizacionales que se orientan sobre temas de RSE, aún es largo el camino, pero poco a poco

más empresas deciden adoptar la RSE e incluyen en sus actividades laborales ciertas estrategias tales como las propuestas por el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI), El Instituto Mexicano de Normalización y Certificación (IMNC) o sistemas de gestión como la Norma Internacional ISO 26000 entendidas estas como el proceso de incluir la RSE en sus acciones.

Anteriormente se menciona que la Responsabilidad Social Empresarial no es solo una definición con la que se relaciona al empresario o a la empresa, la influencia de la responsabilidad social involucra a más de un elemento, es por ello, que resulta trascendente identificar el contexto, los actores clave, y el problema en otras palabras y parafraseando a Tello (2015) el contexto, el sujeto y el problema que interactúan a través de las relaciones sociales que surgen interna y externamente. Las distintas maneras como se interrelacionan e interactúan tanto el sujeto, como el contexto y el problema constituyen en general, la estructura de las relaciones dentro de la sociedad y en este caso en particular de las relaciones sociales que involucran a la empresa, y a la sociedad. En referencia Berger y Luckmann (2001:221) mencionan que “los hombres producen juntos el ambiente social, el orden social existe únicamente como producto del hombre. Razón por la cual, para comprender el problema es primordial conocer el contexto y sus actores”.

El contexto en las últimas décadas del siglo XX, respondió al fenómeno de la globalización, que está teniendo un impacto profundo sobre nuestras vidas. De acuerdo con Morales (2000:287) “la globalización remite a un estado de interdependencia compleja, donde los procesos particulares, sean estos económicos, políticos, financieros e incluso socioculturales, interactúan con procesos transnacionales, ya sea en forma de refuerzo o de confrontación”.

La globalización ha dado como resultado nuevas oportunidades y desafíos para las empresas, frecuentemente dejando en segundo lugar las barreras tradicionales, culturales y territoriales así como el tamaño de la empresa. También, en este nuevo contexto, el rol de los gobiernos nacionales se ha visto afectado, y es cada vez más difícil actuar de modo aislado del resto del mundo. “Este proceso

evidenció la necesidad de responsabilidades compartidas entre dos agentes relevantes derivados de la dualidad Estado/mercado: **los gobiernos y las empresas**” (Pérez, 2013).

Esta nueva circunstancia exige a las empresas innovar y trabajar de una forma completamente social, en un entorno de cambio constante en el que la Responsabilidad Social Empresarial y sus grupos de interés tienen una importancia creciente sobre sus actividades, pero en particular en asuntos relacionados con la sociedad, el medio ambiente y la sustentabilidad.

Es por ello que la relación con los diferentes actores que contribuyen a la dinámica internacional que se desprende de la ola avasalladora de la globalización, ha inclinado la balanza sobre la empresa y sus intereses, ya que es evidente el debilitamiento del Estado conforme a la visión del libre mercado (Pérez, 2013:30).

El Estado fue posicionándose dejando sus responsabilidades y sectores tradicionales bajo una zona de atención y decisión en los esquemas del típico Estado benefactor y la social democracia, la atención y provisión de ciertos servicios y bienes públicos tales como: la salud, la educación, el combate a la pobreza, el cuidado del medio ambiente, por mencionar algunos, se encuentran hoy privatizados o (en vías de privatizarse en nuestro país) en muchos países o en su defecto en competencia con servicios privados. Es por ello, que el trabajo social tiene una gran oportunidad de desarrollo profesional ya sea diseñando y promoviendo políticas sociales que contemplen las necesidades sociales vinculadas a la RSE, o incluso participando con las empresas en sus planes de negocios entendidos como la manera en la empresa va a satisfacer una necesidad de la población.

Complementando al Estado y a la empresa, se suma un tercer actor, *las organizaciones de la sociedad civil* (OSC), las cuales se pueden identificar con otros nombres como Organizaciones No Gubernamentales (ONG) la razón de su existencia radica en intentar cubrir las necesidades de la población que no han sido atendidas adecuadamente por el Estado, la solución de temas asociados a la pobreza, salud, vivienda, educación o empleo, hasta hoy estas carencias no han

sido subsanadas ni por el gobierno ni por las empresas privadas. En definitiva, el trabajador (a) social puede colaborar con cualquiera de estos tres actores, su participación dependerá de sus habilidades y capacidades para poder realizar un diagnóstico completo que le permita detectar las necesidades insatisfechas la intervención tendrá en su raíz la RSE, ya que promulgará por un estrechamiento entre los lazos del Estado-sociedad, empresa-sociedad y OSC-sociedad sin dejar de lado en cualquiera de los casos la sustentabilidad ambiental.

Con fundamento en lo anterior Scherer y Palazzo (2008:230) aluden que, en la medida en que el Estado pierde fuerza y el mundo se globaliza con la consecuente homogenización de economías, comunicaciones, tecnologías, valores, creencias, leyes y normas, “se traslada la necesidad de responsabilidad con la sociedad, de la esfera política a la privada y a la social”.

Se plantea entonces que, las empresas cumplan con las leyes y contribuyan además con otras normas de manera voluntaria más allá de la exigencia en demanda de la sociedad. Pero ¿qué sucede si la empresa decide incumplir con las leyes, hacer caso omiso a sus obligaciones, que complicación conlleva esta decisión?; el problema es claro y contundente no hay un definido responsable que asuma esta obligación. Surge entonces la interrogante ¿de quién es la responsabilidad de garantizar el bien común de la sociedad?, si se supone que el mercado dirige la economía para el bien común, pero a su vez genera efectos perjudiciales, aunado a esto, la globalización evidencia fallas de mercado que han rebasado al Estado y lamentablemente la sociedad está en manos de ambos.

Intentando dar respuesta a estas interrogantes Martín (1999:78) establece que el contexto internacional plantea (y siempre ha planteado) un problema de interacción estratégica y conducta oportunista. Dentro de la cual, la cooperación internacional se ofrece como una solución para el beneficio común.

Hoy en día, la cooperación para el desarrollo se ha problematizado como un tema asociado a la provisión de bienes públicos que articula a las organizaciones internacionales como los instrumentos para llevar a cabo dicha cooperación,

aprovechando los recursos comunes, o en su caso, proporcionando información sobre las conductas o preferencias entre países. Esta información es sumamente útil para trabajo social, ya que puede ser sistematizada y utilizada para diseñar propuestas de intervención en problemáticas genéricas haciendo uso de los recursos comunes y en caso necesario, de los recursos específicos de cada contexto.

1.4 Indicadores institucionales y sus criterios de evaluación

La información no financiera por parte de las empresas se ha desplegado durante los últimos años y ha llegado a convertirse casi en un requisito “obligatorio” (la información no financiera permite que los grupos de interés y la sociedad en general conozca las acciones de responsabilidad social que lleva a cabo la empresa, puede ser divulgada en el sitio web de la empresa, por medio de folletos o publicada en medios de comunicación), del mismo modo que la función en una empresa debe ser medida, también la gestión de la RSE puede y debe ser evaluada. Por tanto, la medición es una tarea fundamental para conocer el grado de cumplimiento de los objetivos empresariales; ya que gestionar sin medir supone gestionar sin ningún tipo de criterio para determinar si se están alcanzando o no los objetivos. El hecho de medir, guía y asegura que la mejora vaya hacia un objetivo determinado, lo que implica definir y concretar los objetivos de la empresa mediante valores ponderables, es decir, mediante indicadores.

Un sistema de indicadores es un conjunto de valores diseñados para medir ciertas variables específicas, para así poder comprobar que una empresa llega a las metas señaladas en su estrategia. Los indicadores tienen que ser procesados e interpretados para poder evaluar la gestión y el desempeño en la empresa. La medición aporta comprensión sobre las causas y sobre el impacto de los resultados así, como la mejora del desempeño en la empresa. Por un lado, los indicadores son útiles para la toma de decisiones en la empresa, y por otro sirven para comunicar los resultados a los grupos de interés. Hoy en día, el modo más utilizado para socialización de la información no financiera es la publicación de memorias de RSE, Olcese en Sanpedro (2008) refiere que:

Las memorias son una expresión manifiesta de transparencia por parte de la empresa, siendo estas regularmente anuales. Se trata de publicar y difundir las políticas y actividades de RSE que una empresa u organización está llevando a cabo.

La socialización de estos informes no financieros de las empresas propician la construcción de un nuevo modelo de información sobre RSE, basado en manifestar el triple resultado económico, medio ambiental y social de las empresas, mejor conocido como Triple Bottom Line, en español significa triple cuenta de resultados (Elkington en Castaño, 2013) este consta de tres niveles:

a) Nivel económico: Referido a los resultados, la sostenibilidad y la rentabilidad de su negocio y su capital humano.

b) Nivel social: Diversidad étnica y género, condiciones laborales y contribución con la comunidad.

c) Nivel medio ambiental: El impacto de sus actividades en el ambiente y como está manejando sus emisiones y desechos.

En el nivel económico, los indicadores miden el desempeño financiero de la empresa, su presencia en el mercado y algunos otros impactos indirectos. En lo social, evalúa temas como el empleo, las relaciones entre la empresa y los trabajadores, la salud ocupacional y la seguridad industrial, la capacitación y las políticas de inclusión. Asimismo establece indicadores que verifican el comportamiento empresarial en el ámbito del respeto y la promoción de los derechos humanos entre otros, para determinar impactos en la comunidad en general. En el nivel ambiental, se incluyen factores como los efectos generados por la operación en la biodiversidad, el cumplimiento de la legislación vigente, los gastos ambientales y su impacto sobre los productos y servicios, teniendo en cuenta aspectos como el uso de materiales, de energía, agua, y un monitoreo constante sobre el manejo de residuos, emisiones y derramamientos (Gómez en Castaño 2013). En referencia Strandberg (2010:76) menciona que:

Esta comunicación externa proporciona transparencia a la actuación de la empresa. Los aspectos no financieros y la transparencia parecen percibirse como factores de competitividad y creación de valor, herramientas de excelencia en la gestión y factores diferenciadores. La crisis actual ha intensificado las exigencias de que las empresas informen sobre sus impactos no financieros, porque la falta de transparencia ha deteriorado su credibilidad ante los grupos de interés.

El informe de los indicadores puede realizarse según criterios desarrollados por la propia empresa, o según normas establecidas. Una norma proporciona una base diseñada para estructurar la comunicación de los indicadores de una manera eficaz. Si una empresa trabaja con sus propios criterios en vez de con una norma establecida, debe explicar cómo se han identificado y medido los indicadores seleccionados, mientras que por el contrario, si se utiliza una norma establecida, esta información ya está incluida y desglosada en la misma. Como sugiere Strandberg (2010:77).

Por tanto, los indicadores no financieros tienen que poder medir los impactos de las actividades de la empresa en la sociedad y en el medio ambiente. Para lograr estas mediciones se han desarrollado indicadores cualitativos y cuantitativos, que son no financieros, o en otras palabras, indicadores del triple resultado económico, social y ambiental. El hecho de definir y medir los indicadores puede ser relativamente sencillo, como en el caso del consumo de agua. Pero puede ser también muy difícil, como por ejemplo cuando se intenta medir el impacto de la empresa en la biodiversidad local. Por eso, los indicadores deben cumplir tres requisitos para lograr su objetivo: ser fiables, comparables y tener validez.

La medida del indicador será fiable si brinda la misma respuesta cuando se aplica más de una vez. Cabe mencionar, que al utilizar medidas no financieras esto puede ser difícil de lograr. Uno de los métodos empleados frecuentemente para medidas no financieras son las encuestas, cuyas respuestas pueden variar mucho por ejemplo, si se completan en diferentes momentos y por diferentes personas. Relacionada con la fiabilidad se encuentra la comparabilidad de un indicador. Para que un indicador sea comparable, debe poder compararse a través del tiempo y entre distintas empresas a su vez, ofreciendo siempre un resultado homogéneo.

Este requisito permite por ejemplo, establecer un ranking de empresas o evaluar el desempeño de una empresa y también identificar asuntos clave de la RSE.

Otro elemento fundamental es la validez de un indicador, parafraseando a Strandberg (2010) esta se cumple cuando éste mide aquello para lo que ha sido proyectado. Una medida que no mide lo que es socialmente y ambientalmente importante puede tener un efecto opuesto al deseado, esto es, puede disminuir el resultado social o ambiental. La validez de un indicador depende además del contexto en el que se aplica. Por ejemplo, los indicadores del consumo de agua a menudo sólo informan en términos de metros cúbicos de agua usada. Sin embargo, no es lo mismo el uso de agua en regiones donde el agua es abundante que en aquellas regiones donde el agua es escasa. Respecto al tema de RSE, la validez se refiere a si un indicador identifica y mide resultados que son importantes para los grupos de interés. Sin embargo, no se trata de prestar atención a un cierto impacto ambiental sólo porque sea importante para los grupos de interés, sino que hay que valorar igualmente aquellos impactos no tan conocidos.

Los indicadores son utilizados como una herramienta para medir impactos, para puntualizar resultados, también para realizar retroalimentación y revisión. El uso de indicadores forma parte de un sistema de control que incluye también un sistema de evaluación y medición de los resultados. De ahí, la importancia de que los indicadores se utilicen continuamente a lo largo de la existencia de la empresa. De esta manera ayudan a medir el progreso de una empresa hacia sus objetivos y, en consecuencia, la dirección puede saber que se está ejecutando correctamente su estrategia, ya que de ser necesario se puedan corregir aquellas áreas y/o procesos que no cumplan con las expectativas. Asimismo, el sistema debe proporcionar un método que establezca remuneraciones o incentivos para personas afectadas en caso de existir.

Dos de los autores más influyentes en el tema de memorias e indicadores de RSE (Zadek y Ligteringe en Rosanas, 2006:16), sostienen que el uso de indicadores tiene dos motivos: “El primero es ayudar a gestionar e implementar prácticas de negocio más responsables y transparentes; el otro, es proveer de una visión clara

acerca de cuáles son los principales conceptos del desarrollo sostenible y la RSE”. En otras palabras, a través de la aplicación de indicadores se quiere lograr que la empresa y los empleados realicen actividades correspondientes a los indicadores, es decir, se quiere incidir en el comportamiento de las personas involucradas.

“La función de un sistema de control siempre ha sido la de cambiar el comportamiento de las personas” (Ibídem: 17). En este caso, la finalidad sería un comportamiento más sostenible del personal y la integración de objetivos sostenibles en el funcionamiento de la organización.

Para lograr que las personas dentro de una organización actúen según la estrategia empresarial, ésta tiene que ser formulada como un conjunto integrado de objetivos y medidas acordadas por los fundadores o altos ejecutivos (cultura organizacional). Además, tanto la estrategia como el discurso de los directivos deben motivar al personal a cambiar o al menos a modificar ciertos aspectos de su comportamiento, y también explicarles cómo hacerlo. Existe el riesgo de enfocarse sólo en las mediciones, sean financieras o no. Esto puede resultar en actos poco responsables que sólo tengan como objetivo resultados a corto plazo. La elección de qué hacer, depende de los estímulos que haya en la organización. Si no existen, la decisión dependerá del interés personal y de lo que la persona entienda como los intereses de la organización.

La elaboración de informes y memorias de RSE es una práctica cada vez más extendida entre las empresas españolas (una de cada cinco empresas españolas publica estos informes, el 60% de ellas se encuentra entre las empresas grandes). España es el tercer país europeo por el número de informes de RSE publicados, superado sólo por Reino Unido y Alemania. Cerca de la mitad de los informes han sido verificados por un tercero, y más de la mitad han utilizado la norma del *Global Reporting Initiative (GRI)*.

Strandberg (Op.cit), señala otra tendencia respecto a las memorias, “es la idea de un informe integrado que cubra a la vez los asuntos económicos, sociales y ambientales”. Varias empresas prefieren publicar sólo una memoria anual que incluya tanto la información financiera como la información social y medio

ambiental. La razón del informe integrado es que promueve la integración del triple resultado (*Triple Bottom Line*), es decir, que las tres áreas tengan la misma importancia al ser incluidas en un único informe de la empresa. Una de las iniciativas internacionales más destacadas en la medición de indicadores y elaboración de memorias de RSE, es el Pacto Mundial (Global Compact por sus siglas en inglés). La Organización de las Naciones Unidas (ONU), lanzó el Pacto Mundial en el año dos mil, con el propósito de conseguir el compromiso voluntario de las entidades en responsabilidad social. La iniciativa promueve una política de RSE enfocada en los impactos sociales y ambientales. Es la iniciativa más grande en Responsabilidad Social Empresarial en el mundo con más de 12,000 firmantes en más de 150 países y Redes Locales en más de 90 países. El Pacto Mundial consiste en diez principios basados en declaraciones y convenciones universales, entre las que se encuentran:

1. La Declaración Universal de los Derechos Humanos.- Supone el primer reconocimiento universal de que los derechos básicos y las libertades fundamentales son inherentes a todos los seres humanos, inalienables y aplicables en igual medida a todas las personas, y que todos y cada uno de nosotros hemos nacido libres y con igualdad de dignidad y de derechos. Independientemente de nuestra nacionalidad, lugar de residencia, género, origen nacional o étnico, color de piel, religión, idioma o cualquier otra condición, el 10 de diciembre de 1948 la comunidad internacional se comprometió a defender la dignidad y la justicia para todos los seres humanos.

2. Declaración de la Organización Internacional del Trabajo (OIT).- Adoptada en 1998, la Declaración compromete a los Estados Miembros a respetar y promover los principios y derechos comprendidos en cuatro categorías, hayan o no ratificado los convenios pertinentes. Estas categorías son: la libertad de asociación y la libertad sindical y el reconocimiento efectivo del derecho de negociación colectiva, la eliminación del trabajo forzoso u obligatorio, la abolición del trabajo infantil y la eliminación de la discriminación en materia de empleo y ocupación.

3. Declaración de Río sobre Medio Ambiente y Desarrollo.- Tiene el objetivo de establecer una alianza mundial nueva y equitativa mediante la creación de nuevos niveles de cooperación entre los Estados, los sectores claves de las sociedades y las personas; Procurando alcanzar acuerdos internacionales en los que se respeten los intereses de todos y se proteja la integridad del sistema ambiental y de desarrollo mundial; Reconociendo la naturaleza integral de la Tierra.

4. Convención de las Naciones Unidas Contra la Corrupción.- La convención introduce un conjunto cabal de normas, medidas y reglamentos que pueden aplicar, todos los países para reforzar sus regímenes jurídicos y reglamentarios destinados a la lucha contra la corrupción. En ella se pide que adopten medidas preventivas y que tipifiquen las formas de corrupción más frecuentes tanto en el sector público como en el privado. Además, se da un paso decisivo al exigir a los estados miembros, que devuelvan los bienes procedentes de la corrupción al país del que fueron robados, los cuales están divididos en cuatro áreas principales: derechos humanos, normas laborales, medio ambiente y lucha contra la corrupción. Estos principios están representados en la tabla 3.

Tabla 3. Principios del Pacto Mundial

Áreas	Principios
<p>Derechos humanos Su origen es la Declaración Universal de los Derechos Humanos</p>	<p>1. Apoyar y respetar la protección de los derechos humanos. 2. No ser cómplice de abusos de los derechos humanos.</p>
<p>Ámbito laboral Se basan en la Declaración de la Organización Internacional del Trabajo</p>	<p>3. Apoyar los principios de la libertad de asociación y sindical y el derecho a la negociación colectiva. 4. Eliminar el trabajo forzoso y obligatorio. 5. Abolir cualquier forma de trabajo infantil. 6. Eliminar la discriminación en materia de empleo y ocupación.</p>
<p>Medio ambiente Se sostienen en la Declaración de Río sobre Medio Ambiente y Desarrollo elaborada en 1992</p>	<p>7. Apoyar el enfoque preventivo frente a los retos medioambientales. 8. Promover mayor responsabilidad medioambiental. 9. Alentar el desarrollo y la difusión de tecnologías respetuosas del medio ambiente.</p>
<p>Anti corrupción Convención de las Naciones Unidas Contra la Corrupción</p>	<p>10. Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno.</p>

Fuente: Pacto Mundial (2015).

Estos principios son de carácter general, aunque pueden ser usados como punto de partida y también pueden ser útiles para elegir con qué grupos de interés contactar. Una empresa que participa en el Pacto Mundial se compromete a elaborar anualmente un **Informe de Progreso** dirigido a los grupos de interés, que describa los avances logrados por la empresa en la implementación de estos diez principios, y es de esperarse que la empresa los comparta con ellos. El propósito de la comunicación es, que sea por un lado, un sistema de autoevaluación que las empresas identifiquen sus avances en las materias del pacto, y por otro lado, que dote de una mayor credibilidad a la iniciativa por medio de la transparencia. La idea de estos informes es que los participantes vayan progresando según los principios, y no necesariamente que cumplan todos ellos directamente.

El Pacto Mundial es aplicable en todos los sectores y no está enfocado a ninguna región o continente específico. La iniciativa ha sido aplicada por más de 5.300 empresas en más de 130 países. Se cree que el éxito depende, en parte, de la reputación y la autoridad moral que tiene la ONU. La iniciativa ha sido criticada por focalizar la atención en los grupos de interés exteriores, sin incluir a los que forman parte de la empresa, como son los empleados.

También ha recibido críticas por no haber especificado los principios con más claridad. Sin embargo, el Pacto Mundial es una norma política que tiene por objetivo la promoción del aprendizaje y el diálogo, pero no es una norma de auditoría. Además, se incentiva a las empresas a usar las Directrices G3 del GRI como medio de comunicación de su progreso, debido a la naturaleza complementaria del GRI y el Pacto Mundial que a continuación se detalla.

El *Global Reporting Initiative* (GRI,2015); aporta directrices sobre la elaboración y la comunicación de las memorias de RSE, es una organización basada en redes que fue creada por CERES, que es una red estadounidense de inversores, organizaciones ambientales y otros grupos de interés con el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) como asociado. GRI ha elaborado un marco que aporta directrices sobre la elaboración de memorias de RSE, incluyendo los impactos económicos, sociales y ambientales de una

empresa. En el año dos mil, se lanzó el primer marco que actualmente es la tercera versión de GRI (G3). El desarrollo de las directrices es continuo y reúne diversos grupos de interés que, conjuntamente, evalúan y desarrollan el contenido del marco. Las directrices de GRI se refieren a cuatro principios respecto al contenido de las memorias: **materialidad, participación de los grupos de interés, contexto de sostenibilidad y exhaustividad**; GRI pone énfasis en **la materialidad**; este concepto implica que las memorias deben cubrir aquellos aspectos e indicadores que reflejen los impactos significativos (económicos, sociales y ambientales) de la organización o aquellos que podrían ejercer una influencia sustancial en la toma de decisiones de los grupos de interés.

El principio de la participación de los grupos de interés se refiere a que los informes deben identificar a sus grupos de interés y describir cómo han dado respuesta a sus expectativas e intereses razonables. **El principio de sostenibilidad** (característica o estado según el cual pueden satisfacerse las necesidades de la población actual y local sin comprometer la capacidad de generaciones futuras o de poblaciones de otras regiones de satisfacer sus necesidades), supone poner las actividades de la empresa en el contexto más amplio de la sostenibilidad. Y por último, **la exhaustividad** implica que la cobertura de los indicadores y aspectos materiales, así como la definición de la cobertura de la memoria, deben ser suficientes para reflejar los impactos sociales, económicos y ambientales significativos, de modo que los grupos de interés puedan evaluar el desempeño de la organización informante. Además, las directrices establecen indicadores específicos categorizados en económicos, ambientales y sociales. Los indicadores sociales están, a la vez, clasificados en derechos humanos, prácticas laborales y trabajo decente, sociedad y responsabilidad de producto.

El marco ha sido desarrollado para empresas de todos los tamaños, de todos los sectores y ubicaciones, aunque para algunos sectores existen también suplementos sectoriales que guían a las empresas según su contexto específico. Los suplementos nacionales están pendientes de ser desarrollados. Las memorias

pueden ser categorizadas según su nivel de cumplimiento con las directrices de GRI, pero también si han sido auditadas por un tercero o auto auditadas. GRI ha sido criticada por el hecho de que la certificación que la organización ofrece sólo certifica que la memoria cumple con los requisitos de las directrices y no investiga la veracidad de la información. GRI no establece exigencias respecto a quién puede hacer una auditoría externa; en lugar de esto, pone énfasis en que la transparencia y la participación activa de los grupos de interés pueden proporcionar más garantías que una auditoría. Además, las directrices han sido criticadas por la falta de pautas sobre la gestión de la cultura y la ética en la empresa informante. GRI puede combinarse con otras normas y matrices, tales como el Pacto Mundial y la norma de Aseguramiento de Sostenibilidad AA1000AS (208). GRI se relaciona con los principios del Pacto Mundial para la elaboración de la memoria, y serán aún más compatibles debido a un nuevo proyecto entre las dos entidades creadoras. La serie AA1000, es útil para el monitoreo y la evaluación de GRI.

Dada la importancia del GRI se hace la revisión de la norma AA1000AS *AccountAbility*. Que promueve una serie de principios y normas para el aseguramiento y la participación de los grupos de interés; esta serie de normas AA1000AS, fue creada por el Instituto *AccountAbility* (2015), (organización no gubernamental, internacional y multisectorial dedicada a mejorar los lugares de trabajo y comunidades, mediante el desarrollo y aplicación de las normas de responsabilidad social); su objetivo es ayudar a organizaciones a ser más “*accountable*” (reconocimiento, asunción de responsabilidad y actitud transparente sobre los impactos de las políticas, decisiones, acciones, productos y desempeño asociado a una organización) responsables y sostenibles. La serie se compone de la norma de Principios de *AccountAbility* (AA1000APS), la norma de Aseguramiento de Sostenibilidad de *AccountAbility* (AA1000AS), y la norma de compromiso con los grupos de interés (AA1000SES). Los principios proporcionan un marco para que una organización identifique, priorice y responda a los desafíos de su sostenibilidad.

La norma de aseguramiento provee una metodología profesional para evaluar la naturaleza y el grado en que una organización se adhiere a los Principios de *AccountAbility*. Y, finalmente, la norma de compromiso con los grupos de interés (AA1000SES), sirve como patrón para ayudar a las organizaciones a reforzar el diseño, la ejecución y la evaluación de la participación de los grupos de interés y la comunicación con ellos. Los principios de las normas AA1000 son tres: **el principio de inclusividad, el de relevancia y el de capacidad de respuesta.**

El principio de inclusividad- establece que una organización debe aceptar su responsabilidad sobre todos aquellos aspectos en los que genere un impacto y sobre aquellos que tengan un impacto sobre ella. La inclusividad se refiere a la participación de sus grupos de interés en el desarrollo y en el logro de una respuesta responsable y de una estrategia orientada hacia la sostenibilidad. En la práctica, esto implica identificar y comprender sus resultados e impacto social, ambiental y económico y los puntos de vista de los grupos de interés, así como considerar y responder de manera coherente a las aspiraciones y necesidades de los grupos de interés respecto de las políticas y prácticas de la organización; y, finalmente, dar cuenta de sus decisiones, acciones e impactos sobre los grupos de interés.

El principio de relevancia- consiste en determinar la relevancia e importancia de un asunto para la empresa y, también, para sus grupos de interés. Se considera un asunto relevante si es un tema que influirá en las decisiones, acciones y desempeño de una empresa o de sus grupos de interés.

El principio de la capacidad de respuesta- es el modo en el cual, la empresa responde a los asuntos de los grupos de interés que afectan a su desempeño en materia de sostenibilidad. Esto se realiza a través de decisiones, acciones y desempeño, y a través de la comunicación con los grupos de interés. Los Principios de *AccountAbility* AA1000, se utilizan para orientar el aseguramiento de sostenibilidad de acuerdo con la AA1000AS (2008), y el compromiso con los grupos de interés de acuerdo con la AA1000SES (2005). La norma de aseguramiento AA1000AS, es un estándar de aplicación general para evaluar,

atestiguar y fortalecer la credibilidad y calidad del informe de sostenibilidad de una organización y de sus principales procesos, sistemas y competencias. Asimismo, aporta orientación sobre los elementos clave del proceso de aseguramiento. *AccountAbility* ha elaborado esta serie de normas con la participación de múltiples grupos de interés y les invita a comentar sobre sus experiencias para mejorar las normas (op. cit.). Las normas son compatibles con otras iniciativas y la organización ha manifestado su interés en desarrollar una guía para ayudar a las organizaciones a comprender mejor los elementos complementarios y los vínculos entre la ISO 26000, y la serie de normas AA1000.

Continuando con el desarrollo de las normas, encontramos que entre las más influyentes se encuentra la SA 8000; norma no totalmente certificable, enfocada en las condiciones de trabajo. Fue desarrollada en 1997 por *Social Accountability International* (SAI, 2015), una organización creada por varios grupos de interés que comparten el objetivo de mejorar el ejercicio de los derechos humanos de los trabajadores en todo el mundo. SA 8000, fue creada para ofrecer una clarificación frente a la multitud de estándares que habían sido desarrollados para controlar las condiciones de trabajo en las cadenas de suministro. El objetivo era ofrecer una norma basada en acuerdos internacionales, por lo cual, SA 8000 se apoya en las convenciones de la Organización Internacional de Trabajo y en los acuerdos de las Naciones Unidas. La norma se orienta hacia los impactos sociales de la empresa, y se ocupa principalmente del trabajo infantil, el trabajo forzoso y obligatorio, la seguridad y la salud en el trabajo, los derechos sindicales y de negociación colectiva, la discriminación, las medidas disciplinarias, el horario de trabajo, la remuneración y los sistemas de gestión. La norma establece criterios específicos para cada asunto y también define claramente todos los conceptos que utiliza.

La norma es una de las pocas que es certificable, aunque sólo certifica a nivel de instalaciones y no de toda la empresa. La iniciativa establece diferencias en sus exigencias para con las instalaciones de producción de menos capacidad, tales como menos días de auditorías y sistemas de gestión menos elaborados. La verificación de SA 8000, ha sido elaborada de modo que sea compatible con los

sistemas de gestión de la Organización Internacional de Estándares *International Organization for Standardization (ISO)*, y el *International Forest Stewardship Council (FSC)*; han desarrollado una agencia de acreditación (*Social Accountability Accreditation Services*) que proporciona esos servicios. La certificación es válida por tres años y cada seis meses se realiza una auditoría de verificación que exige requisitos de procedimiento mínimos, como entrevistas con empleados y un sistema de reclamaciones. “En efecto, SA 8000 proporciona medios a los grupos de interés para que puedan reclamar si la empresa no cumple con los requisitos de la norma” (Forética, 2014). La norma es aplicable globalmente, independientemente de la ubicación o el sector industrial. Sin embargo, por su enfoque hacia las condiciones de trabajo, el uso de la norma es común en industrias conocidas por tener malas condiciones laborales, y también en países con ese tipo de problemas, tales como India y China.

En busca de ser más específicos en cuestión de ética y RSE, se consultó la norma SGE 21, la cual, “promueve un sistema de gestión ética y socialmente responsable” (ibid). Esta norma fue desarrollada por la organización Forética en el año 1999. La edición actual de la Norma SGE 21 (2008), es la tercera revisión desde su lanzamiento en año dos mil. La norma fue elaborada por más de cien expertos que representaban a todos los grupos de interés y está en un proceso de revisión continuo para adaptarse al estado del arte y a la experiencia acumulada en su uso. La norma fija los criterios que permiten a las organizaciones establecer, implantar y evaluar el SGE 21(2008):

La iniciativa presenta nueve áreas de gestión que establecen los requisitos considerados adecuados para demostrar las evidencias de la implementación. Las distintas áreas son: la alta dirección, los clientes, los proveedores, las personas que integran la organización, el entorno social, el entorno ambiental, los inversores, la competencia y las administraciones públicas.

La SGE requiere un compromiso que demuestre al menos tres elementos esenciales: su integración en la estrategia y procesos de la organización, el impulso del diálogo y el conocimiento de las expectativas de los grupos de interés

y, por último, el fomento de la transparencia y la comunicación. La norma es el primer sistema de gestión ética y socialmente responsable que permite, voluntariamente, alcanzar una certificación. La certificación requiere, por un lado, un compromiso con la sostenibilidad en materia económica, social y ambiental por parte de la empresa y, por otro lado, implica la aplicación de los valores éticos establecidos por la norma, así como la demostración y el mantenimiento de éstos. También puede ser aplicada tanto a la empresa en general como a determinadas unidades de negocio. La idea es que sea considerada como una parte del sistema de gestión de la empresa, dado que es compatible e integrable con los sistemas de gestión de calidad, medio ambiente, prevención de riesgos laborales o innovación, entre otros. La iniciativa es española, con una filial en Argentina (Forética Argentina) y con un convenio con el Instituto de Responsabilidad Social Empresarial de Ecuador (IRSE). Además, Forética colabora con CSR Europe, la Comisión Europea, el Pacto Mundial, la *Social Accountability International* y el *Global Reporting Initiative*, entre otras organizaciones.

Establecida como una de las normas internacionales más utilizada y reconocida alrededor de mundo, se encuentra la ISO 26000. Esta norma ofrece orientación a los principios de RSE y su integración en todos los grupos de interés. ISO 26000, fue lanzada el 1 de noviembre de 2010, después de siete años de trabajo. La iniciativa fue desarrollada por un grupo multidisciplinar liderado por la Asociación Brasileña de Normas Técnicas (ABNT) de Brasil y el Instituto Sueco de Normas (SIS). El grupo de trabajo reunió a 450 expertos y 210 observadores de 99 países y 42 organizaciones vinculadas. Los objetivos de ISO 26000 son: desarrollar un consenso internacional sobre qué significa la responsabilidad social y qué asuntos de la RSE tienen que abordar las organizaciones; proporcionar orientación sobre la puesta en práctica de los principios mediante acciones efectivas, así como perfeccionar y divulgar información sobre mejores prácticas (ISO, 2014).

La propuesta establece que la norma sea utilizada tanto por las empresas como por el sector público, y por organizaciones de todo tipo. La norma aporta orientación sobre los principios de la RSE y la participación con los grupos de

interés. Asimismo, proporciona orientación sobre los asuntos principales de la responsabilidad social, como son: "la gobernanza de la organización (sistema por el cual, una organización toma e implementa decisiones con el fin de lograr sus objetivos), los derechos humanos, las prácticas laborales, el medio ambiente, las prácticas de operación justa, los intereses de los consumidores, la participación y el desarrollo de la comunidad" (Instituto Mexicano de Normalización y Certificación, 2011). Para cada asunto, la norma presenta una visión general, su enlace a la responsabilidad social, los principios y las consideraciones, así como una gama de temas. Sobre cada uno de estos temas, a su vez, se incluye una descripción del mismo, las actividades y las expectativas relacionadas; por ejemplo, en el caso de las prácticas laborales, los temas son empleo y relaciones de empleo, condiciones de trabajo y protección laboral, diálogo social, salud y seguridad en el trabajo y finalmente, desarrollo humano y formación en el trabajo. Además, la norma aporta orientación sobre cómo poner en práctica la responsabilidad social en una empresa. Entre otros asuntos, explica cómo integrar la RSE en todo el ámbito de la empresa, cómo revisar el progreso y cómo mejorar los resultados del mismo.

La norma subraya que una organización debería ser responsable de sus impactos en la sociedad, la economía y el medio ambiente; ser transparente con las decisiones y actividades que afecten a la sociedad y al medio ambiente; comportarse éticamente; respetar, considerar y responder a los intereses de sus grupos de interés; aceptar que el estado de derecho es obligatorio; respetar las normas internacionales de comportamiento como mínimo el principio de acatamiento al estado de derecho; y respetar los derechos humanos y reconocer su importancia y su universalidad. "En un primer momento, la idea era que la ISO 26000 fuera una norma de gestión y que estuviera basada en dos de los estándares ya existentes, la ISO 9000 (estándar de calidad de sistemas de gestión), y la ISO 14000 (sistema de gestión ambiental). Pero durante el proceso de desarrollo se cambió el destino de la norma y se decidió que fuera una guía" (op.cit). Por eso, la ISO 26000 se distingue de las dos anteriores porque es una norma de orientación que no es certificable. Asimismo, la ISO 26000 tiene un

contenido más amplio, no sólo informa sobre cómo implementar RSE, sino que además proporciona orientación sobre el contenido, los asuntos y principios relacionados. Antes de ser publicada, la ISO 26000 había sido criticada por el hecho de que no es certificable. Las críticas plantean el riesgo de que la iniciativa no tenga tanto impacto sin la posibilidad de verificación, mientras que los defensores argumentan que ahora lo que realmente hace falta es una orientación de la responsabilidad social para aclarar sus implicaciones. Igualmente, una norma de orientación permite a las organizaciones elegir lo que ellos quieren de la norma y asegura que el enfoque no será sólo la certificación en sí. La norma es compatible con las declaraciones de las Naciones Unidas, la Organización Internacional de Trabajo (OIT) y la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), además del Pacto Mundial (2025).

La organización GRI ha publicado un informe sobre cómo las directrices de la organización pueden complementar la norma ISO 26000 en la elaboración de la memoria, y además, los indicadores de GRI son aplicables para informar sobre los temas planteados en la ISO 26000. Asimismo, *AccountAbility* ha manifestado su interés por desarrollar una guía que aclarará la compatibilidad ente las normas AA 1000 e ISO 26000.

En México, el Instituto Mexicano de Normalización y Certificación, A.C (IMNC) reconoce que las organizaciones se encuentran en diferentes niveles al comprender e integrar la responsabilidad social. Razón por la cual, desarrolla la Norma Mexicana con base a los indicadores planteados por ISO 26000. Esta norma instaurada por IMNC en 2011, proporciona orientación sobre los principios que subyacen en la Responsabilidad Social Empresarial, el reconocimiento de esta y el involucramiento con las partes interesadas, así como las materias fundamentales y todos los asuntos que constituye la responsabilidad social. Estas materias se constituyen en: La Gobernanza de la organización, los Derechos humanos, las Prácticas laborales, el Medio ambiente, las Prácticas Justas, los Asuntos de Consumidores y el Involucramiento con la comunidad.

La Norma Mexicana se ha desarrollado utilizando un enfoque de múltiples partes interesadas con la participación de expertos de más de 90 países y 40 organizaciones internacionales representativas que están involucradas con diferentes aspectos de la responsabilidad social. Su objetivo es proporcionar asistencia a todo tipo de organizaciones públicas y privadas, grandes o pequeñas que deseen poner en marcha un sistema de gestión de RSE. “La adopción de la norma es de carácter voluntario, y cabe mencionar que, para considerarse una empresa socialmente responsable es obligatorio cumplir de manera integral con las 7 materias fundamentales de la norma” (op.cit).

Debido a la atención actual por los informes no financieros, puede parecer que el reflector de la RSE está en la publicación de memorias, cuando en realidad ésta sólo forma parte del proceso de integración de la RSE. En este proceso, el diálogo con los grupos de interés es parte decisiva: ellos son los afectados por las actividades de la empresa y quienes pueden afectarlas. Además, son ellos los que usarán la información publicada en las memorias. Entre los diferentes grupos, son los empleados, quienes juegan un papel crucial respecto al uso de indicadores no financieros, dado que serán ellos quienes los emplearán. Las normas tienen un valor añadido para la empresa, porque ofrecen un punto de partida para empezar a reflexionar sobre los temas sociales y medioambientales. Al mismo tiempo, pueden orientar a la empresa en la medición de la información no financiera, la elaboración de una memoria de RSE y en el diálogo con sus grupos de interés.

Después de la constitución de los principios básicos que postulan las diversas iniciativas internacionales sobre Responsabilidad Social Empresarial, surge una nueva necesidad que requiere la participación conjunta y corresponsable de estas organizaciones, que después de consensar llegan a la conclusión de establecer un estándar internacional para la unificación de estos principios.

Capítulo 2

Factores sociales que inciden en el funcionamiento de la empresa

La vida en sociedad incluye objetos y acontecimientos que se presentan habituales o naturales, es un tema que involucra acciones y expresiones significativas, tales como: enunciados, dinámicas, símbolos, tecnologías de diversos tipos, y a los sujetos que se involucran. Las personas se expresan a través de ellos mediante las simbologías que reciben y producen; buscando con ello la comprensión de todo lo anteriormente señalado, ya sea de manera individual y/o colectiva. La empresa es uno de estos objetos, forma parte de esta vida en sociedad, y se encuentra sujeta a las presiones sociales y a las influencias del contexto en que se establece. Entre los factores más influyentes que ejercen esta presión se encuentran los factores sociales.

Es dentro de los factores sociales donde centraremos nuestra atención, ya que la empresa está sujeta a las presiones sociales y a las influencias del medio en que se establece. En la búsqueda de ampliar la información se consultó a la Oficina Internacional del Trabajo (OIT, 1971), la cual describe en su libro “La empresa y su dirección” los factores sociales que repercuten directamente en las actividades de las empresas, estos son:

1. Las tradiciones culturales del país en general.
2. La estructura de los gastos en cuanto a mercancía y servicios.
3. la importancia relativa que se da a la familia y a la colectividad local y nacional.
4. La actitud respecto al trabajo y los ideales en cuanto a la profesión.
5. El grado en que el país esté todavía orientado hacia la agricultura más bien que hacia el comercio y la industria.
6. La actitud respecto al dinero.
7. La actitud respecto a la mujer y el grado en que las estructuras raciales y lingüísticas del país sean homogéneas o heterogéneas.
8. Los orígenes de la industria.

Los puntos anteriormente expuestos admiten la afirmación de que los factores sociales son prioritarios en la empresa, puesto que son representativos del ambiente donde el individuo actúa y por consiguiente influye en la mayoría de sus reacciones, a continuación se desglosan a detalle:

Las tradiciones culturales del país en general. Estas representan las enseñanzas históricas de filósofos, laicos y religiosos, así como las actividades cotidianas y los ideales de la sociedad (OIT, 1971).

La estructura de los gastos en cuanto a mercancía y servicios. Cuanto más se pueda inducir a las colectividades a que encaucen sus gastos en la adquisición de bienes y servicios materiales, mejor es para la empresa y para el desarrollo de la industria. El atender a las demandas de bienes de consumo como autos y accesorios, por mencionar algunos, representa desviar los recursos disponibles y retrasar el desarrollo y progreso de un país (OIT, 1971).

La importancia relativa que se da a la familia y a la colectividad local y nacional. En la evolución de las sociedades, los lazos familiares tienden a relajarse. La mayor movilidad de la mano de obra, la posibilidad cada vez mayor de elección de actividades y los contactos fuera de la familia también debilitan los lazos de consanguinidad y sentimentales (OIT, 1971).

La actitud respecto al trabajo y los ideales en cuanto a la profesión. Es que los hombres que se dedican a una tarea más o menos rutinaria lo hacen porque tienen que obtener dinero para satisfacer las necesidades materiales de su vida y la de su familia. La actitud que pueden demostrar ante su trabajo dependerá en gran medida de la actitud de la colectividad en que viven y de la educación que hayan recibido (OIT, 1971).

El grado en que el país este todavía orientado hacia la agricultura más que hacia el comercio y la industria. La contratación de trabajadores agrícolas en la industria puede representar reacciones sentimentales (apego a las raíces), se muestra reacio a abandonar su tierra sin mencionar los conflictos de adaptación a

la ciudad por los problemas, tales como la aglomeración, el tráfico, la inseguridad, por mencionar algunos (OIT, 1971).

La actitud respecto al dinero; dado que en los países en vías de desarrollo, la moneda casi no tiene importancia fuera de las ciudades. Las empresas han intentado estimular el deseo de comprar bienes de consumo, en otras palabras, han querido crear necesidades innecesarias (OIT, 1971).

La actitud respecto a la mujer. Esta influye principalmente sobre la medida en que la empresa puede contratar mujeres y sobre las condiciones en que estas son empleadas (OIT, 1971).

El grado en que las estructuras raciales y lingüísticas del país sean homogéneas o heterogéneas. La administración de una empresa cuyo personal pertenece a una diversidad de grupos étnicos, culturales o religiosos exige muchas habilidades si se desea persuadir a los miembros de cada grupo de que todos serán tratados de la misma manera y que cada uno tendrá las mismas oportunidades de avanzar en la jerarquía en función de sus méritos (OIT, 1971).

Orígenes de la industria. Si bien los orígenes no influyen necesariamente en el funcionamiento de la empresa, estos pueden llegar a repercutir en el pensamiento de los empresarios, así como en la idea que el público en general se forma de este sector de la economía (OIT, 1971).

Como ya se ha demostrado la empresa está expuesta a influencias exteriores inherentes a sus medios técnicos o productos, y de igual manera, se puede evidenciar también que la empresa influye a la sociedad donde se encuentra, esto es reflejado en sus competidores, en su contribución con la economía nacional, en la modernización de sus procesos productivos y en el medio ambiente.

Los efectos sociales que puede producir una empresa, pueden ser perjudiciales o benéficos. Cuando una empresa brinda oportunidades de empleo influye en el clima social a través de sus normas laborales, como lo refieren (Trickett y cols. en Gómez, 1989) entendido este, como las percepciones subjetivas y el sistema de

significados compartidos respecto a una situación concreta entre los empresarios que establecen una empresa. Por ejemplo, si las políticas impuestas por una empresa son liberales y sus dirigentes tiene un sentido de responsabilidad hacia los trabajadores y a la sociedad misma el clima social será favorable para generar armonía. De manera contraria, si la empresa explota a sus trabajadores o daña el medio ambiente entre otras, forzosamente provocará reprobación por sus acciones, propiciará la desconfianza, la molestia y el repudio de la sociedad.

El efecto que los factores sociales producen en una empresa con el desarrollo de sus actividades siempre tendrá un impacto dentro de la sociedad donde se encuentre inserta. El impacto, puede ser interpretado positivo o negativo, a través de las tradiciones culturales del país en general.

Luego entonces, se hace una reflexión de estas interpretaciones culturales entendidas como el estudio del mundo histórico, es decir, la forma en la que las vivencias colectivas que se producen en determinado momento y que constituyen representaciones significativas de vida de tipos diferentes, estas son las que le otorgan sentido y forma a los patrones culturales. Lo anterior, nos permite ubicar el concepto de cultura, el cual contempla una serie de fenómenos sociales y un sin número de definiciones.

2.1 Cultura: componente social y comportamiento humano

Con el propósito de entender el papel que juega la cultura como componente social en el comportamiento humano, se cree pertinente definir el concepto de cultura desde la perspectiva antropológica, de acuerdo a Tylor se entiende por cultura:

La cultura o civilización, en sentido etnográfico amplio, es aquel todo complejo que incluye el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, el derecho, las costumbres y cualesquiera otros hábitos o capacidades adquiridas por el hombre en cuanto miembro de la sociedad (Tylor, 1975:29).

Al respecto, Geertz señala que la cultura es:

Una jerarquía ordenada de estructuras de significación socialmente establecidas en virtud de las cuales la gente se maneja, la tarea fundamental del antropólogo consiste en buscar esas estructuras de significación, desentrañarlas y explicarlas (entender su significado) determinando su alcance social (Geertz, 1973:22).

Parafraseando a Geertz, se puede entender entonces que la cultura es un sistema de interacción de signos interpretables a lo cual él denomina símbolos, es decir, conductas, estados de conciencia, actos, palabras o cosas, que pueden ser vistas como “discursos sociales” (refleja el conjunto de ideas, opiniones, creencias y expectativas que tiene la sociedad en su conjunto con respecto a determinado objeto) por ejemplo, la significación (otorgar significado) es algo que se establece socialmente, un guiño puede ser interpretado de diferentes maneras y con diversos significados para los demás.

De esta manera, las interacciones se dan en todos los contextos cada grupo social tiene diferentes maneras de comunicarse y de hacer llegar mensajes a los miembros de su grupo. Se pueden apoyar en signos o símbolos, a los cuales les otorgan un valor que solo ellos conocen pues fueron creados por ellos mismos. Generando contextos culturales de comunicación particulares, lo cual sucede dentro de las organizaciones, los grupos o las comunidades sin importar sea cual sea su tipo.

Al interior de la cultura, y en particular, dentro de la comunicación se dan dos tipos de inclinaciones: una denominada descriptiva y la otra simbólica. La primera, representa a la cultura como el conjunto diverso de valores, creencias, costumbres, convenciones, hábitos y prácticas característicos de una sociedad en particular o de un periodo histórico. La segunda, personifica principalmente el simbolismo, tal como lo dice Thompson “Los fenómenos culturales son fenómenos simbólicos, y el estudio de la cultura se interesa esencialmente por la interpretación de los símbolos y de la acción simbólica” (Thompson, 1993:184).

