



RESPONSABILIDAD SOCIAL Y COHESIÓN SOCIAL MEDIANTE LA ARTICULACIÓN UNIVERSIDAD, EMPRESA Y ESTADO

SOCIAL RESPONSIBILITY AND SOCIAL COHESION THROUGH UNIVERSITY, BUSINESS AND STATE ARTICULATION

*Dra. Sandra Alicia Salgado Guzmán¹, Mtra. Rosa María Solís Salazar², Dr. Delfino Amando Montiel Rodríguez³ y
Erick Mendoza Blancas⁴*

Fecha de recepción: 03 de noviembre de 2021

Fecha de aceptación: 26 de noviembre de 2021

RESUMEN

Acorde a la Norma ISO 26000, “Guía para la Responsabilidad Social”, la gestión empresarial debe armonizar la actividad de producir, comercializar o vender bajo el enfoque de rentabilidad económica, financiera y social, aunada a los derechos humanos y los derechos laborales, con bienestar social y protección ambiental.

De manera conjunta con la Sociedad Civil y el Estado, la Empresa asume un rol fundamental en el proceso destinado al respeto de los derechos laborales, derechos humanos, justicia y equidad de género para lograr una sociedad más justa, equilibrada y sustentable.

Asimismo, la Responsabilidad Social Universitaria deriva de un compromiso institucional con trabajo individual y conciencia social, es decir, orientada al desarrollo humano sostenible y armónico; aplicación social del conocimiento; organización ambiental; acciones concretas de responsabilidad social en investigación, docencia y extensión; gestión responsable del impacto educativo hacia acciones reales que permeen en los estudiantes, bajo los principios de: compromiso ético, transparencia y rendición de cuentas, derechos humanos, respeto a la norma, participación ciudadana y sustentabilidad.

¹ Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, Facultad de Contaduría Pública, México, sandraa.salgado@hotmail.com

² Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, Facultad de Contaduría Pública, México, rosi.solis@me.com

³ Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, Facultad de Contaduría Pública, México, amandomontiel@hotmail.com

⁴ Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, Facultad de Contaduría Pública, México, emedoza@mopremc.com.mx

Además, la Cohesión Social-Estado se refiere tanto a la eficacia de los mecanismos instituidos de inclusión social como a los comportamientos y valoraciones de los sujetos que forman parte de la sociedad, considerando: empleo, sistemas educacionales, titularidad de derechos y políticas de fomento de la equidad, bienestar y protección social; al respecto, los comportamientos y valoraciones de los sujetos como confianza en instituciones, capital social, sentido de pertenencia y solidaridad, aceptación de normas de convivencia y disposición a participar en proyectos colectivos.

La metodología teórico-cualitativa utilizada en esta investigación busca alinear la interacción de estas tres fuerzas, con enfoque holístico e interdependencia; para enfrentar el reto de articular la Responsabilidad Social en el contexto de Universidad, Empresa y Estado en México, se ha considerado a las Instituciones de Educación Superior (IES), como detonadoras del cambio.

PALABRAS CLAVE: Responsabilidad Social; Empresa; Universidad; Estado; Cohesión Social.

ABSTRACT

According to the ISO 26000 Standard, "Guidance on Social Responsibility", business management must harmonize the activity of producing, marketing or selling, under the approach of economic, financial and social profitability, together with human rights and labor rights, social welfare and environmental protection. Jointly with society and the State, the Company in general assumes a fundamental role in the process towards the respect of labor rights, human rights, justice, and gender equity to achieve a more just, balanced and sustainable society.

Now then, University Social Responsibility derives from the institutional commitment with individual work and social conscience, that is to say, sustainable and harmonious human development; social application of knowledge; environmental organization; concrete actions of social responsibility in investigation, teaching and extension; responsible management of the educational impact towards real actions that permeate in students, under the principles of:

ethical commitment, transparency and accountability, human rights, respect for the norm, citizen participation and sustainability.

In addition, social cohesion-State refers to the effectiveness of the mechanisms instituted for social inclusion as well as to the behaviors and values of the subjects that are part of society, considering employment, educational systems, rights and policies to promote equity, welfare and social protection; in addition to behaviors and values of the subjects such as trust in: institutions, social capital, sense of belonging and solidarity, acceptance of coexistence rules and disposition to participate in collective projects.

The theoretical-qualitative methodology used in this research seeks to align the interaction of these three forces, with a holistic and interdependent approach, to face the challenge of Social Responsibility in the context of University, Business and State in Mexico, considering Higher Education Institutions (HEI) as detonators of change.

KEYWORDS: Social Responsibility; Business; University, Government, Social Cohesion.

I. INTRODUCCIÓN

La vulnerabilidad en los diferentes grupos de interés de la sociedad mexicana es causada por los problemas de salud, económicos, sociales, ambientales y políticos, que repercuten en su bienestar social. Bajo este panorama, las organizaciones como parte de la sociedad tienen la responsabilidad de contribuir a su desarrollo; en este sentido, las empresas como motor de la economía, las universidades como formadoras de ciudadanos y el estado como eje rector en la articulación de la interacción social, es decir, la Universidad, Empresa y Estado deben contribuir al propósito de generar bienestar social, pero en algunos segmentos de la población no se logra en virtud de que, en diversas organizaciones, la responsabilidad social pasa inadvertida debido a que los fines para los cuales fueron creadas, así como el actuar de sus integrantes, ya sea el trabajador, el estudiante y el funcionario o político respectivamente, tienen obligaciones ineludibles y deberes que afrontar día con día, alineadas a la visión y misión para lograr sus objetivos; sin embargo, en la mayoría de las ocasiones se individualizan sin considerar la responsabilidad social para lograrlos ya que se carece de equidad social y no fomentan acciones para atender, ejemplo, el deterioro ambiental.

