

Las empresas productivas del Estado Mexicano y sus prácticas sociales hacia la comunidad. Caso Comisión Federal de Electricidad

García Pichardo Sandra Ivette, Ulaje Escobedo Joaquín, Reséndez Morales Guillermo
Universidad de Guanajuato
sandy.gp@gmail.com, joaquin.ulaje@ugto.mx, memrre@hotmail.com
Resumen

Actualmente la responsabilidad social (RS) implica que las actividades de las empresas repercutan no sólo en sus objetivos, sino que además maximicen el bienestar de los grupos de interés que tienen relaciones con ella. Este trabajo describe algunas acciones que la Comisión Federal de Electricidad (CFE) implementa hacia la comunidad en la que opera.

Los resultados muestran que cuenta con una política de apoyo a la comunidad, como programas de atención a ejidos, comunidades cercanas al centro de trabajo y escuelas; también se identifica que la participación voluntaria de los empleados es baja.

Palabras clave: Responsabilidad Social Empresarial, Empresas productivas del Estado, Comunidad..
JEL: M14

Comparative study of the use of information and communication technologies in SMEs and large companies

Abstract

At the moment social responsibility (CSR) implies that the activities of the companies have repercussions not only on their objectives, but also maximize the well-being of the interest groups that have relations with it. This paper describes some actions that the Federal Electricity Commission (CFE) implements towards the community in which it operates. The

results show that it has a policy of support to the community, such as care programs for ejidos, communities close to the workplace and schools; it is also identified that the voluntary participation of employees is low.

Keywords: Corporate Social Responsibility, State Productive Companies, Community.
JEL: M15

1. Introducción

Los objetivos de las empresas no deben orientarse sólo a la obtención de utilidades, se requiere además, su contribución con todos los grupos de interés que participan en ellas, con la finalidad de hacerse más competitivas y enfrentar este mundo globalizado (Barroso, 2008); el papel que desempeñan es esencial para lograr el bienestar de toda sociedad, por lo que es necesario avanzar en dirección clara, logrando con ello que las empresas se conviertan en protagonistas del cambio y gestoras del desarrollo de estrategias en temas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) (Sarmiento, 2010).

Las prácticas de la empresa deben enfocarse tanto al interior como al entorno en el que se desenvuelve; en lo que se refiere al aspecto externo, se enfoca a los grupos de interés que sobrepasan las fronteras de la empresa, como son los socios comerciales, proveedores, gobierno, ONG's y otras instituciones, medio ambiente y comunidades (Ferrer, 2013). De acuerdo con Barroso (2008) se espera que las organizaciones promuevan el desarrollo y bienestar público y que colaboren con causas sociales, a través de programas de seguridad, ecología, salud, entre otros; esta colaboración debe ser activa y voluntaria, así como estar conectada con la visión, misión, valores y cultura organizacional de la empresa.

Aunque es más común escuchar de RSE en empresas del sector privado, esto no implica que las empresas de propiedad exclusiva del Gobierno Federal Mexicano no puedan implementarla. De hecho, en la propuesta de Ley de la Reforma Energética presentada por la Presidencia de la República (2014) se señala que las empresas productivas del Estado deberán actuar de manera transparente, honesta, con sentido de equidad, responsabilidad social y ambiental.

La Comisión Federal de Electricidad y Petróleos Mexicanos (PEMEX con todas sus empresas filiales) son las dos únicas empresas que pertenecen a esta categoría, hasta antes del 2015 eran conocidas como empresas paraestatales, sin embargo, en diciembre del mismo año cambiaron de denominación y marco jurídico. Es por este

Las empresas productivas del Estado Mexicano y sus prácticas sociales hacia la comunidad. Caso Comisión Federal de Electricidad

cambio en el marco jurídico por el que aún no hay indicadores económicos que señalen la contribución de la CFE a los ingresos públicos.

La Ley de la Comisión Federal de Electricidad publicada en el Diario Oficial de la Federación (2014, p. 1), Título primero, Artículo 2 señala que:

La Comisión Federal de Electricidad es una empresa productiva del Estado de propiedad exclusiva del Gobierno Federal, con personalidad jurídica y patrimonio propios y gozará de autonomía técnica, operativa y de gestión, conforme a lo dispuesto en la presente Ley.

Las empresas productivas del Estado Mexicano son dos: Petróleos Mexicanos y CFE. PEMEX entiende a la RSE como una mejor forma de encarar retos económicos, sociales y ambientales generando valor, promoviendo el desarrollo incluyente de la sociedad y teniendo un impacto menor sobre el medio ambiente (PEMEX, 2014). Mientras que el compromiso para CFE no solamente consiste en considerar costos, requerimientos técnicos y normas ambientales, también acuerda con los pobladores de las comunidades en las que opera (CFE, 2012).

