

**INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE
MONTERREY**

CAMPUS ESTADO DE MÉXICO



**RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL: UN ANÁLISIS
COMPARATIVO DE LA INICIATIVA DEL CEMEFI Y LAS INICIATIVAS
INTERNACIONALES**

TESIS QUE PRESENTA

OLGA AMALIA GONZÁLEZ SANTOS

PARA OBTENER EL GRADO DE

MAESTRÍA EN CIENCIAS EN DESARROLLO SOSTENIBLE

Asesor: Dra. Niria Goñi Ávila.
Co-Asesor: Dr. Kande Mutsaku Kamilamba.

Jurado **Presidente: Dr. Francisco Javier Herrera González.**
Secretario: Dra. Sylvia Adriana Pinal Calvillo.
Vocal: Dr. Kande Mutsaku Kamilamba.
Vocal: Dra. Lilia Granillo Vázquez.

Mayo 2007

Agradecimientos

A Dios.

A mis Papás y Hermanos, a mi Tía Carmen por su incondicional apoyo y amor, a los Primos; a toda mi Familia.

A mis amigas y amigos, a Ligia por todas las comas y a Isabella por su tiempo, a Márquez por la constante comunicación, a Blenda; a Mosh por enseñarme siempre cosas nuevas, a Pato y Christian.

A Fernando +A.

A Magaly, Ramiro, Melissa, Marlon, Manuel y a los compañeros que hicieron de la maestría una experiencia enriquecedora.

A la Dra. Niria Goñi, al Dr. Kande Mutsaku por su paciente guía para realizar este trabajo.
A la Dra. Lilia Granillo, Dra. Sylvia Pinal y el Dr. Francisco Herrera, por enriquecerlo.

Resumen

En el marco del Desarrollo Sustentable muchos actores han sido responsables de los impactos que hoy aquejan a la sociedad y el ambiente, apoyados en el sistema económico, entre dichos actores, la empresa y sus responsabilidades retoman importancia, siendo esta uno de los principales núcleos sociales en los que la sociedad se desempeña; con esto el tema de la Responsabilidad Social Empresarial resalta a nivel mundial y con el objeto de ser una de las bases de apoyo para la empresa en el camino a la sustentabilidad.

El propósito del siguiente trabajo es entender qué comprende la Responsabilidad Social Empresarial en el marco del Desarrollo Sustentable, como esta se ha integrado a nivel global, para finalmente poder entender lo que sucede en México a través del Distintivo de Empresa Socialmente Responsable y por otro lado especificar el papel de la Filantropía entre las responsabilidades de la empresa.

Para ello, se seleccionó una iniciativa internacional que sirviera como guía para la empresa en el campo de la Responsabilidad Social y se comparó con el cuestionario de autodiagnóstico con el cuál es posible obtener el mencionado distintivo, los criterios para hacer el análisis comparativo fueron la Evaluación del Contexto, Creación de Políticas y Planes, Mecanismos de Respuesta, Reporte e Indicadores, las Categorías de las que la empresa es considerada responsable, así como los Indicadores de Sustentabilidad, mismos que permiten enmarcar dichas responsabilidades en el contexto del Desarrollo Sustentable.

A través de esto fue posible identificar que es necesario diferenciar entre las acciones filantrópicas de la empresa y la responsabilidad por los impactos que causa y por otro, aún hacen falta elementos base para poder distinguir a una empresa socialmente responsable, tales como la medición en los avances a través de indicadores, dejar de reconocer las acciones filantrópicas como sinónimo de responsabilidad social y mayor comunicación hacia los distintos grupos de interés.

INDICE

	Página
Agradecimientos	
Resumen	
ABREVIATURAS	
INTRODUCCION	7
CAPITULO 1 MARCO TEÓRICO REFERENCIAL	11
1.1. Responsabilidad Social Empresarial	11
1.1.1. ¿Qué es Responsabilidad Social Empresarial?	11
1.1.2. Principios de la Responsabilidad Social Empresarial	14
1.1.3. Procesos de Respuesta de la Responsabilidad Social Empresarial	15
1.1.4. Resultados de la Responsabilidad Social Empresarial	15
1.1.5. Conceptos asociados a la Responsabilidad Social Empresarial	17
1.2 Filantropía y la Responsabilidad Social Empresarial	19
1.3 El Desarrollo Sustentable y las Empresas	22
1.3.1 Desarrollo Sustentable	22
1.3.2 El papel de las Empresas en el DS a través de la Responsabilidad Social Empresarial	24
1.3.3 La importancia de comunicar a través de reportes e indicadores	30
1.4 Iniciativas Internacionales De Responsabilidad Social Empresarial	32
1.4.1 OCDE Guidelines for Multinacional Enterprises	34
1.4.2 Global Reporting Initiative (GRI)	36
1.4.3 El Global Compact de las Naciones Unidas	40
1.4.4 The Caux Round Table (CRT)	41
1.4.5 The Global Sullivan Principles of Social Responsibility	43
1.4.6 AA1000	43
CAPITULO 2. EL FUTURO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL A TRAVÉS DE ISO26000	46
2.1 Evaluación del Contexto	48
2.2 Principios de Responsabilidad Social	49
2.3 Temas de Responsabilidad Social Empresarial	50
2.4 Implementación de la Responsabilidad Social en la Organización	53
CAPITULO 3. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN MEXICO	56
3.1 Antecedentes y Contexto de la Responsabilidad Social en México	56
3.2 Responsabilidad Social Empresarial en México y el CEMEFI	60
CAPITULO 4. METODOLOGÍA	70

CAPITULO 5 ANÁLISIS COMPARATIVO DE LA INICIATIVA DEL CEMEFI Y LAS INICIATIVAS INTENCIONALES	74
5.1 Evaluación de las alternativas respecto a los elementos estratégicos de la Responsabilidad Social Empresarial	74
5.2 Categorías (Aspectos) de la Responsabilidad Social Empresarial	76
5.3 Indicadores de Sustentabilidad	77
5.4 Análisis comparativo del método de autodiagnóstico del Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI) para otorgar el distintivo de Empresa Socialmente Responsable y el GRI	80
5.5 Empresas que fueron premiadas con el distintivo de Empresa Socialmente Responsable	86
CONCLUSIONES	89
BIBLIOGRAFIA	95
ANEXOS	99

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Pirámide de Responsabilidad Social Corporativa	13
Figura 2. Relación de las Responsabilidades de la Empresa con el Desarrollo Sustentable.	26
Figura 3. Distintivo de Empresa Socialmente Responsable.	61

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Categorías de la Responsabilidad Social y sus aspectos.	16
Tabla 2. Indicadores de Sustentabilidad	23
Tabla 3. Interpretación de los Indicadores de Sustentabilidad de las Naciones Unidas respecto a las categorías de MacAdam.	29
Tabla 4. Empresas que recibieron el distintivo de Empresa Socialmente Responsable en 2005	65
Tabla 5. Empresas que recibieron el distintivo de Empresa Socialmente Responsable en 2006	66
Tabla 6. Empresas que no obtuvieron el distintivo de 2005 a 2006	67
Tabla7. Principios u Objetivos que motivan a las Iniciativas	70
Tabla 8. Relación de las Iniciativas con los elementos estratégicos de la Responsabilidad Social Empresarial	75
Tabla 9. Categorías de los Asuntos de Responsabilidad Social	76
Tabla 10. Indicadores de Sustentabilidad, Interpretación de RSE y Análisis de Iniciativas	78
Tabla 11. Comparativo de elementos de RSE y categorías de RSE entre el GRI y el CEMEFI	81
Tabla 12. Comparativo de las categorías de RSE entre el GRI y el CEMEFI	83
Tabla 13. Indicadores de Sustentabilidad, Interpretación de RSE y Análisis de Iniciativas	84
Tabla 14. Empresas a las que se les ha otorgado el distintivo de ESR	87

ABREVIATURAS

CEMEFI	Centro Mexicano para la Filantropía
DS	Desarrollo Sustentable
ESR	Empresa Socialmente Responsable
GRI	Global Reporting Initiative
NU	Naciones Unidas
OCDE	Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico
RSE	Responsabilidad Social Empresarial

INTRODUCCIÓN

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) no es un tema nuevo, mucho se ha escrito acerca de las responsabilidades de la empresa, de las respuestas que da, los impactos que causa y cómo se vincula en la sociedad.

En la década de los setentas, se reconoce que “la empresa, en el ejercicio de su función, ha de tomar conciencia de los efectos reales totales de sus acciones sobre el entorno social, internalizando unas pautas de comportamiento que representen una actividad más positiva en la consideración de los valores e intereses sociales.” (Castillo, A.M.1986) En esta misma época se habla sobre las responsabilidades sociales de las empresas y se rebate la idea de Milton Friedman, quien asegura que la única obligación de la empresa es generar valor para los accionistas.

En la década de los ochentas, el tema se hace a un lado y diez años después (en los noventas), como consecuencia de fraudes y escándalos corporativos, resurge el interés por la empresa y su relación con la sociedad. Sólo en Estados Unidos, entre los más conocidos están: AOL Time Warner, por conflictos contables; o ENRON, por falseo de cuentas, teniendo como consecuencia la quiebra; Arthur Andersen, desapareció por haber auditado empresas involucradas en delitos; General Electric, por sueldos exagerados a directores y a Jack Welch (ex - presidente), quien finalmente renunció a los derechos adquiridos.

Ante esta serie de eventos, se hace posible revelar una serie de actos y consecuencias más allá de las afectaciones a dueños o accionistas; como son, los problemas que enfrentan los empleados al encontrarse sin trabajo, las políticas y malos manejos al interior de la empresa, entre otros. Aunado a esto se suman las problemáticas ambientales como consecuencia de negligencias en las operaciones.