En el caso de las empresas, las relaciones simbólicas con relación a los contextos sociales, se encuentran estructuradas e identificadas con una cultura interior dominante, además de los medios masivos de comunicación que en su conjunto

permiten identificar el surgimiento y desarrollo de la comunicación de masas; de ahí, que la evolución en masa sea considerada como una innovación fundamental y continua de las formas en que se producen, transmiten y reproducen las representaciones simbólicas en las sociedades modernas; por lo tanto, la producción, transmisión y reproducción del aumento en las formas simbólicas, quedan plasmadas en todos los procesos globalizadores que le dan sentido en su momento histórico a la cultura de las potencias mundiales y de las organizaciones modernas.

Ejemplo de lo anterior, es la llamada tecnociencia que significa designar el contexto social y tecnológico de la ciencia. La idea muestra un reconocimiento común de que el conocimiento científico no es sólo un código situado en la sociedad y la historia, sino que se sustenta y se hace perdurable por medio de redes materiales no humanas, y el avance de las tecnologías en el mundo de la informática. Se han modificado los símbolos lingüísticos de los procesos productivos y de las áreas de servicios. Así, vemos como hoy en día la comunicación en las organizaciones se da a través de las redes, metas y objetivos que persiguen las grandes empresas sobre todo las de la industria automotriz, que son las que marcan la pauta del desarrollo tecnológico, ya que requieren de trabajadores con perfiles adecuados a las necesidades de la industria del mercado de la globalización, y por lo tanto, de la llamada “sociedad del conocimiento”, expresión utilizada para referirse a una sociedad globalizada, entendida esta, como el cúmulo de conocimientos y cultura que los hombres desarrollan en la cotidianidad y transmiten de manera individual y colectiva determinando el desarrollo humano.

2.2 Componentes de la Cultura Organizacional en las Empresas

Las empresas como generadoras de cultura, tienen un sistema de significados generales comunes al interior, administración, procesos productivos y capital humano, y son consideradas como un fenómeno dentro del esquema de la cultura misma. Al respecto Robbins, menciona que “hace diez años las organizaciones eran, en general, imaginadas simplemente como un medio racional en el cual se

coordinaban y controlaban a grupos de personas, su estructura organizacional era verticalista con jerarquía autoritaria y también poseían una personalidad rígida o flexible, poco amistosas o serviciales, innovadoras o conservadoras” (Robbins, 1987:440).

Otros teóricos del desarrollo organizacional, reconocen la importancia que la cultura tiene en el estudio de las organizaciones; debido a que las empresas institucionalizan sus axiologías, sus conductas y patrones culturales dentro de ellas, por lo que su valor no está en el capital que lo compone (dinero), sino en el capital humano (personas) su fuerza de trabajo que le da existencia. Sin dejar de considerar que, como todas las culturas, también desarrollan subculturas propias del objeto de trabajo de las empresas, de los contextos socioeconómicos, de los modelos tecnológicos, generando procesos transculturales que con el tiempo se convierten en aspectos de identidad. Lo que las hace obtener un valor individual y colectivo, muestra de ello, es el nombre del producto que representa a todos y cada uno de los trabajadores de una empresa.

Lo expuesto se ejemplifica de la siguiente manera: cuando disminuyó la demanda de los relojes Timex, la compañía diversificó el negocio incluyendo entre sus mercancías relojes de pared, computadoras y contempló también productos para el cuidado de la salud, tales como termómetros digitales y aparatos para medir la presión arterial (baumanómetro). Timex logro mantener su existencia, yendo más allá de su misión inicial de fabricar relojes; la cual tuvo éxito por conservar los patrones culturales sin cambio en la misión y visión dentro del mercado, lo anterior con base en su cultura organizacional tradicional.

Lo anterior, permite distinguir como la cultura organizacional desarrolla sistemas significativos entre sus componentes, que lo convierten en algo compartido incluyendo a los nuevos miembros que se incorporan a la organización. Es por ello, que para Cambell y Dunnette en Robbins (1987:440) “el conjunto de características fundamentales que aprecian en la organización son siete: autonomía individual, estructura, apoyo, identidad, desempeño-premio, tolerancia

del conflicto, tolerancia del riesgo; que combinadas revelan la estructura de la organización”; lo cual puede ser observado en la tabla 4.

Tabla 4. Características de la Cultura Organizacional

<i>Autonomía individual</i>	-Es el grado de responsabilidad, independencia y oportunidades para ejercer la iniciativa que las personas tienen en la organización.
<i>Estructura</i>	-Grado de normas y reglas, así como la cantidad de supervisión directa que se utiliza, para vigilar y controlar el comportamiento de los empleados.
<i>Apoyo</i>	-Grado de ayuda y cordialidad que muestran los gerentes a sus subordinados.
<i>Identidad</i>	-Es el grado en que los miembros se identifican con la organización en su conjunto y no con un grupo o campo de trabajo específico.
<i>Desempeño-premio</i>	-Grado en que la distribución de premios o incentivos (aumentos salariales, promociones, bonos, etc.) se basan en criterios relativos al desempeño.
<i>Tolerancia del conflicto</i>	-Grado de conflicto presente en las relaciones entre compañeros y grupos de trabajo, así como el deseo de ser honesto y franco antes las diferencias.

Fuente: Cambell y Dunnette en Robbins, 1987:440

Las características arriba mencionadas, convergen continuamente de lo alto a lo bajo, dependiendo siempre de la evaluación constante a las que se ven sometidas

las organizaciones a través de modelos de productividad, calidad, eficiencia y eficacia que marcan la pauta de todas las industrias modernas. Estas evaluaciones toman en cuenta las siete características señaladas en la tabla anterior, lo que permite valorar la visión, misión y axiologías filosóficas de los miembros que integran estas comunidades.

Se entiende entonces, que a la cultura organizacional se le ubica como algo descriptivo, en donde es señalada la forma en cómo los trabajadores perciben las características anteriormente mencionadas, mostrando con ello, la importancia de la cultura y la satisfacción laboral. Es por ello, que Robbins indica que “gran parte de las organizaciones manejan una cultura interior dominante y muchas subculturas. Esta visión macro de la cultura, es la que otorga una personalidad específica a la organización” (Robbins, 1987:441).

Como ya se ha expuesto, las subculturas se desarrollan en las grandes organizaciones reflejando problemas, situaciones o experiencias comunes de los integrantes. Su definición responde al nombre de cada departamento o por su separación geográfica. Así, el departamento de compras puede poseer una subcultura compartida únicamente por los empleados que laboren en esa área específica de la organización. Los valores centrales son incluidos, junto a otros que son propios de los miembros de ese departamento. De manera semejante, una oficina o una unidad que se encuentre físicamente separada de las operaciones principales o de la matriz de la empresa, asumirán una personalidad propia. También en este caso, se mantienen los valores centrales (la de los fundadores) pero se modifican para reflejar la situación especial de la oficina.

Si las organizaciones no tienen una cultura interior dominante, y se conforman solo de subculturas, el valor de la cultura organizacional disminuirá de manera considerable, ya que no habrá una interpretación a lo que constituye un comportamiento correcto o incorrecto. Es el “significado compartido e interiorizado” de la cultura, el aspecto que hace de ella un poderoso medio para orientar y modelar la conducta. De acuerdo a Lewin en Collins y Porras (1994), “esta cultura organizacional puede haber sido conscientemente creada por sus miembros

principales o sencillamente pudo haber evolucionado en el curso del tiempo”. Ejemplificando lo anterior, a continuación se presenta la creación y evolución de la cultura organizacional en 18 empresas de excelencia.

Creación y evolución de la cultura organizacional en 18 empresas

El desempeño a largo plazo de 18 compañías de excelencia en varias industrias, fue estudiado por Collins y Porras en su libro *Built to Last* (su significado en español es hecho para durar). En comparación con empresas similares, estas compañías visionarias dieron consistentes muestras de poseer culturas empresariales prácticamente convertidas en un objeto de culto, en las que los empleados estaban completamente seguros de trabajar en un lugar “especial”. Específicamente, las culturas de estas compañías visionarias:

- Preservaban su ideología básica, aunque permitían cambios.
- Estimulaban el avance mediante objetivos ambiciosos, evolución deliberada y la persistente superación personal.
- Alentaban la experimentación y aceptaban errores.
- Buscaban la aceptación de paradojas, mientras que rechazaban ideas del tipo (esto o lo otro).
- Generaban adhesión mediante la conversión de sus valores básicos en metas, estrategias y prácticas.
- Desarrollaban internamente a nuevos administradores por medio del ascenso desde dentro.

En comparación directa con empresas similares sin estas prácticas, se comprobó que las compañías con culturas visionarias eran sistemáticamente más exitosas.

Fuente: Collins y Porras, 1994.

Como ya se ha expuesto, la influencia de la cultura organizacional sobre el comportamiento de los empleados de cada empresa es innegable, ahora es momento de analizar las funciones que la cultura cumple, estas son:

- * Precisa los límites, es decir, establece distinciones entre su organización y las otras.

- * Transfiere un sentido de identidad hacia sus miembros.
- * Facilita la creación de un compromiso personal, transformándolo en algo más apreciable que los intereses egoístas del individuo.
- * Incrementa la estabilidad del sistema social.

Para Kennedy en Robbins (1987), “la cultura es el vínculo social que ayuda a mantener unida la organización al proporcionar normas adecuadas de lo que deben hacer y decir los empleados”. También es un mecanismo que controla y da sentido a todo, guiando y modelando las actitudes y el comportamiento. Es por ello, que la cultura define las reglas del juego:

Por definición la cultura es elusiva, intangible, implícita, y se da por sentado su existencia. Pero cada organización crea un grupo central de suposiciones, conocimientos y reglas implícitas que rigen la conducta diaria en el lugar de trabajo. Mientras los empleados de reciente ingreso no aprendan las reglas, no se les considerara miembros verdaderos de la empresa. Las infracciones de las mismas por parte de ejecutivos de alto nivel o por empleados de bajo nivel, provocan desaprobación y fuertes sanciones (1987:446).

La cultura fortalece el compromiso organizacional y aumenta la lógica del comportamiento del empleado, reduce la ambigüedad, indica al empleado como se hacen las cosas, entre otras cosas. Pero también incluye aspectos que se pueden llamar negativos, ya que la cultura es una desventaja cuando los valores compartidos no coinciden con los que favorecen o podrían contribuir con el progreso de la organización. Esto sucede cuando la empresa pasa por cambios estructurales rápidos, o tal vez, la cultura interior dominante dejó de ser la adecuada para los nuevos contextos en los que se desenvuelve la organización.

Con el transcurso del tiempo, la cultura de la organización persiste gracias a sus tendencias a cautivar y retener a las personas que van de acuerdo con sus valores y convicciones. Así como las personas deciden emigrar hacia otros estados o países en busca de mejores oportunidades de trabajo; así mismo, los empleados también buscan establecerse dentro de una cultura organizacional dentro de la cual se sientan cómodos e identificados, no solo es la cuestión económica la que

influye en sus intereses, también buscan sentirse parte de la empresa, en otras palabras buscan “ponerse la camiseta”.

Es también dentro de la empresa, que los elementos como la identidad y la comodidad que se pueden transmitir, comienzan a ser visibles a través de sus costumbres, tradiciones, y principalmente por la forma en que se cumple con la misión de la organización. Esto nos transporta inmediatamente a la fuente principal de la cultura organizacional, sus fundadores. Los fundadores de una organización han ejercido siempre una esencial influencia en la cultura originaria, ya que ellos son los que acuñan la misión y visión de la organización. Para Schein, “la cultura organizacional resulta de la interacción entre los prejuicios y suposiciones de los fundadores y lo que los primeros miembros que fueron contratados por los fundadores, aprenden después con su propia experiencia” (Schein en Robbins, 1987:446).

Partiendo de la afirmación, de que la cultura organizacional comienza a partir de los fundadores de una empresa y que está a su vez, desciende a la estructura organización a través de la alta dirección, para Davis y Newstrom es importante puntualizar que:

Las acciones de la Dirección son aún más importantes para los empleados observadores, capaces de detectar rápidamente el hecho de que los administradores solo se comprometen de palabra, pero en realidad no apoyan ciertos ideales, como el servicio al cliente y la alta calidad de los productos (Davis y Newstrom, 1999:112).

Al ser transmitida la cultura de los fundadores de la empresa a la Alta Dirección, son estos los encargados de poner más énfasis en el hecho de que la cultura organizacional instruya a cada uno de los empleados. Razón por la cual, si las organizaciones pretenden crear y administrar conscientemente su cultura deben ser capaces de transmitirla a sus empleados, poniendo especial atención en los de reciente ingreso que no están familiarizados con la cultura de la organización.

Generalmente, las personas están más dispuestas a adaptarse cuando quieren complacer a los demás, obtener su aprobación y conocer su nuevo lugar de trabajo.

Una vez que se establece una cultura dentro de la empresa, hay prácticas que la amparan, al facilitar a los integrantes una serie de experiencias semejantes, Robbins (1987), menciona que:

Como reforzadores de la cultura podemos encontrar al proceso de selección de un puesto, los criterios como se evalúa el desempeño, los métodos de concesión de premios, las actividades conexas con la capacitación y el desarrollo de carreras, los procesos de promoción garantizan que los contratados encajen en la cultura, premian a quienes la apoyan y castigan (despiden) a quienes se oponen a ella. Esas tres fuerzas (técnicas de selección, acciones de la alta dirección y los métodos de socialización) cumplen una función central en la permanencia de la cultura (Robbins, 1987:447).

Como uno de los elementos que permite la permanencia de la cultura organizacional encontramos a la *selección*, la cual tiene la finalidad explícita de encontrar y contratar a quienes tengan los conocimientos, las destrezas y capacidades necesarias para realizar bien las actividades de una organización. Puede ocurrir que se identifique a más de un candidato con las cualidades requeridas para el ocupar el puesto, es entonces que la decisión final para concluir la contratación estará influenciada por el juicio del reclutador y en como el candidato se adecuara a la organización.

Al respecto, Evan señala que, “esta influencia puede responder ya sea de manera consciente o inconsciente a contratar a personas que tienen valores comunes (los de la empresa) o por lo menos una parte considerable de los valores de la empresa” (Evan en Robbins, 1987:448). En este proceso de selección se permite prescindir de los candidatos que no cumplen con los perfiles determinados por la organización y de la misma manera, el candidato puede abstenerse de continuar con la contratación si considera que hay un conflicto entre sus intereses y los de la empresa. Si bien es cierto, que aunque los empleados hayan aprobado el proceso

de selección, aún no han sido totalmente instruidos en la cultura de su empresa; y quizá por no estar habituados con ella, pueden llegar a alterar o a ignorar las creencias y costumbres vigentes. De la necesidad de ayudar a los nuevos integrantes a adoptar la cultura organizacional, surge la idea de socializar. Davis y Newstrom la ratifican, señalando que:

La socialización consiste en el proceso permanente de transmisión a los empleados, de los elementos clave de la cultura de la organización. Este proceso consta de métodos formales (como adoctrinamiento, capacitación y orientación empresarial), como informales (modelo a seguir que guía a otro empleado) estos métodos contribuyen a modelar las actitudes, ideas y comportamiento de los empleados (Davis y Newstrom 1999:113).

La llegada de un nuevo empleado crea ciertas expectativas de como “debería” ser inducido de inmediato dentro de la cultura organizacional de la empresa, pero esto no sucede así, se requiere un cierto tiempo de adaptación para que el empleado conozca, reconozca, y se identifique con esta cultura. Al socializar con el empleado, la empresa busca el proceso de adaptación más efectivo y en el menor tiempo posible. En definitiva, las culturas organizacionales pueden ser diversas, a continuación las resumiremos en la tabla 5.

Tabla 5. Características de las culturas

Distintividad	Integración
Estabilidad	Aceptación
Índole implícita	Reflejo de la alta dirección
Simbolismo	Subculturas
Ninguna es “mejor”	Diversa intensidad

Fuente: Davis, 1999:114

Conocer las características de las culturas permite su medición y comparación sistemática. Los primeros intentos de algunos investigadores se basaron en análisis de anécdotas, símbolos, rituales y ceremonias con el propósito de obtener indicios que permitieran elaborar una descripción completa. Otros, han recurrido a entrevistas y cuestionarios generales en un intento por evaluar los valores y

convicciones de los empleados. Uno de los métodos más interesantes es el convertirse en miembro de una organización y emprender la observación como participante. “Este método permite la experimentación directa desde la perspectiva de un miembro inmerso en una cultura en particular” Davis y Newstrom (1999:114).

2.3 Ética Social Empresarial

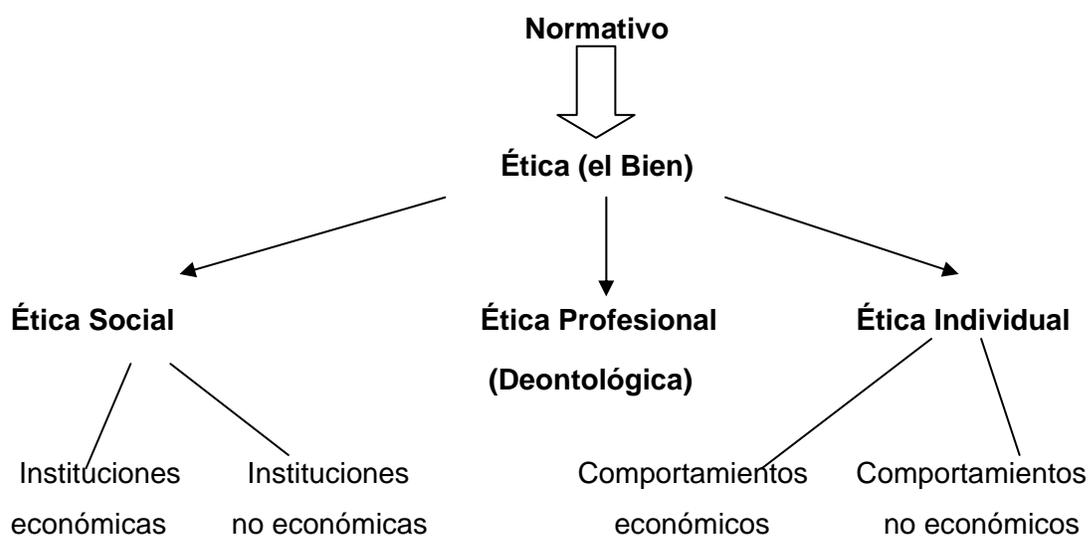
La ética y la responsabilidad social son dos conceptos que la sociedad ha aplicado en su manera de actuar desde hace tiempo, fueron introducidos en las organizaciones y han sido concebidas por sus fundadores. Desde su punto de vista, la ética en las organizaciones está vinculada con la axiología, es decir, con los valores que son reflejados en la cultura organizacional de la empresa como son normas y principios, y que tiene como fin alcanzar una mayor armonía con la sociedad, ya que promueve una mejor adaptación a los entornos, en pro de respetar los derechos de la sociedad y los valores que ésta comparte. Para ejercer la ética dentro de las empresas se diseñan códigos de ética con la finalidad de combatir la corrupción, el engaño y el mal comportamiento de sus integrantes que, no solamente permea al interior sino que trasciende al exterior de las organizaciones.

Ambos conceptos resumen el actuar de los miembros de la organización, pues una empresa gestiona éticamente cuando los individuos que la crean y las personas que trabajan en ella, lo hacen dentro de sus propios valores y principios de conducta, los cuales son aprendidos de lo que se recibe en las familias, las escuelas y que son parte de la cultura compartida.

Si bien la ética es un asunto individual, donde el sujeto hace uso de su reflexión, conciencia y libertad para elegir hacer o no hacer un determinado acto moral, la ética también es un asunto social. Por ello, algunos autores como Stob hacen una distinción entre la Ética Personal y la Ética Social. La primera, “se ocupa principalmente de la autodisciplina, de la formación del carácter, del cultivo y desarrollo de aquellas virtudes y gracias, las cuales, lo capacitan para el desempeño de sus responsabilidades sociales”; mientras que la Ética Social se

ocupa de la conducta moral de los individuos así como de las realidades colectivas y súper-individuales” (Stob en Roldan, 2006:176). Su preocupación por el individuo es social. Percibe al individuo no solamente en la personalidad centrada que es, como si no tuviese ninguna mediación explícita con el prójimo. “Los seres humanos en nuestra individualidad vivimos en un conjunto de relaciones sociales, compartimos símbolos, valores, ideologías, aspiraciones de acuerdo a la comunidad que pertenecemos. Por ello, en la ética social la respuesta individual siempre va ligada a una comunidad súper-individual” (Stob en Roldan, 2006:177). Es decir, el individuo está en la sociedad y la sociedad está de alguna manera implícita en el individuo, estableciendo una relación dialéctica en cada acto moral que realiza. La ética social para Arnsperger y Van Parijs, “es la parte de la ética que trata de las instituciones sociales más que del comportamiento individual; de la manera en que debemos organizar colectivamente nuestra sociedad (local, nacional, continental o planetaria) más que de la manera en que cada uno de nosotros debe comportarse” Arnsperger y Van Parijs (2002:33); establecen que la ética social examina a las instituciones, que regulan directa o indirectamente el intercambio y la producción de bienes y servicios; lo anterior se puede contemplar en la figura 1.

Figura 1. Estructura de la Ética Social



Fuente: Arnsperger y Van Parijs, 2002:34.

Lo anterior, no implica el desarrollo de una ética personal aplicada al mundo moral en que nos desenvolvemos, sino que implica una ética social que conlleva a una conciencia en la que cada una de nuestras decisiones contempla a toda la comunidad; ya no solamente se reflexiona sobre el bienestar individual, sino también sobre el colectivo. En cambio para Stob, la ética social implica considerar en su reflexión cuatro tipos de problemas que son: el individuo y el Estado, relación individuo y organización o comunidad, relaciones entre organizaciones y comunidades y las consecuencias de la pluralidad y de la unidad, tal como se demuestra en la figura 2:

Figura 2. Problemas que aborda la Ética Social



Fuente: Roldan en Concha, 2006

La ética social, considera significativamente la manera en que el individuo se relaciona con su contexto principalmente de su relación con el Estado y las organizaciones sociales, ya que es este conjunto en sí, el elemento más importante de la ética social sin poder prescindir, indudablemente de la

problemática que aborda este tema tan relevante socialmente. A continuación se describen los cuatro tipos de problemas propuestos por Stob para el abordaje de la ética social.

- a) *La relación entre el individuo y el Estado.* se centra en reflexionar cómo armonizar el interés del individuo y el de la comunidad, derivada de una tensión entre los propósitos individuales y colectivos; si bien la moral con sus valores y principios permite regular las relaciones entre los individuos y la sociedad, a quien le corresponde regular a través de normas legales dichas relaciones es al Estado; sin embargo, en esta regulación puede darse el caso de que la libertad y la espontaneidad de un individuo sean contrarrestadas por la autoridad y el orden de un determinado Estado. La reflexión desde la ética social implicará buscar los arreglos sociales que permitan evitar dicha tensión o desequilibrio; esto es, que el Estado no imponga normas que mermen la libertad del individuo, su goce o felicidad.
- b) *La relación individuo y organización o comunidad.* El problema principal que se plantea en este ámbito es cómo construir una base común para la deliberación y la acción en la toma de decisiones que afectan a un colectivo, y sus implicaciones para una responsabilidad conjunta, colectiva. Campo por excelencia de la ética social, porque no sólo con normas jurídicas se regulan las relaciones sociales, ya que no son suficientes; es por ello que, se precisa de normas morales que apelen a la conciencia del individuo donde el sujeto frente a una determinada moral reflexione el modo correcto de actuar en consonancia con la preservación de la comunidad a la que pertenece.
- c) *Las relaciones entre organizaciones y comunidades.* Esto se refiere a la relación entre instituciones y organizaciones que afectan a todo un colectivo o grupo social. Por la naturaleza de este tipo de relación, se trata de asuntos económicos y políticos y formas de organización social que a lo largo de la historia han sido y seguirán siendo tema de debate en cuanto a cuál es la mejor forma de organización social para preservar la vida humana: socialista, capitalista, comunista, Estado benefactor, etcétera.

d) *Las consecuencias de la pluralidad y de la unidad.* Reflexiona sobre la posibilidad de establecer normas que permitan la convivencia entre diferentes; esto es, vivir en unidad en la diversidad religiosa, ideológica, política, económica, entre otras.

Visualizamos la ética social refiriéndose a las formas en que el individuo actúa en relación a los colectivos. En todo caso este apunte ayuda a distinguir que la rendición de cuentas, y la ética social, son dos elementos diferentes.

Los problemas referidos por Stob, tienen una gran influencia en la vida de la sociedad, ya que esta se constituye en diversas actividades que desarrolla cada ser humano desde el inicio de su existencia. Estas actividades son articuladas en las diferentes instituciones u organizaciones sociales, como ya se menciono anteriormente, la empresa es una de estas organizaciones sociales que propician la interacción de los individuos; una de las bases fundamentales de esta interacción es la ética, y para poder entender el comportamiento ético de la sociedad, lo principal es conocer la ética individual, la de cada persona de manera particular.

La conducta ética de los empresarios podría en apariencia parecer insignificante, pero la verdad es que su actuar dentro de la empresa, impacta en todos los integrantes de la sociedad en la que interactúa su organización. Básicamente, estas acciones cohesionan la conciencia y la conducta moral de la empresa. Las decisiones más relevantes que toma un empresario en relación a la responsabilidad social, son generalmente congruentes con los valores expresados en las decisiones operacionales diarias de su administración. Razón por la cual, la empresa al fundar su misión y visión, no solo expresa los valores propios también acuña valores o cualidades deseadas; la congruencia y semejanza entre los valores de la empresa y los individuales del empleado, permite la consolidación de una identidad empresarial que, al ser adoptada e introyectada por los empleados propicia camaradería e integración entre sus integrantes, fortaleciendo toda la base que le da sustento a la empresa.

Como ya se escribió renglones antes, la misión y visión de la empresa son tomadas en consideración por todas las organizaciones para conocer su cultura, sus patrones culturales, su subcultura y los procesos que sigue para el logro de su identidad organizacional y su empoderamiento en el mercado. Es decir, la ética, es algo que se manifiesta al interior de las organizaciones y por consiguiente se debe considerar como un referente básico para conocer el desarrollo de cualquier organización empresarial. Uno de los elementos que permite la evolución de una organización empresarial es, la participación social de sus partes interesadas.

2.4 La Participación Social: acción que vincula el logro de objetivos comunes

A lo largo de la historia se ha observado como el hombre ya sea en cuevas o en distantes continentes se ha unido con otros para solucionar los problemas de la vida cotidiana, esta asociación ha transformado en como las personas hemos ido desarrollando nuestros potenciales, primeramente respondiendo al instinto y la espontaneidad, y posteriormente al intelecto.

En relación, Pérez (2016) menciona que cuando las personas se reúnen y se organizan para resolver sus problemáticas en compañía de sus semejantes emprenden acciones para mejorar su entorno, aprenden a dialogar, a trabajar en equipo, a planear o en caso contrario a cómo "no deben hacerse las cosas".

Se puede concluir que al avanzar en este proceso el hombre y su entorno se transforman, todo se transforma, a lo cual (Pérez, 2016) afirma:

Se transforma todo, porque parte de una visión holística – sistémica, al cambiar su percepción como consumidor, también se transformará en el ámbito familiar, en el educativo, en el laboral y así sucesivamente, por eso es deseable que esté participando en diferentes organizaciones formales e informales, porque el marco referencial de cada una de ellas le permitirá reflexionar y aprender de escenarios distintos, que enriquecerán los cotidianos.

En la medida en que las personas asuman la importancia de llevar a cabo acciones que mejoren su entorno, formaremos parte de una sociedad que esté

activa, viva, que proponga, que presione y exija a los demás y a sí mismos será determinante para contar con normas justas, actuales y equitativas para una convivencia pacífica y armónica.

Recapitulándolo lo anterior y para adentrarnos de lleno en la Participación Social es necesario entender que:

Ésta, es generada por alguien y eso implica la existencia de algún grupo, sujeto o actor social, con orientaciones, motivaciones e intereses comunes, lo que implica, que a lo menos tiene una predisposición, una actitud a generar o de seguir pautas y que lo hace en un tiempo y espacio determinado, es decir, en un espacio público de interacción, en donde se confrontan, negocian y validan diferentes intereses (Godoy y Fuentes, 2000: 7).

De acuerdo a Zisis (2004) la participación social es un proceso en el cual se actúa junto con los otros miembros del grupo, empresa, comunidad o sociedad en condiciones de igualdad por el bien común con conciencia de responsabilidad en cualquiera de las etapas de un proyecto. Se debe reconocer entonces, que:

Las reformas propuestas por el Estado han conferido mucho más poder de maniobra a las empresas privadas, pero al mismo tiempo les han exigido una responsabilidad en lo social. Es algo entendible dado el retroceso del Estado que se ha vivido en muchos países, no sólo en sus tareas productivas, sino también en sus funciones sociales (Zisis, 2004:4).

Esto es importante, pues plantea un nuevo rol para las empresas en cuanto a la posibilidad de ser el motor del desarrollo social, ante el ausentismo o repliegue del Estado.

Es necesario que la participación social responda a las necesidades de mantener los procesos sociales esenciales y lograr elevar la calidad de vida de las personas. Incluyendo los procesos que relacionan a la sociedad y a la empresa en los cuales se puede diseñar una estrategia de intervención del trabajador (a) social que busca contribuir con el bienestar social a través de RSE. Así, es necesario

entender que el concepto no es único y varía de acuerdo a, quién la concibe y la relación entre los individuos y el Estado o entre las organizaciones y el Estado.

En la actualidad la participación social se da a la tarea de buscar espacios donde pueda expresarse, influir y controlar decisiones que vayan hacia el interés colectivo, que pueda llegar a integrar lo público con lo privado; y que permita la cohesión social. Como señala Chávez (2003:162),

Busca y desarrolla espacios y procedimientos políticos-sociales para expresar valores y necesidades específicas, los derechos de los grupos y comunidades, la tradición y la cultura, la equidad, el bienestar social, el derecho a la calidad de vida, los derechos humanos, entre otros.

En la búsqueda de mayor claridad, se consultó al Ministerio de Planificación de Chile MIDEPLAN (2005:8-9), el cual, propone tres clasificaciones para la participación, poniendo énfasis en el espacio social donde los sujetos se desenvuelven dentro de la sociedad, esto es a nivel privado, social y político.

La participación en el ámbito privado, la cual corresponde a aquella que se expresa en el cumplimiento de deberes, derechos y responsabilidades que se manifiestan en el ámbito de lo privado. (El pago de impuestos, el respeto a las leyes y contar empleo para participar de la vida económica), aquí el individuo no asociado es protagónico.

La participación social, podemos ubicarla básicamente en el ámbito territorial y funcional inmediato, canalizándose a través de la membrecía o pertenencia a agrupaciones de diversa índole. Como tal apunta a lograr mejores condiciones de vida a nivel individual o grupal (juntas de vecinos, sindicatos, colegios profesionales, clubes deportivos y asociaciones diversas).

La participación política, es aquella que se ejerce directamente o a través de representantes. Este ámbito de participación opera a través de los canales institucionales del Estado que están diseñados para acceder a la administración y las decisiones gubernamentales.

La participación social se fundamenta en individuos capaces de incidir en su entorno social, en acciones que tienden a mejorar su nivel y calidad de vida. Como indica Chávez, el concepto de participación social se debe entender como “el involucramiento de los individuos en el compromiso, corresponsabilidad y toma de decisiones para el logro de objetivos comunes” (ídem). También refiere que en la toma de decisiones dentro de las organizaciones, es conveniente tomar en cuenta tres principios básicos que van a influir en estas disposiciones y probablemente en el futuro de la organización, estos son: *la identidad de los participantes, el compromiso con la organización y consigo mismo y la responsabilidad del individuo*; siendo que:

- La identidad de los participantes, implica la plena identificación con el medio donde le corresponde ser actor en la comunidad que lo reconoce y donde él se siente reconocido e identificado. La identidad se considera un sinónimo de arraigo social y es un factor determinante en la participación social.
- El compromiso con la organización y consigo mismo, este representa un fuerte vínculo con la organización, sin llegar a mezclar innecesariamente la ideología, lo que puede llegar a demostrar la diversidad dentro de la organización.
- La responsabilidad del individuo, se pone de manifiesto con la normatividad de la organización, examinando de cerca su honestidad y su valor.

Como ya se puntualizo, la participación social es una toma de decisiones, y esta a su vez nos remite a un proceso igualitario, el cual consiste en:

- Un alto grado de autoestima.
- Confianza en sí mismo para intervenir sobre otras personas.
- Involucrarse en el entorno social donde participa y se identifica.
- Tener sentido crítico de la problemática.
- Tener la capacidad y el conocimiento que le permitan evaluar la situación en la que los involucrados son protagonistas.
- Explicar y mediar los conflictos por medio de la negociación.
- Comprender los conflictos como parte de la dinámica humana.

- Participar en proyectos con personas o instituciones con intereses a fines.
- Involucrarse en la toma de decisiones.

La innovación que se gesta en el espacio empresarial implica el tratar de justificarse en la medida en que las empresas pueden tener al menos alguna estrategia de RSE en su actividad económica, pudiendo así argumentar su predominio dentro de la vida social. Pudiendo ampliar su estrategia hacia otros ámbitos: cuando se habla de responsabilidad ya no se está sólo en el campo del cumplimiento de la normatividad vigente, “supone la generación de un vínculo que implica compromiso por un desarrollo compartido entre varias partes. De esta manera se puede hablar de grados de responsabilidad social” (Iturrieta, 2008:99). Este hecho permite la apertura de nuevos espacios de Participación Social

En este caso la Participación Social para el desarrollo social – pues habla de posibilidades serias de generar nuevas prácticas que ayuden a generar – principalmente - nuevos espacios de financiamiento para iniciativas sociales o para generar directamente - desde las empresas - instancias de participación desde el empresariado (Iturrieta, 2008:99)

Con base a lo anteriormente señalado, podemos decir que la participación social hace referencia a las relaciones entre diferentes personas, grupos, asociaciones; que toman parte de una actividad y que persiguen objetivos comunes. Este no es un proceso uniforme, Herrera (2008) hace la distinción entre tres diferentes grados de participación, partiendo de la apatía (indiferencia por la participación o sus actividades), pasando por la participación pasiva, y concluyendo con una participación activa. Este autor menciona que invariablemente se dan tres bases para que se produzca esta participación el poder, el saber y el querer:

El poder, se refiere a contar con una estructura y los medios suficientes y necesarios.

El saber, consiste en estar dotados de los conocimientos, las habilidades y técnicas necesarias.

El querer, se fundamenta en el deseo de lograr y motivar a las personas para que se unan y demostrarles que el trabajo es eficaz (Herrera, 2008:303).

Cuando las personas perciben el impacto de que las acciones conjuntas logran alcanzar los objetivos propuestos gracias a sus acciones, podrán adquirir mayor confianza y cohesión para el desarrollo conjunto de acciones futuras. Para que la participación social de los miembros sea ventajosa, Herrera precisa las siguientes características: *organización, compromiso, conciencia, actividades y eficiencia*. Para mayor detalle consultar la tabla 6.

Tabla 6. Características de la participación

Características	Explicación
Organización	Ha de tener un orden o armonía para que sus acciones lleguen a cumplir los objetivos marcados.
Compromiso	Los participantes han de adquirir un compromiso de participación para así beneficiar a la comunidad.
Conciencia	Los participantes han de ser conscientes de la importancia de su participación
Actividades	Ha de existir un programa de acciones constantes para obtener credibilidad.
Eficiencia	Cuanto mayor es la eficiencia de la participación, mayor es la cantidad de acciones futuras a desarrollar.

Fuente: Herrera, 2008:305

Las características de la participación social se demuestran cuando, dentro de un grupo social u organización cuyos integrantes favorecen la participación conjunta de actores diversos, y colaboran en la construcción de una situación deseada o para resolver asuntos que beneficien a la sociedad, entonces se puede afirmar

que existe participación social. De acuerdo con la Ley General de Desarrollo Social en México (2004), la participación social se concibe como el “derecho de las personas y organizaciones a intervenir e integrarse, individual o colectivamente, en la formulación, ejecución y evaluación de las políticas, programas y acciones del desarrollo social”.

Para fomentar el desarrollo en cualquier organización social (empresa), es importante aprender a reconocer a los actores responsables, y en este caso en particular a los integrantes de la participación social en las empresas, estos son: el Estado, los trabajadores sociales y los empresarios o socios, directivos, gerentes, supervisores, empleados, organizaciones sindicales o civiles, cámaras de comercio y sociedad entre otros interesados en la responsabilidad social empresarial. La participación de todos implica la acción coordinada de capacidades, talentos, esfuerzos, y de su compromiso colectivo para concretar la participación responsable y comprometida de cada uno de estos actores. Es importante señalar que la participación social en las organizaciones no se obtiene por órdenes, de manera obligatoria o coercitiva, la participación social se interioriza y se acepta de manera voluntaria, se hace un compromiso consigo mismo ya que esto implica generar nuevos aprendizajes que conlleven a:

- Desarrollar un ambiente de confianza para la participación de todos.
- Diseñar estrategias de acción para cubrir un mayor número de necesidades.
- Planificar y organizar las actividades, buscando eficacia y eficiencia en el objetivo.
- Liderar la participación y trabajar en equipo, donde la colaboración sea constante.
- Tomar decisiones compartidas con todos los participantes, llegar a acuerdos y compromisos para su atención y cumplimiento.
- Evaluar, planear, ejecutar y ajustar para mejorar continuamente los procesos y resultados de las estrategias.
- Actuar con responsabilidad y corresponsabilidad, es decir, que los avances y logros sean producto del esfuerzo de todos.

- Evitar el protagonismo y los conflictos, todos siguen un objetivo en común.
- Rendir cuentas de lo realizado y no realizado, de los pendientes y logros obtenidos en función de los objetivos y las metas propuestas.
- Comparar los objetivos y metas propuestas año con año, y hacer adecuaciones para ser más productivos.
- Afianzar lazos, fortaleciendo la identidad y el sentido de pertenencia hacia la empresa.

Participar no es sólo colaborar, ni opinar sobre una determinada cosa o tema, supone voluntad de intervención, un sentimiento de pertenencia a un colectivo, a una organización o empresa en este caso. Es por ello que, a pesar del impacto de la globalización y la posmodernidad no puede olvidarse la importancia de la vida asociativa en los grupos y comunidades, así como en sus posibilidades que pueden ir más allá de una participación limitada a la expresión de opiniones respecto a las decisiones de la empresa en la que están involucrados. Este ir más allá implica pues, que un grupo de personas con intereses en común pueden organizarse, comprometerse, ser sensibles, pueden generar actividades y concluirlas de manera eficaz; todo esto en busca de detonar una acción que vincule el logro de objetivos comunes, en otras palabras la participación social.

Es entonces, que los intereses en común de los diferentes actores involucrados en mejorar las relaciones entre la empresa y la sociedad pueden informarse, organizarse, involucrarse y ser encaminados a través del trabajador (a) social, ya que este profesional posee las habilidades necesarias para cohesionar grupos y concretar metas comunes, parafraseando a la Escuela Nacional de Trabajo Social (ENTS, 2016), quien refiere que:

El Trabajador (a) social busca contribuir al desarrollo de las potencialidades de las personas a partir de la interacción social de estas; para ello, es fundamental el respeto a los derechos humanos, una actitud positiva hacia el cambio para mejorar las condiciones de vida de las colectividades y los individuos, así como la disposición al trabajo multi e interdisciplinario. De esta manera, conoce e interpreta las necesidades, carencias y demandas de los sujetos sociales a fin de desarrollar

políticas y programas de carácter social, y organiza y capacita a la población para su participación social en la búsqueda de opciones para resolver los problemas detectados y mejorar su nivel y condiciones de vida.

En otras palabras, el trabajador (a) social buscará el desarrollo de las potencialidades de las personas a través de las estrategias de intervención, siendo éstas el vehículo para contribuir el progreso social. Es importante que tenga la habilidad de trabajar de manera multidisciplinaria para conformar una visión integral de la problemática en la que se pretende intervenir, propiciando en todo momento la participación, la responsabilidad y el compromiso de las personas en la búsqueda de satisfacción a sus necesidades.

Capítulo 3

El Trabajo Social en el campo de la Responsabilidad Social Empresarial

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es un tema trascendente y de actualidad en los diferentes círculos académicos, políticos, económicos y sociales incluso se contempla en los debates internacionales; sin embargo, y a pesar de los intentos por construir una percepción interdisciplinar de este asunto, aún se encuentra sujeta al lenguaje y percepción de las disciplinas que han ejercido influencia en dicho tema, tales como: la administración (Becerra, 2013), la ingeniería (Robles, 2013), la comunicación (Pérez, 2011), la química (Fernández, 2013) y la sociología (Guerrero, 2008) cuyos alcances se demuestran en la amplitud de investigaciones y textos que abordan el tema de la responsabilidad social empresarial desde diversos ángulos. Por esta razón, considero adecuado que si la Responsabilidad Social Empresarial lleva de manera inherente ese componente “social” como parte de su estructura, entonces, necesita ser asimilada, transmitida y reproducida por medio de una disciplina que visualice las necesidades sociales de manera integral, y busque con su intervención optimizar las interacciones entre la sociedad y la empresa, es por ello que, con base en las características del Trabajo Social se propone que estos profesionales sean parte del círculo de influencia de la adopción de la RSE por parte de las empresas mexicanas.

Este apartado se propone realizar la reflexión acerca de la afinidad que existe entre el Trabajo Social y la Responsabilidad Social Empresarial, la cual inicia con los inicios filantrópicos de cada uno de los conceptos, así como, en la “similitud” entre sus propósitos y en el modo en que la responsabilidad social afecta el quehacer profesional del Trabajo Social.

Se realizará una breve revisión del desarrollo histórico y conceptual de la Responsabilidad Social Empresarial, y paralelamente del Trabajo Social. Se mostrarán algunos indicios que vinculan al Trabajo Social con la responsabilidad social, los cuales confirman y estructuran el acuerdo entre sus conceptualizaciones recientes. Posteriormente, se analizarán los puntos de semejanza y afinidad entre los elementos mencionados.

3.1 Enfoques del Trabajo Social contemporáneo en México

Para poder hablar de los enfoques del Trabajo Social contemporáneo, es de suma importancia comenzar por establecer en primera instancia que es el Trabajo Social. Una de las primeras definiciones revisadas es la que postula la Escuela Nacional de Trabajo Social (ENTS, 2015), que define al Trabajo Social como “una disciplina que, mediante su metodología de intervención, contribuye al conocimiento y a la transformación de los procesos sociales, para incidir en la participación de los sujetos y en el desarrollo social”. Para autores como Tello (2007):

El Trabajo Sociales una profesión y disciplina de las ciencias sociales que imagina, propone y diseña con la participación de los diversos sujetos, procesos de cambio social que inciden en situaciones-problema (objeto de intervención del trabajador (a) social, lo constituyen las articulaciones entre el sujeto y el problema, en el contexto concreto), de individuos y colectivos en sus interrelaciones en el orden social, en un momento determinado. Nuestras acciones emanan de lo social y se dirigen a lo social, desde una perspectiva transdisciplinaria.

Por su parte Moix (2013) define el Trabajo Social como:

Una actividad de ayuda técnica y organizada ejercida sobre las personas, grupos y comunidades tratando de ayudarlas a que se ayuden a sí mismas con el fin de procurar su más plena realización y su mejor funcionamiento social y mayor bienestar y esto se hará con la activación de los recursos internos y externos principalmente los ofrecidos por los servicios sociales y otras instituciones, por lo tanto, se trata de una actividad técnica que se estudia, se aprende y se enseña. También requiere un cuerpo de conocimientos que incluye teoría y práctica y utiliza técnicas y métodos que le son propios originando así una disciplina científica con los correspondientes estudios que se dan en la universidad (Moix en Hernández, 2103:4).

El objetivo del trabajador (a) social es ayudar a las personas a ayudarse a sí mismas (ser autogestoras) para lograr una plena realización, un mejor

funcionamiento social y un mayor bienestar. Moix resume que el Trabajo Social tiene varias caras y según se contemple una u otra, se descubre una realidad distinta íntimamente relacionada derivada de la misma; así la actividad técnica y organizada de ayuda en que básicamente consiste el Trabajo Social, da lugar a su correspondiente ciencia, y a su correspondiente profesión.

Con base en las definiciones antes descritas, sintetizo los puntos medulares que conforman al Trabajo Social, para de esta manera, elaborar una definición propia. Para nosotros el Trabajo Social es una disciplina de las ciencias sociales que busca fortalecer las interacciones entre las personas para forjar un mayor bienestar social, lo cual se refiere a las acciones colectivas, las que realizamos en conjunto, las que logramos como colectivo, con base en su metodología diseña diferentes estrategias de intervención que, con la participación de los diferentes actores sociales puede llevar a la práctica el objetivo en común, siendo los participantes quienes, con sus propios recursos generen los cambios sociales que requieran para transformar su contexto.

En el contexto en que vivimos casi todo se modifica a una velocidad vertiginosa, las problemáticas, las necesidades e incluso, los fenómenos sociales se van transformado y redefiniendo. Un claro ejemplo de ello, es que “el centro del mundo ya no es el individuo, tomado de manera singular o colectivamente como pueblo, clase, grupo, minoría o mayoría; aunque la nación y el individuo indudablemente siguen existiendo, estos ya no son hegemónicos” De acuerdo con Ianni (1996.3); estos, han sido absorbidos por la sociedad global. Él señala que “se formó la comunidad mundial”, concretada en las realizaciones y las posibilidades de comunicación, información y fabulación abiertas a la electrónica”. Sugiere que están en curso la armonización y la homogenización progresiva. Lo anterior, se fundamenta estableciendo la premisa de que el funcionamiento y el cambio de la vida social en el sentido amplio (globalización), son ocasionados por la globalización del mundo y esta puede ser vista como un proceso histórico-social de extensas proporciones, que parafraseando a Ianni (1996) conmueve radicalmente los marcos de referencias sociales y mentales de individuos y colectividades. Destruye y construye el mapa del mundo, propicia nuevos

procesos, perspectivas y nuevas formas de socialización, que se promueven o imponen a los pueblos o naciones. Los territorios y las fronteras, los regímenes políticos y los estilos de vida, las culturas y las civilizaciones parecen cohabitar entre la tirantez, la mezclarse o el dinamismo. Las cosas, las personas y las ideas se mueven en múltiples direcciones, se desarraigan o tornan volátiles.

Esta homogenización abre espacios para nuevas problemáticas relacionadas con determinados aspectos como son: los sociales (inseguridad), los económicos (desempleo), los políticos (ilegalidad), los religiosos (intolerancia), los culturales (multiculturalidad), los morales (valores), entre otros.; razón por la cual, una de las prioridades de los estudiosos de las ciencias sociales y en este caso de los trabajadores sociales, es la búsqueda creativa e innovadora de formas de intervenir en estas problemáticas, para que, puedan con su intervención ser partícipes de las soluciones propositivas, diseñadas para dar atención a estos problemas y así, desde su quehacer, el trabajador (a) social pueda contribuir a reforzar y fortalecer las relaciones sociales, generando así un mayor bienestar social.

El estado actual del Trabajo Social en México, y en general en América Latina, es un tema importante para la reflexión por el inevitable proceso de globalización económica, social y tecnológica que traspasa al mundo entero. No es la misma economía, cultura, política o estilo de vida en países desarrollados que en vías de desarrollo o subdesarrollados; la economía capitalista impuesta por los países dominantes está arrastrando consecuencias en las interacciones sociales que corresponden al campo profesional de los trabajadores sociales, así como a todos los interesados de las áreas del conocimiento social. La responsabilidad social y la condición ético-política se consolidan de una relación de responsabilidad social empresarial que debe representar un compromiso serio para los trabajadores sociales con la sociedad contemporánea, ya que con su intervención mejora las relaciones que surgen entre la empresa, la sociedad y el medio ambiente. Es en este contexto globalizado donde sobresalen las características particulares propias de la cultura mexicana. La dependencia por capitalismo neoliberal y la opresión

que se vive en el marco del proceso de mundialización conducido por los países desarrollados se particulariza por su propia condición económica, social, cultural y política.