Existen estudios que se han realizado a CFE sobre temas relacionados a la RSE, que hablan sobre la necesidad de incluir una memoria anual de sostenibilidad y acceso a toda la información relacionada del tema en la página de internet de la empresa (García, 2007); y que buscan conocer el grado de RS y ambiental que las empresas energéticas manifiestan (Martínez y Gómez, 2017). Ambos estudios demuestran el interés que existe por conocer el tema, ya que la CFE es la empresa energética más importante de México.

El objetivo de este trabajo de investigación es describir la manera en que una de las plantas de CFE lleva a cabo sus acciones socialmente responsables hacia uno de sus grupos de interés, la comunidad, desde la perspectiva del departamento de RS de la misma.

La estructura del presente estudio es la siguiente. Se describe el marco teórico del trabajo que incluye los antecedentes de la RSE, posteriormente se aborda la definición de RSE y la comunidad como elemento primordial dentro de ella y por último se menciona respecto a las empresas productivas del estado y el caso específico de CFE; en la metodología se presenta el tipo de estudio a realizar y el contexto en el que se ubica, así como el análisis de la fiabilidad del instrumento; en el siguiente apartado se señalan los resultados para finalmente incluir en la sección de las conclusiones.

2. Marco Teórico

2.1 Antecedentes

El término de Responsabilidad Social fue utilizado por primera vez en la década de 1950 como consecuencia de la preocupación de la comunidad académica por las repercusiones hacia la sociedad, que las actividades empresariales causaban (Bowen, 1953).

De acuerdo con Martínez (2005), en los sesenta, se vivieron cambios sociales importantes que también se reflejaron en las empresas, principalmente como consecuencia de la guerra de Vietnam. Temas como los derechos civiles de las minorías, la igualdad de oportunidades para la mujer, la protección del medio ambiente y los derechos de los consumidores; replantearon la importancia de la empresa en el entorno socioeconómico y consideraron el impacto de sus actuaciones.

Estos cambios de mentalidad y de expectativas de la sociedad generaron presiones sobre las empresas, reclamando los costos sociales generados por su actividad (Reyno, 2006).

La atención sobre la RS se había centrado en las empresas, sin embargo, esta visión se amplió a todas las organizaciones en la medida en que se reconocieron que también son parte del desarrollo sostenible y no sólo las correspondientes a los negocios (ISO Secretaría Central, 2010).

Las empresas productivas del Estado Mexicano y sus prácticas sociales hacia la comunidad. Caso Comisión Federal de Electricidad

De este enfoque nace el concepto una RSE dirigida hacia la sociedad, según la cual la empresa debe tomar conciencia de los efectos reales y totales de sus acciones sobre el entorno, entra en discusión si las funciones de la empresa son meramente económicas o tiene un mayor alcance (Reyno, 2006).

Como parte de los elementos constituyentes de la sociedad, se encuentran los stakeholders o partes interesadas, los cuales, Freeman y Mc Vea (2001) definen como *“cualquier grupo o individuo que es o puede ser afectado durante los logros de los objetivos de una organización” (P.4)*.

Por otro lado, Coppa y Sriramesh (2013) comentan que la RSE busca que las organizaciones generen rentabilidad mientras crean un daño mínimo a la sociedad, y además vayan un paso a delante contribuyendo a la mejora social. Y como diversos fenómenos organizacionales, el problema con la RSE no es la falta de definiciones sino la abundancia de diferentes puntos de vista y la falta de consenso en una sola. Otro punto de vista que presenta, está basado en la idea de que las organizaciones tienen obligaciones con la sociedad, pero éstas contrastan con las metas económicas

Schwalb y García (2003), retoman que existen cuatro niveles de Responsabilidad Social:

- Responsabilidades económicas: aquellas que contribuyen con la eficiencia en la producción de bienes y servicios.
- Responsabilidades legales: aquellas que tienen que ver con el cumplimiento de las leyes.
- Responsabilidades éticas: aquellas que están basadas en valores de justicia y honestidad.
- Responsabilidades discrecionales: cuales quiera que la organización considere pertinentes en un momento dado: entrenamiento a desempleados, programas filantrópicos a la comunidad, programas preventivos y correctivos de degradación al medioambiente, mejoramiento urbano, etc.

Son numerosos los factores que impulsan este avance en materia de RSE, entre los cuales se mencionan las inquietudes y exigencias de los consumidores y gobiernos hacia un cambio industrial, la preocupación por el deterioro del medioambiente, la transparencia en la actividad industrial que es impulsada por los medios de comunicación y los avances tecnológicos en información y comunicación (Comisión de las Comunidades Europeas, 2001).

2.2 La Responsabilidad Social Empresarial

Cada día está creciendo más el número de empresas comprometidas con la Responsabilidad Social Empresarial, también conocida como Responsabilidad Social Corporativa (RSC), que son conscientes de que sus acciones tendrán un impacto en la sociedad que les rodea y que no se trata de maximizar utilidades si ello implica poner en riesgo el bienestar de las generaciones futuras (Barroso, 2008; Herrera, Larrán, Lechuga y Martínez-Martínez, 2016).