Las irresponsabilidades han sido varias a lo largo de la historia y los impactos son evidentes, más visible aún se vuelve la relación empresa, sociedad y sus consecuencias. Aunado a esto la globalización, la transferencia de tecnologías, mercancías, etc., y la cada vez más marcada diferencia entre países del Norte y países del Sur.

Con la apertura de los mercados ha sido posible tener a la mano todo tipo de mercancías, servicios, fuentes de empleo; sin embargo, también ha sido posible mover todo tipo de problemas como violaciones a los derechos humanos y de los trabajadores, contaminación del agua, aire, suelo, etc., una deficiente distribución de la riqueza y administración de los recursos. Son estos fenómenos los que hacen mirar a las empresas y preguntarles ¿qué han estado haciendo?, ¿cómo? y ¿qué impactos ha tenido esto? Aunque el problema por

su carácter global incumbe a todos los habitantes del Planeta, en este caso, se pondrán los ojos en uno de los actores determinantes del fenómeno de la globalización: las empresas.

Ante estos eventos y a través de la Responsabilidad Social en el contexto del Desarrollo Sustentable (DS), se hace posible ubicar una estrategia de respuesta que ayude a la empresa a trabajar en pro de la economía, la sociedad y de manera especial en el ambiente, a través una nueva forma de hacer negocios que no vaya en detrimento de la sociedad, de ellas mismas y por ende del Planeta Tierra.

En México, el tema empieza a tomar fuerza; prueba de ello es que desde hace seis años el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI) otorga un distintivo a las empresas interesadas en concursar por obtener el Distintivo de Empresa Socialmente Responsable, ante esto surgen preguntas como: ¿por qué un organismo para la filantropía otorga dicho distintivo?, ¿bajo qué criterios evalúa la responsabilidad de las empresas?, ¿se evalúa la Responsabilidad Social o las acciones filantrópicas?, ¿esta evaluación contempla criterios de Desarrollo Sustentable? La importancia de entender y responder a estas preguntas, se centra en la identificación de la Responsabilidad Social Empresarial como un camino a las acciones sustentables.

En este marco, el objetivo de la investigación fue identificar los elementos involucrados de la Responsabilidad Social Empresarial en la iniciativa que otorga el Distintivo de Empresa Socialmente Responsable en México, a través de la comparación con Iniciativas Internacionales de Responsabilidad Social Empresarial en el contexto del Desarrollo Sustentable

Para dar respuesta a las interrogantes y cumplir con el objetivo de esta investigación, se hizo una revisión teórica de la RSE, estudiaron las iniciativas internacionales de RSE y la iniciativa del CEMEFI en México.

En el primer capítulo, se hace una revisión de las teorías de la RSE y conceptos en estrecha relación con el tema, con ello se logran obtener los elementos o acciones que una empresa debe emprender para poder actuar de forma responsable, de la misma forma se determinan las responsabilidades que éstas tienen y se define ante quiénes es responsable, a través de esto se vislumbran los primeros vínculos con los ámbitos del Desarrollo Sustentable ya que se reconoce que la empresa tiene responsabilidades ante la sociedad y el ambiente; además, se logra establecer una relación de las responsabilidades de la empresa con cada uno de los ámbitos de la sustentabilidad (economía, ambiente y sociedad) y posteriormente se identifican aquellas actividades de las que la empresa es responsable y su relación con los indicadores de sustentabilidad. Por otro lado se hace una breve revisión de aquellas iniciativas internacionales dedicadas a guiar a las empresas en la decisión voluntaria de ir mas allá de los requerimientos legales para así poder abordar el tema de la RSE, estas iniciativas representan la puesta en práctica de las responsabilidades sociales por un lado, y por otro dejan ver la relevancia de RSE a nivel global, el hecho de que organismos como las Naciones Unidas o la OECDE resalten la importancia de las responsabilidades de la empresa encaminadas a la sustentabilidad habla de la imperante necesidad de una respuesta ante los impactos que a la fecha éstas han ocasionado o a

de las consideraciones a tener en cuenta en las actividades de negocios. Finalmente todo esto proporciona dos ópticas, el teórico y el práctico, a través de los que se puede analizar el tema de la RSE para el caso de México, en específico para el CEMEFI y el distintivo que otorga de Empresa Socialmente Responsable, y saber si cuenta con los elementos base así como detallar si esta tiene el carácter de lo que las iniciativas internacionales plantean en el entendido de que estas buscan ser un estándar que sirve de referencia a nivel mundial, general y globalmente aceptado.

En el segundo capítulo, se habla del futuro de la RSE, en específico se habla de la Norma ISO 26000 sobre Responsabilidad Social para las Organizaciones, esta se podría entender como el futuro inmediato de las iniciativas relacionadas y deja ver la magnitud con la que se considera el tema, no se debe dejar escapar que ISO es uno de los organismos que cuenta con una extensa presencia en el campo de los negocios a través de diversas normas internacionalmente aceptadas y utilizadas. Revisar los avances sobre la Norma, misma que se espera esté lista para el 2008, ayudan a conocer los avances y aspectos a tener en cuenta para el desarrollo de iniciativas de apoyo de RSR en el contexto de DS.

El tercer capítulo, se revisan los orígenes de la RSE empresarial en México y como ésta ha recaído en empresas, organizaciones y eventos que han difundido e institucionalizado el tema. La parte central de este capítulo y que da motivo a esta investigación se encuentra en la exposición de lo que el CEMEFI hace para otorgar el distintivo de Empresa Socialmente Responsable a las empresas en México, la relevancia de esto radica en la necesidad de entender los elementos que un organismo originalmente filantrópico, utiliza para poder distinguir como responsables a las corporaciones y por otro lado, tener claro el papel de la filantropía en la RSE. Del mismo modo, esto lleva a conocer los avances que en México hay sobre el tema.

El cuarto capítulo explica la forma en la que fue posible lograr el análisis, se describe la forma a través del cual se analizó la información contenida en el primer y tercer capítulo específicamente, se detallan los elementos a través de los cuales se van a analizar las iniciativas internacionales para poder seleccionar la que más apego tenga a lo que el concepto de RSE engloba y poder hacer una comparación con el método de diagnóstico del CEMEFI.

En el capítulo quinto se incluye el análisis el cual, partiendo de la teoría se busca en primera instancia la iniciativa con mayor apego o consideración de los elementos clave de la RSE así como la inclusión de la mayor cantidad de aspectos e indicadores de sustentabilidad. Se diseñó una evaluación gráfica que permitiera identificar como es que cada iniciativa aborda los distintos elementos e indicadores, con esto es posible seleccionar la iniciativa que enmarque la RSE en el contexto del DS. Una vez elegida la iniciativa se hace un comparativo de ésta, con CEMEFI a través de los mismos incluyendo los mismos criterios para así lograr ubicar los puntos de coincidencia del cuestionario de autodiagnóstico para otorgar el distintivo ESR. Además de esto se exponen brevemente algunos casos de empresas que han sustentado el distintivo y como esto refleja la forma de evaluar del CEMEFI. A través de esto se logra identificar que sucede con la

responsabilidad social en México visto desde una de las iniciativas que hasta la fecha ha tenido mayor difusión en el campo, el distintivo ESR, finalmente esto ayuda a entender lo que se hace, lo que se tiene que hacer con el objeto de seguir en el camino por la responsabilidad y sustentabilidad.

CAPÍTULO 1

ESTADO DEL ARTE DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Las empresas han hecho uso del poder más no de su responsabilidad (Eberstadt, 1977)

Existen diversas teorías y conceptos alrededor de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y el Desarrollo Sustentable (DS), entre ellas, no se deja de reconocer que las empresas deben responder por sus acciones y los impactos que causan en los tres ámbitos de la sustentabilidad, el ambiental, el social y el económico. El tema de la RSE no es nuevo, sin embargo a raíz de las discusiones en torno al Desarrollo Sustentable, se le reconoce como un agente que debe responder por sus actos y afectaciones al ambiente y a la sociedad.

A continuación se expone el tema de la RSE, así como otros conceptos y teorías que giran en torno a ella. Posteriormente se habla sobre el vínculo que ésta tiene con el DS así como las iniciativas intencionales que buscan vincular ambos temas para servir de guía a aquellas empresas que buscan a través de la RSE, encaminar sus acciones hacia la sustentabilidad.

1.1. RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

1.1.1. ¿Qué es Responsabilidad Social Empresarial?

Las discusiones y teorías sobre la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) o Responsabilidad Social Corporativa (RSC) a nivel mundial se originan en los años setentas (Carmeiro, 2004), y se desarrolla en función a dos vertientes, el Desempeño Social Corporativo (DSC) y la Responsabilidad Social Empresarial (RSE). Carroll (1991) hace referencia a estas dos vertientes, argumentando que el énfasis en la responsabilidad se enfoca exclusivamente a la noción de las obligaciones y motivaciones de las empresas, haciendo a un lado las acciones, así como el desempeño, por lo que en el movimiento de respuesta social se enfatiza la acción empresarial y pro- actividad .

El DSC, se define como el conjunto de directrices de responsabilidad social, procesos de respuesta y el desarrollo de políticas, programas y resultados, afines con las relaciones "societales"¹ (Wood, 1991). Por lo tanto, para poder evaluar el DSC, es necesario conocer el grado en el que los principios de responsabilidad social motivan las acciones que se toman en nombre de la empresa, el grado en el que la empresa hace uso de procesos de respuesta sociales y la existencia de políticas y programas designados para manejar las relaciones de la empresa y sus impactos. (Wood, 1991)

En cuanto a la RSE no existe una definición única, así, Davis (1973) la define como "la consideración y respuesta de la empresa más allá de los estrechos requerimientos económicos, técnicos y legales", incluso más allá de la maximización del valor de los accionistas que señala Friedman (1970). En general, la responsabilidad debe incluir "las expectativas económicas, legales, éticas y discrecionales que la sociedad tiene en un momento dado en el tiempo" (Carroll, 1979 citado en Wood 1991: 694), en este sentido, los autores Preston y Post (1975) reconocen que las empresas deben ser socialmente responsables ya que existen y operan en un ambiente compartido, en particular para Post (1996) la Responsabilidad Social Corporativa significa que la empresa debe poder responder por cualquiera de sus acciones que afecten a las personas, sus comunidades y su ambiente.