En nuestros días, la globalización ha establecido un ambiente de incertidumbre general y de pobreza extrema, generando un sin número de problemas y necesidades sociales insatisfechas. El discurso hegemónico legitimador propaga valores que no son apropiados para el contexto en que vivimos, ni para la realización plena de los individuos, ya que antepone el **tener** sobre **el ser**, dicho de otra manera cuanto tienes cuanto vales, actualmente se privilegian valores individuales y egocéntricos, incentivando la competitividad, y el materialismo. Razón por la cual, Montaña (2010) señala que:

La necesidad de entender el proceso de desarrollo capitalista en sus diversos contextos, así como considerar la ubicación de la inserción del trabajador (a) social en la estructura social y económica. Los trabajadores sociales deben ser autónomos e independientes del grupo social dominante, con sustento real y no ideológico (Montaña en Hernández y Serrato, 2010:79).

El trabajador (a) social no favorece a una determinada empresa o a un empresario específico con su acción, lo que el Trabajo Social tiene como fondo de su quehacer profesional es la necesidad de reconstituir las relaciones sociales entre la empresa y la sociedad, mismas que se han visto deterioradas por cuestiones económicas, éticas, culturales y políticas. La manera que propone esta investigación es la responsabilidad social empresarial. Esta propuesta de intervención en el Trabajo Social ha sido cuestionada en la reflexión de una nueva visión; una concepción a partir de la experiencia laboral y como resultado de la petición sobre la necesidad de reconceptuar y repensar la aplicación de estrategias de responsabilidad social en las empresas, cumpliendo con la finalidad de contar con una visión social cuya función primordial es la de contribuir, mediante su intervención, con las acciones propuestas con una óptima relación empresa, sociedad y medio ambiente .

Esta reflexión, exige una nueva forma de pensar la ubicación de la empresa y de sus vínculos con la vida social y los procesos económicos en proceso. Al mismo tiempo, se cuestiona la importancia de considerar la diversidad étnica y cultural en la que se sitúan las empresas, incluidas la explotación laboral, la discriminación, la vulnerabilidad, la exclusión, el acoso y racismo. En este sentido, se visualizó la necesidad de tener rigor en el proceder metodológico y, por ende, en lo teórico-práctico para que de ella emane una concepción disciplinar que permitiera orientar el saber teórico-práctico en forma más horizontal en las relaciones empresa-sociedad-medio ambiente, bajo la guía de la responsabilidad social empresarial.

Por lo tanto se afirma, que el Trabajo Social actual “tiene que ser concebido como un saber con distintas vertientes, en las que el interés es dar énfasis al espacio técnico profesional y ético-político que sustente la práctica social como una alternativa con los nuevos sujetos y minorías” (Flores y Martínez, 2006:249); debe desarrollarse a partir de una construcción metodológica íntegra, entendida como unidad articulada, total y de forma complementaria responda a la idea de completitud entre uno y los otros y, con ello, debe eliminar toda linealidad impregnada en el Trabajo Social tradicional. Es decir,” pensar y concebir al sujeto en unidad– análogo en sus distintas dimensiones: hombre, grupo, dentro de un espacio relacional, comunitario o regional, religándose dentro de un proceso de conocimiento con el principio del bucle” (Ibídem: 250).

Es por ello, que el Trabajo Social moderno es consecuente con los principios éticos, políticos e ideológicos que lo constituyen. Desde su compromiso social está capacitado para dar respuesta a las demandas y, a partir de su intervención teórica-práctica, es capaz de constituir y fortalecer nuevos campos de acción profesional, así como de investigación para poder contar con la posibilidad de teorizar la realidad desde el punto de vista del actor-sujeto quien es realmente quien conoce sus necesidades y deseos de ser incluido, en todo en este contexto socio económico y geográfico que los rodea y que con dificultades intenta “incluirlo”. Conviene al Trabajo Social visualizar al hombre como un ser inmerso en

su grupo, comunidad o en su región. Como mencionan Flores y Martínez (2006:251):

Los trabajadores sociales que desarrollan un trabajo cotidiano en campo (grupos, comunidad o región), valoran los conocimientos del sujeto como un saber propio, los cuales emanan de su cultura. Estos son identificados como algo que pertenece a su historia ancestral, intergeneracional, ligada a esa idea de comunalidad que, por lo general, se observa en el caso de los grupos étnicos y de pueblos originarios. Y es a través de ésta que se construyen los sentidos y los significados en su representación y práctica desde una idea colectiva compartida. En ella se contiene el principio de solidaridad e intercambio. El Trabajo Social debe retomar esta visión y entender la identidad para poder aproximarnos a los nuevos sujetos sociales en el contexto social mexicano.

Entonces, corresponde al Trabajo Social contemporáneo, innovador y creativo incursionar en los diversos procesos sociales resultado del contexto globalizado en que vivimos es su deber mejorar y transformar sus metodologías, y necesita tomar en consideración las diferentes dimensiones que rodean a su objeto de intervención en este caso específico la empresa, contemplándola desde una perspectiva sistémica, identificando, atendiendo y sobre todo entendiendo las relaciones que interactúan dentro y fuera de ella y que de manera inherente impactan positiva o negativa dentro de la sociedad ya sea por medio de sus procesos productivos, de sus empleados, de sus clientes, de los empresarios, de sus competidores o de sus proveedores.

Como parte de su intervención le corresponde al Trabajo Social identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades, amenazas, aptitudes, recursos, y cultura proveniente de los diferentes sujetos sociales insertos en cualquier organización o grupo social (empresa), ya sea de manera individual o colectiva; pero sobre todo, el trabajador (a) social del siglo XXI debe ser capaz de proponer, dirigir y participar en equipos multidisciplinarios que amplíen integralmente las perspectivas en la

búsqueda de innovadoras intervenciones sociales en cualquier de problemática actual que se requiera su intervención.

3.2 La intervención del Trabajador (a) Social dentro de la empresa socialmente responsable

Para poder hablar de la intervención desde el Trabajo Social, es de suma importancia comenzar por establecer en primera instancia que es el Trabajo Social, y si bien, el concepto no es fácil de definir, recurriremos a concepciones que vayan en consonancia con el investigador.

Para autores como Tello y Ornelas (2015), "la intervención es un proceso intencional, con un principio y un fin, acontece en un punto del presente, pero tiene un pasado que constituyo a la situación problema, en la que se da la acción y un futuro en el que esa situación problema, habrá de cambiar la tendencia que llevaba" (2015:9).

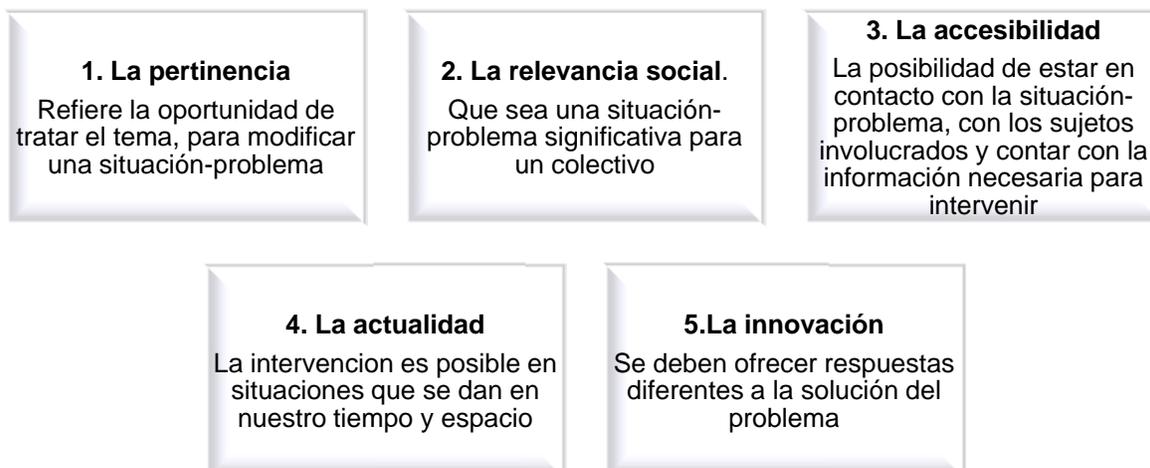
Es indudable, que uno de los elementos más importantes para el Trabajo Social es su intervención, ya que esta, le permite establecer las dimensiones de su quehacer, por ello (Galeana, en Tello y Ornelas, 2015:10), define a la intervención social como "el conjunto de procesos y acciones articuladas con direccionalidad para enfrentar situaciones sociales reales, problemáticas y complejas de los individuos, grupos, comunidades y colectivos sociales". La intervención la entendemos como una acción racional, organizada que tiene como función principal enfrentar las diversas problemáticas sociales actuales, con la finalidad de lograr un cambio social. Para que el cambio social pueda realizarse, es necesario que su intervención se concrete en un proceso de cambio intencional, sólido, profundo e integrado con la teoría que le dará sustento. La intervención requiere conocimiento de la situación-problema, de la construcción conceptual del cambio deseado y del diseño de una estrategia de intervención, que una vez ejecutada, sea estandarizada y validada; para que posteriormente se pueda replicar, en cuyo

caso estaremos hablando de un modelo de intervención, todos elementos se detallarán más adelante.

En esta dirección se afirma que, desde los paradigmas de las Ciencias Sociales, “el Trabajo Social se fundamenta en los modelos interaccionistas centrados en la persona y en la situación, con un enfoque global que enriquece las recíprocas interacciones, entre las personas” (Red, 1996). Modelos de intervención profesional que, a través de las diversas perspectivas, dirige la intervención desde lo social. Los modelos de Trabajo Social son iniciativas que formalizan las estrategias de intervención, que permitan aumentar y acumular conocimiento (sistematizar) sobre los procesos y cambios sociales intencionales que genera el Trabajo Social con su acción. Para Tello y Ornelas (Ibidem: 15), “los modelos propios de trabajo social, deben ser modelos en los que los actores sociales de los sistemas de interacción orienten recíprocamente sus acciones”.

Subrayar lo social como rasgo específico, es señalar la dirección hacia donde han de apuntar los modelos de intervención de Trabajo Social, independientemente del problema concreto por intervenir. Una vez que las estrategias han sido replicadas y validadas se da paso al modelo de intervención de Trabajo Social, acontecido esto, es inevitable considerar algunas condiciones como son: *la pertinencia, la relevancia social, la accesibilidad, la actualidad y la innovación*. Para más detalle consultar la figura 3.

Figura 3. Condiciones previas al diseño de un modelo de intervención



Elaboración con base en Tello y Ornelas, 2006

Como ya se expuso, estas son condiciones específicas y necesarias para el diseño de una estrategia, además de ser imperioso identificar sus características fundamentales para poder concretar el modelo de intervención. Tello y Ornelas (op.cit) consideran tres características fundamentales:

La coherencia interna, esta refiere a que todos los elementos estarán interrelacionados y tendrán una articulación entre los principios teóricos, los métodos, los objetivos, los procesos, las acciones, las técnicas y los instrumentos. La idea es integrar en indiviso la teoría y la metodología.

La factibilidad, concluye que los fines deben ser claros, tomando en cuenta los métodos y los recursos para llevarlos a cabo, es la diferencia entre lo deseado y lo posible.

La flexibilidad, cuando una estrategia se válida y se replica en situaciones similares, podemos decir que es un modelo; como los contextos pueden diferir se deben considerar espacios de flexibilidad, donde el modelo pueda ir ajustando y adaptando a la nueva realidad en la que interviene.

El hecho de que el trabajador (a) social decida diseñar en primera instancia una estrategia de intervención, hace pensar que este ya tiene un conocimiento previo

del tema. El inicio de cualquier intervención nace como una pregunta, que busca ser respondida ¿cómo se puede resolver la problemática desde el Trabajo Social?, ¿qué puede hacer el trabajador (a) social para modificar esta situación?, no obstante varios autores han propuesto diversas maneras de diseñar una estrategia o modelo de intervención. Para fines de esta investigación, se utilizará la propuesta metodológica de Tello y Ornelas (2015:20) para la elaboración de una estrategia de intervención de Trabajo Social. A continuación se observan los componentes básicos de una estrategia de intervención, en la figura 4.

Figura 4. Componentes básicos de una estrategia de intervención



Elaboración con base en Tello y Ornelas, 2015.

Detallar los elementos básicos que conforman este diseño permite conocer con mayor detalle, la construcción de una estrategia, para con ello, conseguir una intervención más efectiva.

Referentes Teóricos y Epistemológicos. Toda estrategia con potencial para ser modelo, se fundamentará en el conocimiento teórico-epistemológico, que de sustento a todo el desarrollo de la intervención propuesta. Generalmente basta con presentar los principios teóricos que sustentan la propuesta.

Las diferentes teorías sociales buscan dan una interpretación de las diversas problemáticas sociales. Ya que al poder acceder a la estructura y al

funcionamiento de estos procesos facilita su comprensión y permite la visualización de los “puntos de ruptura”, entendidos estos como el lugar donde se pueda generar un cambio en sus interacciones (Tello y Ornelas, 2015).

Definición del objeto de intervención. El objeto de intervención de Trabajo Social es lo social, entendido este, como el espacio de las relaciones, las interacciones, los vínculos, los lazos que se establecen entre los sujetos sociales, o bien, los procesos sociales. Sus componentes básicos son:

1. Identificación del campo de intervención
2. Definición de la situación problema (conocer el problema no es sinónimo de saber cómo intervenir, definirlo nos lleva a una conclusión diagnóstica, es la condición que permitirá, comenzar el diseño de la estrategia a utilizar)
3. Definición de problema de intervención
4. Definición del problema de investigación
5. Epistemología y teoría de apoyo

Una vez iniciado el proceso de Trabajo Social, la pregunta de intervención será general, y esta se podrá ir acotando conforme se va sumergiendo en la plena comprensión de la situación- problema (Tello y Ornelas, 2015).

Diagnóstico Integral. Surge de la investigación social acerca de la situación-problema en la que se pretende intervenir. Por su carácter complejo y dinámico, el abordaje de una realidad determinada habrá de cimentarse en referentes teóricos que apoyen la argumentación de quien lo elabora. En el diagnóstico se interpreta, a la luz de las teorías, la realidad encontrada. Sus componentes son:

1. Diseño y realización de la investigación diagnóstica
2. Elaboración del diagnóstico: análisis de la información desde la situación problema
3. Elaboración de la conclusión diagnóstica
4. Epistemología y teoría de apoyo

El diagnóstico integral detalla de manera sintetizada y analítica, los datos y la información relevante acerca de la situación- problema. Dentro de ella se

describen las interrelaciones, los elementos, las situaciones y los factores que determinan la dinámica en la que están inmersos los sujetos (Tello y Ornelas, 2015).

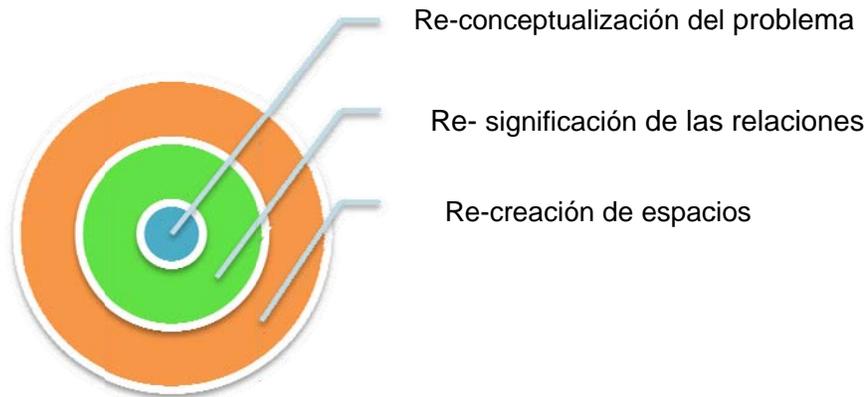
Construcción Conceptual del Cambio (CCC). Una vez realizado el diagnóstico Integral (cuando ya se tiene un parámetro sobre la situación problema), surgen distintas posibilidades de intervención que habrán de ponderarse de acuerdo a su pertinencia, viabilidad de ejecución, consecuencias, costos, efectividad, trascendencia; todo esto con la finalidad de definir conceptualmente el cambio social que se pretende generar. Sus componentes son:

1. Análisis de la información obtenida en la investigación
2. Formulación del concepto de cambio pretendido
3. Diseño de la espiral del cambio
4. Teoría de apoyo

La construcción conceptual del cambio, no solo es identificar un objetivo concreto como parte de una programación de acciones. Es un momento de introspección, creativa que definirá el alcance de la intervención; es un parteaguas que constituye la divergencia entre el Trabajo Social *operativo*, (aquel que desarrolla actividades predeterminadas), y el Trabajo Social *creativo e innovador*, (aquel que concibe, diseña y construye intencionalmente el cambio social). La concepción general que nos permitirá transitar el sinuoso camino que va desde la situación-problema hasta el deseado cambio social, este requerirá una metodología comprobada (Tello y Ornelas, 2015).

Para los fines de esta investigación, se utilizará la metodología formulada por Tello, esta indica tres momentos en el proceso de cambio que, a continuación se detallan en la figura 5.

Figura 5. Momentos del cambio



Elaboración con base en Tello, 2007

La designación de cada uno de estos momentos, indica la necesidad de partir de lo que se imagina como problema para así modificar dicha visión para que, desde una nueva perspectiva, permita establecer otra manera de relacionarse que propicie interacciones sociales diferentes.

La re-conceptualización del problema - se inicia cuando se puede verbalizar la manera en que se percibe y se vive ese problema, esto con la finalidad de analizarlo, discutir e identificar y conocer a los actores involucrados. El propósito es poder salir del espacio cuadrado desde el cual comúnmente se mira un problema, lo que se pretende es mirarlo desde diferentes ángulos, reconociendo sus aristas y su complejidad. Esto supone, renombrar al problema con todos los nuevos elementos desde una mirada incluyente.

La re-significación de las relaciones – este proceso se elabora a partir del reconocimiento de que el **yo** se establece en relación con el **otro**, y es esa analogía la que facilita la constitución del **nosotros**. Dicho de otra manera:

Esta se refiere a la discusión colectiva de las relaciones con los otros, este análisis reflexivo conlleva la participación de todos los actores intervinientes, para asumir responsabilidades y, en función de ello, develar desde donde se están construyendo las relaciones sociales (Tello, 2007:31).

La recreación de espacios – precisa crear contextos simbólicos que permitan el desarrollo de diferentes formas de relacionarse, supone también el diseño de proyectos colectivos, concebidos desde innovadoras y creativas maneras de organizarse y participar, que permitan fragmentar los obstáculos que impiden relacionarse y establecer vínculos con los otros. Esto motivado por la idea de dejar atrás el pensamiento individualista, y así poder recobrar el sentido colectivo de la vida social a través de la recuperación o construcción de espacios que generen una mayor convivencia. Cada uno de estos momentos incluirán un proceso metodológico diferente todos ellos conformados por métodos, técnicas e instrumentos, relacionados entre sí y se considerarán como una sola unidad de intervención.

Estructura metodológica. Cuando se tiene claridad entre lo que se pretende alcanzar y los procesos necesarios para lograrlo, es el momento apropiado para considerar una estructura metodológica específica. El diseño de la metodología es una relación clara, precisa y concisa de cada una de las etapas del proceso; es la descripción detallada de cómo se va a realizar la estrategia de intervención, son los pasos a seguir para generar la información que el proyecto requiere, utilizando diferentes métodos de recolección de datos. Sus componentes son:

1. Operacionalización metodológica de la espiral del cambio
2. Construcción del esquema metodológico
3. Elaboración de manuales
4. Estrategia de intervención

La concepción de la estructura metodológica es integradora; unifica la interrelación con los períodos que la conforman como un elemento que va más allá de las actividades independientes, a lo cual, Tello (Idem), señala que “ello no implica pretender desasociarlo de la epistemología ni de la teoría que le de origen, pero si es necesario insistir que el énfasis esta justamente en el aspecto metodológico”. Como ya se puntualizo, cada momento incluye un proceso metodológico diferente conformado por métodos, técnicas e instrumentos relacionados entre sí y que

serán considerados como la unidad de intervención, y estará constituida por métodos y técnicas.

Los métodos: constituyen la línea a seguir, para trasladarse de un escenario a otro, todo ello en consonancia con el ideal del cambio que se pretende lograr. Al formalizar la construcción conceptual del cambio, se constituye el procedimiento para lograrlo.

Las técnicas: son recursos que permiten materializar cada método elegido. “La técnica es un conjunto de saberes prácticos o procedimientos para obtener el resultado deseado. Una técnica puede ser aplicada en cualquier ámbito humano: ciencias, arte, educación etc. requiere de destreza manual y/o intelectual, generalmente con el uso de herramientas. Suelen transmitirse de persona a persona, y cada una las adapta a sus gustos o necesidades y puede mejorarlas” (Alegsa, 2010).

Evaluación y validación. Una vez que se establece la estrategia de intervención, refieren Tello y Ornelas (2015) que, “es imprescindible recuperar toda la experiencia, para ello se habrán de definir los indicadores de evaluación y la construcción de los instrumentos en los que se registrara la información necesaria para evaluar la estrategia de intervención y su posterior validación, con lo que se estar en posibilidades de convertirla en un modelo de intervención” (2015:38). Sus componentes son:

1. Recuperación de la experiencia: construcción de instrumentos e indicadores
2. Evaluación: elección del modelo
3. Validación: resultados de la replica
4. Teorías de apoyo y estrategia de intervención

Lo trascendente de esta propuesta, son los resultados obtenidos en su interacción con el medio donde se implementa. Llega a desencadenar procesos que llevan a la abstracción y al diálogo colectivo.

Para Tello (s/f: 38) “el criterio esencial de veracidad de la estrategia es la verificación de que en la realidad ocurre lo que presupone teóricamente la

propuesta metodológica, al aplicarla la confirmación considera el modo como la teoría configura la práctica”.

3.3 Analogías históricas entre el Trabajo Social y la responsabilidad social empresarial

Para comprender las analogías y por consiguiente los orígenes de la Responsabilidad Social Empresarial y el Trabajo Social, así como su consecuente desarrollo histórico, es importante comenzar por puntualizar el contexto de su nacimiento.

El determinar los puntos de conexión entre cada uno de estos conceptos, podría permitir construir una estrategia de intervención mucho más eficaz, que incremente la consolidación de los objetivos propuestos y la conclusión de metas.

Para mayor detalle se puede observar la tabla 7, elaborada de forma comparativa entre el Trabajo Social y la Responsabilidad Social Empresarial, donde se resalta claramente la similitud entre los objetivos y metas originales de cada concepto; además de mostrar de manera cronológica su evolución. Cada periodo descrito ofrece el contexto en el que se vendría desarrollando tanto el Trabajo Social como la Responsabilidad Social Empresarial.

Tabla 7. Analogías comparativas entre el Trabajo Social y la Responsabilidad Social Empresarial

Siglo	Trabajo Social	Analogías	Responsabilidad Social Empresarial
XVII	Surge como respuesta a las necesidades más urgentes derivadas de la miseria de la población, caracterizándose en los principios de caridad y filantropía, mejor conocida como concepción benéfico-asistencia (hacer por amor a Dios" y un "hacer por amor al hombre), intervención asentada en la filantropía. Alayón (1988).	<i>Laisser faire-laisser passer</i> (dejar ser, dejar pasar)	“Nuevas clases sociales se conforman, se impulsa un desarrollo tecnológico. La consolidación de un orden social basado en la economía, hay miseria para trabajadores y excluidos” Araque y Montero (2006).
XVIII	Su primera tendencia es el asistencialismo; fundamentado en la atención a necesidades inmediatas de los menesterosos y desposeídos Valero (2010).	Contexto de compasión	“La caridad es la primera manifestación de responsabilidad social bajo la forma de iniciativas establecidas por empresarios y organizaciones religiosas que, a través de la asistencia (comida, ropa, salud) hacia a los pobres, buscaban solucionar las repercusiones generadas por el sistema económico” Quiroz en Correa (2008).
XIX	Hay un tránsito del asistente social hacia el servicio social y posteriormente el <i>social work</i> . “la modalidad asistencialista se tecnifica e incorpora en el ejercicio de su acción los paradigmas de interpretación sobre lo social, en auge en ese momento, como las teorías funcionalistas y estructuralistas. Durante esta época sigue el esquema de desarrollo de los países industrializados, donde se	La filantropía y las acciones de bienestar laboral son cuestionadas	Crece el temor de muchas empresas por tener regulaciones más severas por parte del Estado, por lo que se diseñan y ejecutan actividades

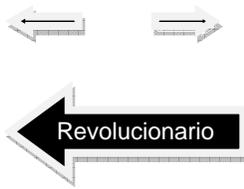
convierte en una especie de “agente social” encargado de restablecer el orden Kisnerman (1984).

Comienza “el movimiento de reconceptualización”(serie de hechos que, a lo largo de los países latinoamericanos, suscitaron una rebelión caracterizada por cuestionar a la sociedad global, al sistema capitalista, y por consiguiente con una fuerte tonalidad antiimperialista); atribuyéndole nuevos objetivos la profesión: un cambio estructural de la sociedad y la no preservación del sistema capitalista enajenante, además de poner a las ciencias sociales al servicio de los derechos fundamentales del hombre.

XX

Avanza por la post-reconceptualización, “un periodo de incertidumbre que dejó por lo menos tres efectos sobre el desarrollo de la disciplina en el siglo XXI. 1. Una vuelta a la formación de profesionales desde esquemas funcionalistas ajustados al capitalismo post-industrial; 2. El dilema por la diferenciación entre la dimensión práctica y su formación investigativa (Reclamación de los

Rechaza el asistencialismo



Más práctico que teórico



Rezago en la construcción de conocimiento, (apenas se exploran temas como la teoría de los stakeholders y la ética de los negocios).

relacionadas con el bienestar del trabajador y su familia. Así se marco la pauta de una relación distinta entre empresa y sociedad (Quiroga, Vargas, y Cruz, 2010).

Friedman inicia el debate sobre el deber de la empresa con la sociedad, “La Responsabilidad Social Empresarial, no debe ser otra que la maximización de los beneficios de los accionistas, socios o dueños de la compañía, la cual no ha de ser obligatoria o en su defecto basta con el cumplimiento de unos requerimientos legales mínimos estipulado por el Estado” (Friedman en Raufflet, Lozano, Barrera y García, 2012).

El desarrollo tecnológico generó protestas de la ciudadanía por incrementar la desigualdad salarial de los trabajadores con menor preparación frente a los que sí tuvieron esa

postulados propios de la reconceptualización para validar su vigencia en la actualidad); y 3. La ambivalencia del profesional comprometido con el proyecto de desarrollo humano y con la institución donde ejerce, que hace de la contradicción una herramienta pedagógica en procesos sociales de subsistencia en el capitalismo contemporáneo” (Quiroga, Vargas, y Cruz, 2010).

Desde el trabajo social la necesidad va más allá de la carencia de elementos materiales indispensables, también puede ser considerada un impulsor que moviliza a los individuos.



posibilidad. “La concentración empresarial provocó la reacción de múltiples grupos sociales que argumentan una suplantación de la producción de riqueza por la generación de valía sólo para el accionista” (De la Dehesa en Araque y Montero, 2006).

La empresa como parte del capitalismo, cubre una necesidad que puede ser considerada en relación con las tendencias del mercado y responde con ello a encaminar la producción de bienes, además, puede suceder que los elementos derivados de la economía no cubran de manera real una necesidad, sino que genere una sensación de satisfacción cuando lo verdaderamente no lo hace.



Neff (1986) menciona que dicha satisfacción de necesidades está inmersa en la tensión de la base social, entre la empresa y la población. El autor reafirma una de las consideraciones que se indican dentro del capítulo II, y que hacen referencia a que el trabajador (a) social buscará por el desarrollo de las potencialidades de las personas... propiciando en todo momento la participación, la responsabilidad y el compromiso de las personas en la búsqueda de satisfacción a sus necesidades. Refiere que la participación social vista como una posibilidad de inclusión serviría con la difícil tarea de disolver la tensión entre la sociedad y la empresa. Sin embargo, sea como quiera que se dé, ha de partir desde el reconocimiento que la sociedad haga de la empresa y sus efectos sobre ella y el ambiente, proceso que le facultaría para emprender una acción de transformación de incidencia genuina en las decisiones empresariales (y de gobierno).

Como ya se argumentó las concepciones de bienestar social manifestadas en las representaciones del Trabajo Social y de la Responsabilidad Social Empresarial, han recorrido un largo camino, que en ocasiones, habrían llegado a coincidir por el contexto social derivado de cada época desatando un sinfín de necesidades y carencias que debían ser atendidas; y satisfechas a la brevedad ya fuera por parte del Estado o de manera particular por parte de terceros (empresarios, voluntariado o religiosos). Estas concepciones, desde su origen y a través de su evolución han compartido conceptos medulares tales como: **la caridad, la filantropía, el asistencialismo, las necesidades sociales y los satisfactores** todo ellos de corte benéfico-asistencial. Posteriormente y dados los grandes cambios suscitados por el capitalismo y la gran expansión de la globalización en pleno siglo XXI, estos conceptos ya resultan arcaicos e insuficientes para esta época, razón por la cual se modificaron y modernizaron rechazando de manera rotunda el contexto de compasión y por ende al asistencialismo.

Actualmente, el Trabajo Social se ha enfocado en mejorar y modernizar su intervención, ahora busca preservar y difundir los derechos fundamentales del hombre, y desde su labor diaria intenta equiparar los intereses institucionales y los de las personas que solicitan su intervención en busca de bienestar. Por su parte

la Responsabilidad Social Empresarial, también ha sufrido cambios considerables desde su concepción a la fecha, si bien, la caridad y extrema pobreza son parte de su origen, la idea de “ayuda” se transformo en una “oportunidad” de poder contribuir con la sociedad y el medio ambiente desde las actividades de cada empresa. Actualmente los empresarios se informan, se preocupan y sobre todo se ocupan en diseñar e implementar actividades de responsabilidad social, que originen beneficios económicos, sociales y medio ambientales; lo anterior, promulgado desde la ética desde lo individual (empresario) y la moral después desde lo social (skateholders). Desde esta perspectiva se pueden ofrecer facilidades que permitan realizar una identificación de algunos aspectos característicos de la interrelación del Trabajo Social y la RSE.

Al ubicar la RSE, se puede observar que su origen y desarrollo tienen lugar en el trinomio **Empresa-Sociedad-Estado**. A lo cual, Araque y Montero (2006) comentan que:

Dicha relación se caracteriza por una interdependencia entre empresa y sociedad y la tensión existente entre ambas. Lo primero, consiste en la manera como cada una influye en la manera de estructurarse de la otra. Lo segundo, se refiere al conflicto que surge en el seno de esta díada por la ilegitimidad que cobra la empresa en la ciudadanía a razón de las estrategias implementadas por las organizaciones para satisfacer las necesidades y expectativas de la sociedad donde está su público.

En el pasado, el Estado, tal y como lo conocemos en la actualidad se estaba construyendo. La iniciativa empresarial se encontraba centrada exclusivamente en el desarrollo económico a través del proceso de industrialización. El incremento de la intervención del Estado en las estructuras sociales y su constitución como el garantizador de los derechos sociales de los ciudadanos, el Trabajo Social dirigió su quehacer hacia éste. Las empresas, por su parte, y dentro del marco del conflicto entre el capital y el trabajo, tuvieron que introducir medidas orientadas a favorecer determinados derechos de carácter laboral.

Es relevante mencionar que el Trabajo Social también ha sido participe de esta triada Empresa-Sociedad-Estado, fungiendo como operador, mediador o

negociador entre los intereses de uno u otro. En conclusión, la trayectoria histórica del Trabajo Social está vinculada con la RSE desde sus orígenes, con mayor implicación en la etapa asistencialista del siglo XVIII (que coincide con la época de la caridad de la RSE) hasta nuestros días.

No obstante, la implicación se modifica con la “Reconceptualización del Trabajo Social”, cuando ese punto de encuentro se torna conflictivo. Pues si bien se mantiene la idea de contribuir con el bienestar, el Trabajo Social entra en pugna con la manera enajenante de conseguirla desde las prácticas filantrópicas de las empresas. Ya no se conforma solo con la atención de situaciones coyunturales, con aliviar las dificultades de las personas, sino que ahora exige la transformación de la estructura relacional que las mantenía. Exige construir un horizonte en el que haya un aporte mutuo (empresa-trabajo social) hacia los esfuerzos por contribuir a un mejoramiento en la calidad de vida de las personas.

Es evidente la conexión del la RSE con el Trabajo Social, razón por la cual, podemos pensar que nuestra profesión tiene mucho que decir y hacer en torno al tema de la Responsabilidad Social Empresarial y en la manera en cómo se pueden diseñar las estrategias de intervención desde una mirada enteramente basada en las relaciones sociales. Esta conexión ofrece la oportunidad de modernizar la intervención del trabajador (a) social en el ámbito empresarial, pero sobre todo brinda la oportunidad de consolidar una posición importante dentro de la organización.

3.4 El perfil profesional y las funciones del Trabajador (a) social en el área empresarial, los primeros pasos hacia la responsabilidad social empresarial

Como ya se puntualizó en las analogías entre la RSE y el Trabajo Social existen algunos elementos de semejanza, además de un surgimiento paralelo vinculado con el proceso de industrialización y desarrollo de los primeros años del siglo pasado. Como resultado de la contradicción capital-trabajo del sistema capitalista germinaron al interior de las empresas nuevas problemáticas sociales en las relaciones laborales, siendo exteriorizadas como necesidades sociales que

solicitaban ser atendidas a la brevedad, por lo que los empresarios requerían un profesional calificado que administrara eficazmente los recursos de los que disponía para mitigar la problemática generada. López y Chaparro (2006:18) aluden que el trabajador (a) social en el área empresarial:

Centra su intervención en los diversos hechos que se van construyendo en la estructura empresarial teniendo en cuenta aspectos económicos, sociales, de relaciones productivas y de relaciones humanas, apuntando hacia el aumento de la productividad dentro de un clima organizacional propicio y satisfactorio. La acción del trabajador (a) social en las empresas parte de los niveles organizativos de las mismas, es importante que el profesional conozca el contexto para que su intervención sea de impacto y sus decisiones sean tomadas en cuenta por la alta dirección.

Esta concepción del trabajador (a) social, otorga un gran peso a la reconstitución de las relaciones humanas dentro de la empresa dirigiendo su intervención social hacia el mejoramiento del clima laboral en la búsqueda de un incremento en la productividad y satisfacción de los empleados, con fines de aumentar los beneficios económicos, dejando de lado la satisfacción de la sociedad. Una vez expuesto lo anterior, daremos paso a constituir cual es el perfil profesional del trabajador (a) social dentro de la empresa, así como las funciones que realiza específicamente en este campo de acción. Es importante precisar que el trabajador (a) social busca intervenir en las relaciones que se producen interna y externamente en la organización, todo esto, desde lo social. Su intervención se basa en una investigación que le aportará un diagnóstico, examinará las oportunidades donde a través de creativas e innovadoras estrategias pueda generar un “ligero” cambio social. Una alteración impulsada de manera paulatina y concreta, confiriendo a su intervención un significativo impacto social. Razón por la cual, es necesario conocer su perfil en el área de empresarial, así como identificar las funciones que desempeña en este campo, y que a su vez le han permitido diseñar estrategias de intervención.

Perfil profesional en el área empresarial

Es necesario, para fines de esta investigación conocer, especificar y describir de manera detallada, cual es el perfil profesional del trabajador (a) social en el área empresarial y las funciones que realiza dentro de la empresa, todo esto con un enfoque de responsabilidad social. En la búsqueda de ahondar en la información, se consultó a Coca (1990:33), (autor retomado, con base en sus aportaciones a la investigación denominada “Perfil Profesional del Trabajador (a) social en el área empresarial”. Investigación realizada como parte del Programa del Departamento de Investigación, de la Escuela Nacional de Trabajo Social), quien refiere que:

El trabajador (a) social empresarial es el profesional que funge de enlace entre los diferentes sectores que intervienen en los procesos productivos, humanizando las interrelaciones y promoviendo el incremento en la productividad a través de impulsar diferentes sistemas de incentivos para los trabajadores, así como la elevación de los niveles de vida de este sector. Su preparación tendera al diseño, estructura y realización de investigaciones sociales relacionadas con las problemáticas de los trabajadores, sus familiares y su medio laboral.

Es evidente que en este perfil, el trabajador (a) social se considera un enlace, un “mediador” entre los productores de necesidades (empleados) y los generadores de satisfactores (socios), no se aprovecha la relación laboral o el sentido de pertenencia, se promueve la productividad por medio de incentivos más allá de la capacitación, salud o el desarrollo de los empleados. Se deja de lado el medio ambiente, así como la sociedad en general. Para López y Chaparro (2006:17) el trabajador (a) social:

Centra su intervención en los diversos hechos que se van construyendo en la estructura empresarial teniendo en cuenta aspectos económicos, sociales, de relaciones productivas y de relaciones humanas, apuntando hacia el aumento de la productividad dentro de un clima organizacional propicio y satisfactorio.

El quehacer actual del trabajador (a) social en las empresas parte de los niveles organizativos, culturales y éticos de estas, es importante que este profesional conozca a profundidad el contexto en el que se desenvuelve para que su intervención genere un cambio en las prácticas. Este perfil es ambiguo ya que no sustenta la intervención del trabajador (a) social en ninguna de las relaciones que envuelven a la empresa, no empodera su posición, carece de objetivos que promuevan el trabajo conjunto y corresponsable con todos los niveles de la empresa. Una vez identificados los aspectos relacionados con el perfil del trabajador (a) social en el área empresarial, daremos paso a una breve reseña de las funciones que el trabajador (a) social ha venido desempeñado en esta área.

Funciones del trabajador (a) social dentro de la empresa

Como ya se puntualizó, el trabajador (a) social diseña estrategias de intervención en su búsqueda por generar un mayor bienestar social, para ello requiere un perfil específico, así como la descripción a detalle de las funciones particulares que requiere para lograrlo. Las funciones que desempeña el trabajador (a) social en el área empresarial, para Coca (1990:39-54) son: *investigación, administración, reclutamiento y selección, capacitación y adiestramiento, seguridad e higiene, relaciones publicas educación, prestaciones diversas, coordinación, asesoría, divulgación, sistematización y enseñanza*. A continuación se detallan en la siguiente tabla 8.

Tabla 8. Funciones del trabajador (a) social en el área empresarial

Función: Investigación	
Descripción	<ul style="list-style-type: none"> • Diseña, estructura y realiza investigaciones sociales relacionadas con problemas existentes, que le permitan conocer la realidad social de la empresa • Diseña estudios de necesidades y características de los trabajadores para establecer sistemas de incentivos y estímulos • Realiza el seguimiento de la superación laboral de los trabajadores con miras escalafonarias y cambio de categoría • Investigar sobre la actualización en sistemas de seguridad y protección empresarial

- Actualizar la información sobre aspectos de seguridad social y bienestar social de los trabajadores
- Proponer alternativas de acción que resuelvan los problemas de orden social y relaciones humanas que lleguen a presentar los trabajadores
- Investiga las necesidades de la comunidad donde residen los trabajadores, para tratar de satisfacer las necesidades básicas de equipamiento y de tipo social
- Estudia los problemas sociales que se generan en la empresa y promueve su solución
- Detecta las necesidades de educación, capacitación y adiestramiento de los trabajadores
- Conoce y diagnostica las relaciones intergrupales e interpersonales de los grupos
- Detecta procesos sociales tales como: comunicación, liderazgo, conflicto, cohesión grupal, competencia y colaboración
- Elabora un inventario de recursos y servicios sociales de la zona donde se ubica la empresa

Función : Administración

Descripción:

- Diseña y participa en planes, programas y proyectos, acorde con las necesidades sociales de la población
- Participa en la presupuestación y administración de los recursos humanos y materiales
- Busca la optimización de la eficacia de los recursos intra y extra institucionales
- Controla los procesos administrativos de trabajo social
- Mantiene una constante supervisión y asesoría en sus programas o proyectos
- Simplifica los trámites que obstaculizan las prestaciones y los servicios de los trabajadores en la empresa

Función: Reclutamiento y selección

Descripción:

- Realiza entrevistas para el reclutamiento del personal
- Realiza el estudio socioeconómico a los solicitantes
- Orienta sobre los derechos y obligaciones dentro de la empresa
- Participa en la inducción a un nuevo puesto
- Participa de manera interdisciplinaria en los criterios de selección del personal y a evaluación de los candidatos
- Desarrolla programas coordinados para la introducción al puesto

Función: Capacitación y adiestramiento

Descripción:

- Diseña y organiza programas de capacitación y adiestramiento industrial
- Imparte de manera conjunta con autoridades educativas cursos de actualización al

personal

- Crea sistemas de estímulos e incentivos para los trabajadores
- Mantiene al corriente el escalafón de los trabajadores
- Propone cursos de actualización y superación para el personal
- Participa en la evaluación del personal para otorgar estímulos y ascensos

Función: Seguridad e higiene

Descripción:

- Planea, organiza desarrolla y evalúa acciones para el aprovechamiento de los instrumentos de seguridad
- Formula propuestas para el mejoramiento de la higiene y seguridad empresarial
- Participa en campañas de prevención de riesgos y accidentes de trabajo
- Apoya en el cumplimiento de las normas establecidas para evitar accidentes de trabajo
- Participa en la comisión de seguridad e higiene para el buen funcionamiento de las instalaciones
- Participa interdisciplinariamente en la regulación y control, de los programas de emergencia en caso de desastre o siniestro en la empresa

Función: Relaciones publicas

Descripción:

- Intervenir en situaciones conflictivas de la empresa
- Intervenir en la conformación de las características psicológicas del personal
- Promover el respeto en todas las actividades entre jefes y subalternos
- Dirigir sus acciones hacia el desarrollo de un buen espíritu de trabajo entre los empleados
- Sensibilizar y motivar a los trabajadores acerca de los proyectos y estrategias de cambio

Función: Educación

Descripción:

- Organiza, desarrolla y evalúa cursos de alfabetización
- Orienta sobre el uso adecuado del tiempo libre
- Promueve el desarrollo integral de los trabajadores
- Planea, organiza, dirige y controla programas de educación para el trabajador y su familia
- Promueve actitudes de respeto a la dignidad humana
- Promueve y organiza actividades deportivas, culturales y recreativas
- Organiza a los trabajadores en acciones para la educación en la salud
- Fomenta el interés del trabajador en la cultura, a través de los recursos propios y de la empresa
- Realiza pláticas de planificación familiar
- Realiza pláticas sobre el cuidado de los menores y primeros auxilios

Función: Prestaciones diversas

Descripción:

- Medir entre autoridades y empleados el otorgamiento de prestaciones y servicios
- Tramita los beneficios y servicios asistenciales del trabajador
- Promueve y coordina programas de incapacidad por maternidad, ayuda para la lactancia para madres trabajadoras
- Canalizar las demandas y necesidades de los empleados
- Vigilar prestaciones en caso de defunciones, damnificación o emergencia
- Elaborar programas de becas para los hijos de los trabajadores
- Participar en programas de incapacidad, rehabilitación, pensiones y jubilaciones

Función: Coordinación

Descripción:

- Coordina con centros vacacionales promociones para el trabajador y su familia
- Coordina grupos de trabajadores en programas de desarrollo comunitario
- Mantiene en coordinación con el sindicato la mediación en relaciones obrero-patronales
- Mantiene relación con grupos de Alcohólicos Anónimos cercanos para canalizar empleados

Función: Asesoría

Descripción:

- Vigila que las cuestiones reglamentarias y de derechos sean cumplidas
- Orienta legalmente en aspectos de derecho civil y familiar

Función: Divulgación

Descripción:

- Promueve información sobre los programas y prestaciones dentro de la empresa
- Informa los derechos y obligaciones de los trabajadores
- Participa en la difusión de cursos de capacitación y adiestramiento
- Organiza eventos o actos sociales de reconocimiento a los trabajadores

Función: Sistematización

Descripción:

- Analiza los estudios socioeconómicos para conformar indicadores del perfil de los empleados
- Teoriza sobre los procesos desarrollados en los grupos de capacitación y adiestramiento
- Teoriza sobre los logros de las acciones de extensión comunitaria
- Genera modelos integrantes de acciones sociales, partiendo de experiencias en equipo
- Teoriza sobre formas de intervención específica
- Diseña estrategias para la acción organizada

Elaboración con base en Coca, 1992.

Como ya se menciona en párrafos anteriores estas funciones fueron establecidas con base en la investigación denominada “Perfil profesional del trabajador (a) social en el área empresarial”, misma que fue dirigida en 1990, por la Escuela Nacional de Trabajo Social (ENTS). Su objetivo consistió en integrar el perfil del trabajador (a) social del área empresarial a través de sus conocimientos, habilidades y actitudes en el desarrollo profesional. Esta investigación fue retomada puesto que a la fecha, la ENTS aún no contempla en su perfil profesional genérico o especializado dentro de la empresa a la Responsabilidad Social Empresarial como un tema importante y necesario para el desarrollo de los profesionales del trabajo social. A continuación se expondrán en la tabla 9, las funciones y acciones específicas sugeridas por López y Chaparro (2006:17-18) producto de la investigación titulada “Competencias laborales del Trabajador (a) social desde el mercado laboral”, enfocado a las competencias laborales concebidas por la Organización Internacional del Trabajo OIT, la muestra estuvo conformada por 134 instituciones de las áreas de intervención en salud, laboral, desarrollo comunitario, familia y menor, rehabilitación y educación.

Tabla 9. Funciones y acciones del trabajador (a) social en el área empresarial

Función: Administración
<p>Descripción:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diseñar, proponer, ejecutar y evaluar, en coordinación con el subdirector y los jefes de otras dependencias, los programas de bienestar social, capacitación y salud ocupacional, que promuevan el desarrollo integral de los funcionarios del departamento. • Evaluar y proponer las actividades relacionadas con el reclutamiento, selección, capacitación, remuneración, control y desarrollo del personal de la entidad. • Gestionar la afiliación del personal a la seguridad social • Realizar las visitas domiciliarias y su respectivo informe de las personas que se encuentren en proceso de selección con el fin de complementar los datos sociales y familiares de cada trabajador • Realizar las inducciones generales a todas las personas que ingresen a la empresa. • Elaborar el presupuesto fijo de Trabajo Social de acuerdo con las normas y políticas establecidas. • Elaborar informes socio-económicos y registros sobre el bienestar del personal.

- Verificar las referencias del candidato que se encuentra en proceso de selección.
- Participar en el proceso de elaboración de nómina (vacaciones, incapacidades y registros). Diseñar, proponer, ejecutar y evaluar, en coordinación con el subdirector y los jefes de otras dependencias, los programas de bienestar social, capacitación y salud ocupacional, que promuevan el desarrollo integral de los funcionarios del departamento.
- Evaluar y proponer las actividades relacionadas con el reclutamiento, selección, capacitación, remuneración, control y desarrollo del personal de la entidad.
- Gestionar la afiliación del personal a la seguridad social
- Realizar las visitas domiciliarias y su respectivo informe de las personas que se encuentren en proceso de selección con el fin de complementar los datos sociales y familiares de cada trabajador
- Realizar las inducciones generales a todas las personas que ingresen a la empresa.
- Elaborar el presupuesto fijo de Trabajo Social de acuerdo con las normas y políticas establecidas.
- Elaborar informes socio-económicos y registros sobre el bienestar del personal.
- Verificar las referencias del candidato que se encuentra en proceso de selección.
- Participar en el proceso de elaboración de la nómina (vacaciones, incapacidades y registros).
- Promover la unidad familiar a través de espacios formativos y recreativos con el fin de que el empleado logre un equilibrio entre su vida personal, familiar y laboral.
- Trabajar el área recreativa, lúdica y artística con los hijos de los empleados para que faciliten su desarrollo y acercamiento con la empresa.

Función: Bienestar Laboral

Descripción:

- Participar en el diseño, organización, ejecución y control de planes, programas y proyectos de bienestar social para empleados y pensionados de acuerdo con las normas vigentes.
- Planear, dirigir y coordinar las actividades sociales, artísticas, deportivas, y culturales para los empleados y su familia.
- Generar espacios de apoyo y asesoría a nivel social, económico y personal para mejorar la calidad de vida del empleado y su familia.

Función: Salud Ocupacional

Descripción:

- Coordinar con la ARP el levantamiento del panorama de riesgos y el diseño del programa de salud ocupacional.