Barros, Retamozo y González (2015) señalan que las empresas adoptan programas y actividades de RSE, como una estrategia justificada por un lado por la presión de la sociedad y por el otro, por los beneficios que obtienen de ella, entre los cuales pueden señalarse, el aumento de la lealtad de sus stakeholders, acceso a capital y aumento de la capacidad para recibir apoyos financieros, incremento de la productividad y calidad, mejoramiento de las habilidades para atraer y retener empleados y generar una lealtad y sentido de pertenencia entre ellos (CEMEFI, 2013), favorecer la imagen corporativa, el posicionamiento y reputación de la marca y la confianza del consumidor (Stanaland, Lwin y Murphy, 2011).

Existe una tendencia a confundir la RSE con prácticas filantrópicas, éticas o ambientales exclusivamente (CEMEFI, 2013) o como un ejercicio de marketing interesado (De Miguel, 2011), sin embargo, ser una empresa responsable socialmente va más allá, requiere congruencia, un modo de actuar respetuoso, honesto y

Las empresas productivas del Estado Mexicano y sus prácticas sociales hacia la comunidad. Caso Comisión Federal de Electricidad

transparente (Barros, Retamozo y González, 2015), así como una continua relación con la sociedad a todos los niveles (Sarmiento, 2011).

Se pueden encontrar tantas definiciones sobre RSE como bibliografía que se consulte, algunas de las muchas que existen y que son relevantes se citan a continuación:

De acuerdo con el Libro Verde de la Unión Europea se puede definir responsabilidad social de las empresas como la *“integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores”* (Comisión de las Comunidades Europeas, 2001, p. 7).

En el mismo sentido Amozorruta y Reséndiz (2014) muestran su propia definición, entendiendo por responsabilidad social las acciones realizadas por las empresas, que tienen consecuencias positivas sobre la sociedad y que además están alineadas con sus propios valores, principios, métodos, procesos internos y con los intereses de sus stakeholders.

La Norma Internacional ISO 2600 (ISO Secretaría Central, 2010, p. 7) señala a la RS como:

La responsabilidad de una organización ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y en el medio ambiente, mediante un comportamiento ético y transparente que: contribuya al desarrollo sostenible, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad; tome en consideración las expectativas de sus partes interesadas, cumpla con la legislación aplicable y sea coherente con la normativa internacional de comportamiento, y está integrada en toda la organización y se lleve a la práctica en sus relaciones.

Por último, en el contexto de México, uno de los principales avances en el tema es el conceso de los principales organismos empresariales sobre un concepto de RSE que

facilita su difusión y comprensión, definición que se rescata en esta investigación (CEMEFI, 2013, p. 4):

Es el compromiso consciente y congruente de cumplir integralmente con la finalidad de la empresa, tanto en lo interno como en lo externo, considerando las expectativas económicas, sociales y ambientales de todos sus participantes, demostrando respeto por la gente, los valores éticos, la comunidad y el medio ambiente, contribuyendo así a la construcción del bien común.

2.3 Las prácticas sociales hacia la comunidad, como elemento primordial de la RSE

De acuerdo con el Libro Verde (Comisión de las Comunidades Europeas, 2001) las áreas de contenido de la RSE se dividen en dos bloques o dimensiones, la primera enfocada a los aspectos internos de la empresa, como los trabajadores, la inversión en recursos humanos, la salud y la seguridad y la gestión del cambio y el segundo abocado a los elementos externos de la organización, como las comunidades locales, los socios comerciales, proveedores y medio ambiente.

Parte importante de la RS es la vinculación con la comunidad, ya que sus prácticas impactan no sólo al interior de la empresa, sino que se extienden más allá de su perímetro hasta las comunidades locales (Comisión de las Comunidades Europeas, 2001), en este sentido “comunidad” puede ser entendida como “los asentamientos residenciales o sociales de otro tipo ubicados en un área geográfica que se encuentra próxima físicamente al sitio en que se encuentra una organización o dentro de las áreas de impacto de la misma” (ISO Secretaría Central, 2010, p. 67).

Para definir el alcance de su RS, una organización debería abordar entre otras materias, la participación activa y desarrollo de la comunidad, esta participación activa consiste en identificar las partes interesadas, involucrarse con ellas, apoyar y crear una relación con la comunidad y reconocer el valor que ésta tiene; por su parte el desarrollo

Las empresas productivas del Estado Mexicano y sus prácticas sociales hacia la comunidad. Caso Comisión Federal de Electricidad

promueve niveles elevados de bienestar, este proceso es a largo plazo y se ve influenciado por las características sociales, políticas, culturales y económicas de las partes interesadas (ISO Secretaría Central, 2010).