Todas estas situaciones requieren ser consideradas por las organizaciones, fomentando valores éticos que conviertan los problemas sociales en oportunidades y por ende en bienestar social, favoreciendo con ello a un ambiente de confianza que contribuya a la cohesión social mediante programas de apoyo a la prosperidad económica; bienestar personal y social a sus colaboradores; acciones de protección al medio ambiente y de mejoras en la comunidad donde residen, para que conjuntamente se alcance el bienestar social con responsabilidad social.

Por lo anterior. se busca responder a los siguientes cuestionamientos:

- ¿La Institución Socialmente Responsable realmente integra la responsabilidad social, en beneficio de sus diferentes grupos de interés?
- ¿La responsabilidad social y la cohesión social son complementarias para lograr una sociedad con equidad?
- ¿Con responsabilidad social es factible lograr que las organizaciones alcancen su objeto social y contribuyan a la cohesión social?

La presente investigación se delimita a la búsqueda de promover mayor Responsabilidad Social en la Universidad, Empresa y Estado, entes que requieren de una objetiva comprensión del propósito, compromiso y deber que tienen: las universidades de formar integralmente ciudadanos; las empresas como responsables de generar riqueza, empleo, infraestructura, bienes y servicios y por ende bienestar social; el Estado de generar políticas públicas que contribuyan al bienestar social, desarrollo económico y protección al medio ambiente, que exigen incorporarse como un renglón prioritario en la agenda nacional.

El objetivo general de este trabajo es dimensionar que la Universidad, Empresa y Estado adopten la Responsabilidad Social para actuar bajo premisas que conecten y generen un ciclo de acción orientado por principios y valores, que involucren a los actores sociales, tales como sus empleados, estudiantes, profesionales, docentes, directivos, proveedores, clientes, funcionarios, y con ello se llegue a la comunidad como elemento que impacte positivamente la cohesión social.

Objetivos Específicos:

1. Identificar las características de la responsabilidad social

2. Correlacionar los aspectos inherentes a la Responsabilidad Social Universitaria y la Responsabilidad Social Empresarial.
3. Dimensionar el impacto de las políticas públicas del Estado en materia de responsabilidad social que contribuyan a fortalecer la cohesión social.

El problema objeto de esta investigación es determinar en qué grado la responsabilidad social propicia la mejora en la cohesión social en México, ambas apoyadas por la interrelación de las IES, las Empresas y el Estado, con el propósito de mejorar las condiciones de vida y convivencia social, considerando que éstas son compatibles y complementarias; además, que pueden preservarse mediante la articulación de las acciones como individuo, universidad, empresa y teniendo como eje rector al Estado a través de la implementación de políticas públicas que involucren la Responsabilidad Social.

II. MARCO REFERENCIAL

II. 1 Responsabilidad Social y Cohesión Social

En esta investigación se reconoce el reto que tendrá que hacer frente en los próximos años México y el papel que juega la “Responsabilidad Social y Cohesión Social para la articulación Universidad, Empresa y Estado”; se destaca la importancia de reconocer que la responsabilidad social se desarrolla cuando una organización toma conciencia de sí misma, de su entorno y de su papel en él, como la voluntad ética e interesada de hacer las cosas bien y de la definición de principios y valores de lo que es bueno hacer o dejar de hacer en beneficio de los estudiantes, clientes y ciudadanos, y la cohesión social como un factor complementario de incluir en la toma de decisiones públicas a una ciudadanía activa tanto en derechos como en responsabilidades, debido a que la erosión de las fuentes tradicionales de pertenencia a la comunidad, así como la desconfianza generalizada en las Instituciones Públicas y Privadas, dificultan dicha cohesión, por lo que se debe identificar la misma como un elemento generador de equilibrios sociales, dinamismo económico e identidad nacional, ambas complementarias y necesarias de analizar en la búsqueda de convivir, de compartir valores y comprender las diferencias en la sociedad civil con la finalidad de que la sociedad se apropie de los proyectos

identificando sus usos y costumbres para alcanzar resultados visibles que, de manera efectiva, impacten la mejor forma de vivir y convivir de la sociedad en general.

Datos estadísticos muestran que el incremento de desempleo que se enfrenta por la crisis pandémica a nivel mundial, y de acuerdo a los indicadores que maneja “La Organización Internacional del Trabajo” (OIT) a octubre de 2020, alertan que la tasa de desempleo en México al final del año 2020 llegaría al 11.7% de la Población Económicamente Activa (PEA) de acuerdo a una nota técnica (FORBES, 2020), lo que menoscaba directamente el proceso de cohesión social, razón por la que deben encaminarse mayores esfuerzos regulatorios y legales que permitan consolidar las estructuras organizativas de las empresas, adecuándolas a las nuevas demandas laborales.

De acuerdo con la OCDE, la desigualdad de los ingresos en la sociedad mexicana es más del doble de la que, en promedio, registra el conjunto de naciones que forman parte de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (Villanueva, 2020); cabe mencionar que resulta ser un indicador diferente al del nivel de ingresos, considerando que durante el 2020 el ingreso laboral real tuvo una disminución de 12.3%, y un aumento de la pobreza laboral de 35.7% a 44.5% (CONEVAL, 2020), por lo que la acción colectiva empresarial permite explorar los procesos de construcción de consenso, de acción y de toma de decisiones que acontecen dentro de las organizaciones, por lo tanto, resulta relevante reconocer que esto es un eje en la ejecución de políticas y prácticas de responsabilidad social.