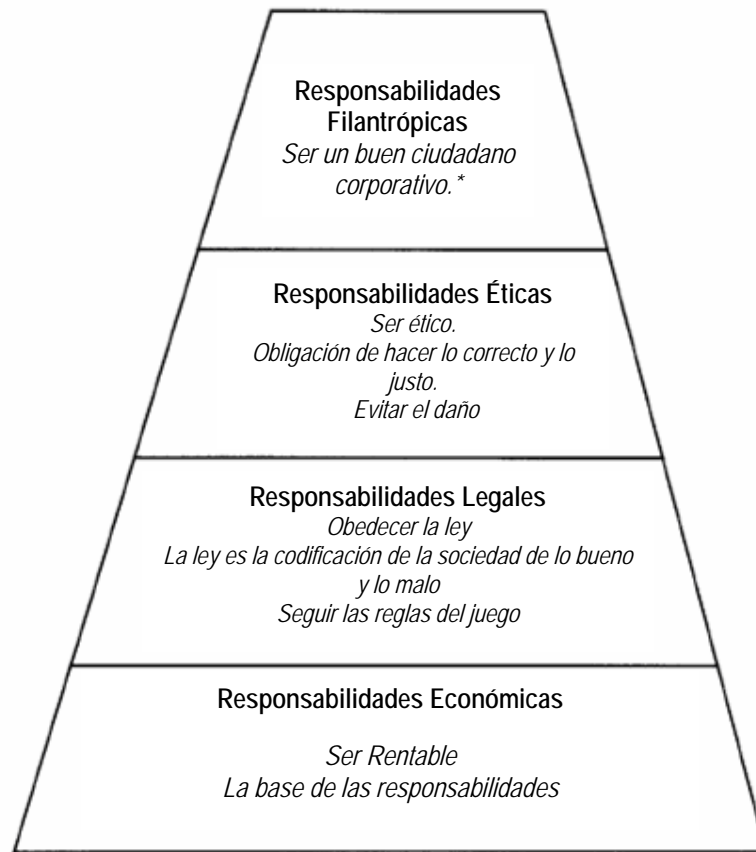
Por su parte, Castillo (1986) señala que "la responsabilidad social supone que la empresa, en el ejercicio de su función, ha de tomar conciencia de los efectos reales totales de sus acciones sobre el entorno social, internalizando pautas de comportamiento que representan una actitud más positiva en la consideración de los valores e intereses sociales. Como consecuencia de este cambio de mentalidad, surgen presiones sobre la institución empresarial, que reclaman un control efectivo de las externalidades y costes sociales generados por la actividad económico-empresarial, ante la constatación de la insuficiencia del beneficio como único índice expresivo de la eficiencia socioeconómica en la sociedad."

Como se puede ver, de acuerdo a los autores una empresa socialmente responsable tiene en cuenta el modo en el que actúa, su desempeño, las respuestas y considera las consecuencias de su proceder.

Asimismo, Carroll (1991) a través de la pirámide de la Responsabilidad Social Corporativa. (Figura 1) define las responsabilidades a las que siempre se ha enfrentado la empresa. En la base de la pirámide se encuentran las responsabilidades económicas, que indican que la empresa debe ser rentable para sobrevivir. En el segundo nivel se encuentran las responsabilidades legales de aquellos involucrados en la organización, es decir, la empresa debe obedecer la ley, que es la codificación de lo que está bien y mal. En el tercer nivel se encuentran las responsabilidades éticas, que representan las obligaciones de cada miembro de la empresa de hacer lo que es justo y correcto. En la punta es posible distinguir la filantropía como parte de las responsabilidades de la empresa, argumentando que la sociedad tiene la expectativa de que la empresa se

¹ Refiriéndose a las estructuras e instituciones más que a las personas o la sociedad.

comporte como un buen ciudadano, esto implica el compromiso activo en programas que incluyan o promuevan el bienestar y asistencia económica, en especie o tiempo.



* Contribuir con recursos a la comunidad, mejorar la calidad de vida

Figura 1. Pirámide de Responsabilidad Social Corporativa (Carroll, 1991)

Por tanto, se puede decir que mientras el DSC hace referencia a las acciones de las empresas, la RSE tiene en cuenta los ámbitos en los que influyen así como a quienes afecta. La RSC y el DSC van de la mano, la RSE es el concepto que determina que las empresas deben responder ante sus actos y el DSC marca la pauta en cuanto a la medición del desempeño y reconoce la necesidad de una acción y un resultado dentro de la empresa o ante la sociedad, además de apoyarse en iniciativas que buscan guiar a las empresas para el cumplimiento o medición del desempeño respecto a temas laborales, éticos, ambientales, entre otros.

1.1.2. Principios de la Responsabilidad Social Empresarial

La idea básica de la RSE es la relación que existe entre las empresas y la sociedad y como esta última genera expectativas entorno a la empresa en tres niveles:

Institucional: por el rol que juegan las empresas en el entorno económico (generación de empleo, sueldos, productos y servicios, etc.)

Organizacional: por lo que son y hacen las empresas.

Individual: en los directivos de la empresa como actores morales de la misma.

Una vez identificados los niveles se reconocen tres principios de RSE (Wood 1991).

- ▶ Legitimidad, la sociedad reconoce y cede poder a las empresas. En el largo plazo aquellas empresas consideradas no responsables, pierden legitimidad ante la sociedad.
- ▶ Responsabilidad pública, las empresas son responsables por los impactos sociales que puedan tener en el desarrollo de sus funciones primarias, definidas como las que derivan del rol funcional o de especialización de la empresa; y secundarias, generadas como una consecuencia de la actividad primaria. Este principio aterriza el concepto de RSE en las actividades específicas que cada empresa realiza, por ejemplo: una empresa minera es responsable de que sus procesos no afecten la salud y el medio ambiente, así como de proporcionar las medidas de seguridad. Sin embargo, si ésta depende del nivel educativo de sus empleados, cabe en el ámbito de sus responsabilidades proveer la educación necesaria para cumplir con su labor. Las empresas son responsables por resolver los problemas que causan, así como de los asuntos sociales que se relacionan con sus operaciones e intereses (Wood, 1991).
- ▶ Discrecionalidad de la Alta Gerencia o la Dirección (Managerial Discretion). Carroll (1979) se refiere a esto, como aquellas áreas en las que las empresas se involucran voluntariamente sin existir una estrecha relación con las responsabilidades legales, éticas o económicas. Generalmente, este principio se hace operacional a través de la filantropía corporativa o de alianzas público-privadas para la solución de problemas sociales. Los gerentes o directores son los actores morales que llevan acabo estas funciones y no pueden quedar sujetas simplemente a la relación que existe entre el individuo y la institución o la causa que decide apoyar; sino desde la perspectiva que son tomadores de decisiones de diversas magnitudes con consecuencias de alto o bajo impacto. Ackerman (1975) define a la RSE como la discrecionalidad de la alta dirección, refiriéndose no a la filantropía o al desarrollo de programas comunitarios, sino a la opción existente en el total dominio de las decisiones y opciones de la gerencia. Esto, se traduce en la amplia gama de opciones que la alta dirección tiene para elegir y cumplir como una empresa socialmente responsable.(Wood 1991).

1.1.3. Procesos de Respuesta de la Responsabilidad Social Empresarial

Los principios anteriores se traducen en procesos de respuesta debido a las presiones sociales, de ahí que algunos autores opinan que estos procesos son complementarios de la RSE o definen este proceso como Respuesta Social Empresarial (Corporate Social Responsiveness). Los autores Wartick y Cochran (1985) aseveraron que dentro del modelo de DSC la respuesta complementa pero no reemplaza la responsabilidad.

Por su parte Ackerman (1975) sugirió tres características de las respuestas de las empresas en materia social:

- a) monitorea y evalúa su contexto,
- b) atiende a las demandas de los grupos de interés
- c) diseña planes y políticas para responder al constante cambio al que se enfrenta.

Un mecanismo de respuesta sugerido ante los grupos de interés (stakeholders) es el **Reporte Social Corporativo** (Corporate Social Reporting) con la intención de que las empresas liberen y manifiesten información que pueda ser utilizada por los grupos de interés. Esto apoya de manera objetiva las decisiones que la dirección toma en materia de responsabilidad, permitiendo el uso de escalas o modelos en lugar de hacer una aplicación empírica de lo que se cree es correcto o va en línea con la RSE. Del mismo modo hace posible conocer la relación entre los principios de RSE de la empresa y su adhesión a ellos, a través de procesos internos que derivan en variables e indicadores, reflejo de la respuesta que la empresa tiene frente a los impactos que ocasiona.

1.1.4. Resultados de la Responsabilidad Social Empresarial

En materia de resultados, la empresa en respuesta a los impactos sociales y como parte de su comportamiento (corporate behavior) deben implementar políticas e invertir recursos en programas sociales con el objeto de cumplir con fines específicos; las políticas ayudan a incorporar los asuntos sociales e impactos dentro de la compañía en cualquiera de sus niveles y a obtener legitimidad por parte de la sociedad, lo que permite adaptarse al contexto y crear una cultura ético-moral en torno a la RSE, con lo que se ayuda a los actores dentro de la empresa a poder cumplir con las responsabilidades sociales. También referente a los resultados, se ha dado pie al tema de reporte social por parte de la empresa, el cuál debe incluir contabilidad, metas y balance social (Wood 1991), el reporte además, permite conocer los avances sobre las políticas y acciones que toma la empresa. Con esto último se logra evidenciar lo que la empresa hace para poder dar respuesta a lo que considera sus principales impactos, partiendo de lo que la motiva a dar dichas respuestas. Así, McAdam (1973) destaca las categorías de la empresa relacionadas con la responsabilidad social (Tabla 1). A través de las cuales es posible identificar las áreas de impacto de la empresa.