Por su parte CEMEFI (2013) agrupa a la RSE en seis dimensiones, una de las cuales (dimensión sociocultural y política externa) conlleva la realización de prácticas que contribuyan a generar condiciones favorables para expandir el espíritu empresarial en armonía con el desarrollo de las comunidades, lo cual implica generar una sinergia entre los distintos sectores (empresas, gobierno, ONG´s y otras organizaciones) para la solución de problemas que atañen a la sociedad en su conjunto.

Dentro de las prácticas sociales a la comunidad diversos autores incluyen gran variedad de actividades, por ejemplo, los derechos humanos que son derivados de las presiones hacia las empresas productivas del Estado (Whelan y Mathuri, 2015) y la estrategia de RS dirigida a la comunidad, como lo mencionan Zhu, Liu y Lai (2015) en su investigación, en la cual resaltan la importancia de poner más atención por parte de este tipo de empresas en este grupo de interés.

2.4 Las empresas productivas del Estado Mexicano.

Existen diversas definiciones de lo que es considerada una empresa productiva del Estado, sin embargo, de acuerdo con la CFE, esta puede definirse como:

Una empresa cuyo dueño es el Estado y participa en el mercado como el resto de las empresas privadas. Tiene como objetivo generar valor económico. Las ganancias que se obtienen de sus actividades se entregan al estado mexicano y sirven para reinvertir en la propia empresa (CFE, s.f., p. 1).

Participan en el mercado como el resto de las empresas privadas y tienen como fin el desarrollo de actividades empresariales, económicas, industriales y comerciales en términos de su objeto, generando valor económico y rentabilidad para el Estado Mexicano como su propietario (Diario Oficial de la Federación, 2014).

La Comisión Federal de Electricidad y Petróleos Mexicanos son las únicas dos empresas que pertenecen a esta categoría, hasta antes del 2015, eran conocidas como empresas paraestatales, sin embargo en diciembre del 2015 cambiaron de denominación y marco jurídico, esta disposición *“constituye uno de los pilares de la reforma constitucional, pues la apertura de las industrias eléctrica y de hidrocarburos a las nuevas formas de participación del sector privado, debe ir acompañada de un decidido fortalecimiento de las empresas estatales”* (Presidencia de la República, 2014, p. 2).

2.4.1 Comisión Federal de Electricidad

La Comisión Federal de Electricidad es la empresa encargada de proveer de energía eléctrica a la mayor parte de la población y empresas del México y el gobierno la define de la siguiente manera: *“La Comisión Federal de Electricidad es una empresa productiva del Estado de propiedad exclusiva del Gobierno Federal, con personalidad jurídica y patrimonio propios y gozará de autonomía técnica, operativa y de gestión”* (Diario Oficial de la Federación, 2014, p. 1).

Esta empresa tiene por objeto prestar el servicio público de transmisión y distribución de energía eléctrica, por cuenta y orden del Estado Mexicano; en la ejecución de este objeto deberá actuar con transparencia, honestidad, eficiencia, equidad y responsabilidad social y ambiental, siempre en miras de mejorar la productividad de la industria eléctrica en beneficio de la población y sobre todo contribuir con el desarrollo nacional (Diario Oficial de la Federación, 2014).

2.4.2 La RSE en las empresas productivas del Estado

En el análisis de Morsin (2011), queda manifiesto que es muy compleja la situación de adquirir compromiso con la RSE por parte de las empresas pertenecientes al Estado, debido a la naturaleza política de las organizaciones; se señala además, que regularmente el Estado invita a las empresas privadas a mejorar en cuestiones de

Las empresas productivas del Estado Mexicano y sus prácticas sociales hacia la comunidad. Caso Comisión Federal de Electricidad

responsabilidad social e irónicamente las empresas del estado no reciben el apoyo para cumplir con sus responsabilidades. Por tales motivos, existe una tendencia a reestructurar las empresas paraestatales por parte de los gobiernos.

Yu, Choi y Zhang (2013) mencionan que debido a diversos temas y compromisos adquiridos por parte de los gobiernos como el calentamiento global, reducción de emisiones contaminantes, derechos humanos, entre otros, las empresas de los Estados reciben presiones cada vez mayores para desarrollar estrategias que incluyan la RSE, sin embargo los estudios al respecto son escasos.

En el caso de México se han realizado investigación en CFE sobre temas relacionados a la RSE, que hablan sobre la necesidad de incluir una memoria anual de sostenibilidad y acceso a toda la información relacionada del tema, la cual debe estar incluida en la página de internet de la empresa (García, 2007); y que buscan conocer el grado de RS y ambiental que las empresas energéticas tienen (Martínez y Gómez, 2017).

3. Metodología

3.1 Tipo de investigación y recolección de datos

La presente investigación sigue la metodología de un estudio de caso con alcance exploratorio, esto debido a que el tema de RS ha sido poco estudiado en empresas productivas del Estado. El diseño de investigación es no experimental transeccional, la aplicación del instrumento se llevó a cabo del 25 al 27 de mayo de 2016.