- Realizar actividades orientadas a la prevención y control de riesgos profesionales.
- Participar en la coordinación de las actividades relacionadas con: seguridad e higiene industrial, medicina preventiva y del trabajo y el comité de emergencias.
- Realizar los trámites ante la EPS y la ARP en caso de accidente de trabajo o enfermedad profesional.

Función: Capacitación y Desarrollo

Descripción:

- Organizar y coordinar talleres, seminarios, conferencias orientados a tratar temas familiares, personales y de superación, dirigidas a los colaboradores.
- Coordinar con la EPS las charlas de promoción y prevención en salud.
- Coordinar jornadas de capacitación para dar a conocer los servicios de la caja de compensación familiar.
- Realizar junto con el área de psicología talleres y círculos de prevención de salud mental.
- Coordinar con la ARP la programación de las capacitaciones dirigidas a la prevención de accidentes de trabajo y enfermedad profesional.

Función: Asesoría Individual

Descripción:

- Brindar orientación profesional frente a situaciones de dificultad como: crisis personales, conflictos con la pareja, duelos, pautas para la orientación de los hijos, entre otros.
- Hacer seguimiento a los empleados de la empresa en lo relacionado a situaciones laborales o personales.
- Atender en forma personal y telefónica los requerimientos e inquietudes del pensionado y resolver en forma ágil y oportuna.
- Intervenir a nivel de caso y familia según los problemas identificados
- Realizar la remisión de los casos que no son de la competencia profesional a las instancias pertinentes.

Función: Responsabilidad Social Empresarial

Descripción:

- Participar en actividades que contribuyen al bienestar y desarrollo de la comunidad y a la creación de un entorno favorable para el crecimiento de la empresa.
- Buscar alianzas estratégicas entre sectores económicos de la sociedad.
- Participar en programas de acción social a través de los productos y servicios de la empresa.
- Apoyar proyectos de infraestructura para mejorar caminos y parques de la comunidad, mejorar la escuela de la zona apoyando con libros y materiales, proteger el medio ambiente, apoyar proyectos comunitarios, e inclusive poner a disposición de las

organizaciones comunitarias su capacidad de gestión, su potencial administrativo y su disponibilidad de recursos humanos. .

Elaboración con base en López y Chaparro, 2006

Las funciones que el trabajador (a) social en el área empresarial generalmente ha venido desarrollando y adecuando de acuerdo a la necesidad del contexto. Anteriormente, ya se presentaron en una primera instancia las propuesta de Coca (1990), la cual aún no considera la RSE como parte de las funciones del trabajador (a) social, posteriormente López y Chaparro (2006) tienen un primer acercamiento en este rubro; como parte de esta investigación es importante conocer ha detalle las funciones concretas que realiza el trabajador (a) social en la RSE, para poder determinarlas el Semillero de Investigación en Trabajo Social Laboral (SILATS, 2009) realizó un trabajo denominado *“La Especificidad del Trabajo Social en la RSE de empresas colombianas”*, donde el objetivo general se centraba en describir la participación del trabajador (a) social en el área de Responsabilidad Social Empresarial de las compañías que operan en Colombia. Esta investigación identifica las funciones del trabajador (a) social en el ámbito de la RSE dentro de las cuales se encuentran:

1. Participar en programas dirigidos a la calidad de vida de las comunidades
2. Intervenir en los programas de proyección y solidaridad social
3. Coordinar procesos de formación y desarrollo
4. Monitorear los programas sociales a través de la implementación de indicadores de gestión
5. Acompañar al personal en inquietudes respecto a las reformas laborales y pensionales
6. Participar en la preparación y seguimiento de presupuestos relacionados con la RSE
7. Intervenir en la definición de políticas de intervención con la comunidad
8. Participar en el área de salud ocupacional y seguridad industrial
9. Apoyar a la gerencia en la toma de decisiones respecto a la RSE
10. Apoyar el proceso de selección e inducción del personal y

11. Participar en la implementación de programas de calidad y gestión ambiental.

Los lineamientos de las funciones descritas en los resultados de la investigación, proporcionan un parámetro entre las actividades que actualmente está cumpliendo el trabajador (a) social en materia de RSE, así como las funciones que este puede llegar a desempeñar. Si bien, es importante conocer las funciones que los trabajadores sociales realizan en materia de RSE en América Latina, es más apremiante saber cuáles son las funciones que no están efectuando, las que se están dejando de lado o que son ejecutadas por otros profesionales. Ya que en la actualidad el perfil de los profesionales que gestionan este ámbito en la empresa, en su generalidad no corresponde con profesionales que hayan cursado estudios de Trabajo Social o por lo menos que tengan el interés genuino por el bienestar social. Este es un desequilibrio que se podría atenuar, si en los programas escolares de la disciplina de Trabajo Social que se imparten en las diferentes universidades incorporaran materias que contemplen la RSE como parte de su plan de estudios. Como ya se ha mencionado la RSE puede parecer un tema de moda, pero al estudiarla en profundidad se puede contemplar la imperiosa necesidad que tiene la sociedad de renovar las interacciones sociales, de transformarlas, de convertirlas en impulsores del crecimiento y el desarrollo del país, es evidente la deficiencia en las acciones que el Estado ha propuesto, es momento de dar un paso adelante, y proponer desde el Trabajo Social modificaciones en puntos estratégicos, en este caso desde la empresa y concisamente desde la RSE. Las propuestas exhibidas están situadas en la discusión del contexto social, económico y político contemporáneo, que nos brindan la posibilidad de reflexionar en la importancia de realizar un ejercicio profesional con un sentido más creativo y valeroso, que no tenga miedo a ser criticado o visto con desdén por otros profesionales en la búsqueda de contribuir a promover interacciones más respetuosas con el sujeto y la empresa como parte de su contexto, manifestado como una forma de contrarrestar, en lo microsocial las formas de discriminación que aparecen en las interacciones producidas en los

procesos propios de la expansión del capitalismo, en otras palabras de la globalización.

Capítulo 4

La responsabilidad social empresarial en “The Met” y su relación con la sociedad

4.1 Justificación

La temática a investigar tiene una relevante importancia dentro del campo disciplinar del Trabajo Social por tener las características de ser un tópico de orden social y por consiguiente, de interés medular para nuestra profesión, misma que trasciende a la investigación que busca dar respuestas a las diversas problemáticas sociales; busca “intervenir” (Tello, 2000:3) define la intervención de trabajo social como “una acción, racional, intencional, fundada en el conocimiento científico; que tiene por objetivo desencadenar procesos de cambio social. La participación del sujeto es indispensable para hablar de una acción de trabajo social”. Todas las denominadas organizaciones sociales se pueden definir como un grupo de personas que interactúan entre sí, en virtud de que mantienen determinadas relaciones sociales con el fin de obtener ciertos objetivos. También puede definirse en un sentido más estricto como cualquier institución en una sociedad que trabaja para socializar a los grupos o gente que pertenece a ellos), tienen una función jurídica, administrativa y socialmente y obligaciones de orden social, lo que conlleva al concepto filosófico y ético de las organizaciones en la sociedad y del mismo hombre como parte esencial de ellas.

El Trabajo Social como profesión ha hecho intentos por construir una área específica de su quehacer profesional que contemple el ámbito empresarial sin embargo, éste se ha inclinado hacia el terreno de la operación práctica y ha dejado de lado el campo teórico metodológico, administrativamente hablando, esto ha permitido el acceso a espacios en donde se puede incidir, con la finalidad de conocer hasta donde se pueden utilizar los elementos de la administración entre el “ser y el hacer” del Trabajo Social, proporcionándole posteriormente habilidades que le permitan incidir en la problemática actual. Es poco conocido, y menos reconocido el trabajo que realiza el profesional del Trabajo Social en las organizaciones sociales, en el caso concreto de las empresas y la Responsabilidad Social Empresarial, sin embargo, es interesante

saber que hay trabajadores sociales en las industrias realizando funciones no solo de recursos humanos o de apoyo a la comunidad, sino en diversos procesos industriales.

Con base en estas ideas generales y de acuerdo a experiencias vividas como estudiante de la licenciatura de Trabajo Social, y como empleada en diferentes empresas, surge la inquietud por hacer esta investigación, no solo para conocer, construir y reflexionar acerca del objeto de estudio, sino para satisfacer la necesidad de profundizar, de ir más allá, esto es fundamentando la intencionalidad de demostrar que el ser y el quehacer del Trabajo Social, posee una intrínseca interrelación con la Responsabilidad Social Empresarial; razón por la cual, y como fin último de este trabajo, se contempla diseñar una propuesta de estrategia de intervención desde el Trabajo Social, que resulte en una relación socioempresarial exitosa. Esto, reflejado en un desarrollo sostenido y sustentable tanto del medio ambiente, como de la misma sociedad. Cabe aclarar que el tema involucra y otorga responsabilidad a los trabajadores sociales, como parte de su de intervención, desde el momento en que el Trabajo Social forma parte de las Ciencias Sociales.

4.2 Planteamiento del problema

Actualmente la Responsabilidad Social Empresarial se identifica como un proceso mediante el cual, una organización (empresa), se hace consciente de que sus acciones lo que hace afecta necesariamente a su entorno ya sea positiva o negativamente y sí decide ser socialmente responsable actúa consecuentemente a esta conciencia. Razón por la cual, la empresa y sus grupos de interés (empresario, trabajadores, clientes, proveedores, competidores y comunidad) conceden vital relevancia a la homogenización del concepto de RSE, pero sobre todo a la importancia de que estos grupos estén informados y participen en las estrategias de responsabilidad social, que sean propuestas por la empresa y que tienen como fin último, una sana relación empresa – sociedad – medio ambiente. Es dentro de la planeación, el diseño la implementación y la ejecución de estas estrategias de Responsabilidad Social Empresarial donde corresponde la intervención del trabajador (a) social, encaminada a regenerar los lazos entre la sociedad, el medio ambiente y la

empresa. Como ya comente anteriormente, el Trabajo Social en el campo empresarial ha centrado su interés en ampliar los beneficios de los empleados y sus familiares con mayores prestaciones económicas, educativas o de salud; de la comunidad con la implementación de diversos proyectos sociales; y con el medio ambiente colaborando con campañas de reforestación o limpieza de espacios. El Trabajo Social, en las empresas mexicanas, no ha contemplado la integración de la Responsabilidad Social Empresarial entre su perfil o sus funciones dentro de la empresa. La Responsabilidad Social Empresarial puede ser contemplada como un medio para que el Trabajo Social incida en las dinámicas intrincadas que se gestan dentro de la empresa y que repercuten invariablemente en los empresarios, empleados, clientes, proveedores, competidores, con la sociedad en general y finalmente con el medio ambiente.

Es por ello que surge la interrogante ¿a qué se debe que los directivos, empleados y clientes en general del restaurante "The Met"; tengan una percepción diferente de lo que es la Responsabilidad Social Empresarial y como es que estas diferencias pueden llegar a converger en una empresa socialmente responsable a través de la intervención del trabajador(a) social?

4.3 Objetivos

Objetivos generales

Diseñar el perfil profesional del trabajador social en el área de la Responsabilidad Social Empresarial.

Describir a detalle, las funciones necesarias que permitan la intervención del trabajador(a) social para la conformación de una empresa socialmente responsable.

Construir una estrategia de intervención desde el trabajo social que impulse la adopción de la Responsabilidad Social Empresarial dentro de las empresas.

Objetivos específicos

- Analizar el surgimiento de la Responsabilidad Social Empresarial en las empresas.

- Describir e interpretar los elementos fundamentales de la Responsabilidad Social Empresarial que fortalecen a la empresa.
- Identificar y analizar los elementos análogos entre el Trabajo Social y la Responsabilidad Social Empresarial.
- Delinear las características del perfil profesional del Trabajador(a) Social en el área de la Responsabilidad Social Empresarial.
- Enumerar una serie de funciones que realizará el Trabajador(a) Social dentro de la empresa con Responsabilidad Social Empresarial.
- Construir una estrategia de intervención desde el Trabajo Social que promueva una dinámica social con responsabilidad social empresarial.

4.4 Supuestos hipotéticos

1. Los directivos del restaurante "The Met" consideran que la Responsabilidad Social Empresarial que posee su empresa, se fundamenta en la afirmación de que ellos satisfacen las necesidades de sus clientes, pues sus productos son de excelente calidad, tienen precios accesibles, ofrecen un buen servicio con personal capacitado y cumplen con todas las especificaciones de ley que requiere una empresa en su ramo. Además de que las relaciones obrero-patronales, procuran compensaciones mayores a las establecidas por la Ley del trabajo. Sumado a esto, consideran que mantiene algunas prácticas de responsabilidad social como la separación de residuos, ahorro de recursos, atienden las necesidades de sus empleados y satisfacen a sus clientes con sus productos.
2. Los empleados de "The Met", relacionan la Responsabilidad Social Empresarial con mejores sueldos, mayores prestaciones, el sentirse escuchados y tomados en cuenta por sus directivos. Logrando así, una identidad y sentido de pertenencia hacia su empresa.
3. Los clientes de "The Met", afirman que la Responsabilidad Social Empresarial debe responder a la satisfacción de sus necesidades en cuestión de calidad, precio y servicio; buscando se dé importancia significativa a su opinión en cuanto a situaciones que tengan que ver con las actividades que se relacionen con el servicio, y las dinámicas dentro de la empresa, tales como inconformidades, sugerencias, promociones e

integración con la sociedad que promuevan la eficacia y eficiencia del restaurant.

4.5 Mirada teórica

Teorías sobre la ética y la moral en los negocios

En la medida que más se ha avanzado en el estudio sobre Responsabilidad Social Empresarial, diversos autores han incorporado más perspectivas de análisis sobre el asunto. Ya no sólo se analiza la RSE desde el punto de vista de repartición de las utilidades que genera un negocio, filantropía, sino que también se analizan otras perspectivas, como el desarrollo de acciones durante los procesos productivos de los que la empresa es responsable con trabajadores, proveedores y cualquier otro participante de ella, o se vea afectado por el proceso de transformación que genere una empresa.

Esta investigación pretende plasmar las bases del desarrollo de actividades socialmente responsables bajo la mirada de perseguir fines éticos o morales. Esto quiere decir que las consideraciones para realizar actividades de Responsabilidad Social Empresarial, estarán fundamentadas principalmente en parámetros de derechos universales, y no en términos estrictamente económicos. Se destacan bajo esta mirada los valores éticos y de servicio a la sociedad. Las visiones revisadas para esta línea son las propuestas por Freeman (1983), Kaku (1997), Annan (1999), y Chomalí y Majluf (2007).

Estas propuestas describen que las empresas al llevar a cabo sus actividades no sólo deben considerar la gestión interna de sus recursos y operaciones, sino que además deben tener en consideración a todos los actores que pueden afectar directa o indirectamente el desarrollo de sus actividades Freeman (1983). Respondiendo a la pregunta de ¿cómo la gran cantidad de corporaciones alrededor del mundo podrían promover la prosperidad al mismo tiempo que logran maximizar las ganancias?, desarrolló la filosofía *Kyosei* que, define como “la filosofía del espíritu de la cooperación”. En esta filosofía tanto individuos como organizaciones viven y traban juntos por el bien común. En una compañía que se practica *Kyosei* se establece una relación armónica con los clientes, proveedores, competidores, gobiernos y con el medio ambiente,

convirtiendo a esta filosofía en una poderosa herramienta que afecta positivamente su entorno político, económico y social Kaku (1997).

El Pacto Global se propone aprovechar la fuerza de la acción colectiva para fomentar la responsabilidad social de las empresas de modo que éstas puedan contribuir a la solución de los retos que plantea la globalización, es una iniciativa voluntaria, en la cual, las empresas se comprometen a alinear sus estrategias y operaciones con diez principios universalmente aceptados, divididos en cuatro áreas temáticas: derechos humanos, estándares laborales, medio ambiente y anti-corrupción Annan (1999).

En su filosofía social, estos autores explican que “es bueno ser bueno”, pero no porque es rentable desde el punto de vista económico, sino porque es más concordante con nuestra condición de seres humanos, pues nos hace mejores personas y porque sólo así contribuimos a crear un mayor ambiente de cordialidad Chomali y Majluf (2007).

Para entender porque el beneficio de ser “bueno” es rentable, es necesario conocer lo que significa esta cuestión para cada uno de los sujetos sociales, ser bueno puede entenderse como ser obediente y hacer lo que debe hacer, o tal vez, como amar y ayudar a nuestros semejantes, razón por la cual es necesario conocer la interpretación que se le puede otorgar a cualquier concepto antes de utilizarlo y aceptado de manera general.

Para lograr una descripción profunda e interpretativa de los significados sin importar el concepto, se utilizará la “descripción densa” propuesta por Geertz (1973), quien buscaba la explicación de los hechos interpretando expresiones sociales que son enigmáticas en su superficie. Lo que hace que la descripción etnográfica pueda transformarse en descripción densa, no es solo que el investigador, “se incluya en la situación”, ni que se fije en los hechos habituales sino que, debe comprender, desentrañar, hacer “accesible” el mundo conceptual. La comprensión de las estructuras de significación, implica que el investigador las capte y las explique, aun cuando esté en los niveles más rutinarios de su trabajo (entrevistar informantes, observarlos, dilucidar términos de parentesco, establecer límites de propiedad, entre otros.); las desentrañe y

determine su campo social y su alcance; y las lea como si éstas estuvieran “escritas”, como “un manuscrito extranjero”.

4.6 Recolección de la información

Muestra: Criterio de inclusión y exclusión

- Socios
- Trabajadores de planta de 1er y 2do turno
- Clientes mayores de 20 años

Tipo de muestreo: aleatorio

La muestra estará constituida por 26 personas que laboran y son clientes del restaurante “The Met”. Esta incluye un total de (2) socios, (18) empleados y (6) clientes del turno matutino y vespertino.

*Todas las muestras y todos los elementos tienen la misma probabilidad de ser seleccionados” (Padua, 1979:65).

Diario de campo

Se considera como un instrumento indispensable para registrar la información día a día de las actividades y acciones de la práctica escolar y trabajo de campo. Para Bonilla (1997) “el diario de campo debe permitirle al investigador un monitoreo permanente del proceso de observación. Puede ser especialmente útil al investigador en él se toma nota de aspectos que considere importantes para organizar, analizar e interpretar la información que está recogiendo”.

Guía de observación

Consiste en enlistar la serie de eventos, procesos, hechos o situaciones a ser observados, su ocurrencia y características “ello es factible con base en un ejercicio de visión previo con miras a establecer los aspectos a observar”. Se asocia generalmente con las interrogantes u objetivos específicos del estudio (Peñaloza y Osorio, 2005:8).

Fotografía

La palabra fotografía se deriva de los vocablos de origen griego: phos (luz) y grafis (escritura), lo cual significa escribir o dibujar con luz. “La fotografía es la técnica de captar imágenes permanentes con una cámara, por medio de la acción fotoquímica de la luz o de otras formas de energía radiante, para luego reproducirlas en un papel especial” (Orozco, 2015).

Observación participante

Es uno de los procedimientos de observación más utilizados en la investigación cualitativa y uno de los elementos más característicos de este tipo de investigaciones. “Es un método interactivo de recogida de información que requiere una implicación del observador en los acontecimientos o fenómenos que está observando. Favorece un acercamiento del investigador a las experiencias en tiempo real que viven personas e instituciones” (Gómez, Gil, y García, 1999:166).

Esta implicación facilita al investigador la inserción en el aquí y ahora del fenómeno observado, esta va a proporcionar una íntima participación en la vida social de las personas que laboran en la institución, pero principalmente van a otorgarle al observador el privilegio de poder “vivir” las experiencias y el día a día de los directivos, empleados y clientes que se congregan en el mismo sitio por diferentes motivos en diversas circunstancias pero con acciones determinadas para cada uno de estos roles y que son la parte medular de esta observación.

La posibilidad de profundizar en el fenómeno es invaluable, el poder obtener la información de primera mano, facilita al observador la descripción tal cual de los hechos, procurando mantener una vigilancia constante entre lo objetivo y lo subjetivo. Mostrando la realidad sin adornos ni tapujos, solo detallando cada uno de los acontecimientos en los cuales el observado participo ya que él estaba ahí y formo parte de estos.

Encuesta y entrevista semi estructuradas con un aproximado de 15 preguntas.

“En la entrevista existe margen para la reformulación y la profundización en algunas áreas, combinando algunas preguntas de alternativas abiertas con preguntas de alternativas cerradas de respuesta. Por lo general existe una pauta de guía de entrevista” (Padua, 1979:67).

Encuesta

La encuesta es una búsqueda sistemática de información en la que el investigador pregunta a los investigados sobre los datos que desea obtener, y posteriormente reúne estos datos individuales para obtener durante la evaluación datos agregados. Con la encuesta se trata de "obtener, de manera sistemática y ordenada, información sobre las variables que intervienen en una investigación, y esto sobre una población o muestra determinada. Esta información hace referencia a lo que las personas son, hacen, piensan, opinan, sienten, esperan, desean, quieren u odian, aprueban o desaprueban, o los motivos de sus actos, opiniones y actitudes" (Visauta, 1989: 259). A diferencia del resto de técnicas de entrevista la particularidad de la encuesta es que realiza a todos los entrevistados las mismas preguntas, en el mismo orden, y en una situación social similar; de modo que las diferencias localizadas son atribuibles a las diferencias entre las personas entrevistadas.

Tipo de estudio: Descriptivo

Es un estudio transversal, pues se realizará en una sola ocasión, sin dar seguimiento. Tiene el propósito de describir como se manifiesta la Responsabilidad Social Empresarial en el restaurante "The Met", en el que se busca especificar las propiedades importantes del grupo que sea sometido a análisis. "Esta nivel de investigación responde a las preguntas: quién, qué, dónde, cuándo y cómo" (Campos y Sosa, 2011: 45).

Lugar de aplicación

Se aplicará en las instalaciones del restaurante "The Met", que se ubicado dentro del centro comercial "Perisur". Localizado en avenida Periférico Sur #

4690, colonia Jardines del Pedregal, delegación Álvaro Obregón en la Ciudad de México.

Método: Etnográfico

Método de investigación por el que se aprende el modo de vida de una unidad social concreta. “A través de la etnografía se persigue la descripción o reconstrucción analítica de carácter interpretativo de la cultura, formas de vida y estructura social del grupo investigado. Pero también bajo el concepto de etnografía, nos referimos al producto del proceso de investigación: un escrito etnográfico o retrato del modo de vida de una unidad social” (Rodríguez, García y Gil, 1999: 43-45).

Procedimiento del método etnográfico

- ❖ Diseño de los instrumentos: entrevista semi estructurada, encuesta y observación participante
- ❖ Aplicación del instrumento
- ❖ Organización de la información
- ❖ Resultados
- ❖ Análisis de la información en base a las teorías Etnográficas
- ❖ Conclusión

4.7 Análisis de los datos

En el primer acercamiento que se tuvo con la empresa se definió la factibilidad de poder realizar la investigación dentro de sus instalaciones, ya que al ser una empresa mediana, posee alrededor de 100 empleados, esto permitió un mejor trabajo de campo, que proporcione información fundamental de la organización. Es importante señalar que el nombre de la empresa, así como el de los trabajadores, socios y clientes son reales. Esta situación es contraria a uno de los principios básicos de la investigación científica, que es el anonimato, ya que todos los participantes fueron informados, y fue respondiendo a sus deseos que se incluyeron los nombres reales, ya que son personas interesadas en la temática y que tienen el deseo real de que “The Met”, sea una empresa socialmente responsable.

Se puede caracterizar al restaurante “The Met”, como una empresa mediana, que provee al público en general la venta de alimentos y bebidas, su particularidad radica en su tipo de comida ya que es de tipo internacional y vanguardista. Se encuentra localizado en el local 600 del centro comercial “Perisur”, ubicado en Av. Periférico Sur # 4690, en la colonia Jardines del Pedregal, en la delegación Coyoacán, en la Ciudad de México.

Este establecimiento tiene alrededor de tres años de antigüedad y ofrece servicio a sus clientes a partir de las 08:00hrs y hasta las 23:00hrs de lunes a jueves y de las 08:00hrs y hasta la 01:00hrs viernes y sábado.”The Met”, es la abreviatura en inglés para la palabra metropolitano y su traducción al español significa que tiene relación con la ciudad. La empresa se encuentra legalmente establecida ya que cuenta con un acta constitutiva que le otorga la razón social Matrix Control Alimentario S.A, de C.V. Con relación a su situación legal se señala que sus obligaciones fiscales se encuentran en orden y al día, puesto que los contadores y el personal administrativo se encarga de este punto.

Las características físicas del lugar son establecidas en un espacio abierto, con sonidos propios del lugar (conversaciones entre clientes, entre el personal y entre los empleados y los clientes), es un lugar luminoso, a simple vista, limpio, ventilado y muy visible al público, pues se encuentra en un área muy concurrida. El restaurante se encuentra rodeado por diferentes negocios que tienen el mismo giro (alimentos y bebidas) entre los que se encuentran están: Italianis, Dulce Mondo, Barrio Tinto y La Casa del Pastor, cabe destacar que “Barrio Tinto” y “La Casa del Pastor” cuentan con los mismos propietarios que “The Met”.

Debido al estilo “sin puertas” propio del lugar, se puede ingresar a él por distintos lugares, además de la entrada principal, ya que no cuenta con ninguna puerta o ventana que divida los espacios. Este lugar cuenta con cincuenta mesas destinadas a ofrecer el servicio de venta y consumo de alimentos y bebidas a sus clientes, además de contar con un decorado sencillo, puesto que podemos encontrar dos vinilos con el nombre del lugar, uno por la parte de afuera del negocio y otro por dentro en la parte superior, por otro lado, encontramos un decorado minimalista, únicamente se utilizaron fotografías de

diversas zonas y edificios del mundo., lo que hace suponer que su tipo de comida también es de corte internacional. Las respuestas sostienen que socios y clientes encuestados han escuchado hablar acerca de la Responsabilidad Social Empresarial y también son capaces de identificar el lugar de procedencia de esta información. La primera referencia que dan los socios es **“El Palacio Real”**, esta corresponde a una empresa que ofrece banquetes para eventos sociales y la segunda referida como **“La radio”**, identificada como un medio masivo de comunicación, al cual, numerosas personas tienen acceso. En el caso de los clientes también refirieron a un medio de comunicación como la forma en la que escucharon hablar de la RSE, haciendo énfasis en la televisión y en los periódicos como primera opción y a la academia como la respuesta con menores menciones. El caso de los empleados resulta completamente diferente, ya que 11 de los 18 encuestados mencionaron no haber escuchado hablar de este tema.

Al contar con un referente acerca de que socios y clientes si conocían sobre el tema de la RSE, se determino preguntar a los socios que es a su parecer, la Responsabilidad Social Empresarial, ellos contestaron de dos maneras diferentes, por un lado mencionaron que **“la empresa se responsabilice de manera voluntaria por sus acciones, mantener una buena imagen ante los empleados y clientes, contribuir con la sociedad y el medio ambiente”**, y por otro **“que la empresa realice acciones sociales y además que ayude a la comunidad”**. El punto en común en el cual coinciden los encuestados para referirse a la RSE, es **“contribuir con la sociedad y el medio ambiente”**. Esto quiere decir que, ambos socios relacionan el término de sociedad y medio ambiente dentro del concepto de RSE, y saben que es necesario que su empresa contribuya con la sociedad y el medio ambiente, para poder ser responsables socialmente.

Posteriormente, uno de los socios eligió entre las respuestas sugeridas para la pregunta, ¿para que una empresa sea socialmente responsable debería?, fue: **“Responder a la satisfacción de las necesidades del cliente en cuestión de calidad, precio y servicio. Buscando se dé una importancia significativa a su opinión, en cuanto a situaciones que tengan que ver con quejas, sugerencias o felicitaciones que promuevan la eficacia”**. Y el otro

empresario selecciono junto con la totalidad de los clientes, la respuesta que tenía que ver con **“satisfacer las necesidades de sus clientes con productos de excelente calidad, tener precios accesibles, ofrecer un buen servicio con personal capacitado y cumplir con todas las especificaciones de ley, que requiere una empresa en su ramo. Además de que las relaciones obrero/ patronales sean cordiales y procuren compensaciones mayores a las establecidas por la ley del trabajo y mantener algunas prácticas de responsabilidad social”**. Las respuestas concuerdan en el punto en que la empresa socialmente responsable **“debería satisfacer las necesidades de sus clientes con productos de calidad a precios accesibles además de un buen servicio”**. En relación a esta apreciación, Alejandro quien es el Chef, considera que la empresa para la que trabaja es socialmente responsable porque:

Alejandro: “The Met”, es un restaurante de alta calidad en los platillos que prepara y ofrece a sus clientes, los productos son supervisados en aspecto, olor, color y sabor. Manejamos un equilibrado uso de los ingredientes en cuanto a su consistencia y sabor, las porciones son pesadas con exactitud y rigurosidad. Nos esforzamos en capacitar y evaluar mensualmente al personal de cocina, si cuidamos lo que vendemos, cuidamos al cliente, cuidamos al restaurante y así cuidamos nuestro trabajo, por eso es una empresa socialmente responsable. Empleado de cocina (Chef). Extracto de entrevista realizada el 29/6/15.

Es un hecho constatado que el cliente es de vital importancia para los socios y ciertos empleados de este restaurante, así como también lo es, la manera en que relacionan la responsabilidad social empresarial solo con la idea de ofrecer calidad en sus productos y un excelente servicio, pero “The Met” dejo de lado el compartir con los clientes la posibilidad de utilizar productos o envases que puedan ser reutilizados, así como las repercusiones a su salud que puedan tener el consumo de sus productos (alcohol, carne roja, conservadores, etc.).

Cuando se les cuestiono a los socios si consideraban que la responsabilidad social es un tema importante para el servicio que ofrece su empresa. Los dos encuestados contestaron de manera afirmativa, ya que para uno su función era “ayudar en la calidad, el cliente y el medio ambiente” y para el otro tenía que

ver con “enfocarse en el cliente”. En otras palabras, la responsabilidad social es considerada un tema importante porque en esencia, **“es parte de un beneficio hacia los clientes”**. Estas declaraciones, contrastan con lo que a su parecer es la RSE, ya que, como se manifiesta más arriba los socios convergen en la afirmación de que para ser responsable socialmente, se debe **“considerar a la sociedad y al medio ambiente como un elemento fundamental de su significado”**. Basado en la observación, como se menciono anteriormente, el interés primordial de los socios es el cliente. La empresa con responsabilidad social empresarial que se preocupa e involucra a sus clientes en su proceso productivo toma en consideración las Directrices que propone las Naciones Unidas para la Protección del Consumidor (1999) algunas de las que se pueden incluir en este caso son:

Seguridad. Derecho a consumir productos no peligrosos y a estar protegidos frente a los procesos de producción.

Estar informado. Acceso a la información adecuada para tener decisiones fundamentadas, estar protegidos de publicidad engañosa.

Ser compensado. Disponibilidad de una compensación para el consumidor, en forma equitativa ante demandas justas incluidas la mala presentación, productos en mal estado o un servicio deficiente.

Educación. La educación al consumidor incluye temas sobre impactos ambientales, sociales y económicos así como los derechos y obligaciones de las elecciones de los consumidores, permiten tomar decisiones fundamentadas.

Respeto al derecho a la privacidad. Extraído de la Declaración Universal de los Derechos Humanos artículo 12, estipula que nadie será objeto de injerencias arbitrarias en su vida privada, su familia, su domicilio o correspondencia.

Promoción del diseño universal. Diseñar productos y entornos que puedan ser utilizados por todas las personas en mayor medida, sin necesidad de adaptaciones o diseño especializado.

Como ya se menciona “The Met” satisface algunos de los puntos elementales de la RSE y es probable que esta empresa no cumpla con todos los aspectos de una empresa socialmente responsable por desconocimiento, por negligencia o por no tener la capacidad de actuar, aun conociendo los alcances de sus acciones. También es posible que desconozcan o no estén interesados en conocer los posibles riesgos asociados a los productos que ofrecen.

Posteriormente cuando se formuló la pregunta ¿considera que su empresa tiene un comportamiento de respeto por la sociedad y el medio ambiente?; ambos socios contestaron afirmativamente. Puesto que **“consideran que su empresa en verdad tiene un comportamiento de respeto por la sociedad y el medio ambiente”**. Esta afirmación difiere con lo observado por el investigador, ya que en el manejo de residuos estos se separan en materiales orgánicos e inorgánicos únicamente, no se separa el vidrio, el plástico, el aluminio, el cartón o el papel, ya que estos últimos pueden ser reusados, reciclados e incluso reutilizados.

Esto confirma la información que proporcionaron los empleados de esta empresa cuando se les pidió su opinión sobre los puntos que, a su consideración, debería poner en práctica esta empresa para ser socialmente responsable. Ya que 11 de los empleados encuestados respondieron que **“la empresa debería reducir, reciclar y reutilizar para cumplir con los principios básicos de la responsabilidad social empresarial”**. La empresa utiliza artículos desechables, y desconoce el uso de productos biodegradables y sustentables en sus pedidos para llevar, maneja un desperdicio considerable de cajas de cartón, latas de diferentes tamaños y varios kilos de bolsas plásticas. Aunado se pudo observar, que la cocina se divide en dos partes, el segmento del frente se encuentra justo al lado del bar en apariencia parece estar dividida, debido a que el lado que da hacia el área de comedor es donde se preparan las salsas, a esta zona se puede ingresar sin necesidad de utilizar una de las herramientas distintivas entre los cocineros (la cofia o red), esto puede provocar que caiga algún cabello en los ingredientes y esto a su vez, pudiera contaminar alguno de los platillos. Ahí también se encuentra el lavavajillas y el área donde se retira toda la comida de los platos (descamochar) antes de enviarla al lavavajillas el empleado que se encarga de

introducir y amontonar la loza “limpia” (platos, tazones y cubiertos) que salen del lavavajillas, no se cerciora de que pudieran quedar residuos o manchas en los utensilios. Del lado izquierdo, se advierte el área de cocina, donde se manipulan las estufas, las parrillas y los hornos, básicamente todo lo que tiene que ver con la preparación de la comida, en este espacio constantemente hay residuos de comida, agua, jabón o aceite, es notable el latente riesgo en el que se encuentran los empleados de esta área, y aunque el piso es constantemente aseado y cuenta con una tarima plástica para evitar resbalones, estas medidas no evitan tropiezos, derrames o incluso algunas caídas.

En este punto vale mencionar que “The Met” no cumple con los requisitos de seguridad, ya que una empresa con RSE debe ir más allá de los requisitos mínimos de seguridad, cuando hay evidencia de que se puede poner en riesgo la integridad física de los empleados o proveedores por la omisión o desconocimiento de que requisitos más exigentes lograrían un nivel de protección mayor y una disminución en el número y gravedad de los accidentes,

Aproximadamente hay veinte empleados dentro de esta área donde siempre se encuentra un supervisor ya sea el chef o el subchef; también dentro de este lugar se pueden encontrar diversos “posters” o imágenes adheridas a las paredes, que muestran cómo deben prepararse paso a paso cada platillo y su presentación final al cliente, así como las mínimas reglas de higiene y de sanidad requeridas. En relación a la educación ambiental o higiene personal no se encuentran especificadas, en este caso solo se consideran con relación en aspectos laborales, las cuestiones culturales, físicas o cívicas se omiten. Ante esta situación, se entrevistó a Leslie quien se desempeña como ayudante de cocina desde hace nueve meses.

Leslie: Cuando llegue al trabajar aquí, me dijeron que trajera mis cuchillos, no son muy estrictos en la limpieza del uniforme, nos revisan si nos cortamos las uñas, y si nos bañamos y hasta si nos ponemos perfume (está prohibido) y si tenemos limpia la filipina (bata), ellos nos dan la cofia (red para detener el cabello) pero nos dejan trabajar aunque tengamos gripa o estemos enfermos porque no hay personal. Los platillos no son difíciles de preparar y el chef tiene

un álbum con todos los platillos de la carta, los ingredientes que necesita y la forma en que deben de salir de la cocina, nos hacen un examen a los dos meses de que entramos, para ver si ya aprendimos “todo”. Si vamos subiendo de calificación en los exámenes podemos subir de puesto, o cambiar de área (fría-ensaladas, caliente-sopas, panadería.). Empleada de cocina. Extracto de entrevista realizada 29/6/15.

Esta situación provoca malestar entre los empleados de la cocina, ya que se percibe cierto desgano y desinterés de su parte al realizar sus actividades diarias. Dada la proximidad que se pudo tener, al ser parte de los empleados de esta empresa, esto permitió comprobar que no se cuenta con los procesos que deben sostener los principios del restaurante, ya que no se encuentran detallados para cada puesto, pues al no contar con un manual de operaciones que describa la manera correcta de desarrollar cada actividad dependiendo del puesto, estas se realizan de manera confusa, insegura y poco profesional. Es por ello que la capacitación de un nuevo miembro que ingrese a la empresa, requiere información, práctica y supervisión, ya que son constantes las inconformidades de los clientes al ser atendidos por el personal en capacitación.

La RSE promulga por prácticas laborales justas y estas comprenden todas las políticas y prácticas relacionadas con el trabajo que se realiza dentro, por y en nombre de una empresa (IMNC, 2011). En “The Met”, como ya se argumentó, falta capacitación, opciones de desarrollo, así como la confusión y desinterés en la realización de las funciones de los empleados; esta situación permite incluir en estas prácticas, los principios propuestos por la Declaración de Filadelfia de la OIT (1944) la cual señala que el trabajo no es una mercancía y que los trabajadores no deben ser tratados como un medio de producción, ni mucho menos deben estar sujetos a las mismas fuerzas del mercado aplicadas para las mercancías. Cada persona tiene derecho a ganarse la vida con un trabajo escogido libremente y tiene derecho a condiciones laborales justas y favorables. Razón por la cual, “The Met” tomará en consideración crear fuentes de empleo, incrementar el desarrollo personal y profesional de sus empleados y mejorar sus condiciones de trabajo. Es innegable la importancia del empleo en el desarrollo humano, como empleador, un restaurante contribuye con el

incremento del nivel de vida de sus empleados y con el desarrollo de la sociedad en general.

Continuando con las actividades del restaurante, es importante describir que al lado derecho de la cocina se encuentra el bar, este es un lugar bastante reducido debido a que está situado en un pasillo estrecho y prolongado, no cuenta con muchas posibilidades de movilidad para los empleados, por lo que se ha podido constatar hay dos encargados de esta área (Concepción y Pedro), quienes atienden y dan el servicio de bebidas en un horario consecutivo (todo el tiempo en que se encuentra abierto el establecimiento). El bar también cuenta con un pequeño almacén para satisfacer de manera inmediata las necesidades de esta área, se puede observar que este lugar tiene una barra en la parte inferior para la preparación de bebidas y en la parte superior se encuentran unas alacenas donde se guardan los vasos, las bebidas alcohólicas, entre otros. Al preguntarle a Concepción que opinión tenía sobre su área de trabajo ella comento:

Concepción: No se puede trabajar bien aquí, es muy incomodo y algo peligroso para nosotros, tenemos que agacharnos para no pegarnos con las alacenas además de que tenemos que trabajar muy apretados en un espacio chiquito, hay que tener mucho cuidado con los cuchillos y cuando se rompe un vaso, o cuando se cae una cascara para que no nos resbalemos los dos, además de que hay que secar rápido si se cae alguna bebida porque deja pegajoso el piso y menos se puede trabajar. Empleada de bar. Extracto de entrevista realizada 2/7/15.

A simple vista se comprueba que Concepción tiene fuertes argumentos para demostrar que su percepción de incomodidad y peligro es razonable, ya que constantemente cae agua y jabón al suelo, así como fruta y diversas sustancias que pueden provocar accidentes, ya sea por resbalones o por la manipulación de cuchillos, botellas y vasos de vidrio; eso sin contar con la constante amenaza de golpearse con muebles y latas, por la falta de espacio. Los empleados laboran en espacios reducidos donde están propensos a situaciones de riesgo y hacinamiento, eso sin contar con la poca oportunidad para trabajar sin sentir invadido su espacio vital (ver anexo 2, foto 2).

Según el (IMNC, 2011) una empresa debe proporcionar a sus empleados condiciones de trabajo decentes en relación a salarios, horas de trabajo, descanso semanal, vacaciones, salud, seguridad, protección de la maternidad, conciliar la vida laboral y la familiar y cuando sea posible permitir el cumplimiento de tradiciones y costumbres nacionales y religiosas. Al incumplir con estas disposiciones la empresa tendrá que reorganizar sus espacios y horarios laborales para poder cumplir con estas acciones, además proporcionar mejores condiciones de trabajo para sus empleados.

Cerca de esta área, se encuentra la cámara de congelación dividida en dos partes, en la primer puerta con una temperatura de -20°C encuentran los productos que necesitan permanecer congelados, en la segunda puerta con una temperatura mayor están los alimentos que son principalmente carne, pollo pescado, frutas, verduras y lácteos. Este espacio permanece cerrado, su interior se observa bastante limpio y organizado, todo lo que se encuentra almacenado ahí cuenta con una etiqueta que informa cerca de su fecha de elaboración y la de expiración. Además de que algunos productos no se mezclan para no alterar olores o sabores. Gracias a la observación participante se pudo detectar que gran cantidad de los productos que se encuentran almacenados en esta área carecen de información de sus lugares de origen, los productos frescos que son surtidos diariamente como: carne, pescado, mariscos, lácteos, frutas, verduras y pollo son distribuidos por comerciantes cercanos, pero estos no especifican la procedencia de sus productos.

Es en estas circunstancias, que surge la idea de cuestionar una de las características representativas de la RSE, que es la difusión del consumo sostenible, concepto promovido por la Declaración de Río sobre Medio Ambiente y Desarrollo (1992) la cual establece que para alcanzar el desarrollo sostenible y una mayor calidad de vida para todas las personas, los Estados deberían reducir y eliminar los patrones de producción y consumo insostenibles. Este concepto también incluye la preocupación por el bienestar de los animales. Razón por la cual, el rol de una empresa dentro del consumo sostenible y por añadidura de la RSE, surge de los productos y servicios que ofrece, sus ciclos de vida, sus líneas de almacenamiento, distribución y entrega y en la medida de lo posible proveer a los clientes información sobre aspectos

relacionados con el uso de organismos genéticamente modificados, así como el uso de etiquetados fiables, eficaces y verificados.

Regresando al área de servicio a un lado del bar están los sanitarios para los clientes; están indicados por unos pequeños señalamientos que proporcionan una guía para ubicar este servicio; cabe señalar que si un cliente se encuentra alejado de este lugar o si no tiene una buena vista probablemente le costara trabajo encontrar el sanitario para llegar, hay que subir unas escaleras que en sus escalones tienen adheridos tiras antiderrapantes y no cuentan con barandales; subiendo se encuentra un extintor y otras señalizaciones (ruta de evacuación, no fumar), algo que llama poderosamente la atención es que cada una de las puertas de acceso no tiene ningún tipo de indicación que permita distinguir cuál es de caballeros y cuál es de damas; solo cuentan con una fotografía de estatuas griegas representando cada género. En la entrevista realizada a Leticia, clienta del restaurante, menciona lo siguiente:

Leticia: Es la segunda vez que vengo a comer a este lugar, y la verdad es que siempre me confundo con las puertas de los sanitarios y para no equivocarme tengo que preguntar cuál es el de damas. Está bien que el restaurante quiera ser “fashion” (estar a la moda), pero es fácil que nos confundamos si las imágenes no son claras, además de que no tiene barandales. Creo que es algo irresponsable por parte de los dueños del lugar. Clienta del restaurante. Extracto de entrevista realizada 6/7/15.

La comunicación es uno de los elementos más importantes de la RSE, situaciones que en apariencia son sencillas e inofensivas pueden llegar a alterar la comunicación entre la empresa y sus clientes. Se deben abrir espacios para el diálogo y la retroalimentación ya sea por medio de anuncios, sitios web, etiquetas, reuniones, eventos públicos, correos electrónicos, por mencionar algunos.

Al ingresar al baño de damas es notorio que el espacio es muy reducido y que solo hay dos inodoros, dentro de las cabinas se puede observar que cuentan con una señalización que recomienda “lavarse las manos después de utilizar el sanitario”, en este lugar también se encuentra con tres lavamanos, un dispensador de jabón líquido y un dispensador de toallas sanitas electrónico;

además de que cuenta con un cambiador para bebés. También se puede notar que detrás de la puerta (del lado de los sanitarios) se encuentra un pequeño pizarrón que contiene los horarios de limpieza de los empleados. Se cuentan con dos encargadas de limpieza (las dos son mujeres). Es relevante mencionar que esta zona se encuentra en el primer piso, no cuenta con alguna otra vía de acceso para que personas con discapacidad puedan acceder a ellos de manera inmediata; además de que no asigna o se tiene habilitado ninguno de los otros cubículos para personas con necesidades diferentes (ver anexo 2, foto 1). En otras palabras, el restaurante carece de accesos adecuados o mobiliario disponible para personas discapacitadas o con diferentes necesidades.

Dentro de la RSE se contempla que una empresa debería contribuir a garantizar que se otorgue dignidad, autonomía y plena participación en la sociedad a hombres y mujeres con discapacidad, al respecto el (IMNC, 2011). Menciona que “The Met” debería considerar llevar a cabo disposiciones razonables para la mejor accesibilidad de sus instalaciones.

Continuando con el recorrido y en relación a los residuos sanitarios, estos son evacuados constantemente aproximadamente cada dos o tres horas al día. En uno de los muros del sanitario se lee una indicación que pide “cuidar el agua”, no se hace mención del cuidado de la luz, del desperdicio de jabón o del desecho correcto de las toallas sanitarias. Estas acciones confirman la respuesta que dan la mayoría de los clientes cuando se les preguntó si consideraba que esta empresa respetaba a la sociedad y al medio ambiente, a lo que ellos contestaron que “algunas veces lo han considerado”, se infiere que “solo algunas veces” se relaciona que las acciones de RSE no son constantes ni contundentes.

La empresa puede mejorar su desempeño ambiental a través de la prevención de la contaminación midiendo, registrando e informando acerca de sus significativas fuentes de contaminación reduciendo el consumo de agua y electricidad y la generación de residuos. A “The Met” le incumbe promover la sensibilización sobre este tema para suscitar un aprendizaje adecuado que

apoye los esfuerzos ambientales dentro de la empresa y sobre todo en su área de influencia.

En otro de los espacios que permite el acceso a la oficina, se sube por una escalera de metal con barandales, esta no cuenta con tiras antiderrapantes y se debe tener mucho cuidado al ascender y descender debido a que se encuentra algo endeble, solo se puede subir de una persona a la vez ya que el espacio es reducido, aunado a esto, la estructura de la escalera es en espiral (ver anexo 2, foto 3); justo cuando finalizan los escalones se encuentra el sanitario de empleados el cual es individual y se utiliza de manera indistinta por hombres y mujeres. Los empleados tienen prohibido utilizar el sanitario de clientes. Los sanitarios de empleados son excesivamente reducidos; están poco aseados y tiene letreros que prohíben fumar sin embargo no hay ninguno que refiera a cuidar el agua, la luz, el papel o que promueva el buen estado del sanitario. Los recursos son limitados para esta área, se limpia una sola vez al día dejándose ver el piso envolturas, pisadas, comida o chicles. Al salir se encuentran los casilleros de los empleados, hay dos espacios, cada uno de los cuales contienen alrededor de veinte estantes cada uno, lo que hace un total cuarenta lugares; no todos los empleados cuentan con uno propio, lo cual llega a provocar rencillas o reclamos de los empleados a los supervisores. Ante esta situación, Armando expresa su disgusto.

Armando: Llevo trabajando aquí casi año y le pedí un casillero al capitán y me dijo que cuando uno se desocupara me lo daría, pero llego una mesera con menos tiempo que yo y se lo dio a ella. Cuando le reclamé porque se lo había dado a ella, me dijo que se lo había pedido al gerente y el ya no pudo hacer nada para dármele a mí, la verdad me enoje mucho y ya mejor agarre uno cuando lo vi vacío. Empleado de comedor (mesero). Extracto de entrevista realizada 30/6/15.