Tabla 1. Categorías de la Responsabilidad Social y sus aspectos.

Producto	Alcance de las plantas que hayan excedido los requerimientos legales.	Política de transferencias
Estándares Internos del Producto		Política de despidos

<p>Promedio de vida del producto comparado con otros</p> <p>Desempeño del Producto</p> <p>Empaque-Impacto Ambiental</p> <p><u>Prácticas de Mercado</u></p> <p>Prácticas de Venta</p> <p>Prácticas Crediticias vs. Estándares Legales</p> <p>Reclamos sobre publicidad</p> <p>Quejas del consumidor sobre prácticas de publicidad.</p> <p>Información adecuada al consumidor</p> <p><u>Educación y Entrenamiento de Empleados</u></p> <p>Política de faltas para:</p> <p>Gasto en entrenamiento</p> <p>Resultados de Entrenamiento y Programas Especiales</p> <p>Futuros planes de programas-Entrenamiento y asesoría.</p> <p>Tasa de fracasos ***</p> <p>Otras acciones para el desarrollo de personal</p> <p><u>Filantropía Corporativa</u></p> <p><u>Desempeño de contribuciones</u></p> <p><i>Por categoría (e.g. Educación , Pobreza)</i></p> <p><i>Dinero</i></p> <p>Selección de Criterios para contribuciones</p> <p>Procedimientos de seguimiento a las instituciones que reciben donativos</p> <p>Programas de impulso a empleados para involucrarse en proyectos sociales</p> <p>Participación del personal en la selección de causas filantrópicas.</p> <p><u>Control Ambiental</u></p> <p>Medición de la contaminación</p> <p>Violación de los estándares gubernamentales</p> <p>Costo estimado de corregir deficiencias.</p>	<p>Recursos destinados al control de la contaminación.</p> <p>Competitividad</p> <p>Esfuerzos por monitorear nuevos estándares</p> <p>Programas para mantener a los empleados alerta de derrames y accidentes relacionados con contaminación.</p> <p>Procedimientos para evaluar el impacto ambiental de nuevos productos y empaques</p> <p><u>Relaciones Externas (Públicas)</u></p> <p><i>Desarrollo Comunitario</i></p> <p>Apoyo a minorías y comunidades</p> <p>Inversiones</p> <p><i>Relaciones Gubernamentales</i></p> <p>Opiniones específicas sobre políticas públicas a través de la investigación y análisis.</p> <p>Participación y desarrollo de programas gobierno/empresa.</p> <p>Contribuciones políticas</p> <p><i>Comunicación</i></p> <p>Información al público sobre el desempeño por actividad.</p> <p>Medición del entendimiento de los empleados en materia de beneficios, salarios, etc.</p> <p>Relaciones y comunicación con los grupos de interés.</p> <p><i>Internacional</i></p> <p>Comparación de la política y el desempeño entre países y estándares locales.</p> <p><u>Relaciones con los Empleados, Beneficios y Satisfacción en el Trabajo</u></p> <p>Comparados con la competencia.</p> <p>Comparados contra las unidades de operación</p> <p>Sistemas de revisión y procedimientos de comunicación con empleados con un desempeño abajo del promedio</p> <p>Política de promociones</p>	<p>Condiciones generales del ambiente de trabajo</p> <p>Beneficios como porcentaje del sueldo</p> <p>Evaluación sobre preferencias relativa a los planes de beneficios.</p> <p>Evaluación del entendimiento de los programas de beneficios.</p> <p>Relaciones con sindicatos</p> <p>Confidencialidad y seguridad de la información del personal.</p> <p><u>Empleo y Asensos de Minorías y Mujeres</u></p> <p>Políticas de contratación.</p> <p>Programas específicos de reporte de desempeño</p> <p>Comparativo con otras industrias</p> <p>Porcentaje de minorías y mujeres en comparación con las fuerzas laborales locales</p> <p>Número de grupos minoritarios o mujeres en puestos de alta responsabilidad.</p> <p>Promoción de minorías y mujeres.</p> <p>Programas para facilitar la integración de mujeres y minorías en las operaciones.</p> <p>Esfuerzos de reclutamiento.</p> <p>Oportunidades a discapacitados.</p> <p>Metas establecidas para mujeres y minorías.</p> <p><u>Seguridad e Higiene</u></p> <p>Medidas en el lugar de trabajo</p> <p>Seguridad</p> <p>Servicios</p> <p>Gasto en equipo de seguridad</p> <p>Programas especiales</p> <p>Comparados con la competencia</p> <p>Desarrollo e innovación en la materia</p> <p>Medidas de salud para los empleados.</p>
---	--	--

(Fuente: McAdam, 1973)

A la pregunta, ¿ante quiénes responsabilizarse? Freeman (1984) responde que “la responsabilidad de las empresas es ante los grupos de interés o stakeholders, que están o se ven afectados por el cumplimiento de los propósitos de la empresa, esto elimina el sentido de discrecionalidad con el que se selecciona el sujeto de la responsabilidad.” Los grupos de interés son una de las piezas clave de la RSE, que pueden afectar o se ven afectados por las operaciones de la empresa (Freeman, 1984).

Existen varias definiciones y estudios entorno a estos grupos, especialmente sobre el reconocimiento y legitimidad de sus demandas. Así, Carroll (1991) se refiere a los grupos de interés como aquellos miembros de la sociedad ante quienes la empresa debe responder de forma inmediata. Son aquellos grupos y personas que se relacionan con la empresa por tener algún reclamo, interés o riesgo como consecuencia de las operaciones y decisiones de la misma. Este riesgo puede ser un reclamo legal o un reclamo moral (e.g. derecho a un trato justo, o ser considerado a opinar sobre ciertas decisiones del negocio). Asimismo, identifica a los siguientes grupos de interés: Dueños, Clientes, Empleados, Comunidad, Competidores, Proveedores, Grupos Sociales Activistas, Público en General y Otros.

De lo anterior, para efectos de esta investigación se entiende por grupos de interés:

“Primarios y secundarios, dueños y no dueños de la empresa, dueños del capital o de activos intangibles, aquellos que tienen una relación voluntaria e involuntaria con la empresa, contratistas, aquellos con derechos de algún tipo sobre la empresa, los que proveen recursos o dependen de la empresa, tomadores de riesgos, influyentes, aquellos ante los que la gerencia tiene un deber fiduciario. Personas, grupos, vecinos, organizaciones, instituciones, sociedades e incluso el ambiente califican como grupos de interés potenciales.” (Mitchell, Agle & Wood, 1997)

Esta definición permite reconocer que la gama de personas o grupos relacionados con la empresa es muy vasta, incluso se puede decir que la mayoría de las referencias a los grupos de interés coinciden en cuánto quiénes los conforman. Uno de los principales actores dentro de esta definición es el ambiente, aunque en el tema de las responsabilidades sociales éste es una de las áreas a las que se debe atender el hecho de presentarlo como un grupo de interés resalta la importancia que tiene ya que sin él no podríamos subsistir en el Planeta Tierra. Otra ventaja sobre esta definición se encuentra en que no busca simplificar a la sociedad en general, sino detallar un poco más sobre quién es esta sociedad en general y por ello es que menciona a los vecinos, personas, etc. Una visión panorámica de quiénes son esos grupos de relación con la empresa, le permite no obviar al hacer la lista, sobre la selección e inclusión de todos estos grupos en lo que a RSE no se profundizará, simplemente se ha de reconocer que ningún vínculo, ni grupo de interés se descarta, aunque probablemente se enfrente a las prioridades de la empresa.

1.1.5. Conceptos asociados a la Responsabilidad Social Empresarial

A continuación se presentan varios conceptos asociados a la RSE que son de utilidad en la investigación:

Ciudadanía Corporativa (Corporate Citizenship)

La idea general de un ciudadano corporativo remite al rol que la empresa desempeña cómo parte de la sociedad, aunque literalmente o legalmente no se considera como un ciudadano; al contar con obligaciones y derechos como parte de la sociedad, permite de manera metafórica que se le identifique como tal. Por esto mismo, como un ciudadano, se espera que reconozca sus responsabilidades y compromisos lo que se logra a través de un enfoque estratégico. En el marco de la RSE la empresa como un ciudadano debe buscar el balance entre la generación de riqueza, maximización de su valor ante los accionistas y el bien común, así como ser consciente de las expectativas que existen por parte de la sociedad relativas a su desempeño. En algunos casos es frecuente identificar a la empresa como un buen ciudadano corporativo por medio de sus acciones filantrópicas, ya que a través de esto, la empresa retribuye a la sociedad lo que le de ella ha tomado, así como en el cumplimiento de sus responsabilidades económicas, legales y éticas, sin olvidar que en el contexto del DS el ambiente juega como un actor mas ante el cuál se responde.

En seguida se exponen algunos conceptos:

- ▶ “Como una de los muchos tipos de actividades que amplían el concepto de responsabilidad social corporativa. Ciudadanía global corporativa se enfoca en mejorar la calidad de vida de la comunidad involucrándose activa, organizada y participativamente” (Tichy et al; 1997: 64)

- ▶ “Refleja la conciencia de las responsabilidades que la empresa tiene como integrantes, es decir ciudadanos, de sus comunidades” (Tschirhart, 1997: 64)

- ▶ Logsdon y Wood (2002) definen la ciudadanía corporativa a través de los actos responsables de las empresas en dos contextos: Local, que se enfoca en las acciones voluntarias y la caridad, así como en el cumplimiento de sus obligaciones y derechos en y para la comunidad. Y la global, la cual se centra en que los derechos y deberes ante individuos y sociedades, en y a través de las fronteras culturales.