El cuestionario autoadministrado y confidencial se integró de 16 reactivos, utilizando una escala Likert donde (0) es no aplica y (4) siempre, así como 5 reactivos abiertos que proporcionan información complementaria. El cuestionario se tomó del Manual de Autoevaluación de la Responsabilidad Social Empresarial desarrollado por DERES (s.f.), organización integrada por empresas e instituciones que unen esfuerzos para concientizar a los actores sociales sobre la necesidad de incorporar principios

socialmente responsables en las organizaciones; el manual elaborado, constituye una herramienta que permite a la empresa realizar un diagnóstico interno sobre su desempeño en los distintos ejes que componen la RSE.

El instrumento original está elaborado a partir de una escala Likert de cuatro puntos, sin embargo, para efectos de esta investigación, se adaptó a cinco puntos o categorías, lo cual es considerado adecuado de acuerdo con García, Aguilera y Castillo (2011). Al tratarse de un instrumento ya probado con anterioridad, no se realizó prueba piloto.

Para la fiabilidad del instrumento se utilizó como referente el alfa de Cronbach, observando un alfa de 0.853, lo cual garantiza un adecuado nivel de confiabilidad de acuerdo con Oviedo y Campo-Arias (2005).

3.2 Sujetos de estudio

El cuestionario se aplicó a 8 empleados de diversas áreas y al responsable del área de Responsabilidad Social de CFE de una de las plantas ubicadas en la zona centro de México. Por motivos de confidencialidad no se revelan más especificaciones de la planta.

4. Análisis y discusión de resultados

A fin de medir la manera en que la CFE lleva a cabo las prácticas de Responsabilidad Social hacia la comunidad, se presenta un análisis estadístico que evalúa cada una de las preguntas que en conjunto permiten medir la dimensión de Comunidad dentro de la RS.

En la tabla 1 se presenta cada ítem con su frecuencia y porcentaje obtenido, en la tabla 2 se incluye la media y desviación típica de las 16 preguntas que incluye el instrumento.

Entre los resultados más destacados se tiene que el 55.60% de los encuestados señalan que siempre se establece una política de apoyo a la comunidad dentro de la

Las empresas productivas del Estado Mexicano y sus prácticas sociales hacia la comunidad. Caso Comisión Federal de Electricidad

planeación de la empresa, así mismo, el 11.10% señala que CFE no genera alianzas con otras organizaciones o empresas para desarrollar acciones de apoyo a la comunidad.

El 33.30% de los empleados que participaron en esta investigación indicaron que la empresa no cuenta con una política para promover el desarrollo de las Pequeñas y Medianas empresas en la región, pero que sí se prevé de espacios para desarrollar pasantías en la planta de CFE destinados a jóvenes, como apoyo a la formación laboral de los mismos, afirmación que fue mencionada por 66.70%.

La empresa procura minimizar los impactos que genera en la comunidad más allá de las regulaciones existentes (ruidos, olores, movimientos de vehículos, etc.), situación con la que están de acuerdo el 55.50% de los participantes, así mismo el 44.40% reconoce que los directivos y gerentes de la empresa participan en actividades de apoyo a organizaciones sociales y/o comunitarias y este mismo porcentaje expresa que la empresa genera oportunidades para que los trabajadores desarrollen actividades de apoyo comunitario.

Otro resultado importante es el 44.40% de los empleados encuestados afirmaron que casi nunca desarrollan acciones de apoyo a la comunidad por iniciativa propia, lo cual puede deberse entre otros factores, a que CFE no siempre comunica internamente a todo el personal sobre las actividades de apoyo comunitario en las que participa o apoya.

Por último, se señala que el 55.60% de los participantes indicaron que la empresa nunca procura involucrar a sus proveedores en programas y/o acciones de apoyo comunitario.

Tabla 1. Frecuencias y porcentajes de los ítems

| Ítem | No aplica | Nunca | Casi Nunca | Algunas veces | Siempre |
|------|-----------|-------|------------|---------------|---------|
|------|-----------|-------|------------|---------------|---------|