Es común encontrar descontento e inconformidad en los empleados, llegan a presentarse situaciones de injusticia por parte de los supervisores, incluso del gerente mismo. La relación laboral en el restaurante “The Met” ha demostrado no encontrarse en los mejores términos ya que los derechos laborales de cada empleado según su puesto se respetan, no siendo así con las obligaciones, estas se encuentran confusas y en la mayoría de los casos, los empleados

consideran que sobrepasan las actividades de su puesto. En otros casos existe favoritismo, siendo más notable con las empleadas ya que para algunas, sus atribuciones al interior del restaurante exceden a las del puesto designado, generando controversias y creando división e inconformidad entre los empleados. Estas acciones difieren notablemente con las respuestas proporcionadas por los socios, sobre la pregunta que los cuestionaba sobre hacia qué grupo de personas o ámbito social consideraban que debería orientarse la responsabilidad social empresarial, ambos mencionan que es hacia la sociedad en general y los clientes. Por otro parte, los clientes consideran que la orientación debería ser hacia los empleados y el medio ambiente. Y por último los empleados, consideran que la disposición debería ser hacia la sociedad en general y los mismos empleados. La tendencia general apunta que **“la orientación de la responsabilidad social empresarial debería guiarse hacia la sociedad en general y los empleados de la empresa”**.

La orientación primordial que sigue una empresa con RSE es poder contribuir al desarrollo sostenible y este consiste en alcanzar la sostenibilidad de la sociedad en su conjunto y del planeta. La sostenibilidad se logra integrando los aspectos sociales, económicos y ambientales y estos se asocian con la sostenibilidad de sociedad en su conjunto (IMNC, 2011).

Continuando por el pasillo, de frente a la oficina se encuentra el almacén, este es un sitio muy amplio, debido a que aquí se encuentra un espacio designado para la encargada de almacén (una computadora donde se hacen los pedidos de los ingredientes y materiales que requiere el restaurante para abastecerse); dentro de él se encuentran tres estantes extensos, con ocho amplios compartimientos cada uno, dentro de estos es donde se guardan los productos después de etiquetarse. En el transcurso del día muchos proveedores entran al almacén para entregar los pedidos hechos; aquí se encuentran desde productos lácteos, hasta los aderezos para los distintos platillos; además de que este, también cuenta con un refrigerador propio en el que usualmente se guardan los diferentes pasteles que se elaboran dentro de la panadería, los pasteles llegan a permanecer en refrigeración en un promedio de ocho a quince días, dependiendo de la conservación para cada tipo. Dentro del

almacén también se cuenta con un área de rechazo de productos en mal estado, los enlatados usualmente son rechazados, cuando las latas han sido golpeadas y pueden ocasionar botulismo (intoxicación producida por la ingestión de alimentos envasados que están en malas condiciones, en especial embutidos y conservas) también existen pequeños carteles informativos acerca de lo que es esta enfermedad y sus causas. Carolina la encargada de esta área considera que la empresa para la que trabaja es socialmente responsable.

Carolina: "The Met", es un restaurante que se preocupa por la calidad de los productos que ofrece a sus clientes, tiene una zona para quitar los productos en mal estado o pasados. Manejamos las etiquetas con fechas de elaboración y caducidad que diario son revisadas, se tiene mucho cuidado cuando se recibe la mercancía de los proveedores. El pan y los pasteles se rotan diariamente para que no se queden y se echen a perder. Si la empresa cuida lo que vende, entonces cuida a sus clientes y por eso es socialmente responsable. Empleada de almacén. Extracto de entrevista realizada 1/7/15.

Este es el mismo razonamiento que tienen los socios, ya que a su parecer su empresa satisface las necesidades del cliente en cuanto a responsabilidad social, cuando ofrece productos de calidad a precios justos y ofrece cumple con la ley y está al día con sus impuestos. En cambio los clientes y los empleados en su gran mayoría consideran sus necesidades satisfechas cuando la empresa ofrece productos de calidad a precios justos y se mantiene una buena imagen entre los empleados y los mismos clientes. Esta semejanza es algo inquietante puesto que en el día a día, y como pudo ser constatado. Los intereses en común entre empleados, socios y clientes no son compatibles en algunas ocasiones. El socio y el cliente priorizan su necesidad-satisfacción, y a veces se sacrifica la dignidad y autoestima del empleado. Los conflictos entre los clientes y los empleados, tienen el sello de "El cliente siempre tiene la razón", la negociación y la asertividad son sustituidas por la sumisión, la aceptación de la culpa y el silencio, esto con la finalidad de evitar que el cliente se vaya a otro restaurante, o peor aún, que comience a esparcir mala publicidad acerca del servicio que ofrece el lugar. Es evidente el desgano, la desconfianza, y el desinterés por parte de los meseros ante situaciones como esta; se requiere un trato cercano y de confianza entre empleados, clientes y

socios para que cada uno de estos tres grupos pueda desarrollar su función dentro de la empresa de la mejor manera posible.

Dentro de una empresa es inevitable que surjan conflictos que involucren a empleados y clientes, ya que estos últimos, pueden llegar a sentirse engañados o insatisfechos ante escenarios que no cumplan sus necesidades ya sea por la calidad productos, la eficiencia del servicio, los costos entre otros. La RSE sugiere que la empresa no se involucre en prácticas que puedan ocasionar confusión, desconfianza, engaños, injusticias u omisiones que puedan afectar la confianza de los consumidores y en consecuencia fomente una situación de crisis entre empleados y clientes (IMNC, 2011).

En otro de los espacios del establecimiento, justo dentro del almacén se encuentra la panadería, este es un lugar bastante reducido para la labor que se desempeña en este lugar; en su interior se mantiene una temperatura muy alta, debido a la constante manipulación de hornos para elaborar los diversos panes que se sirven a los clientes, algo notorio es que los empleados no cuentan con ningún tipo de clima o ventilador dentro de este lugar y que en pocas ocasiones tienen oportunidad de dejar su puesto de trabajo; el lugar tiene dos extractores que tienen en los bordes cochambre; además de que algún empleado de esa zona deja a simple vista y sin cubrir sus tenis, aunado a eso, la encargada de la panadería se encuentra realizando sus actividades en pantuflas. De nueva cuenta, estas acciones difieren de la pregunta de si la responsabilidad social en su empresa era escuchar y tomar en cuenta en sus empleados, a la cual la mayoría de los encuestados contesto que **sí**, que se sentían tomados en cuenta, pero realizan sus actividades en un lugar con temperaturas extremas y sin ningún tipo de ventilación. Lo que se puede deducir de esto, es que la línea de mando (socios, gerente, supervisor) demuestra poca empatía sobre las condiciones de trabajo, ya que no son las adecuadas para los empleados que se encuentran en el área de panadería, **las relaciones familiares no son consideradas importantes para los fines de la empresa**, las prácticas culturales por parte de los empleados como (utilizar la tortilla como cuchara, tener imágenes de santos en la cartera, usar un paliacate para limpiarse el sudor, incluso el uso de palabras en dialectos (lengua nativa del lugar donde se nace), usar escapularios o realizar algún tipo de ritual) son motivo de mofa y

discriminación por parte de algunos empleados, ya que los estigmatizan con “sobrenombres” (adjetivos calificativos, que en ocasiones son despectivos referentes a su fisionomía, región de origen, lenguaje, o si no comparten el mismo estilo de vida), por ejemplo (poblano, pipope, chundo, francés, chupitos, doña pelos, por mencionar algunos.), ellos pueden ser excluidos e incluso rechazados por sus pares y superiores. Es también notorio que los empleados de nuevo ingreso en cualquier área, son excluidos y discriminados por los de mayor antigüedad, la capacitación que se les ofrece a los de nuevo ingreso consiste, solo en observar todo una semana el trabajo realizado por un empleado de mayor experiencia, la supervisión es a distancia, no se involucran los supervisores ni el gerente.

Dentro de la empresa hay personas que sufren discriminación por su identidad cultural y su edad. La RSE contempla que una empresa debe evitar tales prácticas y sería favorable que se comprometiera en contribuir con la eliminación de dichos prejuicios (IMNC, 2011).

Continuando con el recorrido, en el salón principal (comedor) se encuentra la caja muy cerca de la entrada, este es solo un pequeño cubículo en el cual, solo se encuentran una o a veces las dos encargadas (Adriana y Claudia), en la entrevista que se le realizó a Claudia, se le pregunto cuál era a su parecer la principal razón para que esta empresa sea socialmente responsable:

Claudia: La verdad es que yo no les creo, porque si realmente se preocuparan por la sociedad, los empleados, los clientes y el medio ambiente, nos darían un mejor sueldo, algún tipo de premio por hacer un buen trabajo, por no faltar, ni llegar tarde o por lo menos nos regalarían la comida, antes que tirarla.
Empleada de caja. Extracto de entrevista realizada 2/7/15.

En relación a lo anterior, “The Met”, manifiesta una serie de conflictos internos que entorpecen de manera sustancial su operación. Las evidencias que respaldan esta aseveración, se basan en las entrevistas realizadas directamente al personal donde se pudo comprobar la inconformidad que muestran los empleados al no sentirse tomados en cuenta ni laboral ni personalmente. Los favores y permisos son condicionados por simpatías,

actividades extra laborales, calidad en el trabajo, aspecto y género, tal y como lo menciona Armando:

Armando: El restaurante ha subido de puesto a algunos meseros. Pero en sueldos no son parejos, las mujeres y los hombres no ganamos lo mismo, aunque los dos seamos meseros, tengamos las mismas responsabilidades, las mismas talachas (actividades de limpieza y organización del restaurante) y trabajemos las mismas horas, si hay diferencia entre cuánto gana una mesera y cuanto gana un mesero, ellas ganan más". Empleado de comedor (mesero).
Extracto de entrevista realizada 1/7/15.

La RSE alude a que una empresa no debe contribuir a prácticas discriminatorias ejemplificadas a través de sus relaciones, se deben analizar las formas en las que interactúa con las mujeres en comparación con los hombres, y considerar si las políticas y decisiones en este sentido son objetivas o reflejan prejuicios estereotipados. A las empresas les corresponde realizar acciones encaminadas a prevenir el acoso, la igualdad de oportunidades para trabajadores jóvenes y mayores y la igualdad de oportunidades laborales (IMNC, 2011).

Es pertinente mencionar que la mala comunicación es una de las razones por las cuales algunos empleados están desinformados sobre aspectos importantes de la empresa, se afirman o niegan cosas sin tener certeza en la información. Este clima laboral ha perjudicado la salud física y emocional de algunos empleados, mostrando síntomas de frustración, conformismo y pesimismo, así como problemas estomacales, agotamiento, dolores de cabeza, hasta ausentismo. Algunos empleados cuentan con habilidades y capacidades que van más allá de las requeridas en sus puestos y que son desaprovechadas. Esta es una clara señal que indica que si la empresa a la que se pertenece, desdeña las relaciones sociales de uno de sus grupos de interés, pasa a ser una empresa sin sentido de pertenencia o identidad por parte de sus trabajadores. Lo anterior se relaciona con una práctica al parecer común entre los meseros y los cocineros, ya que cuando creen que los supervisores, los clientes o el gerente no los ven toman bebidas alcohólicas escondidas, y para ocultar el olor mascan chicle, o suben a los sanitarios de

empleados, cepillan sus dientes y utilizan enjuague bucal. Esto demostró que existe una latente predisposición de los empleados a desarrollar adicciones.

La salud y la seguridad dentro de las prácticas laborales son parte fundamental de la RSE, esto implica que la empresa promueve y mantiene un alto grado de bienestar físico, mental y social de los trabajadores, previene daños en la salud de los empleados provocados por las condiciones laborales, además de adaptar el ambiente de trabajo a las necesidades fisiológicas y psicológicas de los trabajadores (IMNC, 2011).

En referencia hacia sus grupos de interés, cabe mencionar que en el establecimiento se pueden encontrar señalizaciones, tales como: “Ruta de Evacuación” y “No fumar” son claras las recomendaciones, y se transmite un auténtico mensaje de preocupación o interés por la integridad de los otros. Lo que a consideración de los socios encuestados necesita la empresa para aplicar o perfeccionar las prácticas de RSE se percibe de manera desigual, ya que para uno lo más importante es la asesoría directa en el tema de RSE y para el otro es incluir a sus grupos de interés. **“Las similitudes que se pueden apreciar son el acceso a buenas prácticas o experiencias replicables y el trabajar en conjunto con sus empleados, aunque no es en equivalencia de importancia infiere puntos de encuentro”**. Para la mayoría de los clientes, lo que se necesita es la **“capacitación en estándares e indicadores, de acuerdo a la realidad mexicana y la toma de decisiones”**. Para los empleados no fue fácil consensar los elementos necesarios para aplicar o perfeccionar la RSE, pero los mencionados más de una vez fueron: **“informarse y conocer sobre la temática, asesoría directa en el tema de la responsabilidad social y toma de decisiones”**. Las respuestas de estos tres grupos fueron seleccionadas de jerárquicamente, la primer mención es considerada la más importante para el encuestado.

Incorporar la RSE dentro de la empresa requiere compromiso y comprensión en todos los niveles de la organización, la sensibilización sobre los principios de la RSE, la creación de cultura de RSE de manera integral en toda la estructura utilizando los valores y culturas existentes en la empresa (cultura organizacional), el involucramiento de las partes interesadas puede aumentar

el conocimiento, la educación, el aprendizaje y la comprensión sobre la temática (IMNC, 2011).

“The Met” tiene prácticas de RSE, esta información era desconocida por los socios, clientes y empleados, a través de esta investigación se pudo compartir esta información. Razón por la cual, se consideró apropiado indagar si las empresas deben publicar sus acciones de responsabilidad social. Las respuestas fueron diversas entre socios y clientes. Es clara la ambivalencia que generó esta pregunta, ya que para uno si es importante publicar las acciones de RSE que aplica su empresa, ya que de esa manera comparte con la sociedad lo que hace. Y para otro de los encuestados no se debe publicar, ya que los lectores podrían mal interpretar el verdadero sentido de la RSE de esta empresa. Los clientes, estuvieron de acuerdo en que **“las acciones sociales, se deben publicar, ya que dan reconocimiento y distingue al restaurante”**.

Como ya se menciona con anterioridad, la información la manera en que se comparte la comunicación es esencial para la RSE, es por ello que según él (IMNC, 2011), la información que se comparte debe ser:

Completa: abordará todas las actividades e impactos significativos relacionados con la RSE (IMNC, 2011),

Comprensible: será accesible para todos los grupos de interés, tomando en consideración los antecedentes culturales, sociales, educacionales y económicos de los destinatarios (IMNC, 2011).

Receptiva: la información responderá a los intereses de los grupos de interés (IMNC, 2011).

Precisa: contendrá datos correctos y proporcionará el detalle para que sea de utilidad (IMNC, 2011).

Equilibrada: la información será equilibrada y justa, no omitirá datos negativos de los impactos de las actividades de la empresa (IMNC, 2011).

Oportuna: la información no actualizada puede ser engañosa. la identificación del periodo comprendido permite comparar el desempeño actual de la empresa con el anterior (IMNC, 2011).

Accesible: la información deberá estar disponible para los grupos de interés y la sociedad en general (IMNC, 2011).

Los informes sobre RSE elaborados por la empresa pueden realizarse de distintas maneras no solo a manera de memorias, otras formas incluyen reuniones con las partes interesadas, cartas descriptivas de las acciones de RSE, información en la página web oficial de la empresa o incluso informes periódicos.

Asimismo, esta investigación generó una nueva perspectiva para trabajar la cultura en la empresa. A continuación se realiza un breve análisis de la cultura desde la Teoría de los Campos de Bourdieu (1997), quien define los campos sociales como espacios de juego históricamente constituidos, con sus instituciones específicas y sus leyes de funcionamiento propias; son espacios estructurados de posiciones las cuales son producto de la distribución inequitativa de ciertos bienes (capital) capaces de conferir poder a quien los posee. Esto se relaciona íntimamente con las interacciones generadas al interior del restaurante “The Met”, ya que al encontrarse inserto dentro un campo este puede ser definido como un espacio social, en otras palabras, como una red o una configuración de relaciones objetivas entre personas de diferentes posiciones socialmente definidas y en gran medida independientes de la existencia física de las personas que las ocupan. La especificidad de cada campo viene dada, según Bourdieu, por el tipo de recursos los que se pudieron distinguir al realizar la investigación fueron, el capital económico, el capital cultural. Descritos estos como: capital económico: el empleo, empresas, tierras, patrimonio, bienes materiales y el dinero. **Los empresarios**, al mostrar interés en hacer de su empresa una empresa con Responsabilidad Social Empresarial, gozan de una considerable holgura económica ya que la apertura y permanencia de una empresa, requiere cubrir costos importantes en cuanto a recursos materiales y humanos. Además de tener la posibilidad de asociarse o fusionarse con otras personas y organizaciones que permitan su expansión y que también cuenten con cierto capital económico, que les permita invertir y cubrir los costos financieros que sean necesarios, otro de los grupos que muestra una gran diferencia entre su capital económico son **los clientes**, quienes para poder acceder a un bien o un servicio deseado es requisito contar

con los recursos económicos necesarios para satisfacer sus necesidades y preferencias, esto dependiendo de su economía le podrá brindar la posibilidad de elegir entre más opciones.

Entre otro de los capitales percibidos durante la investigación se encuentra el capital cultural, este es heredado por la familia no solamente los medios materiales, sino que se hereda conocimiento el “saber hacer”, técnicas, modos, maneras de trabajar, de resolver problemas, se relaciona con viajes, educación, estudios, etc. Bourdieu define tres formas de este capital y son el incorporado (lo aprendido dentro de la familia), el objetivado (bienes materiales percibidos como un legado; libros, obras de arte, música, películas, etc.), el institucionalizado (todo aquello que es reconocido por una institución como diplomas, certificaciones, grados académicos, etc.), y el simbólico (cualquiera de los capitales mencionados anteriormente, que sea percibido por otras personas y que le otorgue distinción confiriéndole un valor), mismo que demostró su importancia dentro de la empresa y que fue manifestado tanto por empresarios, empleados y clientes; **con los empresarios** se manifiesta cuando estos tienen cierta visión y misión acerca de la empresa que desean construir. La cultura proviene de cada uno de los objetivos que persigue la empresa, esta nace en la familia y se fortalece con el entorno en el cual se relaciona el empresario. La visión que este tiene del mundo, será la que se encuentre plasmada dentro de la empresa; **el capital cultural institucionalizado** es aquel que demanda una empresa socialmente responsable y se refiere a todos los requerimientos jurídicos, medio ambientales, financieros, laborales, de calidad, protección civil y de salud que sean necesarios para el ramo en que se encuentre inserta la empresa y que cumplan con los principios básicos de la Responsabilidad Social Empresarial; **el capital cultural incorporado** se expone, cuando el empresario tiene una idea específica y clara acerca de lo que pretende ofrecer a su clientela, ya sea un servicio o un producto. Se informa y busca entre diferentes opciones, la que pueda concretar su ideal, poco a poco va dando forma a la representación de la empresa con responsabilidad social que tiene; **el capital cultural simbólico** se presenta cuando los empresarios están en la búsqueda de sobresalir y ser reconocidos

de otras empresas mediante el prestigio y status que pueda proveerles su producto o el servicio a los clientes que lo adquieren.

Otro de los actores sociales de relevancia para la empresa son los *empleados*, entre los capitales requeridos para este grupo se encuentra; **el capital cultural** es cuando el empleado que trabaja en una empresa que decide ser socialmente responsable, y posee cierta información sobre los procesos de separar residuos orgánicos e inorgánicos, además de contar con un conocimiento de las funciones específicas de su puesto, así como de sus derechos y obligaciones laborales. Además de contar con los conocimientos y la experiencia requerida para desenvolverse en la empresa; **el capital cultural incorporado** es manifestado cuando el trabajador tiene experiencia o ciertas habilidades específicas acerca de lo que puede ofrecer a su clientela, llámese servicio o producto. Se capacita con la información concerniente a la empresa y a las necesidades de los clientes, y busca entre diferentes opciones para desarrollar mejor su trabajo; **el capital cultural objetivado** este se da cuando los clientes reconocen y eligen a cierto empleado que los atienda, estos van en busca de la atención y la satisfacción de las necesidades que les otorga ser atendidos por un empleado que los haga sentir cómodos y especiales. Y por último, dentro de los grupos que son de vital importancia dentro de la empresa, se encuentran los *clientes*, quienes cuentan con diferentes capitales, tales como, **el capital cultural**, ya que cada persona tiene diferentes necesidades por cubrir, estas dependerán de su nivel socioeconómico, su cultura, su edad, su género y su contexto. La variabilidad de cómo satisfacer estas carencias están estrechamente relacionadas, con los procesos culturales que ha vivido cada uno de los sujetos; **el capital cultural objetivado** se da, cuando los clientes reconocen y eligen el logo, la marca el sabor, el producto o determinada característica específica, que representa o distingue a una empresa de otra en específico, y que cubre ciertas necesidades o preferencias de los clientes.

Finalmente se pudo determinar que, la diversidad en los campos que convergen dentro del restaurante “The Met”, pueden ser considerados como elementos fundamentales dentro del diagnóstico del trabajador (a) social esto con la finalidad de poder diseñar una estrategia de intervención más detallada.

Al explorar los campos perceptibles que involucran a los socios, a los empleados y a los clientes, es posible abordar con mayor profundidad las características específicas de estos grupos, esto con la intención de tener un mayor impacto al momento de implementar la estrategia requerida, pudiendo ampliarlos beneficios detallados en los objetivos de la intervención del trabajador(a) social para lograr contribuir con el nacimiento de una empresa con Responsabilidad Social Empresarial.

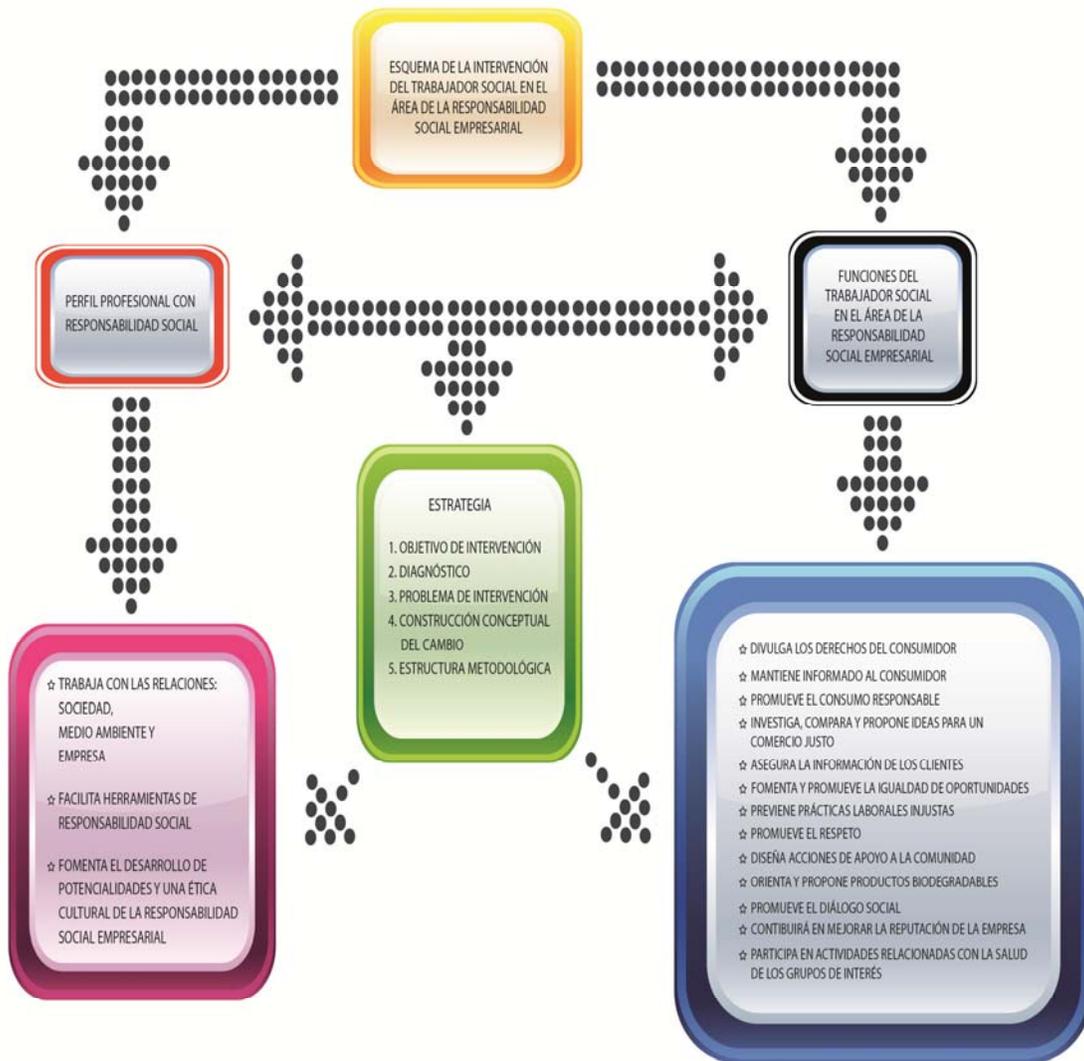
Capítulo 5

Estrategia de intervención para trabajado social en el campo de la empresa con enfoque en la Responsabilidad Social Empresarial

Como ya se mencionó en el capítulo anterior, es trascendental precisar que el trabajador (a) social busca intervenir en las relaciones sociales que se producen interna y externamente en la empresa, desde lo social y para lo social. Su intervención se basa en una investigación que le proporciona un diagnóstico de la situación, y examina las variables donde, a través de creativas e innovadoras estrategias, pueda generar una modificación de sus habituales procesos. Un cambio impulsado de manera pausada pero firme, concediendo a su intervención un significativo impacto social.

Razón por la cual, es necesario bosquejar un perfil profesional de Trabajo Social que responda a las necesidades requeridas para lograr una empresa socialmente responsable, así como para identificar y determinar las funciones que puede desempeñar en este campo, y que a su vez, le permitan responder a las diversas necesidades y problemáticas sociales en este rubro, diseñando creativas estrategias de intervención. Para ilustrar lo anterior, se presenta la figura 6:

Figura 6. Esquema de estrategia de intervención para trabajado social en el campo de la empresa con enfoque en la Responsabilidad Social Empresarial



Elaboración propia, 2015

A continuación, se desarrollarán con mayor detalle cada uno de los elementos descritos en este esquema: el perfil profesional, las funciones del trabajador (a) social y el diseño de la estrategia, que coadyuven a construir las bases de la intervención para la transformación de una empresa con responsabilidad social empresarial.

5.1 Perfil profesional del trabajador (a) social en el campo de la empresa con enfoque en la Responsabilidad Social Empresarial

El trabajo social en el campo empresarial identifica, diagnostica y contextualiza los problemas y las necesidades de la organización, de los trabajadores y de sus familias desde una perspectiva biopsicosocial y económica integral, para así, poder conocer las relaciones productivas y humanas, que motiven el aumento en la productividad de los trabajadores y por ende de la empresa. Aún cuando este perfil engloba las características fundamentales del trabajo social en el área empresarial deja fuera a la RSE, razón por la cual, el profesional en Trabajo Social que se dedique al área empresarial, contará con conocimientos teóricos y prácticos acerca de la RSE y de las diferentes maneras de aplicarla en la organización, por tanto, se propone que:

El trabajador (a) social en el campo empresarial debe especializarse en la intervención social que impulse la sensibilización, promueva la participación, y la corresponsabilidad de todos los actores sociales involucrados (grupos de interés) informándolos, capacitándolos y habilitándolos para la adopción, fomento y reproducción de la Responsabilidad Social Empresarial en cualquier contexto **“el trabajador (a) social trabaja con las variadas y complejas relaciones existentes entre la sociedad, el medio ambiente y la empresa. Su misión consiste en facilitar a todas las personas implicadas directa e indirectamente con la empresa una extensa gama de herramientas didácticas que fomenten el desarrollo pleno de sus potencialidades, logrando así emprender en sus vidas una ética cultural de responsabilidad social empresarial”**.

Anteriormente, las necesidades de la empresa eran otras, estas estaban centradas en un contexto sociopolítico diferente, la iniciativa empresarial se encontraba centrada solo en el desarrollo económico a través del proceso de industrialización. El Estado aumentó su nivel de intervención en las estructuras sociales y se instituyó como responsable de los derechos sociales de los ciudadanos. Las empresas, por su parte y dentro del marco del conflicto entre el capital y el trabajo tuvieron que incluir (en muchas ocasiones, incluso fueron

obligadas) medidas orientadas a favorecer determinados derechos de carácter laboral, popularmente conocidas como “obras sociales” (filantropía) con las que atender a las demandas de atención social de sus trabajadores. Según Soto (1991:243):

El trabajador (a) social respondía a la Política Social y la dirección que debía seguir era inspirada y decidida por los empresarios. Los Servicios Sociales de Empresa se concretaban en Obras Sociales, y no abordaban problemas estructurales. El TSE (Trabajo Social en la Empresa) era de carácter individualizado, dirigido al bienestar del trabajador y su familia y a la solución de problemas personales que pudiera plantear. No se abordaban con frecuencia problemas laborales. Los programas eran de carácter asistencial, enfocados hacia los más necesitados o a los que por sus peculiaridades se hacían acreedores de las prestaciones sociales.

Continuando con la tónica de que la empresa es una unidad económica y que obtener beneficios económicos es uno de sus principales propósitos, no hay que olvidar, como ya se señaló en el primer capítulo, que también se trata de una organización social donde se deben integrar y realizar los distintos elementos que la componen. Los trabajadores al ser considerados como simples recursos humanos, generadores de producción, son relegados como seres humanos con diferentes necesidades y propósitos, que tienen como uno de sus objetivos, lograr su desarrollo armónico en todos los aspectos de su vida.

Alcanzar el desarrollo humano integral no es tarea sencilla para nadie, sobre todo si la globalización (proceso económico tecnológico social y cultural a gran escala, que consiste en la creciente comunicación e interdependencia entre los distintos países del mundo unificando sus mercados, sociedades y culturas, a través de una serie de transformaciones sociales, económicas y políticas que les otorgan un carácter global, uniforme y estandarizado) predomina en el contexto actual. La integración de las economías y de las sociedades, no parece perjudicial para los trabajadores en apariencia, pero ya es del dominio público que esta popular “mundialización” ha instituido fuertes factores sociales que ponen en desventaja a

los países pobres, generando marginación, desigualdad, desempleo, desembocando finalmente en una crisis.

Por lo que respecta a las empresas y su inminente inclusión en los mercados internacionales, estas pueden proporcionar los medios adecuados para contribuir en el logro de este desarrollo actualmente existen un sin fin de normas, estrategias, sistemas de gestión, indicadores y guías internacionales que fomentan y promueven la RSE, el cuidado del medio ambiente y el desarrollo sustentable en los países (del primer mundo), ésta es la manera en que se puede aprovechar (a las posibilidades de cada país) esta cultura mundialista. Si se reflexiona con detenimiento se puede inferir que son los trabajadores sociales los profesionales idóneos que pueden concebir a la empresa, el medio ambiente y la sociedad como un todo. Razón por la cual, y para obtener el mayor provecho de su potencial, conviene plantear funciones específicas para este profesional en el marco de la Responsabilidad Social Empresarial.

5.2 Funciones del trabajador (a) social en el campo de la empresa con enfoque en la Responsabilidad Social Empresarial

Abordar el constructo de las funciones del trabajador (a) social en el campo de la empresa asumiendo como base la RSE, es una tarea trascendente y necesaria si se pretende trabajar con las variadas y complejas relaciones existentes entre la sociedad, el medio ambiente y la empresa, en este contexto postmoderno. Ámbitos en los cuales, el trabajador (a) social puede realizar funciones en pro de una empresa socialmente responsable, y a su vez colabora en dar respuestas a las necesidades de sus grupos de interés, del medio ambiente y de la sociedad en general. Como parte de esta investigación se consideró como grupos de interés a Clientes, Trabajadores y Empresarios de la empresa.

Clientes.- Según Andrade (1999:54) es un término que define “a la persona u organización que realiza una compra. Puede estar comprando en su nombre, y disfrutar personalmente del bien adquirido, o comprar para otro”. Aludiendo a esta

concepción y en específico con los clientes, el trabajador (a) social podrá realizar las siguientes funciones:

1. Divulgará de manera clara, didáctica, sencilla y contundente los principios básicos de los derechos del consumidor (PROFECO, 2015):

En México, los consumidores están protegidos por la Ley Federal de Protección al Consumidor. En el primer artículo de esta ley se reconocen como principios básicos de las relaciones de consumo. Con base en esta ley, la PROFECO reconoce al consumidor siete derechos: a la información, a elegir, a no ser discriminado, a la protección, a la educación, a la seguridad y calidad, y a la compensación. La protección a la vida y la salud no se cumple desde el momento en que consumimos miles de sustancias químicas añadidas a los alimentos procesados sin ser informados acerca de sus riesgos; mientras desconocemos la manera como contribuimos mediante nuestro consumo al deterioro del entorno, del planeta, de nuestra salud y de nuestra vida. Así, tampoco se ejerce plenamente el derecho a la educación y la información. Además, la reparación de daños provocados por el consumo de productos o servicios no es habitualmente cubierta por los proveedores, ya que los costos los asumen directamente los propios afectados o indirectamente los contribuyentes, cuando el Estado asume la responsabilidad de la reparación.

1.1 Derecho a la información: la publicidad, las etiquetas, los precios, los instructivos, las garantías y en general, toda la información de los bienes o servicios que se ofrezcan, debe ser oportuna, completa, clara y veraz (PROFECO, 2105).

1.2 Derecho a la educación: la información que se recibe en materia de consumo, conocer los derechos y saber de qué forma son protegidos por la ley (PROFECO, 2105).

1.3 Derecho a elegir: al decidir entre un producto o servicio y otro, nadie puede presionar o condicionar su venta a cambio de comprar

algo que no se quiere, o exigir alguno pago o anticipo sin antes firmar un contrato (PROFECO, 2105).

1.4 Derecho a la seguridad y calidad: los bienes o servicios que se ofrecen deben cumplir con normas y disposiciones en materia de seguridad y calidad (PROFECO, 2105).

1.5 Derecho a no ser discriminados: al comprar un producto o contratar un servicio, no pueden negarlo, dar un maltrato o discriminar por la raza, el sexo, religión, situación económica, orientación sexual, nacionalidad o discapacidad (PROFECO, 2105).

1.6 Derecho a la compensación: cuando se vende un producto o se ofrece un servicio de mala calidad, se tiene derecho a que se reponga por uno nuevo, o que el dinero invertido sea devuelto, así como recibir una compensación no menor del 20% precio pagado (PROFECO, 2105).

1.7 Derecho a la protección: se puede ser defendido por las autoridades y exigir la aplicación de leyes, así como organizarse con otros consumidores para defender intereses comunes (PROFECO, 2105).

2. Mantendrá al alcance del consumidor la información de productos o servicios socialmente responsables (estos resultan de un compromiso positivo en términos sociales, económicos y medioambientales, elaborados bajo los parámetros de un modelo de producción-consumo sustentable (Comercio Justo México, 2015)).
3. Promoverá el consumo responsable, entendido como “la inclusión de principios y valores al elegir un producto o servicio” (Comercio Justo México, 2015).
4. Investigará, comparará y propondrá ideas que garanticen un comercio justo “forma diferente de hacer comercio que se basa en la justicia social, la

calidad del producto y el cuidado de la naturaleza” (Comercio Justo México, 2015).

5. Asegurará el respeto al derecho a la privacidad de la información de los clientes, apegado al Art.12 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, que estipula que nadie será objeto de injerencias arbitrarias de su vida privada, su familia, domicilio o su correspondencia. Limitándose a recopilar datos de carácter personal e información que sea esencial para la provisión de los productos y servicios, o bien sea proporcionada con el consentimiento informado y voluntario del consumidor. Incluyendo esta información en un lugar visible a todo el público.
6. Investigará y promulgará por adecuaciones en el diseño de productos o entornos para que puedan ser utilizados por personas con alguna necesidad especial (rampa, elevador, sanitario, pasamanos, entre otros.)
7. Participará de las estrategias de marketing, buscando se haga hincapié en la responsabilidad social al proporcionar información objetiva e imparcial sobre los productos y servicios que proporciona la empresa, de manera que pueda ser entendida por los clientes.
8. Vigilará y orientará a la empresa, para que esta no se involucre en prácticas que pueden ser confusas, engañosas, fraudulentas o injustas, incluida la omisión de información esencial para los clientes.
9. Revisará e informará cuando se utilicen textos o imágenes que puedan promover estereotipos de género, religión, raza discapacidad, entre otros.
10. Participará de manera conjunta con el almacén para retirar los productos que sean detectados como un peligro imprevisto, que tengan un serio defecto o contengan información engañosa o incomprensible.
11. Generará acciones y alternativas para la resolución de controversias y conflictos de compensación con clientes inconformes.
12. Propondrá mecanismos de prevención de quejas, buscando eficientar las prácticas de respuesta y solución.

Todas las empresas sin importar su tamaño, giro o ubicación tienen obligaciones y responsabilidades con sus clientes o consumidores, si en sus prácticas diarias

integran la Responsabilidad Social Empresarial, a través de las funciones que realiza el profesional en Trabajo Social, es posible comenzar el incremento del consumo responsable. A continuación conozcamos las funciones para el Trabajo Social propuestas para el grupo de los trabajadores.

Trabajadores.- la Ley Federal del Trabajo (2012) en el artículo 8, define como “Trabajador es la persona física que presta a otra, física o moral, un trabajo personal subordinado”. Las funciones propuestas con este grupo incluyen:

1. Informar y orientar a los trabajadores acerca de cambios en las operaciones o la estructura de la empresa, buscando mitigar los impactos negativos o la deserción laboral.
2. Fomentar y promover la igualdad de oportunidades para todos los trabajadores sin importar el puesto, la edad o el género.
3. Promulgar por la protección en la privacidad de los datos personales de los trabajadores.
4. Prevenir prácticas laborales injustas, de explotación, de acoso o de abuso contra los trabajadores.
5. Participar e involucrarse con sindicatos y asociaciones para proporcionar condiciones de trabajo decentes en relación a salarios, horas de trabajo, descanso semanal, vacaciones, salud, seguridad, protección de la maternidad y conciliación de la vida familiar y laboral.
6. Proponer ampliar el acceso al desarrollo de las habilidades, formación, aprendizajes y oportunidades de todos los trabajadores y de ser posible de sus familias de manera equitativa.
7. Promover y apoyar la educación en todos los niveles, planeando y organizando diferentes actividades buscando erradicar el analfabetismo en caso de existir.
8. Diseñar actividades culturales que reconozcan e integren la diversidad y las tradiciones de cada quien, impulsando la empatía con la cultura organizacional de la empresa.

9. Promover el respeto y en la medida de lo posible la preservación de tradiciones y costumbres nacionales y religiosas de los trabajadores.
10. Impulsará el uso del conocimiento tradicional y el uso de la tecnología para el mayor desarrollo de las habilidades profesionales de todos los trabajadores.
11. Planificará e implementará estrategias que fomenten el uso eficiente de los recursos (desechos, luz, agua, empaques, entre otros) de la empresa.
12. Promoverá el cuidado de la salud en todos los niveles de la empresa (trabajadores y sus familias y de ser posible la comunidad cercana), fomentando un estilo de vida saludable con ejercicio, buena alimentación y la detección temprana de enfermedades.
13. Organizará y participará en campañas de salud sexual y reproductiva.
14. Orientará en la prevención y solución de adicciones.
15. Se involucrará y ayudará a que los trabajadores adopten y apoyen las actividades de responsabilidad social que la empresa acuerde.
16. Instruirá y orientará a los trabajadores para que en conjunto puedan identificar fuentes de contaminación y residuos relacionadas con su área de trabajo.
17. Implementará medidas orientadas a la prevención de la contaminación y a la separación de residuos.
18. Identificará y orientará a los trabajadores sobre el impacto de las actividades de su empresa en el entorno que los rodea (empresa, comunidad, sociedad y medio ambiente).
19. Promover y alentará la designación de representantes de los trabajadores, para considerar sus puntos de vista y necesidades en la toma de decisiones y actividades de la empresa.
20. Planificará y organizará actividades recreativas con todos los trabajadores y sus familias, buscando el reforzamiento de las relaciones sociales, la convivencia y el sano esparcimiento.

21. Diseñará en conjunto con miembros de la empresa acciones de apoyo a la comunidad cercana y el medio ambiente, integrando la cultura organizacional, la ética social y la RSE.

Empresarios.- Para Andrade (2005:65), el empresario es "aquella persona natural o jurídica que generalmente es titular de una unidad de producción o servicio, y como tal, éste asume el riesgo principal de la misma, siendo la circunstancia que lo diferencia del ejecutivo". Entre las funciones que atañen al profesional en trabajo social y que desarrollará eficientemente en conjunto con los empresarios y trabajadores, se encuentran:

1. Diseñará investigaciones sociales encaminadas a diagnosticar problemas y necesidades (sentidas o latentes) en el entorno que involucren directamente los procesos de la empresa, que le permitan conocer el contexto de responsabilidad social empresarial en la que se encuentra inmersa.
2. Conocerá y se actualizará constantemente sobre las disposiciones promulgadas por organismos locales e internacionales en materia de responsabilidad social empresarial.
3. Se informará y compartirá la información actual y relevante sobre la responsabilidad social empresarial, promoviendo la aplicación de las acciones que correspondan con su giro comercial.
4. Orientará y propondrá a los empresarios, el uso de productos biodegradables o sustentables (asegura el uso a futuras generaciones) en la empresa.
5. Fomentará y orientará a los empresarios para que todo trabajo sea desempeñado por mujeres y hombres y estos sean reconocidos como trabajadores o trabajadores autónomos según sea el caso.
6. Sensibilizará y convidará a los empresarios para no eludir las obligaciones que por ley debe cumplir.

7. Conocerá, analizará y orientará a los empresarios acerca de la Ley Federal del Consumidor, para promover y proteger los derechos de los clientes.
8. Convidará y orientará a los empresarios a eliminar cualquier práctica injustificada, arbitraria, violenta o discriminatoria de despido.
9. Participará en asegurar que las condiciones de trabajo cumplan con las leyes y regulaciones nacionales.
10. Promulgará con los empresarios por proporcionar salarios y otras formas de remuneración, de conformidad con las leyes o acuerdos colectivos.
11. Buscará convenir el equilibrio entre pago equitativo y horas trabajadas entre empresarios y trabajadores.
12. Impulsará el respeto a las responsabilidades familiares de los trabajadores proporcionándoles permisos por paternidad/maternidad y, en la medida de sus posibilidades guarderías o instalaciones para conciliar la vida familiar y laboral.
13. Se interesará y propondrá compensaciones para los trabajadores por laborar horas extras, ocupándose en salvaguardar su integridad, y seguridad o cualquier riesgo relacionado al trabajo.
14. Promoverá y alentará el dialogo social entre todos los grupos de interés de la empresa, incluye todo tipo de negociación, consulta o intercambio de información entre representantes de gobiernos, empleadores y trabajadores sobre temas en común.
15. Supervisará y mantendrá al día el equipo médico necesario para la prevención de enfermedades, lesiones y accidentes de trabajo leves.
16. Presentará proyectos multidisciplinarios, buscando eliminar los latentes riesgos psicosociales en el lugar de trabajo que puedan contribuir a provocar estrés, enfermedades o ausentismo.
17. Se asesorará con instituciones y organismos sobre asuntos de salud y seguridad laboral, para aplicar acciones significativas en la empresa.

18. Participará en decisiones y actividades relacionadas con la salud y seguridad, incluyendo la investigación de incidentes y accidentes laborales.
19. Asesorará y ayudará a conservar y proteger el patrimonio cultural en lugares donde la empresa tenga algún tipo de impacto.
20. Promoverá dentro de la organización la contratación, el intercambio comercial, el patrocinio o la interacción cordial con miembros de grupos vulnerables.
21. Fomentará y propiciará la libertad para buscar, recibir e impartir información que pueda influir en los procesos laborales.
22. Participará con todas las áreas de la empresa en acciones que aseguren que ninguna persona, trabajador, empresario, cliente o con quien la organización tenga contacto, sea discriminado o violentado en sus derechos humanos.
23. Instruirá y orientará a los empresarios sobre el rechazo y eliminación del trabajo forzoso y el trabajo infantil.
24. Propondrá y participará con los empresarios en actividades que fomenten la identidad y la unión en la empresa.
25. Contribuirá en mejorar la reputación de la empresa, impulsando el principio de legalidad (ningún individuo u organización está por encima de la ley), identificando y adoptando normas de comportamiento ético apropiadas a sus propósitos y actividades.

Para (López y Chaparro, 2006) el compromiso del Trabajo Social como profesión reside en la eficiente y eficaz aplicación de las funciones anteriormente propuestas para mejorar las relaciones entre la sociedad y la empresa, que asuman el firme y claro propósito de incorporar consideraciones sociales y medioambientales en su toma de decisiones y de rendir cuentas por los impactos de sus productos y actividades en la sociedad y el medio ambiente. En otras palabras, en una empresa que se preocupe y sobre todo que se ocupe en mejorar la sociedad, convirtiéndose en una empresa socialmente responsable.

Como ya se ha indicado, en la responsabilidad social empresarial la identificación y el involucramiento de los grupos de interés es fundamental para una adopción exitosa. A la organización le corresponde determinar quien tiene intereses, o si fuera el caso, quien puede verse afectado o impactado por sus decisiones y actividades.

Aunque los grupos de interés participen y se involucren activamente con las acciones de responsabilidad social de la empresa, estos no sustituirán a la sociedad en general, ni su participación. Con base en esta variedad de funciones específicas propuestas para los grupos de interés de los trabajadores, los clientes y los empresarios descritos anteriormente, a continuación se plantea el diseño de una estrategia de intervención desde el trabajo social, sustentada en la importancia y relevancia de fortalecer las relaciones sociales entre la sociedad, el medio ambiente y la empresa socialmente responsable.

5.3 Estrategia de intervención del Trabajador (a) social en el campo de la empresa con enfoque en la Responsabilidad Social Empresarial

Como se expuso en el tercer capítulo, la estrategia de intervención permite aumentar y acumular conocimiento (sistematizar) sobre los procesos y cambios sociales intencionales que genera el Trabajo Social con su acción. El primer paso en su diseño es la delimitación del objeto de intervención. Para que el objetivo de planear estrategias de Responsabilidad Social Empresarial se cumpla, es importante revisar las experiencias existentes, analizándolas a la luz de las teorías sociales y económicas, teniendo siempre a la sociedad y principalmente a los seres humanos como fines de estas iniciativas y buscando que la empresa encuentre un balance ético satisfactorio en su acción. La RSE lejos de ser un esquema de trabajo es una concepción del papel de la empresa en la sociedad, y por tanto de su ser y su hacer en medio de ella, con y para ella.

5.3.1 Objeto de intervención

Este se fundamenta en la relación que la empresa socialmente responsable ha llevado con la sociedad en la que está inmersa, desarrollando estrategias de RSE

sin una verdadera conciencia social, y en la respuesta a la problemática social que esta le ha manifestado y que debe ser atendida. En relación a lo anterior surgen las siguientes interrogantes:

- 1 ¿De qué manera el empresario y sus grupos de interés pueden incluir en su ser y su hacer la adopción consiente y voluntaria de RSE que coadyuve renovar su relación con la sociedad y el medio ambiente?
- 2 ¿Qué elementos debe contener una estrategia con ésta visión, que permita a las empresas con características similares adoptar la RSE con verdadera responsabilidad social?
- 3 ¿Como La RSE aplicada con una perspectiva social contribuye a regenerar los lazos de credibilidad y confianza entre la sociedad y la empresa?

La empresa al ser parte de la sociedad tiene la responsabilidad de responder a sus demandas, no solo en cuestiones económicas o políticas, sino también en cuestiones sociales y medio ambientales. El contexto globalizado del mundo ya no da cabida solo a acciones filantrópicas o asistencialistas inmediatas que son utilizadas solo como placebos o distractores ante las necesidades reales, actualmente las contribuciones requieren empresarios con un verdadero compromiso, con respeto, con ética, con involucramiento y sobre todo con la participación activa por parte de todos los miembros de la empresa. A continuación se presenta la figura 7, con una idea general de cómo puede ser vista la empresa socialmente responsable.