- ▶ Las empresas no son ciudadanos (en cuánto al sentido de persona como ciudadano) pero actúan como si metafóricamente lo fueran, por su compromiso con la sociedad. (Moon, Crane & Matten, 2005) y por que la ley provee de derechos y obligaciones (Thorne et al, 2003)

- ▶ La ciudadanía corporativa se define como la adopción de un enfoque estratégico por parte de la empresa, con el fin cumplir con las responsabilidades económicas, legales, éticas y filantrópicas que la empresa tiene con la sociedad (Thorne et al, 2003).

Gobierno Corporativo (Corporate Governance)

El gobierno corporativo se refiere a los controles, estrategias, códigos y reglas internas que la empresa tiene para conducir sus operaciones y relaciones con externos, el buen gobierno corporativo hace referencia a los estándares bajo los que la empresa procede para poder hacer negocios, "las reglas del juego" éstas, encaminadas a observar una actitud responsable sirven para apoyar finalmente la RSE.

A continuación se exponen algunos conceptos:

- ▶ Gobierno Corporativo es "el sistema por el que las empresas se dirigen y controlan". (Cadbury 1992; OCDE 1999)
- ▶ Gobierno Corporativo trata sobre los derechos y responsabilidades de la administración (gerencia) de la empresa, sus accionistas y grupos de interés. Un buen gobierno corporativo es esencial para que las empresas tengan acceso a capital y estimular la inversión en el sector privado; ya que el modo en el que las empresas operan afecta la confianza del mercado así como el desempeño de la empresa. (OCDE, 2007)
- ▶ Forma o estructura y autoridad que se usa para la responsabilidad y autoridad de los diferentes grupos involucrados en las funciones de la organización (Alkhafaji, 1989)
- ▶ Mecanismo que regula a la gerencia y controla a los accionistas con el fin de considerar los intereses de los inversionistas. (Gao Lan Fen, 2002)

1.2 Filantropía y la Responsabilidad Social Empresarial

Existen otros campos relacionadas con la RSE. A continuación, se mencionan las más cercanas o con las que se tiende a relacionar el concepto o las acciones de la RSE.

Filantropía

Etimológicamente Filantropía viene del griego Philanthropia, donde Philos significa amor y Anthros significa hombre (género humano). Es decir amor a la humanidad. Hoy día una de las formas fundamentales a través de las que se materializa son las donaciones (Carneiro, 2004) y se cuenta con numerosas empresas, personas e instituciones dedicadas a la canalización de dichos donativos para diversas causas como tratamientos para enfermedades, orfanatos, educación, etc. *Incluso algunas de las empresas que a la fecha reciben el distintivo de ESR, no hacen referencia a otra actividad más que a los donativos que hacen*

EL CEMEFI (2007) considera las siguientes definiciones:

- ▶ La filantropía se entiende como toda acción generosa y voluntaria que se realiza en beneficio de la comunidad, sin ánimo de lucro ni interés particular.

- ▶ El compromiso generoso de personas, instituciones y empresas, que aportan tiempo, talento y recursos, en favor del desarrollo integral de la comunidad.
- ▶ El conjunto de acciones no remuneradas, orientadas al desarrollo social que potencia el talento y la capacidad humana.
- ▶ Un medio eficiente para estimular la participación voluntaria, distribuir recursos y crear formas de trabajo que impulsen el equilibrio y el desarrollo armónico de la sociedad.

Sobre el mismo tema Carroll (1991) afirma que en el plano de la RSE; la filantropía es altamente valorada pero menos importante que las otras categorías de la responsabilidad social. Se espera que las empresas sean un buen ciudadano corporativo; para ello a través de la filantropía se espera que contribuyan en materia financiera y de recursos humanos a la comunidad y a la mejora de la calidad de vida. Así, afirma que la RSE incluye contribuciones filantrópicas pero no está limitada a ellas, ser un buen ciudadano no hace a una empresa socialmente responsable.

Igualmente, en el campo de los negocios se habla de la filantropía corporativa o filantropía estratégica, donde la inversión de apoyo (financiera o de otro tipo) es para un evento o actividad, en el que los beneficiarios son la sociedad, pero en el largo plazo agregan valor a la compañía (Dragon Internacional, 1991)

También, Michael Porter y Mark R. Kramer (2002) hacen referencia a la filantropía, argumentando que normalmente se utiliza como una forma de relaciones públicas o publicidad, promoviendo la imagen de la compañía o la marca a través de la mercadotecnia con causa o patrocinio. En algunas ocasiones los donativos o las causas a las que se apoya no tienen nada que ver con la estrategia de la compañía, pero la propuesta gira en torno a que los donativos o ayuda proporcionada por la empresa deben ir en función de la mejora de su contexto y finalmente como un beneficio para la sociedad y la empresa, en la medida en la que esta última sea capaz de orientarlas a sus necesidades competitivas.

Por otro lado, los autores Godfrey & Hatch (2006) afirman que la filantropía estratégica, dentro el Balance General, genera un efecto por medio del cual las empresas construyen lealtad a largo plazo, legitimidad, confianza o posicionamiento de marca que refuerza otros objetivos estratégicos de la empresa, mientras que Wulfson (2001) señala que la filantropía pura se ocupa de asistir la educación, arte y cultura, salud y servicios sociales, proyectos comunitarios; la filantropía patrocinada por las empresas beneficia a la empresa a través del marketing relacionado a una causa.

Existen conceptos que frecuentemente se relacionan con la filantropía, algunos de ellos son:

Marketing Social

Establece estándares altos de calidad en sus productos y en el servicio que brinda a sus consumidores. La calidad en los productos y en el servicio generará beneficios de corto y largo plazo; permitirá un mejor posicionamiento en la mente del consumidor, creará una imagen positiva y lealtad por parte de los clientes. Ser honestos con el cliente. (Saucedo, 2004)

Marketing con Causa

Actúa como herramienta importante para generar conciencia y ayudar a solucionar problemas comunitarios. Para muchas empresas, es sinónimo de filantropía. Asignan una cantidad determinada del presupuesto para apoyar ONG's, asociaciones y con eso callan su conciencia social. Lo que se busca es que la filantropía o acciones sociales tengan mayor impacto y redunden en beneficio del negocio (Saucedo, 2004).

Varadarajan y Menon (1998) se refieren a la mercadotecnia con causa como "el proceso de formular e implementar actividades de mercadotecnia que se caracterizan por el ofrecimiento que hace la empresa por contribuir con un monto específico a una causa designada, en la que los clientes se comprometen en intercambios de ganancia y producción que satisfacen objetivos individuales y organizacionales. Es un instrumento versátil que brinda visibilidad a la empresa, engrandece la imagen corporativa, genera ventas mayores, promueve la compra de productos y aumenta el reconocimiento de marca. A su vez, sirve a la empresa para reforzar su base de consumidores y alcanzar nuevos segmentos de mercado".

La mercadotecnia con causa, involucra campañas de mercadotecnia y publicidad que promueven, tanto a la empresa como la causa social. (Wulfson, 2001).

Las raíces de la RSE están dadas en el contexto filantrópico; sin embargo, distintas definiciones de la responsabilidad empresarial, muestran que la RSE es un fenómeno nuevo y diferente. (Marrewijk, 2003). Un comportamiento empresarial social y ambientalmente responsable considera distintas dimensiones; la comúnmente relacionada con el concepto tradicional de RSE, hace referencia a la política filantrópica de la empresa; algunas de esas políticas son consideradas acciones aisladas y limitadas en el sentido que no corresponden con la amplitud del la RSE enmarcada en el DS (Núñez, 2003). A través de la filantropía el desarrollo depende de los donativos, de lo que la empresa pueda otorgar, en la medida y tiempo que le sea posible y no de lo que las personas deciden hacer con los recursos de los que disponen libremente para su desarrollo. Comprometerse con la RSC es diferente de la filantropía porque el sector empresarial se beneficia a largo plazo del desarrollo sustentable de la comunidad (su fuente de demanda así como de oferta de mano de obra y capital). En lugar de simplemente recoger los beneficios fiscales por otorgar donativos (Michael, 2003). Las contribuciones que la empresa puede hacer a la sociedad van más allá de los donativos y contribuciones voluntarias, o de la relación que guarda con la mercadotecnia. Una acción filantrópica puede ser una forma de encausar recursos a la sociedad o un modo de retribuir lo que ella ha aportado a la

empresa, pero esto no sustituye las responsabilidades de la empresa tales como el trato a sus empleados, calidad y seguridad en sus productos, búsqueda de mejoras ambientales en respuesta a los contaminantes que produce, etc.

Inversión Social

Busca integrar principios sociales y ambientales en la toma de decisiones sobre inversiones; con ello se pretende que el uso del dinero mantenga una orientación que promueva cambios positivos en las políticas y prácticas empresariales, así como que repercutan en la sociedad sin perder el horizonte del beneficio empresarial. (Ranney, 2001)

"La integración de criterios sociales y éticos en el proceso de toma de decisiones para la inversión" (Calvert Group, 2001)

1.3 El Desarrollo Sustentable y las Empresas

1.3.1 Desarrollo Sustentable

Diversas definiciones y teorías han surgido entorno al desarrollo sustentable. Entre las iniciativas de responsabilidad social empresarial que hacen referencia al desarrollo sustentable, es común encontrar que éstas al definir DS, lo hagan con base al reporte Our Common Future de Brundtland, en el que se entiende al término como: "Desarrollo que cumple las necesidades del presente sin comprometer la habilidad de futuras generaciones para satisfacer sus necesidades."