| | Frecuencia | Porcentaje |
|--|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| Dentro de la planificación, la empresa establece una política de apoyo a la comunidad | 2 | 22.20 % | | | | | 2 | 22.20 % | 5 | 55.60 % |
| Para las acciones/programas de apoyo a la comunidad que realiza la empresa, se consulta a los trabajadores | | | 1 | 11.10 % | 1 | 11.10 % | 6 | 66.70 % | 1 | 11.10 % |
| La empresa genera y/o participa de alianzas con otras empresas u organizaciones para desarrollar acciones de apoyo a la comunidad | | | 1 | 11.10 % | 2 | 22.20 % | 6 | 66.70 % | | |
| La empresa tiene una política para promover el desarrollo de las MIPyMEs | 2 | 22.20 % | 3 | 33.30 % | 3 | 33.30 % | 1 | 11.10 % | | |
| Se prevé de espacios para desarrollar pasantías en la empresa destinados a jóvenes como apoyo a la formación laboral de los mismos | | | | | | | 3 | 33.30 % | 6 | 66.70 % |
| Se promueve la integración de personas con "capacidades diferentes" en la empresa | | | 1 | 11.10 % | 1 | 11.10 % | 5 | 55.60 % | 2 | 22.20 % |
| La empresa minimiza los impactos que genera en la comunidad más allá de las regulaciones existentes (ruidos, olores, movimientos de vehículos, etc.) | | | 1 | 11.10 % | | | 3 | 33.30 % | 5 | 55.60 % |
| En el presupuesto anual se prevén fondos para apoyar programas comunitarios y/u ONG's | 1 | 11.10 % | 1 | 11.10 % | 4 | 44.40 % | 1 | 11.10 % | 2 | 22.20 % |
| La empresa destina recursos (no económicos) para programas de apoyo comunitario | | | | | | | 8 | 88.90 % | 1 | 11.10 % |
| Se evalúan los resultados de los programas y/o apoyos destinados al desarrollo de la comunidad | | | 1 | 11.10 % | 1 | 11.10 % | 3 | 33.30 % | 4 | 44.40 % |
| Los directivos y gerentes de la empresa participan en actividades de apoyo a organizaciones sociales y/o comunitarias | | | | | 1 | 11.10 % | 4 | 44.40 % | 4 | 44.40 % |
| Se posee un programa de voluntariado corporativo | 2 | 22.20 % | 1 | 11.10 % | 2 | 22.20 % | 4 | 44.40 % | | |
| La empresa genera oportunidades para que los trabajadores desarrollen actividades de apoyo comunitario | | | 1 | 11.10 % | 1 | 11.10 % | 3 | 33.30 % | 4 | 44.40 % |
| Los empleados desarrollan acciones de apoyo a la comunidad por iniciativa propia | | | 1 | 11.10 % | 4 | 44.40 % | 4 | 44.40 % | | |

Las empresas productivas del Estado Mexicano y sus prácticas sociales hacia la comunidad. Caso Comisión Federal de Electricidad

| Ítem | No aplica | | Nunca | | Casi Nunca | | Algunas veces | | Siempre | |
|---|------------|------------|------------|------------|------------|------------|---------------|------------|------------|------------|
| | Frecuencia | Porcentaje | Frecuencia | Porcentaje | Frecuencia | Porcentaje | Frecuencia | Porcentaje | Frecuencia | Porcentaje |
| La empresa comunica internamente a todo el personal sobre las actividades de apoyo comunitario en las que participa o apoya | | | 2 | 22.20 % | 2 | 22.20 % | 4 | 44.40 % | 1 | 11.10 % |
| La empresa procura involucrar a sus proveedores en programas y/o acciones de apoyo comunitario | | | 5 | 55.60 % | 2 | 22.20 % | 1 | 11.10 % | 1 | 11.10 % |

Fuente: Elaboración propia. (continuación tabla 1)

Por medio de las medias y desviación estándar, es posible señalar que las acciones hacia la comunidad que más son atendidas por parte de Comisión Federal de Electricidad son: prever espacios para que jóvenes realicen sus pasantías como parte de su formación laboral, destinar recursos de tipo no económico para el desarrollo de programas de apoyo a la comunidad y la participación de los directivos y gerentes de la empresa en actividades de apoyo a organizaciones sociales y/o comunitarias.

Tabla 2. Estadísticos de la Dimensión de Comunidad dentro de la RS

| Ítem | Media | Desv. típ. |
|--|-------|------------|
| Dentro de la planificación, la empresa establece una política de apoyo a la comunidad | 2.89 | 1.691 |
| Para las acciones/programas de apoyo a la comunidad que realiza la empresa, se consulta a los trabajadores | 2.78 | .833 |
| La empresa genera y/o participa de alianzas con otras empresas u organizaciones para desarrollar acciones de apoyo a la comunidad | 2.56 | .726 |
| La empresa tiene una política para promover el desarrollo de las MIPyMEs | 1.33 | 1.000 |
| Se prevé de espacios para desarrollar pasantías en la empresa destinados a jóvenes como apoyo a la formación laboral de los mismos | 3.67 | .500 |
| Se promueve la integración de personas con "capacidades diferentes" en la empresa | 2.89 | .928 |
| La empresa minimiza los impactos que genera en la comunidad más allá de las regulaciones existentes (ruidos, olores, movimientos de vehículos, etc.) | 3.33 | 1.000 |
| En el presupuesto anual se prevén fondos para apoyas programas comunitarios y/u ONG's | 2.22 | 1.302 |
| La empresa destina recursos (no económicos) para programas de apoyo comunitario | 3.11 | .333 |