Figura 7. Empresa = Empresario = Idea Dominante



Elaboración propia con base en Tello

Los elementos de una empresa con RSE reflejan las expectativas de la sociedad en un momento dado y son, por tanto, susceptibles de cambio. Ya que a medida que cambian las necesidades y los problemas sociales, también cambian sus expectativas en relación con las empresas para así poder expresar esas insatisfacciones. El tema de la RSE no es un tema más, sino que es parte fundamental de la solución a los problemas que estamos viviendo.

Gates dijo que hay millones de personas que tienen sus necesidades básicas insatisfechas porque no tienen la manera de explicarlas de forma tal que interesen al mercado, con lo cual, quedan insatisfechas. Por eso, él dice que la única manera de solucionar esto es innovando el sistema. En nuestro país hay una resistencia feroz a innovar. Si vamos por el camino de Gates estamos construyendo la solución, si vamos por el camino de la irresponsabilidad empresarial, bastante transitado en América Latina, estamos contribuyendo a agravar la situación (Gates en Klinskberg, 2010).

La responsabilidad social no tiene que ver solamente como una forma de realizar trabajos sociales o filantrópicos en la comunidad, sino se trata más bien de una estrategia de la organización, que junto a su gestión de negocios y reflejando sus valores, debe ser tratada como un caso de negocios más. Las empresas que practican la responsabilidad social, obtienen otros beneficios tales como poder contribuir con el medio ambiente, propiciar entornos saludables, contribuir con la sostenibilidad de los recursos naturales, o preocuparse y ocuparse por la sociedad y el medio ambiente es más atractiva para los clientes, para los trabajadores y para los inversionistas; razón por la cual, son más competitivas y pueden obtener mayores ganancias.

Es importante aclarar que los problemas por la inadecuada responsabilidad social no es causa generada por una sola fuente, es decir, por la empresa, todos los esferas de un Estado son igualmente responsables de sus males: las políticas blandas, imprecisas e irresponsables de los gobiernos; gobernantes permisibles y transigentes; los sistemas de corrupción; la poca preocupación e importancia concedida en el tema por parte de entidades educativas; la ignorancia, la apatía, la indolencia y falta de conocimiento sobre el tema por parte de empresarios y actores del sector productivo y comercial; los bajos escrúpulos de muchos empresarios y muchas personas que aun conociendo el tema y sus consecuencias actúan de forma irresponsable.

5.3.1.2 Diagnóstico

Hoy por hoy, la RSE ha sido amparada bajo la premisa de ofrecer beneficios económicos o de status más que ser realmente un satisfactor de la problemática social, incluso, ha dejando de lado su verdadero objetivo, “practicarse de manera consciente y voluntaria”, interiorizando en las empresas y principalmente a los empresarios la “consideración” hacia la sociedad y el medio ambiente que los rodea. Esto es a todas luces es una grave contrariedad, hace tiempo dejó de ser solo un micro problema que solo involucraba a sus más cercanos actores, ahora el impacto de sus efectos se convirtió en un problema macro social, que no solo afecta a la empresa y sus grupos de interés, sino que la problemática trasciende a cada rincón de la sociedad, razón por la cual, el Trabajo Social tiene cabida en esta problemática que implica a la sociedad, al medio ambiente y a la empresa como generadora de estas dificultades.

Es por ello, que para actuar con la razón y la orientación demandada para atender el problema aún con mínimas acciones es imperioso conocer paso a paso la situación problema que se va a abordar y para ello se requiere identificar el sujeto de la acción, el problema que manifiesta y el contexto que lo rodea.

Regresando al caso del capítulo 5, el primer elemento importante por definir es el **Sujeto**, reconocido como el restaurante “The Met” el cual ha manifestado el interés por ser una empresa socialmente responsable, pero sobre todo porque sus trabajadores y clientes adopten y promuevan la responsabilidad social como parte de su cultura organizacional; ya que reconoce la ineludible necesidad de diseñar, planear y ejecutar acciones estratégicas que le permitan contribuir al equilibrio sustentable entre la sociedad, el medio ambiente y la empresa.

El segundo elemento a considerar es el **Problema**, representado como el parcial desconocimiento del concepto de la Responsabilidad Social Empresarial, sus lineamientos y sus beneficios, el escaso interés por parte de algunos trabajadores, la desinformación e inexperiencia de los clientes y la falta afinidad con los valores de la empresa por parte de los empresarios, la indolencia por parte de los grupos

de interés por mejorar su entorno, la desconfianza y la apatía por parte de los empresarios imposibilita la adopción, permanencia y éxito de cualquier estrategia de responsabilidad social empresarial que se aspire a construir.

Las problemáticas detectadas dentro del restaurante “The Met” fueron divididas en áreas específicas, tales como: **derechos humanos, prácticas laborales, condiciones de trabajo y seguridad social, diálogo social, salud y seguridad ocupacional, desarrollo humano y medio ambiente.** Estas se determinaron gracias al trabajo de campo realizado, además de incluir la observación participante, fotografías y la aplicación de encuestas y entrevistas a trabajadores, clientes y empresarios de la empresa que permitieron identificar, seleccionar y reforzar las áreas de oportunidad para la intervención del Trabajo Social.

Derechos humanos

- Los trabajadores laboran en espacios reducidos donde están propensos a situaciones de riesgo y hacinamiento.
- La línea de mando (empresarios, gerente, supervisor) demuestra poca empatía sobre las relaciones familiares, la cultura, la educación, la salud o la seguridad de sus trabajadores.
- El restaurante carece de accesos o mobiliario disponible, para personas discapacitadas o con diferentes necesidades.
- Los trabajadores de nuevo ingreso en cualquier área, son excluidos y discriminados por los de mayor antigüedad.
- La diversidad cultural es extensa, pocas veces respetada o valorada, y existe discriminación por parte de los altos mandos.
- La identidad esta devaluada, existen dos grupos los que están completamente de acuerdo con las políticas de la empresa y los que se oponen.

Prácticas laborales

- La relación laboral en el restaurante “The Met” ha demostrado no encontrarse en los mejores términos ya que los derechos laborales de cada

empleado según su puesto se respetan, no siendo así con las obligaciones, estas se encuentran confusas y en la mayoría de los casos, los trabajadores consideran que sobrepasan las actividades enumeradas en la descripción de su puesto. En otros casos existe favoritismo, siendo más notable con las empleadas ya que para algunas, sus atribuciones al interior del restaurante exceden a las del puesto designado, generando controversias y creando división e inconformidad entre los trabajadores.

- La capacitación a un nuevo integrante de la empresa, requiere práctica y supervisión, son constantes las inconformidades de los clientes al ser atendidos por el personal en capacitación.
- Los trabajadores cuentan con habilidades y capacidades que van más allá de las requeridas en sus puestos y que no son aprovechadas y reconocidas debidamente.

Condiciones de trabajo y seguridad social

- En este rubro, el restaurante ha promovido a algunos trabajadores, otorgando reconocimiento a sus labores. En cuestión de salarios muestra disparidad en las percepciones, aunque los cargos, las responsabilidades, el número de actividades y de horas de trabajo sean similares, existe diferencia entre cuánto gana una mesera y cuanto gana un mesero.
- Los espacios para el descanso y los alimentos de los trabajadores son reducidos, con escaso mobiliario e incómodos.

Diálogo social

- “The Met”, ha manifestado una serie de conflictos internos que entorpecen de manera sustancial su operación. Las evidencias que respaldan esta aseveración se basan en las entrevistas realizadas directamente al personal, donde se pudo comprobar la inconformidad que muestran los trabajadores al no sentirse tomados en cuenta ni laboral ni personalmente.
- Los intereses en común entre trabajadores, empresarios y clientes no son compatibles en algunas ocasiones. El socio y el cliente priorizan su

necesidad-satisfacción, y a veces se sacrifica la dignidad y autoestima del empleado.

- Los conflictos entre los clientes y los trabajadores, tienen el sello de “El cliente siempre tiene la razón”, la negociación y la asertividad son sustituidas por la sumisión, la aceptación de la culpa y el silencio.
- Los favores y permisos son condicionados por simpatías, actividades extra laborales, calidad en el trabajo, aspecto y género.
- La comunicación es mala, algunos trabajadores están desinformados sobre aspectos importantes de la empresa, se afirman o niegan cosas sin tener certeza; hay chismes, quejas, y mucho información que se altera o se omite.

Salud y seguridad ocupacional

- El clima laboral ha perjudicado la salud física y emocional de algunos trabajadores, mostrando síntomas de frustración, conformismo y pesimismo, así como problemas estomacales, agotamiento, dolores de cabeza, hasta ausentismo.
- Existe una latente predisposición de los trabajadores a desarrollar adicciones al alcohol, cigarro y algunas drogas.
- La afluencia de clientes, el espacio reducido, los insuficientes materiales de trabajo (menús, loza, condimentos, etc.) inexperiencia y poca capacitación, provoca estrés, conflictos y discusiones constantes entre clientes y personal.
- La capacitación sobre protección civil, primeros auxilios, o situaciones de riesgo, no es contemplada por los empresarios.

Desarrollo humano

- El restaurante recibe invitaciones para participar en eventos sociales y formativos dirigidos a las diferentes áreas, la asistente del gerente es la encargada de hacer que la información se transmita. Siendo muy pocas las respuestas o las muestras de interés para participar, ya que la decisiones

se encuentran supeditadas al costo de la actividad, el interés de los empresarios, y la cantidad de personal.

- Los trabajadores de cada área, requieren ser constantemente capacitados y evaluados acerca de temas de interés no solo para la empresa, sino también para su desarrollo personal y profesional.
- Se requiere un trato cercano y de confianza entre trabajadores, clientes y empresarios. Existe desgano, desconfianza, y desinterés por parte de estos grupos.

Medio ambiente

- La empresa utiliza artículos desechables de unicel, desconoce el uso de productos biodegradables y sustentables en sus pedidos para llevar.
- Las acciones de cuidado de agua y luz se reducen a anuncios pegados en las paredes.
- La educación ambiental solo se considera con relación en aspectos laborales, las cuestiones culturales o cívicas se omiten.

Finalmente se considerará el **Contexto**, entendido como la dinámica social que vivimos ya sea denominada postmodernidad o globalización, misma que ha desencadenado una serie de retos para el trabajador (a) social y su ejercicio profesional.

Estos retos son transdisciplinarios, demandan ser atendidos más allá de la tradicional intervención social individual, es necesario que el trabajador (a) social sea capaz de diseñar estrategias de intervención que tengan una mirada más amplia, más integral, que incluya de ser necesario, la participación de otros profesionales que cubran otros aspectos específicos.

5.3.1.3 Problema de intervención

La intervención del Trabajo Social parte de un diagnóstico acerca de la unidad de trabajo o situación problema. Llegar a la conclusión diagnóstica implica haber realizado una investigación que proporciona la información necesaria para estructurar la propuesta de intervención (Tello, 2010). Sin un diagnóstico integral sería imposible poder construir una estrategia de intervención, es el punto medular a través del cual, el trabajador (a) social puede distinguir donde puede encontrar oportunidad (espacio) para intervenir en cual, puede incidir y desde ahí comenzar su transformación.

Es una realidad que hoy por hoy las empresas actúan de forma deshumanizada con las personas y el medio ambiente no es importante para ellas, lo que representa un verdadero valor de importancia son los beneficios económicos y políticos que pueden obtener con sus procesos, han dejando de lado el bien común. Es así, como se puede ilustrar en la figura 8 la caracterización de la situación problema que se ha venido desarrollando gracias a la apatía de las empresas entorno a los temas sociales.

Figura 8. Caracterización de la Situación Problema



Elaboración propia con base en Tello

Como ya se menciono con anterioridad la problemática es una temática actual y de relevancia social que involucra a la sociedad, a las empresas, los trabajadores, los clientes y los empresarios como los sujetos sociales, y a la problemática como la falta de interés, de consideración, de ética y de participación voluntaria por ser una empresa con RSE; esto enmarcado en el contexto de la globalización, el individualismo, la falta de valores y la crisis económica. Este fenómeno, es una latente bomba social ya que de no ser abordada seriamente los daños climáticos, sociales, físicos, económicos y políticos, así como manifestaciones graves del malestar social serán incalculables. Con base en esa problemática generalizada y respondiendo al interés del restaurante “The Met”, se plantea que la estrategia de intervención dependerá de si la empresa decide participar en la restauración de una sana y armónica relación entre la sociedad, el medio ambiente y la empresa asumiendo la RSE como parte de sus procesos. Se propone sustentar la intervención del trabajador (a) social con base en la cultura organizacional de la empresa, la ética social y la participación de sus trabajadores, clientes y empresarios.

Para lo cual, es necesario plasmar el **Proceso de cambio** y este se suscita con base en la cultura organizacional de la empresa, la ética social y la participación de sus grupos de interés (clientes, trabajadores y empresarios). Es a través de su misión, visión, ética, valores y normas cómo es posible planear, diseñar, ejecutar y evaluar estrategias de responsabilidad social empresarial que contribuya al progreso social, que procure incrementar la sostenibilidad ambiental, que participe en contener el cambio climático, favorezcan el involucramiento de los empresarios con las acciones de RSE. Aunado a lo anterior, se puede agregar un aumento considerable en el status del restaurante, el cual, al mostrar constancia, seriedad y compromiso en las estrategias implementadas proyecta interés y respeto por la sociedad en la que está inmersa y a la que le corresponde retribuir de manera justa conforme a sus necesidades.

Pero intentemos responder esta interrogante ¿por qué las empresas se ven impulsadas a emprender iniciativas sociales?, una de las respuestas obvias es que actualmente la economía global se ha habituado a que las acciones sociales

se conviertan en herramientas estratégicas de negocio. La razón de ser de la empresa no debe centrarse solo en resolver las necesidades de los sectores menos atendidos, sin embargo, es ineludible que conciban la idea de generar valor social. A lo anterior, se puede agregar:

- * Porque ser socialmente responsable implica la obligación inherente y voluntaria de ser transparente con la sociedad.
- * Porque con el simple hecho de adoptar y transmitir la RSE, la empresa ya hace un bien a la sociedad y al medio ambiente, pues da un ejemplo y anima a otras organizaciones a ser responsables.
- * Porque la empresa socialmente responsable demuestra como cumple con acciones los compromisos que ha adquirido con su entorno.
- * Porque logra que los grupos de interés de la empresa se impliquen, apliquen y se vuelvan corresponsables de estas acciones, generando en su interior orgullo y mayor sentido de pertenencia.
- * Porque la comunicación de la Responsabilidad Social Empresarial contribuye a la mejora de la imagen de la empresa y ayuda a generar confianza.

Es posible entonces estructurar propuestas con perspectivas sociales que beneficien a la sociedad, al medio ambiente y a la empresa de manera equilibrada. Como parte de la estrategia de intervención es necesario incluir la pregunta de intervención acerca de la problemática señalada.

Pregunta de intervención:

¿Cómo puede contribuir el restaurante “The Met” en regenerar las deterioradas dinámicas entre la sociedad y la empresa con base en la cultura de la organización, la ética social, la participación y la implementación de estrategias de Responsabilidad Social Empresarial entre sus grupos de interés?

1. Con la aplicación de la estrategia de intervención de Responsabilidad Social Empresarial, basado en la cultura organizacional del restaurante ¿es

posible que los trabajadores, clientes y empresarios acepten la consideración inherente y voluntaria de ser socialmente responsables?

2. ¿Cómo se unifican la cultura organizacional, la ética social y la participación de los trabajadores, los clientes y los empresarios del restaurante “The Met” con los principios de la Responsabilidad Social Empresarial?

Si planteáramos las posibles respuestas a estas incógnitas, es posible visualizar dos escenarios, uno ideal y otro factible.

En un escenario ideal, al encontrarse sana y fortalecida la cultura organizacional y la ética social del restaurante “The Met”, es posible que los trabajadores, clientes y empresarios se interesen, adopten, practiquen, respeten, cumplan y promuevan los principios básicos de la Responsabilidad Social Empresarial, llevándolos más allá de simples acciones sociales promovidas por la empresa, reflejaría el interés, el compromiso y el respeto por renovar su entorno social.

Un escenario factible, sería donde los empresarios del restaurante “The Met” sensibilicen a todos los integrantes de su plantilla laboral y a sus clientes acerca de la importancia de la conocer, identificar, respetar, aplicar y adoptar acciones que les permitan relacionarse armoniosamente con su entorno y ser parte de una empresa socialmente responsable que se preocupa por conservar una sociedad mejor.

Los **actores sociales involucrados en esta estrategia son**: los trabajadores, clientes y empresarios del restaurante “The Met”, que como se menciono previamente son parte de los grupos de interés de la empresa. Entre los puntos de oportunidad (punto en cual puede incidir el trabajador (a) social con su intervención) se pudo detectar que a partir de los valores semejantes y compartidos de los miembros de la empresa se identifica como puede iniciarse esta oportunidad, ya que estas mismas semejanzas harán posible el seguimiento de las normas y la admisión voluntaria de las políticas laborales. La implementación de la estrategia de Responsabilidad Social Empresarial, proveerá

una nueva visión acerca de como desempeñar las actividades de cada puesto, pero sobre todo, de cómo se pueden generar beneficios sociales a bajo costo. La cultura organizacional, la ética social, y la participación, incorporadas a la RSE fortalecerán las relaciones entre la sociedad y la empresa, proporcionando mayores beneficios a la sociedad y al medio ambiente, un mejor servicio a sus clientes, un mejor trato a sus trabajadores. Pero esta idea, requiere un proceso que defina el camino a seguir para lograr la construcción conceptual del cambio.

5.4 Construcción conceptual del cambio

Partiendo de lo anterior, las aspiraciones de esta propuesta de intervención es que a través de la sensibilización, la confianza, la información, la capacitación, la educación, la cultura, la inteligencia emocional, la aceptación de los valores, la ética y la voluntad social, los trabajadores, clientes y empresarios conjuguen un solo sistema con una consideración voluntaria y equilibrada de la RSE. Que se relacione directa y proporcionalmente con la sociedad y el medio ambiente en el que está inserta con sus objetivos y metas, y que se responsabilice por fortalecer y engrosar este fundamental lazo social. A continuación se ejemplifica esta idea en la figura 9:

Figura 9. Construcción Conceptual del Cambio



Elaboración propia

La construcción conceptual del cambio permitirá realizar paulatinas y significativas modificaciones en las acciones que viniera desarrollando la empresa, y que no fueran fundamentadas bajo los principios básicos de la **RSE**. La meta que se pretende alcanzar con este cambio, es la consolidación de no solo una empresa socialmente responsable, sino de una empresa que pueda denominarse con: **Responsabilidad Socioempresarial Ética**. Siendo está comprendida como una responsabilidad de amplia dimensión, que va más allá de la simple voluntad o de la consideración hacia la sociedad, esta empresa se informa, participa, diseña, planea, se involucra y decide las mejores opciones para su personal, sus clientes el medio ambiente y la sociedad en conjunto. El cambio no llega solo, requiere una estructura metodológica que lo sustente y lo haga posible.

5.5 Estructura metodológica

Al tener definido el objeto de intervención de trabajo social se da paso a la estructura metodológica, esta consiste en describir el proceso que se sigue a lo largo del trabajo plasmado por el trabajador (a) social y consiste en las acciones a realizar para lograr el cambio deseado; esta contará con la sensibilización de las necesidades sociales, confianza, educación en normas, capacitación en RSE y su legislación internacional, reaprendiendo hábitos, desarrollo de habilidades interpersonales, la cultura, la negociación y el manejo de conflictos y la inteligencia emocional, como se puede observar a continuación:

RESPONSABILIDAD SOCIOEMPRESARIAL ÉTICA

OBJETIVO: TRABAJAR PARA Y POR EL BIEN DE LA SOCIEDAD EN LA QUE SE ENCUENTRA INCERTA. IMPLEMENTA ESTRATEGIAS CONCIENTES DE LA NECESIDAD DE UN EQUILIBRIO SOCIAL

SENSIBILIZACIÓN DE LAS NECESIDADES SOCIALES

FEED BACK
COMUNICACIÓN NO VERBAL
AUTOEVALUACIÓN

CONFIANZA

EMPATÍA
CREATIVIDAD
TRABAJO EN EQUIPO
LIDERAZGO
ASERTIVIDAD

EDUCACIÓN EN NORMAS SOCIALES

TALLER TEÓRICO PRÁCTICO
HÁBITOS PERSONALES
CULTURA
VALORES
ÉTICA

CAPACITACIÓN EN RSE Y SU LEGISLACIÓN INTERNACIONAL

GOBERNANZA
DERECHOS
PRÁCTICAS JUSTAS
MEDIO AMBIENTE
PRÁCTICAS LABORALES
LEGALIDAD

REAPRENDIENDO HÁBITOS

MESA REDONDA
HISTORIA DE VIDA
INTEGRACIÓN FAMILIAR
REDES COMUNITARIAS

DESARROLLO DE HABILIDADES INTERPERSONALES

PROYECTO GRUPAL
ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL
EMPRENDEDURISMO

LA CULTURA: SIMBOLOS Y SIGNOS EN COMÚN

PRÁCTICAS
RITOS
SÍMBOLOS
SIGNOS
HISTORIA
APORTES

NEGOCIACIÓN Y MANEJO DE CONFLICTOS

COMUNICACIÓN
LENGUAJE
TOLERANCIA
PACIENCIA
PERSONALIDAD
CARÁCTER

INTELIGENCIA EMOCIONAL

MANEJO DE EMOCIONES
CONTROL DE IMPULSOS
CONOCIENDOSE A SI MISMO
ENTENDIENDO A LOS DÉMAS

Elaboración propia

Sensibilización de las necesidades sociales

Implica sensibilizar al empresario y a la empresa para que reflexione e interiorice un cambio en su actitud ante las problemáticas sociales que acontecen en su contexto y que repercuten de manera simbiótica. Haciéndola consciente y responsable de sus actos para que consolide su actuación comprometida con la sociedad.

Confianza

Requerimiento operacional clave para que la sociedad no se vea abocada al caos o al miedo, retardando e incluso paralizando la capacidad de decisión a todo nivel.

Educación en normas sociales (moral, social y jurídica)

La empresa en correspondencia con las situaciones a las que se enfrente, la valoración que realice de las mismas y en relación con su sistema de valores, toma una decisión fundamentada y reflexiva que exalte su condición humana. Significa que el empresario conozca sus valores, la jerarquización de los mismos y actúe en consecuencia ya sea moral, social o jurídicamente con un rango de flexibilidad valorativa.

Capacitación en RSE y su legislación internacional

Proporcionar a la empresa recursos humanos calificados y dinámicos en términos de conocimientos, habilidades, aptitudes y actitudes para una empresa con RSE informada, interiorizada y considerada que promulgue por un mayor bienestar social.

Reaprendiendo hábitos

Identificar, conocer y analizar las ventajas y desventajas de los hábitos producidos y reproducidos en la empresa reflejados en la conducta de los trabajadores y que pueden ser reproducidos en otros contextos.

Desarrollo de habilidades interpersonales

Se proporcionarán herramientas que permitan a los trabajadores conocer y desarrollar las habilidades interpersonales que poseen para poder mejorar sus relaciones sociales dentro y fuera de su espacio laboral.

La cultura dentro de la empresa: símbolos y signos en común

Se incorporarán valores fundamentales que sean identificados y transmitidos por empresarios y trabajadores, así como a todos los interesados en tener algún tipo de trato con la empresa, estos valores pueden ser de tres clases verbales, materiales y conductuales.

Verbales son: mitos, historias, lenguajes, nombres y términos, leyendas, slogans, bromas, anécdotas, rumores.

Materiales son: logos, productos, decoración de paredes, premios y reconocimientos, fistles y gafetes, banderas, símbolos de estatus, y

Conductuales son: ceremonias, ritos y rituales, comidas, descansos, reuniones, maneras de vestir, uso del lenguaje y artículos visuales.

Negociación y manejo de conflictos

Brindara herramientas útiles para realizar negociaciones exitosas y sobre todo para darle un sentido positivo y constructivo al manejo de conflictos, tanto en el espacio laboral como en cualquiera de sus contextos favoreciendo el desarrollo de habilidades propositivas que les permitan lograr sus objetivos y al mismo tiempo mantener una buena relación con colegas, familiares, jefes, clientes, proveedores y el público en general.

Inteligencia emocional

Identificará las fortalezas y las áreas de oportunidad para el desarrollo de la inteligencia emocional de todo el personal y los beneficios de su aplicación en la vida cotidiana.

Constantemente las empresas diseñan e implementan acciones y estrategias de RSE para producir un impacto social positivo en su entorno que beneficie a sus más cercanos grupos de interés, pero esto no siempre ocurre. Es un error común que las organizaciones decidan planear estas acciones a corto plazo y en consecuencia no se produce un beneficio directo y efectivo como se tenía planeado. Lamentablemente las acciones que las empresas han venido desarrollando se han focalizado únicamente en sectores desfavorecidos o en estrategias asistencialistas que no tienen una supervisión adecuada ni mucho menos continuidad en el proceso. No es negativo que se desarrollen acciones de RSE puntuales pero si no se investiga, diagnostica y problematiza, seguramente no se cumplirá el objetivo fijado.

Un ejemplo de este tipo de situaciones habituales es cuando una empresa decide plantar 20 árboles en un camellón. La empresa está realizando una acción social que involucra a los trabajadores, al medio ambiente y la comunidad. Pero transcurren 6 meses y como no se superviso ni se dio continuidad en este periodo, la mayoría de los 20 árboles plantados estarán secos o débiles por falta de los cuidados necesarios, por lo que la empresa no generó ningún impacto positivo en la comunidad como esperaba. Entonces esta acción de RSE es percibida por la comunidad como una estrategia publicitaria o de marketing, no de responsabilidad social empresarial por lo que contrario a lo esperado resulta perjudicial para la comunidad que ahora tendrá que lidiar el problema de árboles secos o enfermos que pueden caer en cualquier momento ocasionando daños o accidentes.

Si la empresa decide como parte de su política de RSE plantar 20 árboles, estos árboles deben permanecer en buen estado y cuidados, en el lugar donde se les coloco y si alguno se seca se debe reemplazar por otro. Establecer quién y cómo se aseguraran que los ejemplares este ahí por años para que produzca un impacto positivo en la sociedad. Cuando se diseñan las acciones de RSE se debe incluirse el control y verificación a largo plazo de las acciones, luego de su implementación si queremos que mantener la confianza y respeto de la sociedad.

De esta forma es posible demostrar la solidez de las acciones de RSE de la empresa que luego se difunden en un reporte social. Si alguno de los grupos de interés lee en el reporte que se plantaron 20 árboles en tal camellón y las personas van y observan que solo 2 árboles siguen de pie, no será consistente ni valorada esta acción de RSE. Mantener en el tiempo acciones de RSE demuestran una política seria por parte de la empresa y esta debe ser fácilmente contrastada con la realidad. Si no se diseñan correctamente las estrategias de RSE es probable que muchas no produzcan un impacto social positivo como se espera que ocurra. Solo se logra un verdadero cambio social positivo en una comunidad cuando las empresas realizan acciones de responsabilidad social empresaria a largo o corto plazo, manteniendo su presencia en el tiempo en el lugar donde se realizó la acción. Porque si luego de concluir la misma, no se establece ninguna comunicación es una acción asistencialista que no le aportara ningún beneficio a la sociedad o al medio ambiente ya que seguramente fracasara. Las empresas deben buscar relacionarse en forma regular con sus grupos de interés para poder lograr verdaderas acciones de RSE que mejoren el medio ambiente y a las personas.

Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones

Después de revisar los enfoques de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), los significados que de la RSE en la sociedad, así como la inserción del Trabajo Social dentro del campo de la RSE, y realizar un estudio de caso, Empresa “The Met”. México D.F. Se plantea como producto la estrategia de intervención para Trabajo Social en la empresa “The Met” con un enfoque en la Responsabilidad Social Empresarial, llegando a las siguientes conclusiones:

El incorporar la responsabilidad social en cada aspecto de la empresa implica compromiso y comprensión en todos los niveles de la organización.

Los primeros pasos estarán dirigidos a comprender los beneficios de la responsabilidad social para la empresa y a reforzar esfuerzos para que sus dirigentes y trabajadores, comprendan a fondo las implicaciones substanciales de la responsabilidad social empresarial.

Algunos empresarios, trabajadores y clientes están más interesados y dispuestos que otros a tomar acciones respecto a la adopción de la responsabilidad social.

Es necesario crear una cultura de responsabilidad social dentro de la empresa que impulse relaciones sociales de responsabilidad socioempresarial ética, que podría llevar un largo tiempo, pero proceder sistemáticamente y trabajar a partir de la ética, los valores y culturas existentes dentro de la organización, permitirá ser constantes y consistentes en la consolidación de una empresa socialmente responsable.

Del estudio de caso, los supuestos formulados al inicio de la investigación, son visualizados de la siguiente manera, Los empresarios del restaurante “The Met”, consideran que la Responsabilidad Social Empresarial que posee su empresa, se fundamenta en la afirmación de que ellos satisfacen las necesidades de sus clientes, pues sus productos son de excelente calidad, tienen precios accesibles, ofrecen un buen servicio con personal capacitado y cumplen con todas las especificaciones de ley que requiere una empresa en su

ramo. Además de que las relaciones obrero/patronales, procuran compensaciones mayores a las establecidas por la ley del trabajo. Y sumado a esto, mantiene algunas prácticas de responsabilidad social. Esta percepción es comprobada con la observación participante y los diferentes instrumentos de recolección de información, los empresarios consideran que cumplen con los principios básicos de la responsabilidad social, al cubrir las necesidades de sus clientes y trabajadores.

Por otra parte, el supuesto que plantea que los trabajadores del restaurante “The Met”, relacionan la Responsabilidad Social Empresarial, con mejores sueldos, mayores prestaciones, el sentirse escuchados y tomados en cuenta por sus directivos. Logrando así una identidad y sentido de pertenencia hacia su empresa. No se comprobó, ya que los trabajadores toman en consideración las necesidades de los clientes y de la sociedad en general, como parte importante de constituirse como una empresa socialmente responsable. Además de no contar con un clima laboral que permita el sano desarrollo de sus actividades diarias, ni la oportunidad de capacitarse en temas de interés personal o profesional.

Por último, el supuesto hipotético que indicaba que los clientes de “The Met”, suponen que la Responsabilidad Social Empresarial debe responder a la satisfacción sus necesidades en cuestión de calidad, precio y servicio. Buscando se dé una importancia significativa a su opinión, en cuanto a situaciones que tengan que ver con quejas, sugerencias o felicitaciones promuevan la eficacia del restaurant. Solo se cumplió parcialmente, ya que en el trabajo de campo se demostró que los clientes tienen la percepción de que la satisfacción de necesidades en cuestión de calidad, precio y servicio, tienen una relación parcial con acciones de responsabilidad social empresarial. En este caso, los encuestados y entrevistados coinciden en que la responsabilidad social empresarial, va más allá de la satisfacción de los clientes, y ésta engloba las equilibradas, sanas y armónicas relaciones que se dan con los trabajadores, la sociedad y el medio ambiente. En otras palabras, son los clientes el grupo de interés que posee mayor información, acerca de los fundamentos básicos de la responsabilidad social empresarial, razón por la cual, pueden y deben participar en las estrategias de responsabilidad social

que el trabajador (a) social diseñe y promueva, para la conformación de una empresa socialmente responsable.

El objetivo general de construir una estrategia de intervención desde el trabajo social que impulse relaciones sociales con responsabilidad socioempresarial ética, utilizando como fundamento la Responsabilidad Social Empresarial, fue logrado, ya que también se diseñó la propuesta de un perfil profesional y de las funciones específicas para el trabajador (a) social en el área de la responsabilidad social empresarial.

Para las empresas mexicanas es importante y relevante incluir dentro de sus actividades una perspectiva de RSE, y el perfil profesional requerido para desarrollar este trabajo es, por su amplia visión de la satisfacción de las necesidades sociales de diferentes grupos y de ser trabajadas de forma simultánea, es el del Trabajador (a) social. En consecuencia, la intervención del trabajador (a) social estará supeditada a la especialización de su perfil, si bien es cierto que las funciones que había venido desempeñando en el campo empresarial son muy extensas, éstas carecían de la perspectiva de la RSE y sus principios básicos. El trabajador (a) social que preste sus servicios en cualquier organización, sin importar su el campo de actividad, que desee mejorar la empresa al transformarla en socialmente responsable, se deberá comprometer en capacitarse y actualizarse constantemente acerca de las disposiciones internacionales y locales más actuales que promuevan la responsabilidad social empresarial. Aunado a esto, las funciones que se desarrollen dentro de la empresa tendrán siempre en consideración el impacto que generen en el medio ambiente y la sociedad.

Las facilidades que pueden consolidar la intervención del trabajador (a) social se encuentran señaladas en el tercer capítulo, estas son: la caridad, definida como el “hacer por amor a Dios” las acciones eran consideradas como parte de la iglesia efectuadas por samaritanos de “buen corazón”, el contexto de compasión en el cual desarrollaban sus acciones tanto la RSE como el trabajador (a) social, así como la filantropía y las acciones de bienestar laboral fueron cuestionadas en el mismo periodo y con argumentos parecidos que proclamaba por el fin del asistencialismo.

Tomando en consideración estos elementos, se fundamenta que la propuesta que se crea para la empresa "The Met", se adopte y promueva la RSE a través de su cultura organizacional, la ética social y la participación de todos sus trabajadores, clientes y empresarios. La cultura organizacional es un elemento fundamental en cualquier empresa que traspasa e influye todas y cada una de sus áreas, es preponderante que la responsabilidad social sea incorporada dentro de la visión de empresa, de una u otra manera, ya que es un asunto inaplazable, porque la sociedad y el medio ambiente lo demandan. La empresa, cualquiera que sea, está involucrada intrínsecamente con el entorno, pero se ha olvidado de fortalecer su relación con la sociedad, y la sociedad ha caído en un estado de individualismo y consumismo voraz, recordemos a Bauman que afirma "hemos olvidado el amor, la amistad, los sentimientos, el trabajo bien hecho", en otras palabras se ha perdido el arte de las relaciones sociales. Estos lazos, se han diluido, no existe un verdadero interés que no sea el consumismo desenfrenado y la acumulación del capital como resultado. El espíritu de servicio ha desaparecido ahora todo es rápido, pre-hecho, no hay lugar para preocuparse, mucho menos para ocuparse unos de otros.

Es tiempo de recrear los vínculos empresa-sociedad-medioambiente, y la RSE puede ser la herramienta que permita tomar decisiones que argumenten la necesidad de reavivar y fortificar la relación empresa-sociedad-medio ambiente, dando el equilibrio tan esperado entre estas tres esferas. Si el trabajador (a) social se compromete con esta nueva manera de hacer negocios que es la RSE, se puede aprovechar cada oportunidad disponible para su intervención, y así poder lograr regenerar las relaciones sociales, entre todos los actores involucrados.

La propuesta puede ser complementada y enriquecida con distintas estrategias que involucren a diferentes actores sociales, desde diferentes perspectivas, incluida, la "Teoría de los Campos de Bourdieu" referida en el cuarto capítulo y que permite dirigir la mirada hacia nuevos espacios de intervención y a su vez puedan ser dirigidas hacia otros grupos de interés de la empresa, ya sean proveedores, competidores, comunidad cercana, organizaciones no gubernamentales o la sociedad en general. Cada estrategia requiere un diagnóstico de la situación que comprende a la empresa, el grupo de interés

seleccionado, el objetivo deseado y las practicas de responsabilidad social que a la fecha se involucran dentro de la organización.

Recomendaciones

Para que la intervención sea eficiente, sea cual sea el grupo seleccionado, los trabajadores sociales, utilizaremos las herramientas teórico-metodológicas para construir las estrategias de intervención social, orientadas a lograr el bienestar social de la población. Esto implica necesariamente una observación permanente sobre la relación entre las personas, la sociedad y los diversos grupos sociales con los que interactúan, así como entre las instituciones públicas y privadas (empresas) incluidas. Estableciendo el cambio social propuesto por Tello, es importante resaltar, que para que este pueda realizarse, es necesario que la intervención del trabajador (a) social concrete un proceso de cambio intencional, sólido, profundo e integrado con la teoría que le dará sustento. La intervención requiere conocimiento de la situación-problema, de la construcción conceptual del cambio deseado y del diseño de una estrategia de intervención, que una vez ejecutada, sea estandarizada y validada. Para que posteriormente se pueda replicar, en cuyo caso estaremos hablando de un modelo de intervención.

Es trascendental considerar la incursión en temas innovadores y de mayor impacto social que permita trabajar de manera conjunta no solo con la población, sino en este caso en particular con los trabajadores, los clientes y los empresarios de la empresa; ya que al promover rupturas en las dinámicas sociales preestablecidas, son participes del cambio social.

Para que el cambio social prospere, es necesario incluir perspectivas no previstas, inexploradas, incluso hasta atrevidas, que ofrezcan verdaderas posibilidades de formular creativas e innovadoras estrategias de solución que favorezcan la intervención social, la participación y la corresponsabilidad entre las personas, generando como fin último el ansiado cambio social.

Resulta indispensable que los trabajadores sociales conozcan, se especialicen y se involucren en las diferentes problemáticas que han ido evolucionando a la par de sociedad, analizando los efectos sociales que genera la globalización y

su imparable crisis económica en la que están inmersos. Y no basta solo con conocer, es imperativo que cualquier profesional de las Ciencias Sociales se informe, se actualice y se involucre con los constantes problemas sociales que aquejan al mundo, para así poder plantear desde su disciplina, las creativas e innovadoras alternativas de solución que tanto necesita la sociedad y su medio.

Deben ser capaces de liderar y organizar un cambio o transformación de la ciudadanía por muy pequeña que esta sea, hacia un mejorado modelo de consumo y de bienestar, basado en el colectivismo, en el espíritu emprendedor y en el desarrollo sostenible y sustentable, y no en el individualismo, el conformismo y el consumismo desmedido que rige el modelo económico actual. Si bien, esta propuesta de intervención se genere desde el trabajo social y tiene como objetivo fortalecer la relación entre la empresa y la sociedad, este es solo un primer acercamiento con la responsabilidad social empresarial, queda mucho camino por recorrer, y son diversas las posibilidades en las que se puede integrar la responsabilidad socioempresarial ética. No todo está dicho, ni escrito, la sociedad es dinámica y cambiante, por lo tanto, la solución que se pueda plantear hoy, no asegura la solución de la problemática del mañana.

En otras palabras, corresponde vigilar y velar porque la Responsabilidad Social Empresarial se convierta en una realidad en México, actuar es imperativo en el campo de la Responsabilidad Social Empresarial independientemente de la profesión que lo proponga, el cambio debe ser de inmediato, tomando siempre en consideración el mayor impacto social que se pueda generar.

Puede ser a veces difícil, saber cómo aplicar las reglas generales a las situaciones particulares a que se hace frente en la intervención del trabajador (a) social, es por ello, que antes de diseñar una estrategia de intervención con una perspectiva de RSE, sería conveniente describir con precisión el perfil y las condiciones que el trabajador (a) social debe reunir al realizar sus funciones, ya que lo orientarán y lo ayudarán en su práctica cotidiana. Esto permitirá que tanto la empresa, sus grupos de interés y la sociedad misma determinen donde se manifiesta el más mínimo cambio social.

Cabe señalar que la estrategia propuesta fue diseñada con base en el diagnóstico a una empresa dedicada a la prestación de servicios (restaurante), esta empresa fue seleccionada principalmente por su interés en conocer y adoptar estrategias de RSE en todos sus niveles y sus grupos de interés; además de tener características relevantes para la investigación como son: el tipo de giro de la empresa, los trabajadores y su cultura, y el tipo de cliente. Estos tres grupos tienen diferencias notables en cuanto a su capital cultural, capital económico y capital social, como ya se desarrolló en el cuarto capítulo; cabe resaltar que la Responsabilidad Social Empresarial es un campo donde es ineludible poseer diferentes capitales para poder implementarla de manera sustentable, en otras palabras de manera eficaz.

La propuesta descrita en el quinto capítulo, aplica para empresas públicas o privadas pero esta situación no exime a las universidades, a sus académicos y administrativos en general de la incursión de alguna materia en su plan de estudios que promulguen por la Responsabilidad Social Empresarial desde la perspectiva de su profesión o disciplina; es desde la academia donde las ideas innovadoras y creativas surgen, y este caso no debe ser la excepción, hay mucho por crear y compartir solo falta comenzar .

Glosario

Para la mejor comprensión de esta investigación, se aplican los siguientes términos y definiciones.

Altruista

Implica en la mayoría de los casos actuar en favor de un otro aún cuando el resultado de esa acción puede ser perjudicial o dañina para quien la llevó a cabo.

AccountAbility

Organización no gubernamental, internacional y multisectorial dedicada a mejorar los lugares de trabajo y comunidades, mediante el desarrollo y aplicación de las normas de responsabilidad social

Accountable

Reconocimiento, asunción de responsabilidad y actitud transparente sobre los impactos de las políticas, decisiones, acciones, productos y desempeño asociado a una organización.

Bienes públicos

Bienes que satisfacen necesidades públicas o colectivas.

Calidad de vida

Se utiliza para determinar el nivel de ingresos y de comodidades que una persona, un grupo familiar o una comunidad poseen en un momento y espacio específicos.

Capital social

Implica la sociabilidad de un grupo humano, con los aspectos que permiten la colaboración y su uso.

Caridad

Sentimiento o actitud que impulsa a interesarse por las demás personas y a querer ayudarlas, especialmente a las más necesitadas.

Cliente

Organización o miembro individual del público general, que compra propiedad, productos o servicios para propósitos comerciales, privados o públicos.

Consumidor

Miembro individual del público general que compra o utiliza propiedad, productos o servicios para propósitos privados.

Competitividad

Rivalidad o competencia intensa para conseguir un fin.

Comportamiento ético

Comportamiento acorde con los principios de correcta o buena conducta aceptados en el contexto de una situación determinada y que es coherente con la normativa internacional de comportamiento.

Convención de las Naciones Unidas Contra la Corrupción

Convención introduce un conjunto cabal de normas, medidas y reglamentos que pueden aplicar, todos los países para reforzar sus regímenes jurídicos y reglamentarios destinados a la lucha contra la corrupción. En ella se pide que adopten medidas preventivas y que tipifiquen las formas de corrupción más frecuentes tanto en el sector público como en el privado. Además, se da un paso decisivo al exigir a los Estados Miembros, que devuelvan los bienes procedentes de la corrupción al país al que fueron robados.

Cultura dominante

Expresa los valores centrales que comparten la mayoría de los miembros de la organización. Es esta visión amplia de la cultura la que le da a la organización

su personalidad distintiva y es transmitida a los empleados por medio de símbolos materiales, historias y anécdotas.

Cultura organizacional

Conjunto integrado de objetivos y medidas, acordados por los fundadores o altos ejecutivos.

Declaración de la Organización Internacional del Trabajo

Compromete a los Estados Miembros a respetar y promover los principios y derechos comprendidos en cuatro categorías, hayan o no ratificado los convenios pertinentes. Estas categorías son: la libertad de asociación y la libertad sindical y el reconocimiento efectivo del derecho de negociación colectiva, la eliminación del trabajo forzoso u obligatorio, la abolición del trabajo infantil y la eliminación de la discriminación en materia de empleo y ocupación.

Declaración de Río sobre Medio Ambiente y Desarrollo

Tiene el objetivo de establecer una alianza mundial nueva y equitativa mediante la creación de nuevos niveles de cooperación entre los Estados, los sectores claves de las sociedades y las personas; Procurando alcanzar acuerdos internacionales en los que se respeten los intereses de todos y se proteja la integridad del sistema ambiental y de desarrollo mundial; Reconociendo la naturaleza integral de la Tierra.

Declaración Universal de los Derechos Humanos

Supone el primer reconocimiento universal de que los derechos básicos y las libertades fundamentales son inherentes a todos los seres humanos, inalienables y aplicables en igual medida a todas las personas, y que todos y cada uno de nosotros hemos nacido libres y con igualdad de dignidad y de derechos. Independientemente de nuestra nacionalidad, lugar de residencia, género, origen nacional o étnico, color de piel, religión, idioma o cualquier otra condición, el 10 de diciembre de 1948 la comunidad internacional se comprometió a defender la dignidad y la justicia para todos los seres humanos.

Demanda social

Carencia o desproporción existente entre el estado de las relaciones sociales en un momento dado y el estado de la producción; constituye el signo de que las relaciones sociales deben ser transformadas perpetuamente.

Desarrollo sostenible

Desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades.

Directrices

Aquello que marca las condiciones en que se genera algo.

Discursos sociales

Refleja el conjunto de ideas, opiniones, creencias y expectativas que tiene la sociedad en su conjunto con respecto ha determinado tema.

Empleado

Individuo que mantiene una relación reconocida como “relación de empleo” en la legislación o práctica nacional.

Empresa

Agente económico que constituye uno de los pilares fundamentales de la actividad económica. Así, las funciones sociales que cumple de forma general en la economía son: coordinar, dirigir y controlar el proceso de producción; crear y aumentar la utilidad de los bienes; crear empleo y generar riqueza; impulsar innovaciones y anticipar el producto social.

Estado benefactor

El Estado, tal como lo dice su nombre, se hace cargo de los servicios y derechos de una gran parte de la población considerada humilde o empobrecida.

Estrategia de responsabilidad social

Programa, actividad o conjunto de actividades, dedicados expresamente a cumplir un objetivo particular relacionado con la responsabilidad social.

Etica empresarial

Conjunto de principios y normas bajo las cuales se rigen las actividades que desempeña una empresa.

Etica social

Se refiere a la manera como se maneja una persona en sociedad y con las personas y culturas con quienes interacciona a través de la vida. Si bien la ética social tiene como base la moral individual, la ética social se centra más en el comportamiento apropiado de las personas como un todo, más que un comportamiento individual.

Filantropía corporativa

Se basa en las contribuciones que provienen del sector empresarial, específicamente de las ganancias corporativas que se utilizan para apoyar al sector civil y sin fines de lucro. Estas donaciones pueden venir directamente de las compañías en si o de las fundaciones privadas establecidas y patrocinadas por ellas.

Globalización

Fenómeno inevitable en la historia humana que ha acercado el mundo a través del intercambio de bienes y productos, información, conocimientos y cultura. En las últimas décadas, esta integración mundial ha cobrado velocidad de forma espectacular debido a los avances sin precedentes en la tecnología, las comunicaciones, la ciencia, el transporte y la industria.

Gobernanza de la organización

Sistema por el cual, una organización toma e implementa decisiones con el fin de lograr sus objetivos.

Grupos de interés

Todos aquellos grupos que se ven afectados directa o indirectamente por el desarrollo de la actividad empresarial, y por lo tanto, también tienen la capacidad de afectar directa o indirectamente el desarrollo de éstas.

Impacto

Cambio positivo o negativo que se genera en la sociedad, la economía o el medio ambiente, producido, en su totalidad o parcialmente, como consecuencia de las decisiones y actividades pasadas y presentes de una organización.

Indicadores

Herramienta para medir impactos, para puntualizar resultados, también para realizar retroalimentación y revisión. El uso de indicadores, forma parte de un sistema de control que incluye también un sistema de evaluación y medición de los resultados.

Insumos

Se utiliza para hacer referencia a todos aquellos implementos que sirven para un determinado fin y que se pueden denominar como materias primas, específicamente útiles para diferentes actividades y procesos.

Libre mercado

Sistema en el que el precio de los bienes o servicios es acordado por consentimiento entre los vendedores y los compradores mediante las leyes de la oferta y la demanda.

Macroética

Se refiere a las decisiones con amplias implicaciones para un gran segmento de la sociedad.

Memorias

Las memorias o el informe de RSE, es una expresión manifiesta de transparencia por parte de la empresa, siendo esta regularmente anual. Se trata de publicar y difundir las políticas y actividades de RSE que una empresa u organización está llevando a cabo.

Microética

Se refiere a las decisiones de operaciones diarias con un impacto social limitado.

Monopolio

Existe cuando una persona en particular o una empresa tienen suficiente control sobre un producto o servicio en particular para determinar de manera significativa las condiciones en que otras personas tendrán acceso a ella.

Necesidades sociales

Estas son las necesidades que surgen del individuo y son compartidas por toda la sociedad.

Normativa internacional de comportamiento

Expectativas de comportamiento organizacional socialmente responsable, derivadas del derecho internacional consuetudinario, principios de derecho internacional generalmente aceptados o acuerdos intergubernamentales reconocidos de manera universal (incluyen tratados y convenciones. Están dirigidos principalmente a los Estados).