Para objeto de la siguiente investigación, la definición a utilizar será la siguiente: Proceso de reconciliación de tres imperativos. Imperativo ecológico de vivir en un entorno con capacidad de carga biofísica y mantener la biodiversidad, el imperativo social de asegurar el desarrollo de sistemas democráticos de gobierno que puedan propagar efectivamente y sostener los valores ante los que las personas desean vivir y el imperativo de asegurar las necesidades básicas alrededor del mundo. (Dale, 2001; Robinson & Tinker, 1997). A pesar de ser una definición general, permite diferentes interpretaciones para las situaciones específicas socio-geográficas.

El conocimiento sobre desarrollo sustentable se encuentra basado en el progreso de los conocimientos ambientales y ecológicos, el punto de partida de éstos es la relación que existe entre los sistemas humanos y naturales. La premisa básica del desarrollo sustentable es que los sistemas humanos y naturales son dinámicos e interdependientes y no se pueden considerar aisladamente para resolver asuntos críticos (Dale & Newman, 2005).

Para contar con un parámetro de los aspectos del Desarrollo Sustentable, a continuación se presenta lo que las Naciones Unidas (NU) definen como indicadores de sustentabilidad (Tabla 2). Los indicadores se dividen en temas, sub-temas e indicadores, éstos últimos miden en un país los avances en DS a nivel

macroeconómico. Para fines de este trabajo se utilizan los temas y sub-temas, para establecer la relación que tienen con RSE.

Tabla 2. Indicadores de Sustentabilidad

Tema	Sub-tema
SOCIAL	
Capital	Pobreza Equidad de Género
Salud	Mortalidad Sanidad Agua Potable Acceso a Servicios de Salud
Educación	Nivel Educativo Alfabetización
Vivienda	Condiciones de Vivienda
Seguridad	Crimen
Población	Cambio en la Población
AMBIENTAL	
Atmósfera	Cambio Climático Capa de Ozono - Reducción Calidad del Aire
Tierra	Agricultura Bosques Desertificación Urbanización
Océanos, Mares y Costas	Zonas Costeras Pesca
Agua	Cantidad de Agua Calidad del Agua
Biodiversidad	Ecosistema Especies
ECONOMICO	
Estructura Económica	Desempeño Económico Comercio Estatus Financiero
Patrones de Consumo y Producción	Consumo de Materiales Uso de Energía Generación y Gestión de Residuos
INSTITUCIONAL	
Marco Institucional	Implementación Estratégica de Desarrollo Sustentable Cooperación Internacional (Ratificación de acuerdos)
Capacidad Industrial	Acceso a la Información Estructura de Comunicación Ciencia y Tecnología Prevención y Respuesta de Desastres

Fuente: Naciones Unidas, 2001

1.3.2 El papel de las Empresas en el DS a través de la RSE

En un principio el concepto de Desarrollo Sustentable se encontraba vinculado al ambiente, sin embargo con el Reporte Brundtland, el concepto se amplió a los ámbitos económico y social como parte del balance ambiental. Posteriormente los temas económicos y sociales dejaron de estar subordinados al ambiente para formar parte central del concepto de DS, con ello, dejó de ser un tema macroeconómico y se filtró en la microeconomía, como resultado de esto, las empresas empezaron a figurar en el tema.

Otra forma en la que se identifica el vínculo de la empresa con el DS es a través de los grupos de interés preocupados por el tema de la sustentabilidad. (Steurer et al. 2005)

En la Cumbre Mundial (Earth Summit) que tuvo lugar en Johannesburgo en el año de 2002, se reconoció el rol del sistema económico y por ende que las empresas juegan como un componente del Desarrollo Sustentable; entre los retos relacionados directamente con la empresa, se identificaron:

- ▶ El cambio de los patrones de consumo y producción.
- ▶ La protección y administración de la base de recursos naturales para el desarrollo económico y social.
- ▶ Los retos y áreas de oportunidad para el DS debidos a la rápida integración de los mercados, la movilidad de capital y los incrementos en los flujos de inversión.
- ▶ La distribución de la riqueza como consecuencia de la globalización, y
- ▶ Los patrones de consumo no sustentables,.

El compromiso que resultó de todo esto fue, hacer que las empresas del sector privado rindieran cuentas bajo un contexto transparente y una regulación estable (Earth Summit, 2002) a través de cuatro niveles que reforzaban la responsabilidad y la rendición de cuentas ambientales y sociales de la empresa:

- a) Estimular a la industria para mejorar el **desempeño ambiental** y social a través de iniciativas voluntarias (que incluyen sistemas de gestión ambiental, códigos de conducta, etc.) tales como las directrices sobre informes de sustentabilidad del Global Reporting Initiative o International Organization for Standardization.
- b) Fomentar el diálogo con los grupos de interés.
- c) Impulsar a las instituciones financieras para que incorporen consideraciones de desarrollo sustentable en sus procesos para la toma de decisiones.
- d) Desarrollar asociaciones y programas basados en los lugares de trabajo incluyendo entrenamiento y programas de educación (Núñez, 2003).

Derivado de la Cumbre Mundial surgieron diversos acuerdos, entre los que destaca la Agenda 21, en ella se contempla el rol de las empresas en el desarrollo económico y social de un país. El Capítulo 30 habla de reforzar el **rol de la industria y las empresas en referencia al ambiente**, para lograr esto, se sugiere el reporte anual de los registros ambientales, de uso de energía y recursos naturales (Agenda 21, 1992). En esta sección, también se resalta la necesidad de que las empresas administren correctamente los recursos e impactos relacionados con el ambiente, el papel del gobierno por fomentar mecanismos para el desarrollo de tecnología limpia y mecanismos económicos a favor del ambiente.

A raíz de estas reuniones y sus manifestaciones, es claro que entre los agentes que trazan la ruta para el Desarrollo Sustentable, las empresas juegan un papel muy importante tanto en los impactos causados como en la generación de posibles soluciones, mediante la adopción de políticas sociales y ambientales explícitas, dentro de la gestión empresarial (Núñez, 2003). Esto, en conjunto con el desempeño social corporativo y la responsabilidad social empresarial ubican a la empresa en tres áreas del desarrollo sustentable (Steurer, et.al. 2005):

Económico se entiende que el desempeño financiero de la empresa, la competitividad y el manejo de su economía, impactan en los grupos de interés. Sin estos elementos no es posible que una empresa se mantenga en el largo plazo y es por ello que se considera un asunto del DS. Desde la perspectiva del Global Reporting Initiative (GRI) la medición del desempeño económico en el contexto del DS, se enfoca en el estatus económico del grupo de interés, mismo que se transforma como consecuencia del cambio en las actividades de la organización, más allá de las modificaciones que la misma pueda experimentar en su condición financiera. En otras palabras, una empresa es sustentable cuándo adecua precios con sus proveedores, los salarios de sus empleados, cumple con el pago de sus intereses, paga dividendos a sus accionistas, entre otras. Una empresa que no cumple con esto no sobrevive en el largo plazo.

Social se hace notar el impacto que la empresa tienen en la distribución de los ingresos y la riqueza, especialmente entre los países desarrollados y aquellos que están en vías de desarrollo. Con esto, se listan otras mejoras sociales como la calidad de vida, el trato justo a los empleados, los derechos humanos y del trabajador, condiciones de seguridad e higiene, entre otras que se consideran mejoras internas. Las mejoras externas corresponden a los beneficios sociales que reciben otros grupos allegados a la misma.

Ambiental se busca evitar emisiones, la destrucción y los daños irreversibles al agua, aire, suelo y a los ecosistemas. La RSE debe hacer por el ambiente dos cosas; identificar el rango de aspectos ambientales y ecológicos que se ven afectados por las decisiones de modo que sea posible cambiar el rumbo del deterioro ambiental y ecológico, así como influenciar las políticas de la misma. Se debe reconocer que la fuente de recursos para la operación de las empresas son los recursos naturales del Planeta. Los tres factores estándar de la producción (recursos naturales, capital y mano de obra) derivan de la capacidad productiva de la Tierra. (DesJardins, 1998)

Además de estos tres ámbitos del DS, también se abarcan aspectos de segundo orden como la transparencia, participación, el constante aprendizaje así como el monitoreo y la evaluación sistémica (Steurer, et.al. 2005). En general, la RSE empezó tratando aspectos sociales; en la medida en que se reconoció el ambiente como un problema social se convirtió en un elemento de ésta. Actualmente se refiere a las actividades voluntarias por definición que demuestran la inclusión del interés por los aspectos sociales y ambientales en las operaciones del negocio y la interacción con los grupos de interés o stakeholders (Marrewijk, 2003).

Originalmente, las responsabilidades de las empresas se enfocaban en las relaciones sociales sin hacer una distinción clara ante quiénes y ante qué; el aspecto social y el aspecto económico se relacionaban con la generación de empleo, las remuneraciones y los beneficios de contar con fuentes de empleo e infraestructura. Discusiones como las de Johannesburgo y Agenda 21 exponen las temáticas, que la empresa enfrenta mas allá de la producción de bienes y servicios, a esto se suman, los impactos ambientales y se esclarecen otros aspectos como la corrupción, la escasez de recursos y la mala distribución de los mismos.

A continuación se hace una relación de las responsabilidades de la empresa por Carroll y los ámbitos del DS.