II. 2 La Responsabilidad Social Universitaria

Tomando en consideración que las Universidades tienen por lo general tres misiones, docencia, investigación y extensión, la concreción de la responsabilidad social de estas instituciones se puede lograr por medio de diferentes iniciativas en cuatro ámbitos: formación, investigación, liderazgo social y compromiso social. Por lo que respecta a la formación, se destaca que el aprendizaje-servicio favorece la preparación de los estudiantes para su inserción en la sociedad como ciudadanos responsables, más allá de la simple adquisición de competencias profesionales para su desempeño laboral. En la Cumbre Mundial sobre la Educación Superior de la UNESCO realizada en 2009, se definió la RSU como el medio que

permite que la sociedad comprenda y pueda abordar mejor los diferentes problemas que la afectan y que tienen repercusiones en dimensiones sociales, económicas, científicas y culturales, destacando que las IES deben asumir un liderazgo social en la creación de conocimiento estimulando el pensamiento crítico y la ciudadanía activa (Beltrán et al., 2014).

La orientación de la universidad hacia el desarrollo y la cooperación adquiere cada vez más fuerza generando articulación de nuevas formas de vinculación con la sociedad civil; además, las instituciones de educación superior pueden explorar y experimentar nuevos caminos a partir de la reinterpretación de sus tres misiones: la docencia, que se refiere al marco de la formación; la investigación, que se alinea al marco del conocimiento, y la extensión, que se integra en el marco del servicio, determinando que la producción y difusión del conocimiento es una función clave a la hora de configurar la posición de los países en el orden internacional; por lo tanto, en la comunidad universitaria se asume una responsabilidad cada vez mayor en materia de formación, investigación, estudio y servicios de orientación, transferencia de tecnología y educación permanente (Beltrán et al., 2014).

La universidad, en relación a la formación, debe tener presente que para lograr un desarrollo social eficaz y sostenido resulta de suma importancia para que la labor universitaria se desarrolle sobre la base de una planeación y gestión estratégica de proyectos que partan de un diagnóstico del contexto social y de las necesidades prioritarias de la sociedad sobre la que se trabaja, que se diseñen y ejecuten con la metodología y acompañamientos académicos adecuados y que se evalúen con indicadores pertinentes, que permitan conocer tanto el impacto que esos proyectos tienen en la formación personal y profesional de quienes participan como su impacto social e institucional. Además, las instituciones de educación superior comienzan a rediseñarse para ofrecer una formación continua a lo largo de la vida; de este modo pueden contribuir a la formación de la ciudadanía con formatos, modalidades y enfoques muy variados. Pero esta formación no ha de ser necesariamente unidireccional, sino que la propia universidad puede aprender y formarse a partir del diálogo y de la alianza con los actores de la sociedad civil, esta relación puede enriquecer a las propias instituciones educativas al tiempo que contribuye al desarrollo humano y social, contando para ello con los propios sujetos sociales (Beltrán et al., 2014).

El concepto de Responsabilidad Social Universitaria debe ser construido por cada universidad a partir de un proceso participativo de todos los actores externos e internos pero teniendo en cuenta una serie de grandes condiciones o directrices acordadas entre quienes participaron.

Respecto a su finalidad, se consideró que la responsabilidad social universitaria:

- Orienta a las universidades hacia una clara conciencia de su misión: una opción ético-política de contribución al desarrollo humano y sustentable, la equidad, la inclusión social, los derechos humanos y la cultura de la paz.
- Invita y posibilita a generar políticas y estrategias adecuadas que aseguren la congruencia de sus procesos de docencia, investigación, extensión y gestión adecuadas con dicha misión y a la cual direcciona su capital humano, relacional, intelectual, tecnológico y económico.
- Propicia una adecuada concepción de la autonomía enfatizando la capacidad de tomar sus propias decisiones responsabilizándose de sus procesos e impactos y a la vez atendiendo a los requerimientos, interpelaciones y necesidades de todos.
- Crea condiciones para una cultura de la observación y escucha, propia y externa, que genere el diagnóstico, la evaluación de sus procesos, acciones e impactos presentes y esperados, tanto cognitivos como educacionales, sociales y medioambientales.
- Genera la transparencia y la rendición de cuentas tanto a la comunidad universitaria y la sociedad en general a la que se debe.
- Permite la integración curricular de la RS en forma de modelo educativo, programas específicos de ética aplicada y RS, además de procesos evaluativos propios o característicos, así como de técnicas y metodologías pedagógicas *ad hoc* (Beltrán et al., 2014).

Los fines de la educación superior para que las universidades fortalezcan su accionar en cuanto a responsabilidad social, se deben basar en principios de acción orientados por este compromiso con la sociedad, la universidad debe ser un agente de transformación con

disposición también a transformarse a sí misma a la vez que tiene que ser ella misma en su función o misión de servicio a los demás. Esta misión es también una visión de la realidad social con aspiraciones universitarias, que busca conciliar la unidad de la humanidad con la diversidad de formas de vida, para una ciudadanía plena.