Organización

Entidad o grupo de personas e instalaciones con responsabilidades, autoridades y relaciones establecidas y objetivos identificables.

Partes interesadas

Individuo o grupo que tiene interés en cualquier decisión o actividad de la organización.

Principio

Base fundamental para la toma de decisiones o para determinar un comportamiento.

Privatizar

Convertir o hacer pasar una empresa, un bien o una actividad del sector público al sector privado.

Producto

Artículo o sustancia que se ofrece para la venta y comercialización o es parte de un servicio entregado por una organización.

Pyme

Pequeña y mediana empresa.

Rendición de cuentas

Condición de responder por decisiones o actividades ante los órganos de gobierno de la organización, autoridades competentes y, más ampliamente, ante sus partes interesadas.

Rentabilidad

Relación existente entre los beneficios que proporcionan una determinada operación o cosa y la inversión o el esfuerzo que se ha hecho.

Responsabilidad social

Responsabilidad de una organización ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y el medio ambiente, mediante un comportamiento ético y transparente que contribuya al desarrollo sostenible, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad. Toma en consideración las expectativas de las partes interesadas. Cumple con la legislación aplicable y es coherente con la normatividad internacional de comportamiento y está integrada en toda la organización y se lleva a la práctica en sus relaciones.

Responsabilidad Social Empresarial

La adopción ética y voluntaria por parte de las empresas públicas o privadas de las problemáticas sociales y medioambientales, derivadas de cualquiera de sus operaciones. Concibiendo sus prácticas de una manera sostenible y, sustentable en la búsqueda de máximo equilibrio social

Sector primario

Incluye todas las actividades donde los recursos naturales se aprovechan tal como se obtienen de la naturaleza, ya sea para alimento o para generar materias primas

Sector secundario

Se caracteriza por el uso predominante de maquinaria y de procesos cada vez más automatizados para transformar las materias primas que se obtienen del sector primario. Incluye las fábricas, talleres y laboratorios de todos los tipos de industrias. De acuerdo a lo que producen, sus grandes divisiones son: construcción, industria manufacturera y electricidad, gas y agua.

Sector terciario

En el sector terciario de la economía no se producen bienes materiales; se reciben los productos elaborados en el sector secundario para su venta; también nos ofrece la oportunidad de aprovechar algún recurso sin llegar a ser dueños de él, como es el caso de los servicios. Asimismo, el sector terciario incluye las comunicaciones y los transportes.

Servicio

Acción de una organización para satisfacer una demanda o necesidad.

Significación

Dar significado.

Sistema

Conjunto de partes interrelacionadas, que trabajan conjuntamente para lograr un objetivo.

Sistema de indicadores

Un conjunto de valores diseñados para medir ciertas variables específicas, para así poder comprobar que una empresa llega a las metas señaladas en su estrategia.

Stakeholders

Dentro del grupo de interés se encuentran los empleados, clientes, proveedores, acreedores y la comunidad en la que está inserta la empresa

Socialmente solidario

Describe la noción de las redes productivas conformadas por miles de unidades productivas pequeñas de carácter comunitario pero de propiedad social y autogestionaria que provoquen un aumento en la producción y hacen paréntesis de los tipos de empresas de autogestión y cooperación.

Sostenibilidad

Característica o estado según el cual pueden satisfacerse las necesidades de la población actual y local sin comprometer la capacidad de generaciones futuras o de poblaciones de otras regiones de satisfacer sus necesidades.

Sujetos de derechos

Representaban el derecho a un trabajo, a un salario y a un trato justo.

Tecnociencia

Concepto ampliamente usado en la comunidad interdisciplinaria de estudios de ciencia y tecnología para designar el contexto social y tecnológico de la ciencia. La idea muestra un reconocimiento común de que el conocimiento científico no es sólo un código situado en la sociedad y la historia, sino que se sustenta y se hace durable por redes materiales no humanas.

TIC

Tecnologías de la información y la comunicación.

Trabajador

Persona que desempeña un trabajo, ya sea un empleado o alguien que trabaja por cuenta propia.

Triple Bottom Line

(Triple cuenta de resultados) y este consta de tres niveles: Nivel económico: referido a los resultados, la sostenibilidad y la rentabilidad de su negocio y su capital humano. Nivel social: El impacto de sus actividades en el ambiente y como está manejando sus emisiones y desechos. Nivel medioambiental: Diversidad étnica y género, condiciones laborales y contribución con la comunidad, etc.

Glosario de abreviaturas

AA1000AS- Norma de Aseguramiento de Sostenibilidad

AA1000SES- Norma de Compromiso con los Grupos de Interés

ABNT- Asociación Brasileña de Normas Técnicas

CCC- Construcción Conceptual del Cambio

ENTS- Escuela Nacional de Trabajo Social

FSC- International Forest Stewardship Council

GRI- Global Reporting Initiative

IMNC- Instituto Mexicano de Normalización y Certificación

INEGI- Instituto Nacional de Geografía y Estadística

IRSE- Instituto de Responsabilidad Social Empresarial de Ecuador

ISO 14000- Sistema de gestión ambiental

ISO 26000- Norma que ofrece orientación a los principios de RSE y su integración en todos los grupos de interés

ISO 9000- Estándar de calidad de sistemas de gestión

ISO- International Organization for Standardization

OCDE- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico

OIT- Organización Internacional del Trabajo

ONU- Organización de la Naciones Unidas

OSC- Organizaciones de la Sociedad Civil

PNUMA- Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente

PROFECO- Procuraduría Federal del Consumidor

RS- Responsabilidad Social

RSE- Responsabilidad Social Empresarial

SA 8000- Norma no totalmente certificable, enfocada en las condiciones de trabajo

SAI- Social Accountability International

SGE 21- Promueve un sistema de gestión ética y socialmente responsable

SILATS- Semillero de Investigación en Trabajo Social Laboral

SIS- Instituto Sueco de Normas

Referencias

Traducción de AccountAbility. (2015). Sitio web: <http://www.accountability.org/>

Alayón, N. (1988). *Perspectivas del Trabajo Social*. Cuadernos de trabajo Social. Buenos Aires: Editorial Humanitas.

Alegsa, L. (2010). *Definición de técnica*. Argentina. Sitio web: <http://www.alegsa.com.ar/Dic/tecnica.php#sthash.UC3cCwMx.dpuf>

Álvarez, G. (2003). *Como hacer investigación cualitativa. Fundamentos y metodología*. México –Buenos Aires. Edit. Paidós.

Ander-Egg, E. (1986). *Diccionario de Trabajo Social*. Bogotá, Colombia: Ed. Colombia Ltda.

Ander-Egg, E. (1996). *Introducción al trabajo social*. Argentina. Editorial Lumen/Humanitas.

Andrade, S. (2005). *Diccionario de Economía*, Editorial Andrade.

Araque, R. y Montero, M. (2006). *La responsabilidad social de la empresa a debate*. Barcelona: Icaria editorial.

Ardoino, J. (1981). *La intervención: ¿imaginario del cambio o cambio de lo imaginario? Intervención Institucional*. México Folios Ediciones.

Arsnperger, C. y Van Parijs, P. (2002). *Ética económica y social, teorías de la sociedad justa*. España. Paidós.

Baltera, P. y Díaz, E. (2005). *Responsabilidad Social Empresarial Alcances y Potencialidades en materia laboral*. Chile. Departamento de Estudios Dirección del Trabajo.

Becerra, F. (2013). *Estrategias empresariales exitosas de los productos milagro que carecen de responsabilidad social en México*. Sitio web:

http://oreon.dgbiblio.unam.mx/F/1H13EU9F9UXC97M4Q2FK9JY48R9RDAGT27MIK1UARFYQHKSG2H-22784?func=find-acc&acc_sequence=001729290

Berger, P. y Luckmann, T. (2001). *La construcción social de la realidad*. Argentina Editorial. Amourrtu.

Bohannan P. y Glazer M. (1993). *Antropología-Lecturas*. Madrid. Mc Graw –Hill.

Bohannan, P. (1992). *Para raros, nosotros. Introducción a la antropología cultural*, Madrid. Akal Ediciones.

Bonilla, E. (1997). *Concepto de diario de campo*. Recuperado de: http://datateca.unad.edu.co/contenidos/401121/diario_de_campo.pdf

Bourdieu, P. (1997). *Razones prácticas sobre a teoría de la acción*. Barcelona. Editorial Anagrama.

Castaño, J. (2013). *La triple Cuenta de Resultados: Social, económico y ambiental en el TLC Colombia-Estados Unidos*. España. 87TEXTOS-&-SENTIDOS-No.08-Julio/Diciembre-2013. Recuperado de: <http://biblioteca.ucp.edu.co/ojs/index.php/textosysentidos/article/view/821/781>

Centro Aragonés de Tecnologías para la Educación (E-EDUCATIVA CATEDU) (2014). *Objetivos de la empresa*. Sitio web: http://educativa.catedu.es/44700165/aula/archivos/repositorio//2750/2764/html/15_objetivos_de_la_empresa.html

Chávez, J. (2003). *Participación social: retos y perspectivas*. México. Plaza y Valdez.

Coca, R. (1990). *Perfil profesional del trabajador social en el área empresarial*. Revista de trabajo social. Numero 44, octubre-diciembre.

Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo. (1992). Sitio web: <http://www.un.org/spanish/esa/sustdev/agenda21/riodeclaration.htm>

Collins, J y Porras, J. (1994). *Built to Last*. New York. HarperBusiness.

Comercio Justo México 2015. Sitio web:

<http://www.comerciojusto.com.mx/contents/index.php?mod=cont&id=3&seccion=1>

Comisión del parlamento europeo. (2014). Sitio web:

<http://www.europarl.europa.eu/news/es/news-room/press-release>

Correa, J. (2008). *Responsabilidad social: retos y perspectivas*. Medellín: Universidad de Medellín.

Deltev, H., y Martín, A. (2007). *Manual de sociología del trabajo y de las relaciones laborales*. Madrid. Delta publicaciones.

Diccionario de marketing (1999). Clientes. España. Cultural, S. A.

Drucker, P. (2000). *La Gerencia*. Buenos Aires. Editorial Ateneo.

Durkheim, E. (1893). *La división del trabajo social*. Libro I, capítulo II, parte IV y capítulo III, parte IV. Recuperado de: <http://www.sociales.uba.ar/wp-content/uploads/20-Funes-Durkheim.pdf>

Edward, T. (1975). *La ciencia de la cultura*. Madrid. Editorial Anagrama.

El Semillero de Investigación en Trabajo Social Laboral (SILATS). (2012) *Especificidad del trabajo social en la RSE de empresas colombianas*. Revista Tendencias y Retos. Tend. Vol. 17, No. 2, julio-diciembre. Recuperado de: <http://revistas.lasalle.edu.co/index.php/te/article/viewFile/1891/1759>

Enciclopedia Financiera. (2015). *Definición de empresa*. Sitio web:

<http://.enciclopediafinanciera.com/organizaciondeempresas/cultura-organizacion>

Escuela Nacional de Trabajo Social (ENTS, 2016). sitio web:

<http://www.trabajosocial.unam.mx/queestsocial.html>

Federación Internacional de Trabajo Social (FITS). (2015). *Concepto de trabajo social*. Sitio web: <http://ifsw.org/latin-america/historia-de-la-federacion-internacional-de-trabajadores-sociales-a-nivel-mundial/>

Federación Internacional de Trabajo Social. (2015). *Concepto de trabajo social*. Sitio web: <http://red-trabajosocial.blogspot.mx/2011/12/federacion-internacional-de-trabajo.html>

Fernández, E. (2005). *Introducción a la gestión: "management"*. Valencia. Ed. Univ. Politéc.

Fernández, T. (2009). *Ámbitos de intervención del trabajo social, en Fundamentos del Trabajo social*. Madrid: Alianza.

Fernández, T. (2009). *Fundamentos del Trabajo Social*. Madrid. Alianza editorial.

Fernández, Z (2013). Desarrollo de un esquema de auditoría para sistemas de gestión de responsabilidad social empresarial con base en ISO 26000. Sitio web: http://oreon.dgbiblio.unam.mx/F/1H13EU9F9UXC97M4Q2FK9JY48R9RDAGT27MIK1UARFYQHKSG2H-32392?func=full-set-set&set_number=005167&set_entry=000007&format=999

Flores, C. y Martínez, G. (2006). *Hacia una concepción del Trabajo Social contemporáneo en México: su condición profesional*. Revista Katálysis, julio-diciembre.

Forética. (2015). *Indicadores*. Recuperado de: <http://sge21.foretica.org/>

Fuenzalida, C. (2008). *La Responsabilidad Social Empresarial en Chile*. Universidad de Santiago de Chile Facultad de Administración y Economía Departamento de Contabilidad y Auditoría. Recuperado de: <http://www.alafec.unam.mx/docs/movilidad/costar2008/TrabajosInvestigacion/TareaPrevia/ResponsabilidadSocEmprChileGR02.pdf>

Fundación Cinépolis (2016). Del amor nace la vista. Sitio web: <https://www.fundacioncinepolis.org/index.aspx>

Galeana de la O, S. (2005). *Manual de Trabajo Social- Campos de Acción del Trabajo Social*. México. Plaza y Valdés.

Galicia, C. (2010). *Manual para emprendedores*. Recuperado de:
http://www.ferrol.es:8080/activateenelcentro/fotos/biblioteca/1Tramites_Creacion_Empresas%20bic.pdf

García, J. (2009). *Intervención*. Recuperado de:
<http://virtual.funlam.edu.co/repositorio/sites/default/files/DisenoMetodologico.pdf>

Geertz, C. (1973). *La interpretación de la cultura, hacia una teoría interpretativa*. México. Gedisa.

Giddens, A. (1998). *Sociología*. Madrid. Editorial Alianza

Gilli, J. (2014). *LA TEORÍA DE LOS STAKEHOLDERS Y EL ALCANCE DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA*. Buenos Aires. CONFLUÊNCIAS Revista Interdisciplinar de Sociología e Direito. Vol. 16, nº 1.

Giménez, G. (2007). *La concepción simbólica de la cultura. Estudios sobre la cultura y las identidades*. México. Conaculta - Iteso.

Global Reporting Initiative. (2015). Indicadores. Sitio web:
<https://www.globalreporting.org/languages/spanish>

Godoy, R. y Fuentes, P. (2000) *Participación Ciudadana en el espacio local: hacia la construcción de una nueva ciudadanía en Chile*. Recuperado de:
www.dii.uchile.cl.

Gómez, A. (1989). *Evaluación y estructura del clima socioescolar en alumnos de EE.MM de Galicia*. Recuperado de: <file:///C:/Users/Mayra/Downloads/Dialnet-EvaluacionYEstructuraDelClimaSocioescolarEnAlumnos-2359339.pdf>

Guerrero, N. (2008). La responsabilidad social empresarial en el tercer sector mexicano. Sitio web:
http://oreon.dgbiblio.unam.mx/F/1H13EU9F9UXC97M4Q2FK9JY48R9RDAGT27MIK1UARFYQHKSG2H-34739?func=full-set-set&set_number=005167&set_entry=000016&format=999

- Guzmán, I. (1963). *La sociología de la empresa*. España. Editorial Jus.
- Hansen, R., y Maryanne M. (2003). *Administración de costos: Contabilidad y control*. Cengage Learning. ISBN-13:9789706865830.
- Hayek, F. (2008). *Fundamentos de la libertad*. España. Unión Editorial, S.A
- Hernández, A. (2013). *Reconceptualización del trabajo social*. Recuperado en: http://laventanadezapata.bligoo.com.mx/media/users/31/1577304/files/28346/ENSAYO_RE_CONCEPTUALIZACION_DE_T.S...Pdf
- Hernández, J. (2001). *Intervenciones Psicosociales*. Madrid: Universidad de Navarra.
- Hernández, J. Serrato, X. (2010). *Aproximaciones críticas a la profesión del trabajo social, entre la teoría y la práctica. Modelos de intervención. Teoría y método en trabajo social*. México. ENTRABAJO SOCIAL – UNAM.
- Herrera, J. (2008). *La participación social*. Recuperado de: <https://juanherrera.files.wordpress.com/2008/10/participacion-social.pdf>
- Ianni, O. (1996). *Teorías de la globalización*. México, siglo XXI. Editores CEIICH-UNAM.
- Instituto Nacional de Economía y Geografía (INEGI, 2015). *Economía de México*. Sitio web: <http://cuentame.inegi.org.mx/economia/default.aspx?tema=E>
- Instituto Mexicano de Normalización y Certificación, A.C. (IMNC, 2011). *Guía de responsabilidad social*. México, Distrito Federal.
- ISO 26000. (2015). Sitio web: <http://www.iso.org/iso/home/standards/iso26000.htm>
- Iturrieta, F. (2008). *Participación social y la nueva articulación entre estado, mercado y sociedad civil. Análisis del cambio en la relación entre estado, mercado y sociedad civil, y su relación en la conformación de iniciativas de participación social*. Recuperado de: http://repositorio.uchile.cl/tesis/uchile/2008/iturrieta_f/sources/iturrieta_f.pdf

Kahn J. (s/f). *El concepto de Cultura: Textos fundamentales*. Barcelona. Editorial Anagrama.

Kisnerman, N. (1984). *Introducción al Trabajo Social*. Buenos Aires: Editorial Humanitas.

Kliknsberg, B. (2014). *Responsabilidad social empresarial*. Recuperado de:
<http://la5tapatonet.blogspot.mx/2009/08/bernardo-kliksberg-sobre.html>

Kottak, P. (1994). *Antropología: Una Exploración de la Diversidad Humana*. Madrid. Mc Graw –Hill.

Legislación de la Responsabilidad Social. (2015). Recuperado de:
<https://www.yumpu.com/es/document/view/27741823/legislacion-de-la-responsabilidad-social-spentamexicoorg/3>

Ley Federal de Trabajo (2012). Sitio web:
<https://www.personal.unam.mx/dgpe/docs/leyFedTrabajo.pdf>

Ley General de Desarrollo Social en México (2004). *Evaluación de la política social*. Sitio web:
<http://www.coneval.gob.mx/Evaluacion/NME/Paginas/LeyGeneral.aspx>

López, M y Chaparro, M. (2006). *Competencias laborales del trabajador social vistas desde el mercado laboral*. Tabula Rasa.No.5, julio-diciembre. Bogotá-Colombia.

Luhmann, N.,y De Georgi, R., (1993). *Teoría de la sociedad*. México, U de G, UI, ITESO.HM59/L8418, PFCA-UNAM

Martin, L. (1999). *The Political Economy of International Cooperation*. En I. Kaul, Grunberg, y M. A. Stern, *Global Public Goods, International Cooperation*. Nueva York The Oxford University Press.

Martínez, M. (2003). *Consideraciones generales: relaciones del Trabajo Social con el bienestar social, Estado de bienestar, política social, servicios sociales, diferenciación de conceptos*. En T. Fernández y C. Alemán (coords.). *Introducción al Trabajo Social*. Madrid: Alianza.

Microsoft. (2016). Sociedad. Sitio web:

<http://www.compromisorse.com/responsabilidad-social/telecomunicaciones-y-tecnologias-de-la-informacion/microsoft/>

Ministerio de Planeación (MIDEPLAN, 2005). *Participación ciudadana, planificación y gestión territorial: análisis teórico conceptual, revisión de experiencias y propuestas de participación para instrumentos específicos*. División de Planificación Regional / Departamento de Identidad y Cultura-Consultora Alcalá.

Moix, M. (2004). *El Trabajo Social y los Servicios Sociales. Su concepto*. Cuadernos de Trabajo Social. Vol. 17.

Monopolio. (2015). *Concepto*. Enciclopedia financiera. Sitio web: <http://www.encyclopediafinanciera.com/mercadosfinancieros/estructura/monopolio.htm>

Morales, I. (2000). *Globalización y regionalización. Hacia la construcción y gestión de un nuevo orden económico internacional*. México. Trillas.

Morales, S. y Cancino, C. (2008). *Responsabilidad Social Empresarial*. Documento Docente N°1, Diciembre.

Mozas, A. y Puentes, R. (2010). *La Responsabilidad Social Corporativa y su Paralelismo con las Sociedades Cooperativas*. REVESCO N° 103 - Tercer Cuatrimestre 2010 - ISSN: 1885-8031. Recuperado de: <http://pendientedemigracion.ucm.es/info/revesco/txt/REVESCO%20N%20103.4%20Adoracion%20MOZAS%20y%20Raquel%20PUENTES.pdf>

Neef, M. (1986). *Desarrollo a escala humana. Una opción para el futuro*. Santiago de Chile: Cepaur.

New Deal. (2015). Sitio web: <http://www.economia48.com/spa/d/new-deal/new-deal.htm>

Norma AA1000. (2008). Sitio web:
<http://www.accountability.org/images/content/3/5/357.pdf>

Norma SA 8000. (2015). Sitio web:
<http://www.sa-intl.org/index.cfm?fuseaction=Page.ViewPage&PageID=937>

Norma SGE21 2015). Sitio web: <http://sge21.foretica.org/>

Oficina Internacional del Trabajo. (1971). *La empresa y los factores que influyen en su funcionamiento*. Ginebra, Suiza.

Organización de la Naciones Unidas (ONU, 1999). *Directrices de las Naciones Unidas para la Protección del Consumidor*. Sitio web:
http://www.consumersinternational.org/media/33875/consumption_sp.pdf

Orozco, D. (2015). *Definición de fotografía*. Sitio web:
<http://conceptodefinicion.de/fotografia/>

Pacto Mundial (2015). Sitio web: <https://www.unglobalcompact.org/>

Padua, J. (1979). *Técnicas de Investigación Aplicadas a las Ciencias Sociales*, México. Fondo de Cultura Económica.

Pelayo, A. (1999). *Diccionario Filosófico*. Oviedo. Biblioteca filosófica en español.

Pérez, J. (2013). *La Responsabilidad Social mexicana, Actores y Temas. Cooperación Internacional*. México.

Pérez, M. (2011). La inclusión laboral como estrategia para la responsabilidad social corporativa interna. Sitio web:

http://oreon.dgbiblio.unam.mx/F/1H13EU9F9UXC97M4Q2FK9JY48R9RDAGT27MIK1UARFYQHKSG2H-07365?func=find-acc&acc_sequence=001805320

Pérez, A. (2016). *Reflexiones sobre Participación Social*. Recuperado de: <http://www.sabersinfin.com/component/content/article?id=11:reflexiones-sobre-la-participaci-social.html>

Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO). (2015). Sitio web: <http://www.profeco.gob.mx/>

Quiroga, M., Vargas, F. y Cruz, A. (2010). *TRABAJO SOCIAL Y RESPONSABILIDAD SOCIAL: NOTAS PARA UNA DISCUSIÓN IDEOLÓGICA*. Tabula Rasa, No.3, enero-junio.

Raufflet, Aguilar, Barrera, García. (2012). *Responsabilidad Social Empresarial*. México. Perarson educación.

Raufflet, Lozano Aguilar, Barrera Duque y García de Torre (2012). *Responsabilidad Social Empresarial*. México. Perarson educación.

Real Academia de la Lengua Española (2015). Sitio web: <http://www.rae.es/>

Reyes, P. (1996). *Revolución industrial y la Administración Moderna*. México; Editorial Limusa.

Robbins, S. (1987). *Comportamiento organizacional. Conceptos, controversias y aplicaciones*. México. Prentice-Hall Hispanoamericana, S.A.

Robles, A. (2013). *Demostración de la rentabilidad de la responsabilidad social empresarial*. Sitio web:

http://oreon.dgbiblio.unam.mx/F/1H13EU9F9UXC97M4Q2FK9JY48R9RDAGT27MIK1UARFYQHKSG2H-19052?func=find-acc&acc_sequence=001828861

Rodríguez, G., Gil, J., y García, E. (1996). *Metodología de la Investigación Cualitativa*. Málaga. Edit. Aljibe.

Rodríguez, J., y Abreu, J. (2009). *Legislación de la responsabilidad social empresarial*. International Journal of Good Conscience. ISSN 1870-557X.

Rosanas, J. (2006). *Indicadores de gestión, incentivos, motivación y ética en el control de gestión*. Occasional Paper, OP 06/11, IESE Business School.

SA 800. (2015). Recuperado de:

<http://www.sa-intl.org/index.cfm?fuseaction=Page.ViewPage&PageID=937>

Santos J. (2014). *El mundo de los negocios*. Sitio web:

<http://ciclog.blogspot.mx/2011/09/7-definiciones-de-organizacion.html>

Scherer, G. y Palazzo, G. (2008). *Globalization and Corporate Social Responsibility*. Gran Bretaña. The Oxford handbook of Corporate Social Responsibility.

Schvarstein, L. (2006). *La inteligencia social de las organizaciones*. Argentina. Paidós.

Smith, A. (1776). *Investigación sobre la naturaleza y causas de la riqueza de las naciones*. México. Fondo de Cultura Económica

Soto, J. (1991). *El trabajo Social de empresa, un campo en proceso de cambio*. Revistas Científicas Complutenses. No 4-5 (1991/92).

Strandberg. (2010). *La medición y la comunicación de la rse: indicadores y normas*. Cuadernos de la Cátedra “la Caixa” de Responsabilidad Social de la Empresa y Gobierno Corporativo – IESE. No9. Universidad de Navarra- España. Recuperado de: http://www.iese.edu/en/files/Cuaderno%20No%209_tcm4-57352.pdf

Sverdlik, M, y Williams, C. (1991). *Administración y Organización*. Miami, Florida HarperCollins Publishers.

Técnico RSE perfil profesional. (2010). Recuperado de: http://www.ivas.es/docs/docs_publica/formacion/7A%20TECNICO%20RSEA%20PERFIL%20PROFESIONAL.pdf

Teixidó, S., Chavarri, R. y Castro, A. (2002). *Responsabilidad Social Empresarial en Chile: Perspectivas para una matriz de análisis*. Santiago, Chile Fundación PROhumana

Tello, N. (2007). *Apuntes de trabajo social: trabajo social, disciplina del conocimiento*. Recuperado de: http://cursots.files.wordpress.com/2008/08/apuntes-sobre-intervencionsocial_nelia-tello.pdf

Tello, N. (2010). *Modelos de Trabajo Social, notas para su discusión*. La revista Anales de Trabajo Social. México. Ed. UNAM_U Murcia.

Tello, N. y Galeana, S. (2007) *Serie de cuadernos teórico prácticos, desarrollo local y promoción social*. UNAM – ENTS. México.

Tello, N. y Ornelas, A. (2015). *Estrategias y modelos de intervención de trabajo social*. Estudios de opinión y participación social A.C. Cd. de México.

Thompson, I. (2006). *Concepto de Empresa*. PromonegocioS.net. Recuperado de: <http://www.promonegocios.net/empresa/concepto-empresa.html>

Thompson, J. (1993). *Concepto de cultura, ideología y cultura moderna*. México. UAM Xochimilco.

Triana, L. y Forero, G. (2013). *Inteligencia social: una aproximación desde la gestión de la organización*. Revista Dialéctica. Nueva época, año 37, número 45-46, enero-junio, julio-diciembre.

Valero, A. (2012). *El trabajador social en México, desarrollo y perspectivas*. México. Recuperado de: [file:///C:/Users/Mayra/Downloads/EL%20TRABAJADOR%20SOCIAL%20EN%20MEXICO%20DESARROLLO%20Y%20PERSPECTIVAS%20\(1\).PDF](file:///C:/Users/Mayra/Downloads/EL%20TRABAJADOR%20SOCIAL%20EN%20MEXICO%20DESARROLLO%20Y%20PERSPECTIVAS%20(1).PDF)

Vargas, J. (2007). *La crisis del estado providente, punto de partida hacia la Responsabilidad Social Empresarial*. Revista Sotavento, 14:42-53. Recuperado de:file:///C:/Users/Mayra/Downloads/DialnetLaCrisisDelEstadoProvidentePuntoDePartidaHaciaLaRe-5137702.pdf

Ruiz, D. (1996). Organización y Administración de empresas. Perú. Trujillo.

Visauta, B. (1989). *Técnicas de investigación social*. Barcelona: Promociones y publicaciones universitarias.

Walmart. (2016). Medio ambiente. Sitio web:
<http://www.walmartmexicoycam.com/sustentabilidad.html>

Weber, M. (2004). *Economía y Sociedad*. México. Fondo de Cultura Económica.

Wester, J. (2008). *Dimensiones y retos de una educación para la responsabilidad ciudadana. Utopía y praxis latinoamericana*. N° 42. Revista Internacional de Filosofía Iberoamericana y Teoría Social. CESA-FCES, Universidad del Zulia. Maracaibo-Venezuela.

Wordreference. (2015) Sitio web:
<http://www.wordreference.com/definicion/empleado>

Zisis, R. (2004). *El Valor en la Responsabilidad*; en Harvard Business Review (América Latina), Volumen 82, N° 12, diciembre.

Anexo I



Instrucciones: Lea cuidadosamente y anote dentro del inciso () la respuesta que considere más adecuada. Es importante que ningún espacio quede en blanco ya que esto invalida la pregunta.

Sexo: M () F () Escolaridad: _____ Edad: _____

1. ¿Ha escuchado hablar acerca de la Responsabilidad Social Empresarial?

() Si, donde _____ () No

2. A su parecer la responsabilidad social empresarial es

() Que la empresa se responsabilice de manera voluntaria por sus acciones

() Mantener una buena imagen ante los empleados y clientes

() Contribuir con la sociedad y el medio ambiente

() Que la empresa realice acciones sociales

() Ayudar a la comunidad

() Todas las anteriores

() Otra, especifique _____

3. En su opinión, para que una empresa sea socialmente responsable debería:

() Satisfacer las necesidades de sus clientes con productos de excelente calidad, tener precios accesibles, ofrecer un buen servicio con personal capacitado y cumplir con todas las especificaciones de ley que requiere una empresa en su ramo. Además de que las relaciones obrero/patronales, procuren compensaciones mayores a las establecidas por la ley del trabajo y mantener algunas prácticas de responsabilidad social

() Ofrecer mejores sueldos, mayores prestaciones, escuchar y tomar en cuenta a sus empleados. Preocuparse por generar una identidad y sentido de pertenencia hacia su empresa

() Responder a la satisfacción las necesidades del cliente en cuestión de calidad, precio y servicio. Buscando se dé una importancia significativa a su opinión, en cuanto a situaciones que tengan que ver con quejas, sugerencias o felicitaciones promuevan la eficacia

() Todas las anteriores

() Ninguna de las anteriores

() Otra, especifique _____

4. ¿Considera que la responsabilidad social es un tema importante para el servicio que ofrece su empresa?

() Si, por que _____

() No, por que _____

5. ¿Considera que su empresa tiene un comportamiento de respeto por la sociedad y el medio ambiente?

() Si () No

6. Su empresa satisface las necesidades del cliente en cuanto a responsabilidad social, cuándo: mencione 3

- () Se responsabiliza de manera voluntaria por sus acciones
- () Mantiene una buena imagen ante los empleados y clientes
- () Contribuye con la sociedad y el medio ambiente
- () Realiza acciones sociales en la comunidad
- () Ofrece productos de calidad a precios justos
- () Ofrece a sus empleados prestaciones mayores a las que establece la ley
- () Cumple con la ley y esta al día con sus impuestos

7. En su opinión, ¿una empresa que capacita a su personal es socialmente responsable?

- () Si, por que _____
- () No, por que _____

8. En su opinión, ¿Una empresa que cumple con todas las especificaciones de ley que le son requeridas es socialmente responsable?

- () Si () No

9. Considera que en su empresa las practicas de responsabilidad social, se identifican con: mencione 3

- () Una empresa ética, respetuosa de la ley
- () Una empresa solidaria con el medio ambiente y con la sociedad
- () Satisface las necesidades de sus clientes en precio y calidad
- () Tiene buenas relaciones obrero/patronales
- () Elabora estrategias para fomentar el ahorro de energía y agua
- () Una empresa que contribuye con su comunidad
- () Una empresa que se preocupa por su relación con la sociedad y el medio ambiente
- () Otras, especifique _____

10. A su juicio, ¿Cuál es la principal razón para que su empresa sea socialmente responsable?

- () Porque reporta beneficios económicos para las empresas
- () Porque es una forma de responder a las exigencias internacionales
- () Porque es un asunto de principios, un deber ético
- () Porque es la manera de responder a las demandas de la comunidad
- () Para mejorar su imagen ante sus clientes
- () Para integrarla a su cultura organizacional
- () Para mejorar su relación con la sociedad y el medio ambiente
- () Otra, especifique _____

11. ¿Hacia qué grupo de personas o ámbito social considera que debería orientarse la responsabilidad social empresarial?

- () Comunidad cercana
- () Sociedad en general
- () Empleados
- () Clientes

- () Proveedores
- () Medio ambiente
- () Competidores
- () Todos los anteriores
- () Otro, especifique_____

12. Mencione 2 empresas que usted considere socialmente responsables

13. De las empresas anteriores, ¿Qué puntos considera que debería poner en práctica esta empresa?(puede escoger más de uno)

- () Dar mejores prestaciones y mayores sueldos a sus empleados
- () No dañar la naturaleza, no contaminar
- () Ayudar a la comunidad
- () No aprovecharse de los clientes
- () Respetar a la sociedad
- () Reducir, reciclar y reusar
- () Mantener una competencia leal con otras empresas
- () Todas las anteriores
- () Otro, especifique_____

14. ¿Qué necesita su empresa para aplicar o perfeccionar las prácticas de responsabilidad social empresarial? Jerarquice de acuerdo al grado de importancia, de mayor (5) a menor (1)

- () Toma de decisiones
- () Capacitación en estándares e indicadores de acuerdo a la realidad de mexicana
- () Acceso a buenas prácticas o experiencias replicables
- () Asesoría directa en el tema de la Responsabilidad Social
- () Informarse y conocer sobre la temática
- () Trabajar en conjunto con sus empleados
- () Mejorar sus recursos económicos
- () Incluir a sus grupos de interés (empleados, clientes, competencia, sociedad)

15. ¿Cree usted que las empresas deben publicar sus acciones de responsabilidad social?

() Si, porque_____

() No, porque_____

¡¡Gracias por su participación!!

Percepción que tienen los socios del restaurant “The Met”, sobre la Responsabilidad Social Empresarial

SEXO	EDAD	ESCOLARIDAD	RELACION
1.Masculino	34	Licenciatura	1. Socio
2.Masculino	44	Licenciatura	2. Socio

1. Ha escuchado acerca de la RSE

	Si	Donde	No
1.Socio	X	<i>Palacio Real</i>	
2.Socio	X	<i>Radio</i>	

2. A su parecer la RSE es

	Que la empresa se responsabilice de manera voluntaria por sus acciones	Mantener una buena imagen ante los empleados y clientes	Contribuir con la sociedad y el medio ambiente	Que la empresa realice acciones sociales	Ayudar a la comunidad	Todas las anteriores	Otra
1.Socio			X			X	
2.Socio							

3. Para que una empresa sea socialmente responsable debería

	Satisfacer las necesidades de sus clientes con productos de excelente calidad, tener precios accesibles, ofrecer un buen servicio con personal capacitado y cumplir con todas las especificaciones de ley que requiere una empresa en su ramo. Además de que las relaciones obrero/patronales, procuren compensaciones mayores a las establecidas por la ley del trabajo y mantener algunas prácticas de responsabilidad social	Ofrecer mejores sueldos, mayores prestaciones, escuchar y tomar en cuenta a sus empleados. Preocuparse por generar una identidad y sentido de pertenencia hacia su empresa	Responder a la satisfacción las necesidades del cliente en cuestión de calidad, precio y servicio. Buscando se dé una importancia significativa a su opinión, en cuanto a situaciones que tengan que ver con quejas, sugerencias o felicitaciones promuevan la eficacia	Todas las anteriores	Ninguna de las anteriores	Otra
1.Socio			X			
2.Socio	X					

4. ¿Considera que la responsabilidad social es un tema importante para el servicio que ofrece su empresa?

	Si	Porque	No	Porque
1.Socio	X	Nos enfocamos en el cliente		
2.Socio	X	Para ayudar en la calidad, el cliente y el medio ambiente		

5. ¿Considera que su empresa tiene un comportamiento de respeto por la sociedad y el medio ambiente?

	Si	No
1.Socio	X	
2.Socio	X	

6. Su empresa satisface las necesidades del cliente en cuanto a responsabilidad social, cuándo: mencione 3

	Se responsabiliza de manera voluntaria por sus acciones	Mantiene una buena imagen ante los empleados y clientes	Contribuye con la sociedad y el medio ambiente	Realiza acciones sociales en la comunidad	Ofrece productos de calidad a precios justos	Ofrece a sus empleados prestaciones mayores a las que establece la ley	Cumple con la ley y está al día con sus impuestos
1.Socio					X	X	X
2.Socio			X		X		X

7. ¿Una empresa que capacita a su personal es socialmente responsable?

	Si	Porque	No	Por que
1.Socio	X	<i>Ayuda a trabajar con mayor calidad</i>		
2.Socio	X	<i>Para mejorar las practicas de higiene</i>		

8. ¿Una empresa que cumple con todas las especificaciones de ley que le son requeridas es socialmente responsable?

	Si	No
1.Socio	X	
2.Socio	X	

9. Considera que en su empresa las practicas de responsabilidad social, se identifican con: mencione 3

	Una empresa ética, respetuosa de la ley	Una empresa solidaria con el medio ambiente y con la sociedad	Satisface las necesidades de sus clientes en precio y calidad	Tiene buenas relaciones obrero/patronales	Elabora estrategias para fomentar el ahorro de energía y agua	Una empresa que contribuye con su comunidad	Una empresa que se preocupa por su relación con la sociedad y el medio ambiente	Otra
1.Socio	X		X		X			
2.Socio		X	X		X			

10. A su juicio ¿cuál es la principal razón para que su empresa sea socialmente responsable?

	Porque reporta beneficios económicos para las empresas	Porque es una forma de responder a las exigencias internacionales	Porque es un asunto de principios, un deber ético	Porque es la manera de responder a las demandas de la comunidad	Para mejorar su imagen ante sus clientes	Para integrarla a su cultura organizacional	Para mejorar su relación con la sociedad y el medio ambiente	Otra
1.Socio	X							
2.Socio							X	

11. ¿Hacia qué grupo de personas o ámbito social considera que debería orientarse la responsabilidad social empresarial?, puede mencionar más de uno

	Comunidad cercana	Sociedad en general	Empleados	Clientes	Proveedores	Medio ambiente	Competidores	Todos los anteriores	Otro
1.Socio				X					
2.Socio		X							

12. Mencione 2 empresas que usted considere socialmente responsables

	Empresa 1	Empresa 2
1.Socio	<i>Palacio Real</i>	<i>Camino Real</i>
2.Socio	<i>Bimbo</i>	<i>Nestlé</i>

13. De las empresas anteriores, ¿Qué puntos considera que debería poner en práctica esta empresa?

	Dar mejores prestaciones y mayores sueldos a sus empleados	No dañar la naturaleza, no contaminar	Ayudar a la comunidad	No aprovecharse de los clientes	Respetar a la sociedad	Reducir, reciclar y reusar	Mantener una competencia leal con otras empresas	Todas las anteriores	Otro
1.Socio								X	
2.Socio			X			X			

14. ¿Qué necesita su empresa para aplicar o perfeccionar las prácticas de responsabilidad social empresarial? *Jerarquice de acuerdo al grado de importancia, de mayor (5) a menor (1)*

	Toma de decisiones	Capacitación en estándares e indicadores de acuerdo a la realidad mexicana	Acceso a buenas prácticas o experiencias replicables	Asesoría directa en el tema de la Responsabilidad Social	Informarse y conocer sobre la temática	Trabajar en conjunto con sus empleados	Mejorar sus recursos económicos	Incluir a sus grupos de interés (empleados, clientes, competencias, proveedores, sociedad)
1.Socio	2		4	3		1		5
2.Socio		4	2	5		3	1	

15. ¿Cree usted que las empresas deben publicar sus acciones de responsabilidad social?

	Si	Porque	No	Porque
1.Socio			X	<i>Se podría malinterpretar los verdaderos motivos de las acciones</i>
2.Socio	X	<i>Para que los demás estén enterados de lo que estamos haciendo</i>		



Instrucciones: Lea cuidadosamente y anote dentro del inciso () la respuesta que considere más adecuada. Es importante que ningún espacio quede en blanco ya que esto invalida la pregunta.

Sexo: M () F () **Escolaridad:** _____ **Edad:** _____

16. ¿Ha escuchado hablar acerca de la Responsabilidad Social Empresarial?

() Si, donde _____ () No

17. A su parecer la responsabilidad social empresarial es:

() Que la empresa se responsabilice de manera voluntaria por sus acciones

() Mantener una buena imagen ante los empleados y clientes

() Contribuir con la sociedad y el medio ambiente

() Que la empresa realice acciones sociales

() Ayudar a la comunidad

() Todas las anteriores

18. En su opinión, una empresa socialmente responsable debería:

() Satisfacer las necesidades de sus clientes con productos de excelente calidad, tener precios accesibles, ofrecer un buen servicio con personal capacitado y cumplir con todas las especificaciones de ley que requiere una empresa en su ramo. Además de que las relaciones obrero/patronales, procuren compensaciones mayores a las establecidas por la ley del trabajo y mantener algunas prácticas de responsabilidad social

() Ofrecer mejores sueldos, mayores prestaciones, escuchar y tomar en cuenta a sus empleados. Preocuparse por generar una identidad y sentido de pertenencia hacia su empresa

() Responder a la satisfacción las necesidades del cliente en cuestión de calidad, precio y servicio. Buscando se dé una importancia significativa a su opinión, en cuanto a situaciones que tengan que ver con quejas, sugerencias o felicitaciones promuevan la eficacia

() Todas las anteriores

() Ninguna de las anteriores

() Otra, especifique _____

19. ¿Hacia qué grupo de personas o ámbito social considera que debería orientarse la responsabilidad social empresarial?

() Comunidad cercana

() Sociedad en general

() Empleados

() Clientes

() Proveedores

() Medio ambiente

() Competidores

() Todos los anteriores

() Otro, especifique _____

20. ¿Considera que la responsabilidad social es un tema importante para el servicio que ofrece su empresa?

() Si () No

21. ¿Considera que en su empresa se respeta a la sociedad y al medio ambiente?

() Si, por que _____

() No, por que _____

22. En esta empresa satisfacen las necesidades de los empleados en cuanto a responsabilidad social cuándo: mencione 3

() Se responsabiliza de manera voluntaria por sus acciones

() Mantiene una buena imagen ante los empleados y clientes

() Contribuye con la sociedad y el medio ambiente

() Realiza acciones sociales en la comunidad

() Ofrece productos de calidad a precios justos

() Ofrece a sus empleados prestaciones mayores a las que establece la ley

() Cumple con la ley y está al día con sus impuestos

() Capacita a su personal en temas que contribuyan a su desarrollo

23. En su opinión, ¿Una empresa que capacita constantemente a su personal es socialmente responsable?

() Si, por que _____

() No, por que _____

9. ¿Considera que en la empresa donde trabaja, la responsabilidad social se manifiesta si se ofrecen mejores sueldos y mayores prestaciones a sus empleados?

() Si, por que _____

() No, por que _____

10. ¿Considera que en esta empresa, un ejemplo de responsabilidad social es escuchar y tomar en cuenta las ideas de sus empleados?

() Si, por que _____

() No, por que _____

11. ¿A su parecer en su empresa, se puede lograr ser responsable socialmente si los empleados se identifican y se sienten parte de la compañía?

() Si, por que _____

() No, por que _____

12. A su juicio, ¿Cuál es la principal razón para que esta empresa sea socialmente responsable?

- () Porque reporta beneficios económicos para las empresas
- () Porque es una forma de responder a las exigencias internacionales
- () Porque es un asunto de principios, un deber ético
- () Porque es la manera de responder a las demandas de la comunidad
- () Porque necesita vender una buena imagen ante sus clientes
- () Porque se preocupa por sus empleados
- () Porque se preocupa por la sociedad y el medio ambiente
- () Para mejorar su imagen ante sus clientes
- () Para mejorar su relación con la sociedad y el medio ambiente
- () Otra, especifique_____

13. Mencione 2 empresas que usted considere socialmente responsables

14. De las empresas anteriores, ¿Qué puntos considera que debería poner en práctica esta empresa? (puede elegir más de uno)

- () Dar mejores prestaciones y mayores sueldos a sus empleados
- () No dañar la naturaleza, no contaminar
- () Ayudar a la comunidad
- () No aprovecharse de los clientes
- () Respetar a la sociedad
- () Reducir, reciclar y reusar
- () Mantener una competencia leal con otras empresas
- () Todas las anteriores
- () Otro, especifique_____

15. ¿Qué necesita su empresa para aplicar o perfeccionar las prácticas de responsabilidad social empresarial? Jerarquice de acuerdo al grado de importancia, de mayor (5) a menor (1)

- () Toma de decisiones
- () Capacitación en estándares e indicadores de acuerdo a la realidad de mexicana
- () Acceso a buenas prácticas o experiencias replicables
- () Asesoría directa en el tema de la Responsabilidad Social
- () Informarse y conocer e sobre la temática
- () Otra, especifique_____

16. ¿En caso de que esta empresa requiriera su participación para realizar prácticas de responsabilidad social empresarial, aceptaría?

- () Si, por que_____
- () No, por que_____

¡¡Gracias por su participación!!

Percepción que tienen los empleados del restaurant “The Met”, sobre la Responsabilidad Social Empresarial

SEXO	EDAD	ESCOLARIDAD	RELACION
1.Femenino	30	Carrera técnica	Almacenista
2.Femenino	18	Bachillerato	Cocinera
3.Femenino	42	Primaria	Cocinera
4.Masculino	30	Preparatoria	Lavalozza
5.Femenino	49	Secundaria	Cajera
6.Femenino	25	Secundaria	Cocinera
7.Femenino	26	Preparatoria	Recepcionista
8.Femenino	30	Licenciatura	Asistente de gerencia
9.Masculino	25	Preparatoria	Mesero
10.Femenino	24	Licenciatura	Cocinera
11.Masculino	26	Bachillerato	Mesero
12.Femenino	53	Primaria	Bar
13.Femenino	38	Secundaria	Lavalozza
14.Masculino	23	Secundaria	Mesero
15.Masculino	37	Secundaria	Capitán de meseros
16.Femenino	27	Preparatoria	Mesero
17.Femenino	48	Primaria	Limpieza
18.Femenino	23	Secundaria	Panadería

1. ¿Ha escuchado hablar acerca de la Responsabilidad Social Empresarial?

	Si	Donde	No
1.Almacenista	X	<i>Textos informativos</i>	
2.Cocinera			X
3.Cocinera			X
4.Lavalozza			X
5.Cajera			X
6.Cocinera			X
7.Recepcionista	X		
8.Asistente de gerencia	X	<i>Textos informativos</i>	
9.Mesero	X	<i>Con compañeros de trabajo</i>	
10.Cocinera			X
11.Mesero			X
12.Bar			X
13.Lavalozza			X
14.Mesero	X	<i>En mi trabajo</i>	
15.Capitan de meseros			X
16.Mesero	X	<i>En mi trabajo</i>	
17.Limpieza			X
18.Panaderia			X

2. A su parecer la responsabilidad social empresarial es:

	Que la empresa se responsabilice de manera voluntaria por sus acciones	Mantener una buena imagen ante los empleados y clientes	Contribuir con la sociedad y el medio ambiente	Que la empresa realice acciones sociales	Ayudar a la comunidad	Todas las anteriores	Otra
1.Almacenista			X				
2.Cocinera	X						
3.Cocinera	X						
4.Lavalozza	X						
5.Cajera			X				
6.Cocinera						X	
7.Recepcionista				X			
8.Asistente de gerencia			X				
9.Mesero	X						
10.Cocinera						X	
11.Mesero		X					
12.Bar		X					
13.Lavalozza						X	
14.Mesero						X	
15.Capitan de meseros				X			
16.Mesero						X	
17.Limpieza		X					
18.Panaderia	X						

3. En su opinión, una empresa socialmente responsable debería:

	Satisfacer las necesidades de sus clientes con productos de excelente calidad, tener precios accesibles, ofrecer un buen servicio con personal capacitado y cumplir con todas las especificaciones de ley que requiere una empresa en su ramo. Además de que las relaciones obrero/patronales, procuren compensaciones mayores a las establecidas por la ley del trabajo y mantener algunas practica de responsabilidad social	Ofrecer mejores sueldos, mayores prestaciones, escuchar y tomar en cuenta a sus empleados. Preocuparse por generar una identidad y sentido de pertenencia hacia su empresa	Responder a la satisfacción y necesidades del cliente en cuestión de calidad, precio y servicio. Buscando se dé una importancia significativa a su opinión, en cuanto a situaciones que tengan que ver con quejas, sugerencias o felicitaciones que promuevan la eficacia	Todas las anteriores	Ninguna de las anteriores	Otra
1.Almacenista				X		
2.Cocinera	X					
3.Cocinera	X					
4.Lavalozza	X					
5.Cajera				X		
6.Cocinera		X				
7.Recepcionista			X			
8.Asistente de gerencia	X					
9.Mesero		X				
10.Cocinera		X				
11.Mesero			X			
12.Bar		X				
13.Lavalozza		X				
14.Mesero				X		

15.Capitan de meseros			X			
16.Mesero				X		
17.Limpieza				X		
18.Panaderia	X					

4. ¿Hacia qué grupo de personas o ámbito social considera que debería orientarse la responsabilidad social empresarial?