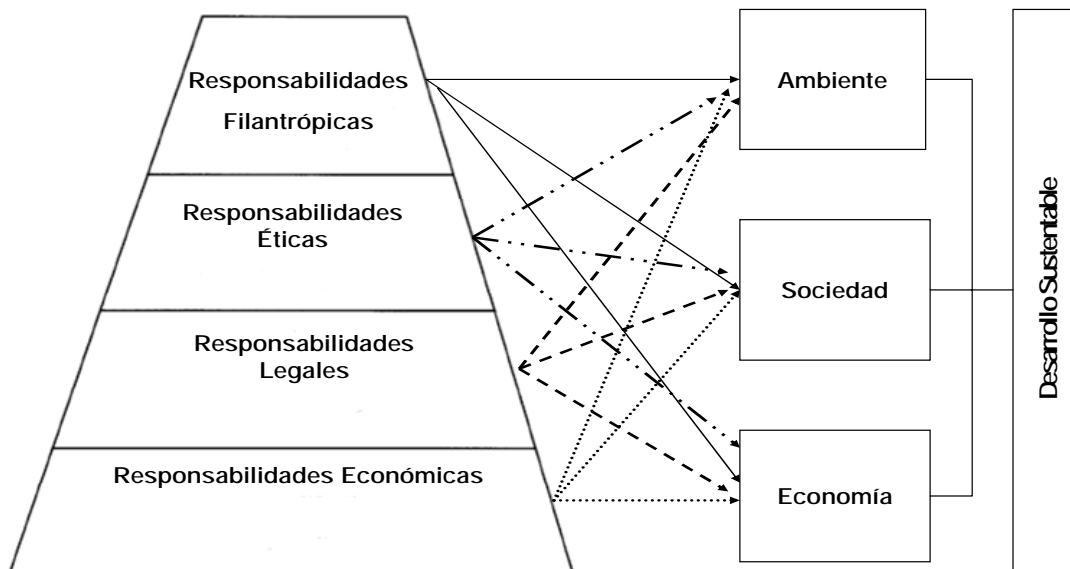


Figura 2. Relación de las Responsabilidades de la Empresa con el Desarrollo Sustentable.

Elaborado por Olga A. González Santos a partir de Carroll (1991)

Esta figura permite identificar la existencia de una relación entre la empresa y lo que hoy se reconoce como ámbitos del desarrollo sustentable, cada línea punteada relaciona una responsabilidad de acuerdo a la pirámide de Carroll con un ámbito del DS. En el plano de las responsabilidades los ámbitos de la sustentabilidad se convierten en la contraparte y aplicación de las mismas, lo que el diagrama explica es como éstas incursionan en los tres ámbitos y a su vez refleja que la sustentabilidad es un asunto de todos los actores que tienen una injerencia en el Planeta, sobre sus recursos, sus habitantes y su administración (naturaleza, sociedad y economía). A continuación se explica la relación de las responsabilidades con la sustentabilidad partiendo de la base de la pirámide las responsabilidades económicas que la empresa tiene además de ser el medio por el cual subsiste, existe la responsabilidad de economía entender que los recursos

naturales son su medio de subsistencia entre la gama de responsabilidades económicas se encuentran, la distribución de la riqueza y la generación de empleo

Es importante notar que en ambos temas, el de las responsabilidades de la empresa y el de la sustentabilidad, la economía juega un papel clave tanto para el sustento de la empresa como para el trinomio del DS entendida la economía como parte del sistema en el que actualmente operamos. El lazo de esta responsabilidad con la sociedad se encuentra dado en el sentido que la economía actualmente juega un papel importante en el desarrollo de las personas dentro de la sociedad, a través de la generación y distribución de la riqueza se hacen posibles formas y modos de convivencia en el mundo actual, el empleo, el pago de sueldos, la generación de bienes y servicios determinan hasta cierto punto las formas de vida que cada sociedad adopta y a las que tiene acceso, por lo tanto se puede afirmar que la responsabilidad económica de la empresa va más allá de las ganancias para sus accionistas para infiltrar los recursos económicos que distribuye. Ambiente y economía guardan una relación muy cercana aunque poco reconocida, la responsabilidad económica de la empresa y el ambiente se fundamenta en que la naturaleza proporciona continuamente materia prima para el proceso productivo, de salud para los empleados, provee de un entorno a la empresa para que opere, entre otros; con esto se hace notar la importancia que el ambiente tiene como proveedor y receptor de las acciones humanas en la Tierra por lo tanto las responsabilidades económicas respecto del ambiente se encuentran dadas a través de la buena administración de los recursos naturales, de las inversiones que permitan nuevas formas de producción amigables con éste, así como formas productivas que permitan un uso adecuado de los recursos o nuevas opciones de materias primas y reciclaje. Finalmente la respuesta o responsabilidad de la empresa esta dada por el impacto que causa por el ambiente y este no proviene por lo que contamina o desecha sino desde los inicios de su operación; en la medida que se reconozca al ambiente como un actor más y no como un medio para, las acciones económicas, acompañadas del cumplimiento de la legislación así como del buen proceder ayudarán a trazar el camino de la empresa en materia de sustentabilidad.

En el campo de las responsabilidades legales, el camino se hace más claro ante la sustentabilidad, es compromiso de la empresa cumplir con las leyes de los lugares en los que opera, aunque en algunos casos habrá disyuntivas debido a las complejas relaciones económicas que la globalización ha trazado tales como empresas con maquilas en lugares distintos a los de origen, con empleados contratados por una filial en un tercer lugar, sin embargo, de manera fundamental la empresa debe cumplir con las reglas que le atañen, se cuenta con normas para todos los ámbitos; socialmente a través de las leyes laborales, de derechos de los trabajadores, por mencionar algunos, del mismo modo se cuenta con legislación en materia económica, más ahora con la apertura del comercio y las operaciones de mercado globales. También se cuenta con la legislación ambiental. La gama es amplia, desde tratados internacionales hasta regulaciones locales estas sientan las bases para el desempeño de la empresa en el lugar donde opera, sin embargo no debe limitar las acciones de éstas. En materia legal es importante tener en cuenta ante cualquier disyuntiva el ambiente y las personas son un fin y no un medio y la ética identifica el espacio para el buen o mal obrar de la empresa ante

tal situación, es por ello que la RSE considera ir mas allá de los requerimientos básicos y se fundamenta la existencia del tercer bloque en la pirámide.

Carroll (1991:41) afirma que a pesar de que “las responsabilidades legales y económicas incluyen normas éticas como la equidad y justicia, las responsabilidades éticas abarcan aquellas prácticas esperadas o prohibidas por los miembros de la sociedad.” Hoy día se identifica que algunas de las motivaciones de la empresa por actuar de manera ética son con el objeto de evitar una mala reputación, fallar en el cumplimiento de la ley o simplemente porque creen que es lo correcto por hacer (Treviño, Nelson; 2004: 23); sin embargo, las respuestas éticas en el ámbito económico conducen a la corporación a cuestionarse sobre las cadenas de valor, el enriquecimiento y su distribución, las operaciones de mercado globales y los ciclos productivos, pero en armonía con los otros dos ámbitos (social y ambiental); lo que se espera es el buen proceder de las empresas sobre lo que hacen, cómo tratan y deciden sobre los impactos que causan o pueden ocasionar en las personas tanto interna como externamente y el ambiente; no solamente a través de las exigencias de la sociedad, que son un buen marco de referencia y reflexión como plantea Carroll, sino como un punto en el que es responsabilidad de las empresas cuestionarse sobre lo anterior y no esperar a que la sociedad tenga un reclamo o el ambiente una manifestación. “En lo que toca al ambiente es necesario que los círculos de interés se expandan para incluir a los animales y la relación de los seres humanos con el ecosistema, pero sin cambiar ningún principio fundamental. Integridad, justicia, evitar el sufrimiento y la promoción de la felicidad son principios eternos, pero deben extenderse al reino animal y la relación de las personas con el ambiente. El ambientalismo crea una mayor conciencia, pero no es diferente del pensamiento clásico ético” (Pojman; 2005:11). Ante el DS es necesario que la empresa ponga los tres ámbitos de la sustentabilidad en la balanza y responda ante ello, ejemplo puede ser, elegir un proveedor local, ser coherente entre los códigos de conducta y las acciones de la empresa, optar por usar cartón reciclado en un empaque, son decisiones que si bien no están en la ley o no se consideran en materia económica si permiten que la empresa abra la puerta al “buen proceder”.

Las responsabilidades filantrópicas remiten a una de las formas en las que se hace posible la distribución de la riqueza, es aceptable y muy común conocer de las fundaciones y donativos y como a través de ellos se hace posible ayudar y apoyar causas, en su mayoría son sociales y la relación de estas responsabilidades con el ámbito económico se hace efectiva a través de los donativos monetarios. En materia ambiental se dejan ver causas y fundaciones como Reforestamos México de Bimbo entre otras. Sin embargo, esta responsabilidad o forma de respuesta no deja ver mas que las buenas voluntades ante los retos que se presentan en el mundo actual (pobreza, contaminación, condiciones de vida, etc.) relacionados con el DS, las responsabilidades filantrópicas a través de la figura anterior permiten identificar las áreas en las que la acción altruista y humana tienen un lugar, sin embargo en materia de RSE sólo forman un a pequeña parte (por eso es que se encuentran en la punta) de lo vasto que puede ser el tema y finalmente se convierte en una forma de respuesta, no en la base de la RSE, el hecho de que ésta se encuentre en la punta de la pirámide no quiere decir que es la principal sino como define Carroll (1991), “es la cereza en el pastel”

Resumiendo; a través de la figura fue posible identificar que todas las responsabilidades de la empresa se encuentran vinculadas con el DS y que éste a su vez es un tema que no se analiza desmembrado, sino que refleja la permanente interacción de los tres ámbitos. La pirámide lo que permite es entender las prioridades de la empresa, lo que fundamenta su existencia (economía) hasta lo que hace con objeto ocasionar un bien (filantropía), por esto, se hace posible entender que aunque la empresa tenga prioridades y se encuentre fundamentada en su actividad económica, ante el DS tiene una responsabilidad que le marca claramente los ámbitos en los que debe medir impactos y responder por ellos.

Otra forma de entender la relación entre la RSE y el DS es a través de las categorías de la RSE con los Indicadores de Sustentabilidad de las Naciones Unidas (Tabla 3), con esto se hace posible identificar los temas de la sustentabilidad, que corresponden a las categorías de la RSE.