II. 3 La Responsabilidad Social Empresarial

Los ámbitos de la Responsabilidad Social Empresarial responden a principios empresariales universales, y es el conocimiento y la profundización continúa de esos principios lo que asegura su implementación exitosa, principios como respeto a la dignidad de la persona, empleo digno, solidaridad, subsidiariedad, contribución al bien común, corresponsabilidad, confianza, ética en los negocios, prevención de negocios ilícitos, vinculación con la comunidad, transparencia, honestidad y legalidad, justicia y equidad y desarrollo social. Por lo que una empresa socialmente responsable es la que asume la ciudadanía como parte de sus fines, fundamentando su visión y su compromiso social con acciones que benefician a su negocio e impactando de manera positiva a las zonas urbanas o conurbadas en las que opera, minimizando los impactos negativos que la misma, con una comunicación constante con grupos de interés. La responsabilidad social se asume como un valor agregado y una ventaja competitiva que vincula sus resultados tanto a los objetivos de la empresa como a sus diferentes grupos de relación (partes interesadas o *stakeholders*) (Cajiga, 2008).

Repercusiones positivas de una Responsabilidad Social Empresarial congruente modifica el papel social y ético de la empresa, según las necesidades y el contexto propio de cada una y según los requerimientos de cada sociedad. La RSE brinda beneficios reales y tangibles para la empresa que pueden medirse de diferentes formas, basándose en información cuantitativa y cualitativa. Entre ellos están: lealtad y menor rotación de los grupos de relación (*stakeholders*); mejoramiento de las relaciones con vecinos y autoridades; contribución al desarrollo de las comunidades y al bien común; aumento de la visibilidad entre la comunidad empresarial; acceso a capital, al incrementar el valor de sus inversiones y su rentabilidad a largo plazo; decisiones de negocio mejor informadas; aumento en la capacidad para recibir apoyos financieros; mejoramiento en el desempeño financiero, se reducen costos operativos optimizando esfuerzos y se hace más eficiente el uso de los recursos enfocándolos al

desarrollo sustentable; mejora de la imagen corporativa y fortalecimiento de la reputación de la empresa y de sus marcas; incremento en las ventas, se refuerza la lealtad del consumidor; incremento en la productividad y en la calidad; mejoramiento en las habilidades para atraer y retener empleados, se genera lealtad y sentido de pertenencia entre el personal; reducción de la supervisión regulatoria, se promueve y se hace más eficiente el trabajo en equipo (Cajiga, 2008).

Las compañías líderes en el mundo han incorporado la RSE a su estrategia de negocios como elemento diferenciador y como ventaja competitiva, con resultados financieros positivos. Es un camino que implica decisiones de liderazgo en la empresa para superar problemas como la baja cultura cívica, la corrupción, los insuficientes marcos legales, las formas autoritarias de ejercer el liderazgo y otros que han impedido a la empresa desarrollarse cabalmente como ciudadano responsable; se trata de una tendencia relevante en el nuevo orden económico mundial que se sigue consolidando y que se presenta como un distintivo del nuevo milenio (Cajiga, 2008).

En el ejercicio de la responsabilidad social, la función de extensión de la universidad se entiende como la forma en que ésta se relaciona con su entorno para ofrecer conocimiento de calidad pertinente, que contribuya a la innovación y a la generación de proyectos de transformación e impacto social. Este se fundamenta en una relación Universidad-Empresa-Comunidad, a través de un portafolio que debe incluir programas de formación continua, asesoría en estrategias para la competitividad, desarrollo de proyectos sociales y diseño de programas de consultoría para la Innovación y Desarrollo Empresarial, cuya finalidad es el desarrollo de una Nación a través de la articulación entre las universidades, empresas y Estado (Universidad del Rosario, 2010).

II. 4 Antecedentes de la Cohesión Social

La noción de cohesión social se dio en las últimas tres décadas en el ámbito internacional, principalmente en Europa, en donde este concepto fue referente en el campo de las políticas públicas para promover el desarrollo económico y social de los países desarrollados y los menos desarrollados. En relación a los aspectos relativos a la Cohesión Social, Durkheim

considera la solidaridad mecánica y solidaridad orgánica, en donde el primero hace alusión a la existencia de una conciencia colectiva, compuesta por un sistema de valores, normas, sentimientos e ideas comunes entre todas las personas que integran la sociedad, basando éstos en los lazos de parentesco como una forma de sociabilidad desde una dimensión local —barrios, localidades, comunidades—; el segundo se basa en el individualismo como expresión a un proceso de individuación, producto de la pérdida de control de la conciencia colectiva sobre la conciencia individual. Este proceso de individuación es una condición necesaria para lograr la solidaridad orgánica, que, a su vez, depende de la interdependencia y de la necesidad de cooperación entre los individuos. Lo que significa que en las sociedades complejas la sociedad es posible por medio de la coordinación, cooperación y solidaridad.

Así, el concepto de cohesión social en la obra de Durkheim fue importante para explicar la división del trabajo y su papel en la evolución de las sociedades (Haro y Vázquez, 2018).

Por tanto, la cohesión social es entendida como un atributo de la sociedad (creencias, normas y valores), emanada de los vínculos sociales duraderos que establecen los individuos entre sí y con las instituciones sociales. Para Parsons la adecuada interacción entre individuo y sociedad depende fundamentalmente de la existencia de sistemas de normas y valores compartidos en una sociedad (Haro y Vázquez, 2018).

La Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL, 2007) define la cohesión social como la dialéctica entre mecanismos instituidos de inclusión/exclusión social y las respuestas, percepciones y disposiciones de la ciudadanía frente al modo en que ellos operan. Las percepciones sobre las situaciones que determinan el bienestar de los ciudadanos en cuanto a su grado de confianza, adhesión y respaldo a un sistema político y un ordenamiento económico, así como el establecimiento de medidas que limiten las brechas socio-económicas y socioculturales son fundamentales para la dimensión subjetiva del sentido de pertenencia, respecto de ciertos valores de convivencia, tales como la tolerancia y respeto de la diversidad y la reciprocidad en el trato y el combate a la discriminación en cualquiera de sus manifestaciones hacia grupos sociales (CEPAL, 2007).

La Organización de Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE) valora la cohesión social como un marco conceptual que guíe la política pública, que tiene la virtualidad de aglutinar ámbitos que normalmente discurren de manera separada. Denomina cohesiva a una sociedad cuando se propone avanzar hacia el bienestar de sus miembros, se lucha contra la exclusión y la marginalización, se crea un sentido de pertenencia, se promueve la confianza y se ofrece a sus miembros la oportunidad de una movilidad social ascendente. Se postula que, al igual que el desarrollo, es tanto un fin -como parte del progreso- como un medio, para lograr resultados (OCDE, 2011). Se plantea la necesidad de desarrollar mediciones del bienestar subjetivo para analizar aspectos de la cohesión social que no son fáciles de captar mediante mediciones objetivas, entre los que se consideran actitudes, creencias y percepciones, especialmente respecto del “sentido de pertenencia”, de la confianza y de actitudes de las personas sobre el Estado y su papel (OCDE, 2011).

En resumen, la cohesión social es “la capacidad dinámica de una sociedad democrática para absorber el cambio y el conflicto social mediante una estructura legítima de distribución de recursos materiales y simbólicos, tanto a nivel socioeconómico, sociopolítico y sociocultural, a través de la acción combinada de los mecanismos de asignación del Estado, del mercado, de la sociedad civil, de la familia y de otras redes comunitarias” (Mitofsky, 2020).

III. METODOLOGÍA, TÉCNICAS Y MATERIALES EMPLEADOS

Metodología: teórico-cualitativa con las técnicas de Investigación: análisis (observación, descripción, descomposición del fenómeno, el ordenamiento y su clasificación) y síntesis (separación del todo en sus partes).

La metodología utilizada en esta investigación posibilitó la identificación de las necesidades de promover la responsabilidad social, articulando la Universidad, Empresa y Estado con la finalidad de dimensionar como la responsabilidad social y la cohesión social en México son compatibles y complementarias, con la finalidad de proponer su inclusión en los Planes de Estudios de las IES, mediante la inserción de actividades extracurriculares que fomenten y sensibilicen a los futuros profesionales de la obligación de ser responsables socialmente, por el solo hecho de pertenecer a un sistema social, realizando la extracción y compendio de la

las fuentes de información , en este caso de la Secretaria de Relaciones Exteriores (SRE), en su apartado Dirección General de Vinculación con las Organizaciones de la Sociedad y se realiza el análisis y síntesis desde el punto de vista de los autores. Este procesamiento de información permitió observar un área de oportunidad para que los Programas Académicos de las IES contribuyan a la formación integral de los estudiantes hacia una formación profesional y ciudadana, encaminada a la ejecución de acciones y actitudes con el propósito de que la Responsabilidad Social contribuya a la Cohesión Social.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

De acuerdo con el 2do. Estudio Panorama de la Responsabilidad Social en México 2019 (SRE, 2019), realizado por un grupo de empresas conformado por CEMEX, BIMBO, LALA, ADO, HEINEKEN, BIORPAPPEL, entre otras no menos importantes; su objetivo es el que hoy los seres humanos deberíamos enfocarnos en lograr el desarrollo sostenible y una de las formas de colaboración que más impacto ha tenido en las empresas es la Responsabilidad Social ya que impulsa prácticas más humanas, conscientes de la calidad de vida de los colaboradores, proveedores, aliados, de todos los lugares y grupos de interés, que son parte del modelo de negocio, que no mida solo las utilidades sino los impactos sociales y ambientales en las empresas.

La aplicación del cuestionario se desarrolló en 2019 de manera electrónica con el objetivo de lograr un mayor alcance y con la finalidad de enriquecer el análisis cuantitativo, se realizaron 20 entrevistas presenciales, vía web, o por escrito, con CEOs, directores y gerentes de RS, organismos nacionales e internacionales involucrados en el tema, presidentes de cámaras empresariales, así como altos ejecutivos de instituciones gubernamentales, motivo por el cual se consideró relevante para fortalecer la presente investigación.

Además, este estudio afirma que la Pymes pueden consolidarse en el tiempo, ser sostenibles; ya que aportan el 56% del PIB, pero después de dos años de establecidas, de cada 10 solo 2 continúan, por lo tanto, la RS debe verse como parte del modelo de negocios; aunado a la perspectiva pública, la visión del Gobierno Federal sobre la RS que se basa en la transparencia, ética y eficiencia en la implementación de la función pública (SRE, 2019)

Cabe mencionar que la RS en una organización según la norma ISO 26000, regula los impactos que tienen sus decisiones en la sociedad y el medio ambiente, a través, de un comportamiento transparente y ético, contribuyendo al desarrollo sostenible, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad; cumpliendo con la legislación aplicable y de manera coherente con las normas internacionales de comportamiento; y esté integrada en toda la organización y se lleve a la práctica en sus relaciones.