| Ítem | Media | Desv. típ. |
|---|-------|------------|
| Se evalúan los resultados de los programas y/o apoyos destinados al desarrollo de la comunidad | 3.11 | 1.054 |
| Los directivos y gerentes de la empresa participan en actividades de apoyo a organizaciones sociales y/o comunitarias | 3.33 | .707 |
| Se posee un programa de voluntariado corporativo | 1.89 | 1.269 |
| La empresa genera oportunidades para que los trabajadores desarrollen actividades de apoyo comunitario | 3.11 | 1.054 |
| Los empleados desarrollan acciones de apoyo a la comunidad por iniciativa propia | 2.33 | .707 |
| La empresa comunica internamente a todo el personal sobre las actividades de apoyo comunitario en las que participa o apoya | 2.44 | 1.014 |
| La empresa procura involucrar a sus proveedores en programas y/o acciones de apoyo comunitario | 1.78 | 1.093 |

Fuente: Elaboración propia (continuación tabla 2)

A partir de las respuestas obtenidas se realizó una agrupación de variables encontrando que el 77.80% de los empleados entrevistados perciben que la empresa en efecto, realiza prácticas de responsabilidad social hacia la comunidad algunas veces y siempre, el resto (22.20%) considera que casi nunca se realizan estas prácticas (véase tabla 3).

Tabla 3. Percepción de los empleados de las prácticas de RS hacia la Comunidad

| Responsabilidad Social hacia la Comunidad | | |
|---|------------|------------|
| Respuestas | Frecuencia | Porcentaje |
| Casi nunca | 2 | 22.2 |
| Algunas veces | 3 | 33.3 |
| Siempre | 4 | 44.4 |
| Total | 9 | 100.0 |

Fuente: Elaboración propia

5. Conclusiones

Los resultados del análisis de la percepción de los empleados sobre las prácticas socialmente responsables hacia la comunidad dan indicios de que CFE reconoce la importancia de contar con una política de apoyo a la comunidad dentro de su planeación, así como prever en su presupuesto anual fondos para programas comunitarios; dentro de los cuales se consideran la creación de espacios para

Las empresas productivas del Estado Mexicano y sus prácticas sociales hacia la comunidad. Caso Comisión Federal de Electricidad

pasantías de jóvenes como apoyo a su formación laboral, integración de personas con “capacidades diferentes”, programas de empleo temporal, y reforestación.

Los directivos y gerentes se involucran en actividades socialmente responsables con la comunidad, sin embargo, la participación voluntaria de los empleados para llevar a cabo prácticas que beneficien a la comunidad es baja, lo cual podría explicarse por la comunicación interna sobre las actividades de apoyo, ya que aunque ésta existe, es deficiente.

Otro resultado interesante es que la actitud-acción de los directivos y gerentes en promover y ejecutar programas de RS con la comunidad. Encontrando que los empleados no tienen una participación activa en estos programas, resultado de la deficiente comunicación de los directivos con sus colaboradores. Siendo un área de oportunidad de mejora de la CFE, el involucrar a sus empleados en las prácticas sociales hacia la comunidad.

Este estudio exploratorio en una de las plantas de CFE, permitió identificar desde la perspectiva de sus empleados, la importancia que esta empresa productiva del Estado otorga en favor de sus prácticas socialmente responsables con la comunidad. Implementando una serie de acciones que demuestran su compromiso hacia esta dimensión social, a través de programas relevantes como la formación a futuros egresados de diversas instituciones educativas; y relevancia que otorga a políticas de no discriminación, en la contratación empleo para personas con capacidades diferentes, entre otros.

Este estudio tuvo como limitante la muestra, por lo cual se recomienda se amplíe a un muestreo estratificado sobre el total de los trabajadores de la planta de la CFE para que los resultados sean estadísticamente más significativos.

Dadas estas limitaciones, las futuras líneas de investigación deben incluir un mayor número de participantes, otras plantas en distintas ciudades y principalmente la opinión de los habitantes de las comunidades donde CFE aplica sus acciones socialmente

RSE, para poder contrastar sus opiniones con las obtenidas por los empleados de la empresa.

4. Referencias

Amozorruta, J. y Reséndiz, M. (2014). *La responsabilidad corporativa como eje de un excelente lugar de trabajo*. México: Great Place to Work.

Barros, M., Retamozo, M. y González, D. (2015). Responsabilidad Social Empresarial. *Semilla DICE*, (1), 81-87.

Barroso, F. G. (2008). La responsabilidad social empresarial. Un estudio en cuarenta empresas de la ciudad de Mérida, Yucatán. *Contaduría y Administración*, (226), 73-91.

Bowen, H. R. (1953). *Social responsibility of the businessman*. New York: Harper and Row.

CEMEFI (2013). *El concepto de la Responsabilidad Social Empresarial*. Recuperado de http://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf

Coppa, M., Sriramesh, K. (2013). Corporate Social Responsibility among SMEs in Italy. *Public Relations Review*, 39, 30-39.