	Comunidad cercana	Sociedad en general	Empleados	Clientes	Proveedores	Medio ambiente	Competidores	Otra
1.Almacenista		X						
2.Cocinera		X						
3.Cocinera		X						
4.Lavalozza	X							
5.Cajera		X				X		
6.Cocinera		X						
7.Recepcionista								
8.Asistente de gerencia		X						
9.Mesero		X						
10.Cocinera			X					
11.Mesero				X				
12.Bar		X						
13.Lavalozza		X						
14.Mesero		X						
15.Capitan de meseros		X						

16.Mesero		X						
17.Limpieza			X					
18.Panaderia		X						

5. ¿Considera que la responsabilidad social es un tema importante para el servicio que ofrece su empresa?

	Si	No
1.Almacenista	X	
2.Cocinera	X	
3.Cocinera	X	
4.Lavalozza	X	
5.Cajera	X	
6.Cocinera	X	
7.Recepcionista	X	
8.Asistente de gerencia	X	
9.Mesero	X	
10.Cocinera	X	
11.Mesero	X	
12.Bar	X	
13.Lavalozza	X	
14.Mesero	X	
15.Capitan de meseros	X	
16.Mesero	X	
17.Limpieza	X	
18.Panaderia	X	

6. ¿Considera que en su empresa se respeta a la sociedad y al medio ambiente?

	Si	Porque	No	Porque
1.Almacenista	X	<i>Cumplimos con los lineamientos establecidos y se aneja un plus en cada aspecto</i>		
2.Cocinera	X	*		
3.Cocinera	X	*		
4.Lavalozza	X	<i>Separa la comida</i>		
5.Cajera	X	<i>Separa la basura para evitar la contaminación</i>		
6.Cocinera			X	No toman en cuenta mis opiniones
7.Recepcionista	X	<i>Trabajamos en unión</i>		
8.Asistente de gerencia	X	<i>Se recicla, se evita el humo del cigarro, se capacita al trabajador y se da un producto de calidad</i>		
9.Mesero	X	<i>Se mantiene separa la basura orgánica e inorgánica</i>	X	<i>No se cuida el agua</i>
10.Cocinera			X	<i>Se tira mucha comida y no se separa la basura</i>
11.Mesero			X	<i>No se realizan acciones sociales</i>
12.Bar	X	*		
13.Lavalozza			X	<i>No se separa la basura como debe ser</i>
14.Mesero	X	<i>Por las normas y reglas de la empresa</i>		
15.Capitan de meseros	X	<i>Por el reciclaje de basura</i>		
16.Mesero	X	<i>Por las regla que maneja</i>		
17.Limpieza			X	*
18.Panaderia	X	<i>Ofrece calidad</i>		

7. En esta empresa satisfacen las necesidades de los empleados en cuanto a responsabilidad social cuándo: mencione 3

	Se responsabiliza de manera voluntaria por sus acciones	Mantiene una buena imagen ante los empleados y clientes	Contribuye con la sociedad y el medio ambiente	Realiza acciones sociales en la comunidad	Ofrece productos de calidad a precios justos	Ofrece a sus empleados prestaciones mayores a las que establece la ley	Cumple con la ley y esta al día con sus impuestos	Capacita a su personal en temas que contribuyan a su desarrollo
1.Almacenista		X			X	X		
2.Cocinera	X				X			X
3.Cocinera	X				X			X
4.Lavalozza	X				X			X
5.Cajera			X					
6.Cocinera						X	X	X
7.Recepcionista		X			X		X	
8.Asistente de gerencia						X	X	X
9.Mesero					X	X	X	
10.Cocinera		X			X			
11.Mesero					X			
12.Bar	X				X	X		X
13.Lavalozza	X	X					X	
14.Mesero		X			X			
15.Capitan de meseros	X	X			X			
16.Mesero		X			X		X	

17.Limpieza		X			X		X	
18.Panaderia	X				X			X

8. En su opinión, ¿Una empresa que capacita constantemente a su personal es socialmente responsable?

	Si	Porque	No	Porque
1.Almacenista	X	Se está a la vanguardia		
2.Cocinera	X	*		
3.Cocinera	X	*		
4.Lavalozza	X	Se preocupan por que aprendan		
5.Cajera	X	Se logra una mejor atención al cliente		
6.Cocinera	X	Es lo que deben hacer en una empresa		
7.Recepcionista	X	*		
8.Asistente de gerencia	X	Contribuye a su desarrollo		
9.Mesero	X	Al estar mejor capacitado, brindamos un mejor servicio por pagos de la sociedad que acude a gastar su dinero		
10.Cocinera	X	Todos deberían estar al tanto de las normas		
11.Mesero	X	Para dar un mejor servicio		
12.Bar	X	Ofrece un mejor servicio al cliente		
13.Lavalozza	X	Al momento de realizar las tareas encomendadas lo hacen correctamente		
14.Mesero	X	Se preocupa por el servicio		
15.Capitan de meseros	X	A diario hay innovación en cuestión de servicio		
16.Mesero	X	Por su interés en tener personal bien capacitado		
17.Limpieza	X	Solo en parte		
18.Panaderia	X	*		

9. ¿Considera que en la empresa donde trabaja, la responsabilidad social se manifiesta si se ofrecen mejores sueldos y mayores prestaciones a sus empleados?

	Si	Porque	No	Porque
1.Almacenista	X	Se busca el bienestar del empleado con prestaciones superiores		
2.Cocinera	X	*		
3.Cocinera	X	*		
4.Lavalozza	X	Están mejores		
5.Cajera	X	Es motivación		
6.Cocinera	X	*		
7.Recepcionista	X	Se preocupan por manifestarla		
8.Asistente de gerencia	X	Los sueldos se ajustan de acuerdo al salario diario		
9.Mesero	X	Ayudan a que la gente viva de mejor manera y con eso poder dar rotación al dinero obtenido, con micro empresarios		
10.Cocinera	X	*		
11.Mesero			X	Estaría fuera de las leyes
12.Bar			X	Saldría de las normas establecidas ante la ley
13.Lavalozza	X	Sería un motivo que nos impulsaría a ser más responsables		
14.Mesero	X	Se trabaja con más ganas		
15.Capitan de meseros			X	Faltaría poner en práctica el trato digno
16.Mesero	X	Es el sustento por el que todos trabajamos		

17.Limpieza			X	No lo hacen
18.Panaderia	X	Es bienestar para los empleados		

10. ¿Considera que en esta empresa, un ejemplo de responsabilidad social es escuchar y tomar en cuenta las ideas de sus empleados?

	Si	Porque	No	Porque
1.Almacenista	X	<i>Para hacer una unión y un uniforme equipo de trabajo</i>		
2.Cocinera	X			
3.Cocinera	X			
4.Lavalozza	X			
5.Cajera	X	<i>Son los que están más cerca del cliente</i>		
6.Cocinera	X	<i>Así sabremos más de cada uno de ellos</i>		
7.Recepcionista	X	<i>Caminan juntos</i>		
8.Asistente de gerencia	X	<i>Es una forma de mejorar</i>		
9.Mesero	X	<i>Podemos a portar buenas ideas para mejorar el medio ambiente</i>		
10.Cocinera	X	<i>Es parte de tener empleados</i>		
11.Mesero	X	<i>Crea un ambiente más fraternal</i>		
12.Bar	X	<i>Daríá más importancia a sus empleados</i>		
13.Lavalozza	X	<i>Seríá un buen ejemplo, siempre escuchar y obedecer</i>		
14.Mesero	X	<i>Para saber las necesidades de sus empleados</i>		
15.Capitan de meseros	X	<i>Cada inquietud constructiva nos ayuda a mejorar</i>		
16.Mesero	X	<i>Por su interés</i>		
17.Limpieza	X	<i>Se nos toma en cuenta</i>		

18.Panaderia	X	<i>Puede mejorar el ambiente laboral y el servicio</i>		
--------------	----------	--	--	--

11. ¿A su parecer en su empresa, se puede lograr ser responsable socialmente si los empleados se identifican y se sienten parte de la compañía?

	Si	Porque	No	Porque
1.Almacenista	X	<i>Tienen un crecimiento junto con la compañía</i>		
2.Cocinera	X			
3.Cocinera	X	*		
4.Lavalozza	X	*		
5.Cajera	X	<i>Se participa más activamente</i>		
6.Cocinera	X	<i>Así tenemos más confianza</i>		
7.Recepcionista	X	<i>Se unen</i>		
8.Asistente de gerencia	X	<i>Porque al momento en que el empleado se hace parte de la empresa, cuida y hace más productiva a la misma</i>		
9.Mesero	X	<i>Dar mejor atención a la comunidad en general</i>		
10.Cocinera	X	<i>Habría más confianza</i>		
11.Mesero	X	<i>Crea más confianza mutua</i>		
12.Bar	X	<i>Seria más equitativo</i>		
13.Lavalozza	X	<i>Nos dan la confianza que uno espera del patrón</i>		
14.Mesero	X	<i>Por la comunicación</i>		
15.Capitan	X	<i>Está claro que un trabajo en equipo multiplica el resultado</i>		

de meseros			
16.Mesero	X	Por el lugar que les dan	
17.Limpieza	X	Ayudamos	
18.Panaderia	X		

12. A su juicio, ¿Cuál es la principal razón para que esta empresa sea socialmente responsable?

	Porque reporta beneficios económicos para las empresas	Porque es una forma de responder a las exigencias internacionales	Porque es un asunto de principios, un deber ético	Porque es la manera de responder a las demandas de la comunidad	Porque necesita vender una buena imagen ante sus clientes	Porque se preocupa por sus empleados	Porque se preocupa por la sociedad y el medio ambiente	Para mejorar su imagen ante sus clientes	Para mejorar su relación con la sociedad y el medio ambiente	Otra
1.Almacenista							X			
2.Cocinera			X							
3.Cocinera			X							
4.Lavalozas			X							
5.Cajera			X				X			
6.Cocinera	X							X		
7.Recepcionista									X	
8.Asistente de gerencia									X	

9.Mesero				X						
10.Cocinera			X							
11.Mesero				X						
12.Bar			X							
13.Lavalozza						X				
14.Mesero	X		X	X	X	X				
15.Capitan de meseros							X			
16.Mesero									X	
17.Limpieza					X					
18.Panaderia			X							

13. Mencione 2 empresas que usted considere socialmente responsables

	Empresa 1	Empresa 2
1.Almacenista	<i>Bimbo</i>	<i>Nestlé</i>
2.Cocinera	*	*
3.Cocinera	*	*
4.Lavalozza	*	*
5.Cajera	<i>Barrio tinto</i>	<i>Casa del pastor</i>
6.Cocinera	*	*
7.Recepcionista	<i>Boing</i>	<i>Bimbo</i>
8.Asistente de gerencia	<i>Bimbo</i>	<i>Coca cola</i>
9.Mesero	<i>Comercial Mexicana</i> <i>Precios bajos = sociedad. Bolsas orgánicas = medio ambiente</i>	<i>Bimbo = sociedad y medio ambiente</i>

10.Cocinera	*	*
11.Mesero	<i>Bimbo</i>	<i>Walmart</i>
12.Bar	<i>Green Peace</i>	*
13.Lavalozza	<i>Comedor ejecutivo INBURSA</i>	*
14.Mesero	<i>Alcea</i>	<i>Namshul</i>
15.Capitan de meseros	<i>Bimbo</i>	<i>Sabritas</i>
16.Mesero	<i>Namshul</i>	<i>Avellanos</i>
17.Limpieza	*	*
18.Panaderia	<i>Grupo Fisher</i>	*

14. De las empresas anteriores, ¿Qué puntos considera que debería poner en práctica esta empresa? (puede elegir más de uno)

	Dar mejores prestaciones y mayores sueldos a los empleados	No dañar la naturaleza, no contaminar	Ayudar a la comunidad	No aprovecharse de los clientes	Respetar a la sociedad	Reducir, reciclar y reusar	Mantener una competencia leal con otras empresas	Todas las anteriores	Otra
1.Almacenista								X	
2.Cocinera	X								
3.Cocinera			X						
4.Lavalozza	X								
5.Cajera		X		X		X			
6.Cocinera								X	
7.Recepcionista	X	X				X			
8.Asistente de gerencia	X					X	X		

9.Mesero	X		X			X	X		
10.Cocinera									
11.Mesero				X					
12.Bar				X		X			
13.Lavalozza	X				X	X			
14.Mesero	X								Capacitar al personal de nuevo ingreso
15.Capitan de meseros								X	
16.Mesero	X					X			
17.Limpieza	X	X	X	X	X	X			
18.Panaderia								X	

15. ¿Qué necesita su empresa para aplicar o perfeccionar las prácticas de responsabilidad social empresarial? *Jerarquice de acuerdo al grado de importancia, de mayor (5) a menor (1)*

	Toma de decisiones	Capacitación en estándares e indicadores de acuerdo a la realidad mexicana	Acceso a buenas practica o experiencias replicables	Asesoría directa en el tema de la Responsabilidad Social	Informarse y conocer sobre la temática	Otra
1.Almacenista	2	1	3	5	4	
2.Cocinera	2	3	1	5	5	
3.Cocinera	2	3	1	5	4	
4.Lavalozza	2	3	1	5	4	
5.Cajera	5	4	3	1	2	
6.Cocinera	3	4	5	2	1	

7.Recepcionista	2	1	3	4	5	
8.Asistente de gerencia	1	5	4	2	3	
9.Mesero	3	2	1	4	5	
10.Cocinera	4	3	5	2	1	
11.Mesero	3	1	2	4	5	
12.Bar	5	4	3	2	1	
13.Lavalozza	5	4	3	2	1	
14.Mesero	3	4	5	2	1	
15.Capitan de meseros	4	5	3	2	1	
16.Mesero	3	4	5	2	1	
17.Limpieza	1	2	3	4	5	
18.Panaderia	2	3	1	5	4	

16. ¿En caso de que esta empresa requiriera su participación para realizar prácticas de responsabilidad social empresarial, aceptaría?

	Si	Porque	No	Porque
1.Almacenista	X	Es un crecimiento bilateral		
2.Cocinera	X	*		
3.Cocinera	X	*		
4.Lavalozza	X	*		
5.Cajera	X	Es bueno aprender		
6.Cocinera	X	Para saber un poco más		
7.Recepcionista	X	Para aprender		

8.Asistente de gerencia	X	Porque así me capacito y aprendo		
9.Mesero	X	Para mejora de la sociedad		
10.Cocinera	X	Es un deber ético y moral		
11.Mesero	X	Le da más importancia al personal		
12.Bar	X	Para mejorar el ambiente de trabajo		
13.Lavalozza	X	Así podríamos ver que tan responsable y eficaz es uno		
14.Mesero	X	Por participar por mi empresa		
15.Capitan de meseros	X	Ayudara para tener más logros en la empresa		
16.Mesero	X	Por participar por mi empresa		
17.Limpieza		*	X	
18.Panaderia	X	*		



Instrucciones: Lea cuidadosamente y anote dentro del inciso () la respuesta que considere más adecuada. Es importante que ningún espacio quede en blanco ya que esto invalida la pregunta.

Sexo: M () F () **Escolaridad:** _____ **Edad:** _____

24. ¿Ha escuchado hablar acerca de la Responsabilidad Social Empresarial?

() Si, donde _____ () No

25. A su parecer la responsabilidad social empresarial es:

() Que la empresa se responsabilice de manera voluntaria por sus acciones

() Mantener una buena imagen ante los empleados y clientes

() Contribuir con la sociedad y el medio ambiente

() Que la empresa realice acciones sociales

() Ayudar a la comunidad

() Todas las anteriores

() No se

26. En su opinión, una empresa socialmente responsable debería:

() Satisfacer las necesidades de sus clientes con productos de excelente calidad, tener precios accesibles, ofrecer un buen servicio con personal capacitado y cumplir con todas las especificaciones de ley que requiere una empresa en su ramo. Además de que las relaciones obrero/patronales, procuren compensaciones mayores a las establecidas por la ley del trabajo y mantener algunas prácticas de responsabilidad social

() Ofrecer mejores sueldos, mayores prestaciones, escuchar y tomar en cuenta a sus empleados. Preocuparse por generar una identidad y sentido de pertenencia hacia su empresa

() Responder a la satisfacción las necesidades del cliente en cuestión de calidad, precio y servicio. Buscando se dé una importancia significativa a su opinión, en cuanto a situaciones que tengan que ver con quejas, sugerencias o felicitaciones promuevan la eficacia

() Ninguna de las anteriores

() Otra, especifique _____

27. ¿Hacia qué grupo de personas o ámbito social considera que debería orientarse la responsabilidad social empresarial?

() Comunidad cercana

() Sociedad en general

() Empleados

() Clientes

() Proveedores

() Medio ambiente

() Competidores

() Todos los anteriores

() Otro, especifique _____

28. ¿Considera que la responsabilidad social es un tema importante para el servicio que ofrecen en esta empresa?

() Si () No

29. ¿Considera que en esta empresa se respeta a la sociedad y al medio ambiente?

() Si

() Algunas veces lo he considerado

() No

30. A su parecer en esta empresa satisfacen las necesidades del cliente en cuanto a responsabilidad social cuándo: mencione 3

() Se responsabiliza de manera voluntaria por sus acciones

() Mantiene una buena imagen ante los empleados y clientes

() Contribuye con la sociedad y el medio ambiente

() Realiza acciones sociales en la comunidad

() Ofrece productos de calidad a precios justos

() Ofrece a sus empleados prestaciones mayores a las que establece la ley

() Cumple con la ley y está al día con sus impuestos

31. En su opinión, ¿Una empresa que se preocupa por los productos o servicios que ofrece, es socialmente responsable?

() Si () No

9. ¿Considera que en esta empresa la responsabilidad social se manifiesta por que brinda mayor calidad y mejor precio en sus productos o servicios?

() Si () No

17. ¿Considera que en esta empresa un ejemplo de responsabilidad social es escuchar y tomar en cuenta las quejas y sugerencias de sus clientes?

() Si () No

18. ¿A su parecer en esta empresa se puede lograr ser responsable socialmente si se toman en consideración las necesidades de calidad, precio y servicio de sus clientes?

() Si, por que _____

() No, por que _____

19. A su juicio, ¿cuál es la principal razón para que una empresa sea socialmente responsable?

() Porque reporta beneficios económicos para las empresas

() Porque es una forma de responder a las exigencias internacionales

- () Porque es un asunto de principios, un deber ético
- () Porque es la manera de responder a las demandas de la comunidad
- () Para mejorar su imagen ante sus clientes
- () Para mejorar su relación con la sociedad y el medio ambiente
- () Otra, especifique_____

20. Mencione 2 empresas que usted considere socialmente responsables

21. De las empresas anteriores, ¿Qué puntos considera que debería poner en práctica esta empresa? (puede escoger más de uno)

- () Dar mejores prestaciones y mayores sueldos a sus empleados
- () No dañar la naturaleza, no contaminar
- () Ayudar a la comunidad
- () No aprovecharse de los clientes
- () Respetar a la sociedad
- () Reducir, reciclar y reusar
- () Mantener una competencia leal con otras empresas
- () Todas las anteriores
- () Otro, especifique_____

22. En su opinión ¿Qué necesita esta empresa para aplicar o perfeccionar las prácticas de responsabilidad social empresarial? Jerarquice de acuerdo al grado de importancia, de mayor (5) a menor (1)

- () Toma de decisiones
- () Capacitación en estándares e indicadores de acuerdo a la realidad de mexicana
- () Acceso a buenas prácticas o experiencias replicables
- () Asesoría directa en el tema de la Responsabilidad Social
- () Informarse y conocer e sobre la temática
- () Otra, especifique_____

23. ¿En caso de que esta empresa requiriera su participación para realizar prácticas de responsabilidad social empresarial, aceptaría?

- () Es muy probable
- () Si
- () Necesitaría toda la información antes de decidir
- () No

¡¡Gracias por su participación!!

Percepción que tienen los clientes del restaurant “**The Met**”, sobre la Responsabilidad Social Empresarial

Muestra (6)

SEXO	EDAD	ESCOLARIDAD	RELACION
1.Femenino	36	Licenciatura	Cliente
2.Femenino	35	Licenciatura	Cliente
3.Femenino	36	Maestría	Cliente
4.Femenino	33	Licenciatura	Cliente
5.Femenino	38	Licenciatura	Cliente
6.Masculino	41	Licenciatura	Cliente

1. ¿Ha escuchado hablar acerca de la Responsabilidad Social Empresarial?

	Si	Donde	No
1.Cliente			X
2.Cliente	X	<i>Medios de comunicación y diferentes empresas</i>	
3.Cliente	X	<i>Medios de comunicación</i>	
4.Cliente	X	<i>En los medios de comunicación</i>	
5.Cliente	X	<i>En mi trabajo (Metlife)</i>	
6.Cliente	X	<i>Academia</i>	

2. A su parecer la responsabilidad social empresarial es:

	Que la empresa se responsabilice de manera voluntaria por sus acciones	Mantener una buena imagen ante empleados y clientes	Contribuir con la sociedad y el medio ambiente	Que la empresa realice acciones sociales	Ayudar a la comunidad	Todas las anteriores	Otra
1.Cliente	X						
2.Cliente	X		X	X	X		
3.Cliente			X		X		
4.Clinte			X	X	X		
5.Cliente			X	X	X		
6.Cliente						X	

3. En su opinión, una empresa socialmente responsable debería:

Satisfacer las necesidades de sus clientes con productos de excelente calidad, tener precios accesibles, ofrecer un buen servicio con personal capacitado y cumplir con todas las especificaciones de ley que requiere una empresa en su ramo. Además de que las relaciones obrero/patronales, procuren compensaciones mayores a las establecidas por la ley del trabajo y mantener algunas prácticas de responsabilidad social

Ofrecer mejores sueldos, mayores prestaciones, escuchar y tomar en cuenta a sus empleados. Preocuparse por generar una identidad y sentido de pertenencia hacia su empresa

Responder a la satisfacción las necesidades del cliente en cuestión de calidad, precio y servicio. Buscando se dé una importancia significativa a su opinión, en cuanto a situaciones que tengan que ver con quejas, sugerencias o felicitaciones promuevan la eficacia

Ninguna de las anteriores

Otra

- 1. Cliente
- 2. Cliente
- 3. Cliente
- 4. Cliente
- 5. Cliente

X
X
X

X

X

6.Cliente X

4. ¿Hacia qué grupo de personas o ámbito social considera que debería orientarse la responsabilidad social empresarial?

	Comunida d cercana	Socieda d en general	Empleado s	Cliente s	Proveedore s	Medio ambient e	Competidore s	Todas las antérieure s	Otr a
1.Cliente		X							
2.Cliente	X		X	X	X	X			
3.Cliente		X				X			
4.Cliente	X	X	X	X	X				
5.Cliente		X	X			X			
6.Cliente		X							

5. ¿Considera que la responsabilidad social es un tema importante para el servicio que ofrecen en esta empresa?

	Si	No
1.Cliente	X	
2.Cliente	X	
3.Cliente	X	
4.Cliente	X	
5.Cliente	X	
6.Cliente	X	

6. ¿Considera que en esta empresa se respeta a la sociedad y al medio ambiente?

	Si	Algunas veces lo he considerado	No
1.Cliente		X	
2.Cliente		X	
3.Cliente			X
4.Cliente		X	
5.Cliente		X	
6.Cliente		X	

7. A su parecer en esta empresa satisfacen las necesidades del cliente en cuanto a responsabilidad social cuándo: mencione 3

	Se responsabiliza de manera voluntaria por sus acciones	Mantiene una buena imagen ante los empleados y clientes	Contribuye con la sociedad y el medio ambiente	Realiza acciones sociales en la comunidad	Ofrece productos de calidad a precios justos	Ofrece a sus empleados prestaciones mayores a las que establece la ley	Cumple con la ley y esta al día con sus impuestos	Otra
1.Cliente	X	X			X			
2.Cliente		X			X		X	
3.Cliente	X			X			X	
4.Cliente		X			X		X	
5.Cliente	X		X		X			
6.Cliente		X			X	X		

8. En su opinión, ¿Una empresa que se preocupa por los productos o servicios que ofrece, es socialmente responsable?

	Si	No
1.Cliente	X	
2.Cliente		X
3.Cliente	X	
4.Cliente	X	

5.Cliente	X
6.Cliente	X

9. ¿Considera que en esta empresa la responsabilidad social se manifiesta por que brinda mayor calidad y mejor precio en sus productos o servicios?

	Si	No
1.Cliente	X	
2.Cliente	X	
3.Cliente		X
4.Cliente	X	
5.Cliente	X	
6.Cliente	X	

24. ¿Considera que en esta empresa un ejemplo de responsabilidad social es escuchar y tomar en cuenta las quejas y sugerencias de sus clientes?

	Si	No
1.Cliente	X	
2.Cliente	X	
3.Cliente		X

4.Cliente	X
5.Cliente	X
6.Cliente	X

11. ¿A su parecer en esta empresa se puede lograr ser responsable socialmente si se toman en consideración las necesidades de calidad, precio y servicio de sus clientes?

	Si	Porque	No	Porque
1.Cliente	X			
2.Cliente	X	<i>Parcialmente, porque la responsabilidad social va más allá</i>		
3.Cliente			X	
4.Cliente	X	<i>Porque debe comunicarlo</i>		
5.Cliente	X			
6.Cliente	X	<i>Es un factor motor de la misma</i>		

12. A su juicio, ¿cuál es la principal razón para que una empresa sea socialmente responsable?

Por que reporta beneficios económicos para las empresas	Porque es una forma de responder a las exigencias internacionales	Porque es un asunto de principios, un deber ético y	Porque es la manera de responder a las demandas de la	Para mejorar su imagen ante sus clientes	Para mejorar su relación con la sociedad	Otra
---	---	---	---	--	--	------

	moral	comunidad	y el medio ambiente
1.Cliente	X		
2.Cliente			X
3.Cliente		X	X
4.Cliente		X	X
5.Cliente	X		
6.Cliente			X

13. Mencione 2 empresas que usted considere socialmente responsables

	Empresa 1	Empresa 2
1.Cliente	<i>Inditex</i>	<i>Microsoft</i>
2.Cliente	<i>Coca cola</i>	*
3.Cliente	<i>Volvo</i>	<i>Pemod- Ricard</i>
4.Cliente	<i>Coca cola</i>	<i>Bimbo</i>
5.Cliente	<i>Coser</i>	<i>Walmart</i>
6.Cliente	<i>Bimbo</i>	<i>Gl</i>

14. De las empresas anteriores, ¿Qué puntos considera que debería poner en práctica esta empresa? (puede escoger más de uno)

Dar mejores prestaciones y mayores sueldos	No dañar la naturaleza, no	Ayudar a la comunidad	No aprovecharse de los clientes	Respetar a la sociedad	Reducir, reciclar y	Mantener una competencia leal con	Todas las anteriores	Otra
--	----------------------------	-----------------------	---------------------------------	------------------------	---------------------	-----------------------------------	----------------------	------

	a sus empleados	contaminar		reusar	otras empresas
1.Cliente				X	
2.Cliente					X
3.Cliente		X	X	X	
4.Cliente			X	X	
5.Cliente					X
6.Cliente			X		

15. En su opinión ¿Qué necesita esta empresa para aplicar o perfeccionar las prácticas de responsabilidad social empresarial? Jerarquice de acuerdo al grado de importancia, de mayor (5) a menor (1)

	Toma de decisiones	Capacitación en estándares e indicadores de acuerdo a la realidad mexicana	Acceso a buenas practica o experiencias replicables	Asesoría directa en el tema de la Responsabilidad Social	Informarse y conocer sobre la temática	Otra
1.Cliente	3	4	1	5	2	
2.Cliente	1	2	3	4	5	
3.Cliente	5	4	1	2	3	
4.Cliente	5	4	2	3	1	
5.Cliente	5	4				
6.Cliente	2	3	5	4	1	

16. ¿En caso de que esta empresa requiriera su participación para realizar prácticas de responsabilidad social empresarial, aceptaría?

	Es muy probable	Si	Necesitaría toda la información antes de decidir	No
1.Cliente	X			
2.Cliente	X			
3.Cliente				X
4.Cliente			X	

5.Cliente

X

6.*Cliente*

X

Guía de observación

Objetivo: observar y describir si en la empresa se realizan acciones o estrategias que respondan a los lineamientos de la Responsabilidad Social Empresarial. Con el propósito de contar con mayores elementos que permitan ser un complemento que contribuya con del diagnostico social de la empresa.

Datos generales

Nombre de la empresa

Domicilio

Antigüedad

Horario de servicio al público

Hora de inicio

Hora de término

Fecha

Nombre del observador

Características Generales

El lugar donde se lleva a cabo la observación es un espacio abierto, con ruido luminoso, ventilado, visible al público y en apariencia limpia, en el restaurante se encuentran empleados, proveedores, clientes y miembros de la comunidad.

Circunstancias del observador:

El observador se situara como empleado de la empresa, realizando una observación participante, captando las imágenes, los símbolos, los signos y toda la información posible entre los empleados, mandos superiores, proveedores, comunidad y clientes en general. Se enfocara en observar aspectos diferentes y

de interés; que guarden total relación con la RSE y la manera en que la información fortalezca el diagnóstico de la empresa.

DIMENSION ECONOMICA

Esta dimensión incluye información financiera, salarios, beneficios, productividad laboral, creación de empleos, “outsourcing”, capacitación y desarrollo del capital humano, innovación y tecnología, entre otros. Se trata de obtener los mayores beneficios, con precios razonables y productos o servicios de buena calidad, generando con ellos bienestar y desarrollo.

Propietarios o Accionistas:

- La organización está legalmente constituida y registrada
- El pago de impuestos se encuentran al corriente y en orden
- La organización prohíbe todas las formas de corrupción, incluyendo la extorsión y el soborno
- Elabora Informes voluntarios e independientes sobre la actuación de la empresa en materia financiera
- Existe una retribución equitativa entre la propiedad y los trabajadores
- La empresa está ayudando a un desarrollo sostenible del entorno
- Existen normas escritas sobre la organización y gestión del gobierno de su empresa
- Se divulgan las normas del gobierno de su empresa al resto de grupos de interés
- Existen mecanismos de control y auditoría para el gobierno de su empresa

Prácticas laborales:

- Cuentan con alguna medio para hacer llegar las quejas o sugerencias de los empleados
- La política salarial de la organización incluye el reconocimiento al desempeño laboral de los trabajadores de todos los niveles

- Se promueve la integración social y laboral de las personas con discapacidad más allá del cumplimiento de la ley.

Publicidad:

- Claridad y veracidad en la información
- Imágenes en correlación con el producto
- Publicidad engañosa o dañina

Capacitación a los empleados

- Protección civil, Clientes y RSE
- Participación y constancia
- Evolución y seguimiento
- Promoción
- Motivación para el desarrollo

Relación con la empresa

- Información sobre productos y actividades de la empresa
- Comunicación con superiores y clientes
- Conocimiento y asimilación de los valores de la empresa
- Identidad y pertenencia con la empresa
- Solución de conflictos
- Derechos y obligaciones laborales
- Situación laboral
- Políticas de la empresa
- Ascensos y despidos
- Valores

Prácticas justas

- Mantiene una sana comunicación con sus partes interesadas (beneficiarios, donantes, proveedores, comunidad, etc)
- Evita y aclara la información engañosa o ficticia acerca de sus servicios
- Cuenta con un área o número telefónico para atención a beneficiarios
- La organización mantiene algún tipo participación en asociaciones, cámaras o confederaciones buscando aplicar prácticas de Responsabilidad Social
- La organización promueve la competencia leal
- Se fomentan formas de comunicación y de relación con los competidores

DIMENSION SOCIAL

Esta dimensión involucra los impactos hacia lo interno de la empresa con sus colaboradores, y hacia lo externo con las familias de los mismos, la comunidad y la sociedad en general. En esta dimensión se intenta generar salud y seguridad en el puesto de trabajo, baja rotación de personal, cumplimiento de los derechos y condiciones laborales y de derechos humanos.

Relaciones sociales

- Patrón sociométrico (relaciones entre empleados)
- Familiares
- Sindicales
- Comunitarias (vecinos)
- Laborales (competencia)
- Institucionales

Cultura

- Ha definido la organización su misión y visión y la ha difundido entre todos los grupos de interés
- La organización posee un código de ética, orienta y asesora a los empleados con regularidad y promueve revisiones periódicas del código
- Los valores de la organización están documentados y divulgados de forma clara y transparente a todos los grupos de interés de la empresa

- La dirección de la empresa demuestra compromiso con los valores de la organización
- Existen procesos sistemáticos de formación y divulgación de valores tanto para los empleados como para los asociados externos
- Realiza análisis previo de campañas publicitarias para verificar que estén alineadas con los valores éticos de la empresa

- La organización sigue una política sobre el cuidado del medio ambiente
- La organización practica el reciclado o la reutilización de residuos
- La organización promueve acciones para disminuir el consumo de energía eléctrica y el ahorro de agua

Ética

- Identifica y declara sus valores y principios
- Comportamiento ético
- Fomento y cumplimiento de normas
- Prevención y resolución de conflictos
- Mecanismos de supervisión de comportamiento ético
- Respeto acerca del medio ambiente y los animales
- Identificar riesgos de soborno, corrupción y extorsión
- Transparencia

Empleados

- Extiende el debate a los empleados y a los interesados directos dependiendo del tema en cuestión
- Posee normas escritas que prohíben y prevén medidas disciplinarias contra prácticas discriminatorias entre los empleados
- Mantiene actividades sistemáticas de desarrollo y capacitación procurando el perfeccionamiento continuo de sus empleados

- Va más allá de las obligaciones legales y
- Procura alcanzar o superar los patrones de excelencia en salud, seguridad y condiciones de trabajo en su sector
- Desarrolla campañas periódicas de concienciación
- Ofrece acceso a informaciones relevantes y realiza encuestas sobre el clima organizacional para medir el nivel de satisfacción e identificar áreas que requieran atención
- Ofrece y estimula oportunidades de trabajo voluntario para sus empleados en los proyectos sociales que desarrolla o apoya
- Participación

Clientes / Consumidores

- La empresa posee responsable de atención y servicio al cliente
- Tiene sistemas internos de rápida respuesta y acción cuando suceden daños al consumidor / cliente
- Gestiona las reclamaciones y sugerencias de los clientes y les da siempre alguna respuesta
- Posee algún mecanismo para conocer el grado de satisfacción de sus clientes
- Mantiene relaciones con las asociaciones de consumidores de su entorno
- Tiene una política de innovación que dé respuesta a las nuevas y
- manuales de operación
- Los bienes o servicios proporcionados cumplen con normas establecidas de seguridad y calidad
- No se condicionan o discrimina a los beneficiarios por su raza, sexo, religión, condición económica, orientación sexual o discapacidad.

Supuestos Operativos

Supuesto	Definición conceptual	Definición operacional	Indicador
<p>1. Los directivos del restaurante The Met, consideran que la Responsabilidad Social Empresarial, que posee su empresa, se fundamenta en la especulación de que ellos satisfacen las necesidades de sus clientes, pues sus productos son de excelente calidad, tienen precios accesibles, ofrecen un buen servicio con personal capacitado y cumplen con todas las especificaciones de ley que requiere una empresa en su ramo. Además de que las relaciones obrero/patronales, procuran compensaciones mayores a las establecidas por la ley del trabajo. Y sumado a esto, mantiene algunas prácticas de responsabilidad social.</p>	<p>Responsabilidad Social Empresarial (RSE): “La RSE implica la realización de un negocio de manera que sea económicamente rentable, respetuoso de la ley, ético y socialmente solidario. Por tanto, ser socialmente responsable, significa que la rentabilidad y la obediencia a la ley son ante todo las condiciones para debatir la ética de la empresa y el grado en el que se apoya a la sociedad y al medio ambiente con las contribuciones de dinero, tiempo y talento” Carroll (1983)</p> <p>Empresa: “la empresa es aquella entidad formada con un capital social, y que aparte del propio trabajo de su promotor puede contratar a un cierto número de trabajadores. Su propósito lucrativo se traduce en actividades industriales y mercantiles, o la prestación de servicios” Andrade (2005).</p>	<p>La RSE es una manera de hacer negocios, donde la empresa es rentable, ética y respetuosa de la ley, de la sociedad y el medio ambiente.</p> <p>La empresa es una organización que tiene como objetivos ofrecer bienes o servicios, la creación de empleos y la contribución con la economía de una sociedad, sin dejar de lado mantener una relación respetuosa con la comunidad y el medio ambiente.</p> <p>La satisfacción se relaciona directamente con la capacidad de adquirir recursos (económicos o en especie) para cubrir una necesidad.</p>	<p>Rentable, ética, respeto a la ley, sociedad y medioambiente</p> <p>Capital social, ofrece bienes o servicios, crear empleo, contribuir con la economía de la sociedad, relación respetuosa con la comunidad y el medio ambiente.</p> <p>Capacidad de adquirir recursos, cumplir con exigencias, saciar un deseo.</p>
<p>2. Mientras que los empleados de The Met, relacionan la Responsabilidad Social Empresarial, con mejores</p>	<p>Satisfacer: Pagar enteramente lo que se debe, Cumplir, llenar ciertos requisitos o exigencias,</p>	<p>Las necesidades son un conjunto de condiciones, las cuales tienen influencia en el cuerpo humano y el medio</p>	<p>Conjunto de condiciones que influyen en el cuerpo humano y el medio ambiente, mutuas relaciones son necesarias para la subsistencia del grupo y del individuo.</p>

<p>sueldos, mayores prestaciones, el sentirse escuchados y tomados en cuenta por sus directivos. Logrando así una identidad y sentido de pertenencia hacia su empresa</p> <p>3. Los clientes de The Met, suponen que la Responsabilidad Social Empresarial, debe responder a la satisfacción sus necesidades en cuestión de calidad, precio y servicio. Buscando se dé una importancia significativa a su opinión, en cuanto a situaciones que tengan que ver con quejas, sugerencias o felicitaciones promuevan la eficacia del restaurant.</p>	<p>Saciar un apetito, una pasión. Real Academia (2014) Necesidades: "condición necesaria para la existencia del ser humano, siendo además por extensión condición necesaria para que una sociedad exista a través del tiempo" Sen (1990)</p> <p>Cientes: Persona que utiliza con asiduidad los servicios de un profesional o empresa Real Academia (2014)</p> <p>Producto: <i>es cualquier objeto, servicio o idea que es percibido como capaz de satisfacer una necesidad y que representa la oferta de la empresa. Es el resultado de un esfuerzo creador y se ofrece al cliente con unas determinadas características. El producto se define también como el potencial de satisfactores generados antes, durante y después de la venta, y que son susceptibles de intercambio. Aquí se incluyen todos los componentes del producto, sean o no tangibles, como el envasado, el etiquetado y las políticas de servicio"</i> Diccionario de Marketing, de Cultural S.A (2005).</p>	<p>ambiente, así como en sus mutuas relaciones. Ya que son necesarias para la subsistencia del grupo o individuo.</p> <p>El cliente es todo aquel que utiliza y frecuenta los servicios o productos de una determinada empresa.</p> <p>El producto es cualquier objeto o servicio que ofrezca una empresa y que sea percibido como el satisfactor a una determinada necesidad.</p> <p>La calidad, se refiere a las cualidades particulares de un bien o servicio que permiten juzgar su valor y su uso.</p> <p>El precio es el valor económico asignado a un bien o producto y se determina en relación a su calidad, temporalidad, así como a la oferta y demanda.</p>	<p>Utiliza y frecuenta servicios o productos determinados.</p> <p>Bien o servicio que ofrece una empresa. satisfactor de necesidades.</p> <p>Cualidad de un bien o servicio, otorga un valor y uso.</p> <p>Valor económico asignado a un bien o producto, calidad, temporalidad y oferta y demanda.</p> <p>Facilitador y satisfactor de necesidades, suministra y sirve.</p>
--	--	---	--

	<p>Calidad: Propiedad o conjunto de propiedades inherentes a algo, que permiten juzgar su valor, Buena calidad, superioridad o excelencia empresa Real Academia (2014)</p> <p>Precio: es el valor monetario que se le asigna a algo. Todos los productos y servicios que se ofrecen en el mercado tienen un precio, que es el dinero que el comprador o cliente debe abonar para concretar la operación Word Press (2008.)</p> <p>Servicio: Acción y efecto de servir. Mérito que se adquiere sirviendo al Estado o a otra entidad o persona. Organización y personal destinados a cuidar intereses o satisfacer necesidades del público o de alguna entidad oficial o privada. Prestación humana que satisface alguna necesidad social y que no consiste en la producción de bienes materiales Real Academia (2014).</p> <p>Personal: Conjunto de las personas que trabajan en un mismo organismo, dependencia,</p>	<p>La acción de servir se relaciona con la satisfacción de una necesidad, ya sea grupal o individual. Una organización o individuo sirven a la sociedad prestando un servicio.</p> <p>Personal son todas aquellas personas que se concentran regularmente en una organización, que realizan actividades definidas para el desarrollo de la empresa por las cuales reciben un salario, que tienen una cultura organizacional, una identidad y características laborales similares.</p> <p>El estar capacitado implica que la persona ha adquirido ciertas habilidades necesarias y suficientes para desarrollar un trabajo específico.</p> <p>La Ley es la reguladora de las conductas humanas y es determinado por el Estado u otra autoridad, norma las relaciones sociales y busca mantener el orden entre los individuos y los grupos.</p>	<p>Personas que se reúnen regularmente con actividades específicas, reciben un salario y tienen objetivos y metas laborales similares.</p> <p>La capacitación implica que se adquirieron habilidades específicas, necesarias para realizar un trabajo.</p> <p>Regulador de conductas humanas, da estabilidad ya que normatiza las relaciones sociales entre grupos e individuos.</p>
--	--	---	--

	<p>fábrica, taller, etc. Real Academia (2014).</p> <p>Capacitado: Hacer a alguien apto, habilitarlo para algo. Real Academia (2014).</p> <p>Ley: Regla y norma constante e invariable de las cosas, nacida de la causa primera o de las cualidades y condiciones de las mismas. Cada una de las relaciones existentes entre los diversos elementos que intervienen en un fenómeno. Precepto dictado por la autoridad competente, en que se manda o prohíbe algo en consonancia con la justicia y para el bien de los gobernados. Real Academia (2014).</p> <p>Relaciones: Conexión, correspondencia, trato, comunicación de alguien con otra persona. Establecer relación entre personas, cosas, ideas o hechos. Real Academia (2014).</p> <p>Compensaciones: Igualar en opuesto sentido el efecto de una cosa con el de otra. Dar algo o hacer un beneficio en resarcimiento del daño, perjuicio o disgusto que se ha causado.</p>	<p>Las relaciones son una serie de interacciones que sedan entre las personas, que propician la comunicación y el intercambio de ideas, hábitos y costumbres, entre otros.</p> <p>La compensación es un beneficio recibido por alguna acción opuesta o por la retribución a un agravio.</p> <p>El sueldo es la regular retribución económica que se recibe por realizar un cargo o un servicio profesional.</p> <p>Ser escuchado, es una condición necesaria para permitir el dialogo, fortalecer la comunicación y la identificación con el otro.</p> <p>Sentido de pertenencia es un sentimiento que permite ser parte de algo.</p>	<p>Interacción que se da entre las personas, conexión e integración.</p> <p>Beneficio que se recibe por una acción opuesta, gratificación.</p> <p>Pago a un trabajo realizado.</p> <p>Dialogar con alguien, comunicar y expresar ideas de manera reciproca.</p> <p>Sentir que se incluye en algo, que se es parte de algo.</p> <p>Incluir algo o alguien en una</p>
--	---	---	---

	<p>Real Academia (2014).</p> <p>Sueldo: El concepto de sueldo se refiere a la remuneración regular asignada por el desempeño de un cargo o servicio profesional. La palabra tiene su origen en el término latino solīdus (“sólido”), que era el nombre de una antigua moneda romana. (Definición. D)</p> <p>Prestaciones: Una prestación es aquel servicio que el Estado, las Instituciones públicas o las empresas privadas están obligados a ofrecerles a sus empleados y que les garantizarán algunas cuestiones de primera necesidad y mejoras en la calidad de vida, como ser la atención de su salud y la de su familia. Sumados al sueldo y a los incentivos financieros que correspondan, los trabajadores recibirán una serie de beneficios que son de suma importancia casi como su remuneración. definicionabc</p> <p>Ser escuchado: es un acto de</p>	<p>El tomar en cuenta permite recordar a algo o a alguien, muestra interés sobre algún hecho.</p> <p>La identidad de un individuo o grupo responde al sentido de pertenencia junto a los valores y emociones que se desprenden de esta relación</p> <p>La opinión es un punto de vista particular sobre algún tema.</p> <p>Queja es una manifestación de inconformidad con algo que no satisface.</p> <p>Sugerencia es una forma de dar una opinión sobre algo, buscando una mejoría.</p> <p>Felicitación, es una manifestación de dicha o satisfacción por un suceso.</p> <p>La eficacia se relaciona con el logro de metas u objetivos.</p>	<p>decisión de interés.</p> <p>Parte de la pertenencia de los valores y emociones que surgen de una relación.</p> <p>Punto de vista particular sobre algo.</p> <p>Inconformidad, insatisfacción.</p> <p>Opinión busca la mejoría.</p> <p>Satisfacción manifiesta.</p> <p>Logro de metas.</p>
--	--	---	--

	<p>liberación, pero también de catarsis, escuchar es un acto de hospitalidad, consiste en dar acogida al otro sin convertirle en lo mismo, sin diluir su identidad. Es una posibilidad de dialogo, de convivencia y desarrollo civilizado de las sociedades, pero también es un acto referido al ser personal. Torralba (2010).</p> <p>Sentido de pertenencia: es sentirse parte de un grupo, una sociedad o de una institución, esto tiene su origen en la familia ya que es el primer grupo al que pertenecemos Gelvez (2014)</p> <p>Tomar en cuenta: preciar, recordar un favor, una circunstancia notable o recomendable. Grabar en la memoria un dicho o hecho ajenos que han molestado especialmente. Tomar en consideración Real Academia (2014).</p> <p>Identidad: Tajfel (1981) ha definido a la identidad social como aquella parte del autoconcepto de un individuo que deriva del conocimiento de su</p>		
--	---	--	--

	<p>pertenencia a un grupo social junto con el significado valorativo y emocional asociado a dicha pertenencia. Asimismo asocia esta noción con la de movimiento social, en la que un grupo social o minoría étnica promueve el derecho a la diferencia cultural con respecto a los demás grupos y al reconocimiento de tal derecho por las autoridades estatales y los exogrupos.</p> <p>Opinión: Fama o concepto en que se tiene a alguien o algo. Real Academia (2014).</p> <p>Quejas: Expresión de dolor, pena o sentimiento. Resentimiento, desazón. Acción de quejarse. Real Academia (2014).</p> <p>Sugerencias: Insinuación, inspiración, idea que se sugiere Real Academia (2014).</p> <p>Felicitaciones: Manifestar a alguien la satisfacción que se experimenta con motivo de algún suceso fausto para él. Expresar</p>		
--	---	--	--

	<p>el deseo de que alguien sea venturoso. Hacer feliz y dichoso a alguien. Real Academia (2014).</p> <p>Eficacia: Capacidad de lograr el efecto que se desea o se espera. Real Academia (2014).</p>		
--	--	--	--

Foto 1.



Foto 3.



Foto 2.