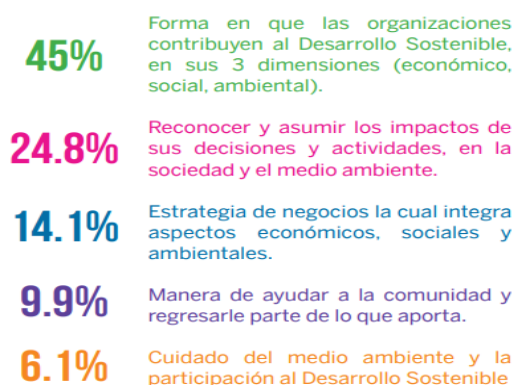
La selección de las siguientes ocho figuras permite un análisis con la finalidad de concretar la visión y la familiaridad que tienen las empresas respecto de la Responsabilidad Social (RS), desde su concepto, objetivos, impacto, retos, estrategias, generación de valor, hasta observar riesgos, obstáculos y oportunidades. La figura 1 muestra la percepción que se tienen acerca de la Responsabilidad Social.

Figura 1.

Percepción que se tiene del concepto de Responsabilidad Social

**¿Qué opción se acerca más a la percepción que
Usted tiene de Responsabilidad Social?**

N = 3,097



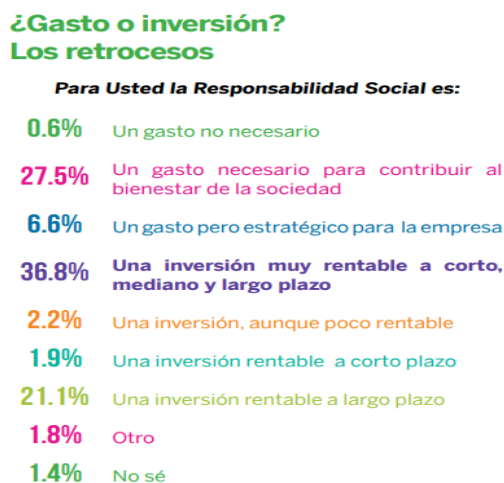
Fuente: Secretaría de Relaciones Exteriores (SER, 2019)

Prevalece la dimensión del Triple Bottom Line (económica, social y ambiental) de la RS con el 45% de las preferencias, destacando que en el grupo de especialistas solo cuatro eligieron

la definición filantrópica y ambiental. Sin embargo, el 55% restante se alinea con el impacto que generan sus decisiones desde el punto de vista social, ambiental e incluso económico.

Figura 2.

Impacto de la decisión en valor porcentual del gasto o inversión en Responsabilidad Social

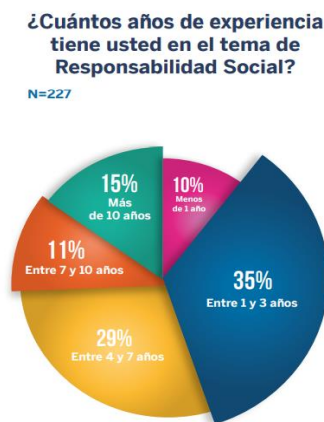


Fuente: Secretaría de Relaciones Exteriores (SER, 2019)

Si bien el balance sigue siendo positivo, ya que el 62% de los encuestados considera a la RS como una inversión frente al 34.7% que la ve como un gasto, se observa que la principal barrera que enfrentan las empresas para trabajar en RS es la perspectiva errónea que se tiene sobre la Responsabilidad Social Empresarial.

Figura 3.

Valor porcentual en años de experiencia sobre el tema de Responsabilidad Social.



Fuente: Secretaria de Relaciones Exteriores (SER, 2019)

De acuerdo con el perfil de los encargados de RS que laboran en empresas grandes o MiPymes, sin importar su nivel jerárquico, 45% desarrollan, ejecutan, implementan o coordinan estrategias de RS, con tan solo 3 años de experiencia en el tema.

Figura 4.

Valor porcentual de una muestra de 238 personas que están cursando algún programa de responsabilidad social.

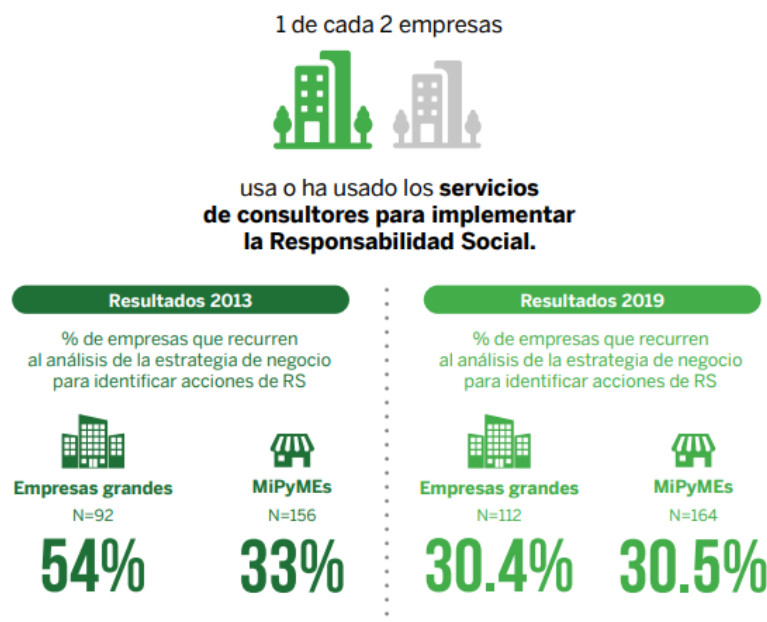


Fuente: Secretaria de Relaciones Exteriores (SER, 2019)

Analizada respecto de años de experiencia, en la presente se observa que el 50.7% de los encargados del área carecen de estudios en programas educativos de RS, por lo que se concluye que asumieron esa posición por promociones internas.