CFE (2012). *Responsabilidad Social*. Recuperado de: http://www.cfe.gob.mx/ConoceCFE/Desarrollo_Sustentable/Sociedad/Paginas/Responsabilidad_Social.aspx

CFE (s.f.). *Empresa Productiva del Estado*. Recuperado de <http://www.cfe.gob.mx/transparencia/Sabiasque/Documents/cfeempresaproductivadeleestado.pdf>

Comisión de las Comunidades Europeas (2001). *Libro Verde: Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*. Bruselas: COM.

Las empresas productivas del Estado Mexicano y sus prácticas sociales hacia la comunidad. Caso Comisión Federal de Electricidad

De Miguel, M. L. (2011). *La Responsabilidad Social Empresarial en la pequeña y mediana empresa. Guía de buenas prácticas. Proyecto IMPULSA RSE-PYME*. Avilés: Gobierno de España y ASEM.

DERES (s.f). *Manual de Autoevaluación de la Responsabilidad Social Empresarial*. Recuperado de <http://deres.org.uy/wp-content/uploads/Manual-Autoevaluacion.pdf>

Diario Oficial de la Federación (2014). *Ley de la Comisión Federal de Electricidad*. Recuperado de http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5355990&fecha=11/08/2014

Ferrer, M. A. (2013) La dimensión externa de la responsabilidad social empresarial de CANTV, *TeloS*, 15 (3), 388-399.

Freeman, R. E., y McVea, J. (2001). *A stakeholder approach to strategic management*. Documento de investigación Working Paper, 01-02, USA: University of Virginia.

García, J., Aguilera, J. R. y Castillo, A. (2011). Guía técnica para la construcción de escalas de actitud. *Odiseo*, 8 (16), 1-13.

García, M. (2007). Gestión de la responsabilidad corporativa: Análisis del sector eléctrico mexicano. *Innovaciones de Negocios*, 4 (1), 147-174.

[Herrera, J., Larrán, M., Lechuga, M. P. y Martínez-Martínez, D. \(2016\). Responsabilidad social en las pymes: análisis exploratorio de factores explicativos. *Revista de Contabilidad*, 19 \(1\), 31-44. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.rcsar.2014.10.003>](#)

ISO Secretaría Central (2010). *Norma Internacional ISO 26000. Guía de responsabilidad social*. Ginebra: ISO.

Martínez, H. (2005). *La ética empresarial al comienzo del nuevo milenio* (Vol. 2). Pontificia Universidad Javeriana.

- Martínez, M. y Gómez, A. (2017). Vientos del capitalismo verde: globalización, desarrollo y transición energética en el Istmo de Tehuantepec (Oaxaca, México). *Ciencia y Trópico*, 41 (1), 15-54.
- Morsin, M. (2011). State-Owned Enterprises: A Corporation of Governments?. *Management Communication Quarterly*, 25 (4), 710-717.
- Oviedo, H. C. y Campo-Arias, A. (2005). Aproximación al uso del coeficiente alfa de Cronbach. *Revista Colombia de Psiquiatría*, 34 (4), 572-580.
- PEMEX (2014). *Responsabilidad*. Recuperado de: <http://www.pemex.com/responsabilidad/Paginas/default.aspx>
- Presidencia de la República (2014). *Ley de la Reforma Energética*. Recuperado de <http://cdn.reformaenergetica.gob.mx/4-ley-de-petroleos-mexicanos.pdf>
- Reyno, M. (2006). *Responsabilidad Social Empresarial (RSE) como ventaja competitiva*. Tesis de maestría, Universidad Técnica Federico Santa María, Valparaíso, Chile.
- Sarmiento, S. (2010). Gestión estratégica: clave para la responsabilidad social de las empresas. *Dimensión Empresarial*, 8 (2), 24-37.
- Sarmiento, S. (2011). La Responsabilidad Social Empresarial: gestión estratégica para la supervivencia de las empresas. *Dimensión Empresarial*, 9 (2), 6-15.
- Schwalb y García (2003). *Evolución del compromiso social de las empresas: Historias y enfoques*. Documento de trabajo, 58, Lima: Universidad el Pacífico Centro de Investigación.
- Whelan, G., Mathuri, J. (2015). Chinese State-owned enterprises and Human Rights: The importance of national intra-organizational pressures. *Business & Society*, 56 (5), 1-44. doi: 10.1177/0007650315612399

Las empresas productivas del Estado Mexicano y sus prácticas sociales hacia la comunidad. Caso Comisión Federal de Electricidad

Yu, Choi y Zhang (2013). Strategic corporate sustainability performance of Chinese state-owned listed firms: A meta-frontier generalized directional distance function approach. *The Social Science Journal*, 52 (3), 300-310. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.soscij.2013.07.010>

Zhu, Q., Liu, J., Lai, K. (2015). Corporate social responsibility practices and performance improvement among Chinese national state-owned enterprises. *International Journal of Production Economics*, 171 (3), 417-426. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.ijpe.2015.08.005>