Figura 5.

Cuadro comparativo de servicios de consultores para implementar la Responsabilidad Social.

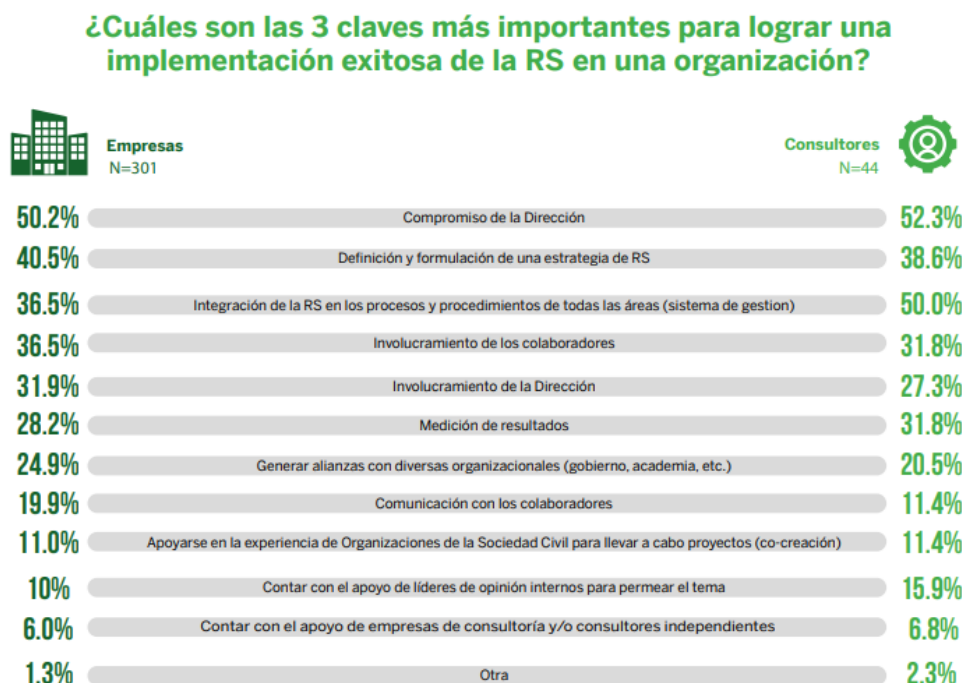


Fuente: Secretaría de Relaciones Exteriores (SER, 2019)

De manera comparativa esta figura presenta el porcentaje de las empresas que recurren al apoyo de consultores para identificar la estrategia de negocios e implementar acciones de RS, observando que disminuyó con relación a 2013, para las grandes en un 23.6% y para las MiPymes 2.5%. Podemos notar que, en estos cinco años y medio, las grandes empresas consideran estar totalmente alineadas a su estrategia de negocios en temas de RS.

Figura 6.

Las 3 claves más importantes para lograr una implantación exitosa de RS en una organización.



Fuente: Secretaría de Relaciones Exteriores (SER, 2019)

Existen claves de éxito en la implementación como compromiso de la Dirección, definición y formalización de una estrategia de RS e integración de la RS en los procesos y procedimientos de todas las áreas. La figura muestra que la dirección debe estar convencida, existir un plan definido en forma participativa, comunicación con los colaboradores, así como, evaluaciones de impacto mediante un método de medición riguroso, además, los porcentajes anteriores muestran que consultores y especialistas tienen una visión más estratégica que las personas en las empresas para la implementación de la RS.

Figura 7.

Principales beneficios al adoptar medidas de Responsabilidad Social.

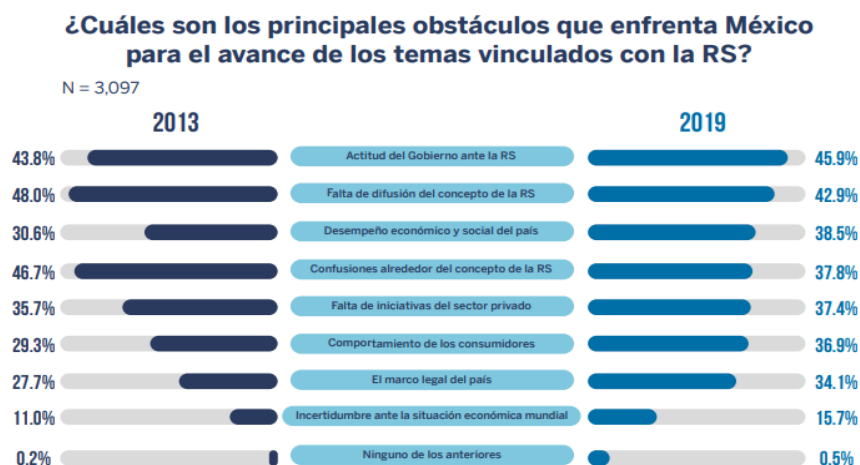


Fuente: Secretaría de Relaciones Exteriores (SER, 2019)

Los mayores beneficios que el 92% de las organizaciones perciben al adoptar medidas de RS y que podrían impactar la rentabilidad de su empresa, el mayor porcentaje corresponde a contribuir al bienestar de la sociedad, mejorar la imagen de marca y el clima laboral.

Figura 8.

Principales obstáculos que enfrenta México para el avance de los temas vinculados a RS.



Fuente: Secretaría de Relaciones Exteriores (SER, 2019)

Comparativamente del 2013 al 2019, México enfrenta obstáculos respecto del avance en temas de RS, según la encuesta existe un incremento porcentual respecto de: la actitud del gobierno ante el tema, falta de iniciativa del sector privado, comportamiento de

consumidores, marco legal e incertidumbre económica, sin embargo, disminuyó en un 8.9% la confusión respecto del concepto de RS.

V. CONCLUSIONES

El análisis realizado en la presente investigación da respuesta a los retos que México tendrá que hacer frente en los próximos años respecto del papel que juega la “Responsabilidad Social y Cohesión Social mediante la Articulación Universidad, Empresa y Estado”.

La investigación muestra que si se crean y fomentan las condiciones para que Universidad, Empresa y Estado de forma articulada se conviertan en agentes cohesionadores y promotores de un cambio de mentalidad hacia la responsabilidad social, donde: la universidad genere conocimientos de inclusión social que permeen en sus egresados el perfil humanista; el empresario con el apoyo de la IES alcance mayor sentido de pertenencia a situaciones reales con visión social; y el Estado asociándose con las IES genere políticas públicas dirigidas a la incorporación de procesos de productividad y competitividad, dará como resultado que el país se encamine a un mejor desarrollo económico y social, en beneficio de sus ciudadanos.

Asimismo, como lo demuestran las figuras analizadas, la Responsabilidad Social en México está evolucionando con cambios y transformaciones respecto a la percepción de RS, se observa que diversas organizaciones dirigen únicamente sus acciones en un sentido ambientalista, otras lo consideran como un gasto y no como inversión, respecto de la experiencia de sus gestores en acciones de Responsabilidad Social, acorde a los datos analizados se concluye que es mínima y con escaso interés para capacitarse. Por tal motivo se comprueba la necesidad de implementar iniciativas que contribuyan a promover la articulación Universidad, Empresa y Estado, iniciando por las IES, con prácticas de fomento a honestidad académica, como derechos de autor y propiedad intelectual; planes y programas de estudio que evidencien estrategias didácticas congruentes a un perfil de egreso que fomente la ética; estrategias extracurriculares que fomenten el compromiso ciudadano; principios y valores que se aborden de manera transversal en el currículo, como, fomento a la no corrupción, la transparencia y la rendición de cuentas en la práctica profesional y su ejercicio

ciudadano, además, respeto a los derechos humanos, cultura de legalidad y sustentabilidad del entorno.

VI. REFERENCIAS

- Beltrán Llavador, J., Íñigo Bajos, E. y Mata Segreda, A.. (2014). La responsabilidad social universitaria, el reto de su construcción permanente. 18 de mayo de 2020, de Revista iberoamericana de educación superior Sitio web: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-28722014000300001
- Cajiga Calderón, J.. (2008). El concepto de responsabilidad social empresarial. 28 de abril de 2020, de Centro mexicano para la filantropía Sitio web: https://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf
- CEPAL, repositorio. (2007). Cohesión social: inclusión y sentido de pertenencia en América Latina y el Caribe. 17 de mayo de 2020, de CEPAL Sitio web: https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/2812/2/S2007000_es.pdf
- CONEVAL. (2020). Medición de la pobreza. 3 de junio de 2020, de Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social, CONEVAL Sitio web: <https://www.coneval.org.mx/Medicion/Paginas/ITLP->
- FORBES. (2020). Tasa de desempleo en México podría llegar al 11.7% a fin de año: OIT. 10 de octubre de 2020, de FORBES Sitio web: <https://www.forbes.com.mx/economia-tasa-de-desempleo-mexico-llegar-11-7-fin-de-anio-oit>
- Haro Álvarez, G. y Vázquez Vázquez, J.. (2017). La cohesión social desde una perspectiva no normativa alternativa de un diseño instrumental.. 21 de mayo de 2020, de Tla-melaua Sitio web: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S1870-69162017000300132&script=sci_abstrac
- Mitofsky. (2020). Somos Mitofsky. 20 de agosto de 2020, de Mitofsky Sitio web: <http://www.consulta.mx/index.php/somos-mitofskyE.N>
- OCDE. (2011). Informe de cooperación al desarrollo 201. 23 de mayo de 2020, de Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) Sitio web: <https://www.oecd.org/dac/developmentco-operationreport2011.ht>
- SRE. Dirección General de Vinculación con las Organizaciones de la Sociedad Civil. (2019). Panorama de la Responsabilidad Social en México 2019. 24 de mayo de 2020, de Secretaría de Relaciones Exteriores (SRE) Sitio web: <https://dgvinc.sre.gob.mx/publicaciones-de-la-osc/35-panorama-de-la-responsabilidad-social-en-mexico-2019>
- Universidad del Rosario (2010). De la Extensión a la Responsabilidad Social Universitaria: competitividad con cohesión social -Universidad, Ciencia y Desarrollo. 5 de mayo 2020, de Universidad del Rosario Sitio web: <https://www.urosario.edu.co/Universidad-Ciencia-Desarrollo/ur/Fasciculos-Anteriores/Tomo-V-2010/Fasciculo-V-16/ur/Proyeccion-social/>