En la columna (d) se encuentran las categorías expuestas por McAdam, en la columna (c) se busca dar una interpretación a través de los aspectos de cada categoría o bien una interpretación conforme a la explicación que hace las Naciones Unidas, ubicados en las columnas (a) y (b), de los temas y sub-temas de sustentabilidad. En específico para el ámbito institucional, en el que no se encuentra una relación explícita con las categorías de McAdam, pero es posible hacer una interpretación con base en las definiciones de las Naciones Unidas y las teorías de la RSE. Las celdas *** son aquellos indicadores que no tienen un impacto directo como consecuencia de las operaciones de la empresa, sin embargo, esto no las excluye de poder ser una consecuencia o de estar relacionadas con la responsabilidad social de la empresa.

Tabla 3. Interpretación de los Indicadores de Sustentabilidad de las Naciones Unidas respecto a las categorías de Responsabilidad de McAdam

Indicadores de Sustentabilidad Naciones Unidas		Categorías de la RSE	
Tema(a)	Sub-tema (b)	Interpretación (c)	Conforme McAdam (d)
SOCIAL			
Capital	Pobreza Equidad de Género	Sueldos, evaluaciones de desempeño, oportunidades de desarrollo en la empresa, compensaciones. No discriminación	Relaciones con los Empleados, Beneficios y Satisfacción en el Trabajo. Empleo y Asensos de Minorías
Salud	Mortalidad Sanidad Agua Potable Acceso a Servicios de Salud	Medidas de seguridad e higiene. Accesos a servicios de salud. Programas relacionados. Condiciones de trabajo.	Seguridad e Higiene en el lugar de trabajo
Educación	Nivel Educativo Alfabetización	Políticas, programas, inversión en tiempo y recursos.	Educación y Entrenamiento para Empeados
Vivienda	Condiciones de Vivienda	***	***
Seguridad	Crimen	***	***
Población	Cambio en la Población	***	***
AMBIENTAL			
Atmósfera	Cambio Climático Capa de Ozono - Reducción Calidad del Aire	Medición de la contaminación, mejoras para evitarla. Programas para empleados.	Control Ambiental
Tierra	Agricultura Bosques Desertificación Urbanización	Evaluación de Impacto Ambiental.	

Océanos, Mares y Costas	Zonas Costeras Pesca		
Agua	Cantidad de Agua Calidad del Agua		
Biodiversidad	Ecosistema Especies		
ECONOMICO			
Estructura Económica	Desempeño Económico Comercio Estatus Financiero	Transparencia Corrupción Transferencia de recursos	Practicas de Mercado,
Patrones de Consumo y Producción	Consumo de Materiales Uso de Energía Generación y Gestión de Residuos	Estándares del producto y soluciones amigables con el ambiente.	Producto
INSTITUCIONAL			
Marco Institucional	Implementación Estratégica de Desarrollo Sustentable Cooperación Internacional (Ratificación de acuerdos)	RSE como parte de la estrategia del negocio que asegure el desarrollo socialmente responsable.	Relaciones Externas de la Empresa. Elementos de la RSE Grupos de Interés.
Capacidad Industrial	Acceso a la Información Estructura de Comunicación Ciencia y Tecnología Prevención y Respuesta de Desastres	Reporte e Indicadores.	Estrategia para la participación en la planeación, implementación y monitoreo relacionados con el DS.

Elaborado por Olga A. González Santos a partir de McAdam 1973 y Naciones Unidas 2007

1.3.3 La importancia de comunicar a través de reportes e indicadores

Durante 1990, tal vez 5 años atrás la práctica de auditorías ambientales, el reporte, así como el arte de la auditoría social, comenzó a reunir defensores y expertos (Gray, Owen & Adams, 1996). Uno de los antecedentes del derecho a la información por parte de los grupos de interés en materia ambiental y posteriormente en lo referente a las prácticas sustentables, fue en los años setentas cuando la Natural Resources Defense Council (NRDC) solicitó a la Securities Exchange Comisión (SEC) que ampliara los temas de reporte requeridos a las empresas. Por ejemplo, reportar información acerca del pago de multas revela sólo una parte de la historia; se omite información acerca del desempeño que va más allá del cumplimiento de las leyes, como puede ser el uso del agua y energía, ciclo e impacto del producto y sistemas de manejo ambiental (White, 1999). Las empresas pioneras en materia de reportes ambientales fueron: Shell en 1995 como consecuencia de los problemas que tuvo en Nigeria y en el Mar del Norte y Freeport-McMoran Copper and Gold Inc en 1999 (White, 1999). Como consecuencia de estos escándalos corporativos, existe una presión para los negocios por ser responsables (accountable) y transparentes en las actividades desempeñan (Di Piazza & Eccles, 2002) el reporte de sustentabilidad es una herramienta de comunicación que facilita responder ante dichas presiones.

Entre los grupos de interés que demandan información sobre las actividades de la empresa, más allá del desempeño financiero, se encuentran:

- ▶ Inversionistas: Buscan evidencia de un buen gobierno corporativo (corporate governance), estrategia sólida de negocio y manejo efectivo del riesgo

- ▶ Empleados: Esperan que las empresas respondan por sus actos ante la sociedad y el ambiente
- ▶ Gobiernos y la Sociedad Civil: Cada vez ejercen más presión en los negocios para que estos reporten su desempeño social y ambiental (Brown, 2000) Particularmente las ONG's involucradas con otorgar calificaciones a las empresas, necesitan de información ambiental y social. Por otra parte, esto permite a los gobiernos obtener información comprensible sobre el desempeño de las empresas (mas allá de la información relacionada con el cumplimiento de disposiciones legales).
- ▶ Organizaciones comerciales y otros grupos de negocios: Les ayuda a responder sistemáticamente a los grupos de interés y distribuir la información
- ▶ Contadores, auditores y verificadores: Un reporte generalmente aceptado de sustentabilidad análogo al del desempeño financiero se percibe cada vez como necesario.

Comunicarse con los grupos de interés es un método poderoso de construir confianza y lealtad así como de contribuir al desempeño del negocio (Wheeler & Sillanpaa 1998). Con esto, el reporte se hace indispensable para proveer una fotografía comprensible del desempeño de las empresas (White, 1999). Además, a través del reporte se hace posible que los distintos grupos de interés de la sociedad involucrados en el accionar de las empresas puedan verificar los resultados reportados relacionados a los distintos aspectos que cubre su política de RSE a través de sistemas de verificación o el diseño de indicadores de desempeño que permitan monitorear el logro de metas en el área (Núñez, 2003).

Por otra parte, el uso de indicadores hace posible reflejar las realidades del negocio, valores y cultura. La definición de éstos no debe verse afectada por metodologías prescritas, sin embargo, los estándares internacionales pueden jugar un rol importante en el desarrollo de indicadores, ejemplos de ello son ISO14031, Global Reporting Initiative (GRI), EL Global Compact, Sullivan Principles, ICC Business Charter for Sustainable Development y el WBCSD Eco-efficiency Metrics. Los indicadores deben reflejar que pueden cambiar de acuerdo a las necesidades de los grupos de interés y porque la misma naturaleza de la empresa es cambiante, en la medida en sus que sus impactos sociales, ambientales, operaciones, negocios, mercado y productos se modifican (Keeble, Topiol & Barkeley, 2003).

En materia de RSE si bien es cierto que la empresa determina que la motiva a responder ante sus impactos, no puede ser juez y parte de lo que hace y de lo que considera en este ámbito. Es a través de la comunicación, la transparencia y el uso de indicadores, que se hace posible medir los resultados e impactos frente a si misma y sus grupos allegados. La comunicación efectiva con los grupos de interés referente al progreso en materia económica, calidad ambiental y justicia social, se está convirtiendo en una característica de la responsabilidad corporativa del siglo XXI (Elkington & Wheeler, 2001). Hoy día, el éxito de las empresas o su salud debe medirse no sólo desde el aspecto financiero; también debe medirse por su desempeño ambiental, social/ético (Norman & MacDonald, 2003) y económico.

El tema del monitoreo y reporte por parte de las empresas se ha clarificado gracias a la llegada del desarrollo sustentable como un concepto significativo tanto para gobiernos y negocios (Schmidheiny, 1992; NU,1992) y

el Triple Bottom Line². Ambos temas, también se han visto reforzados por el concepto de la RSE y la inclusión de los grupos de interés como una práctica comúnmente aceptada en el ámbito de los negocios. (Elkington, 2001).

La rendición de cuentas (accountability) del conjunto de actividades de la empresa, el monitoreo de dichas actividades, la transparencia, el cumplimiento de la normativa y verificación externa de las políticas de RSE son los principales elementos que reconocen universalmente una gobernabilidad corporativa sana, así como algunos de los elementos determinantes para asegurar un desempeño social y ambientalmente adecuado de la empresa. El suministro de información relevante por parte de ésta, que incluya la información relacionada con inversiones y gastos ambientales y sociales, así como las políticas de RS implementadas y sus resultados en materia de derechos laborales y humanos, permite diseñar mejores indicadores para monitorear la actividad de las compañías. Dicha información también ayuda al diseño y evaluación de políticas públicas sectoriales de incentivos fiscales que estimulan el comportamiento social y ambiental responsable.

Finalmente, la rendición de cuentas responde a la necesidad de saber qué hace la empresa, cómo evita daños y administra los recursos; en este mismo contexto es necesario que al comunicar sobre las responsabilidades, se haga una clara distinción de los asuntos que le atañen a las corporaciones en los tres aspectos básicos de la sustentabilidad. Con todo esto, se permite que los grupos de interés cuenten con los elementos necesarios para conocer los compromisos y avances que la empresa tiene en esta materia así como el grado de eficiencia con el que la empresa se desempeña en materia ambiental, social y económica. En la medida en la que existan indicadores que hagan posible informar el progreso en los temas relacionados con las responsabilidades de las empresas en el contexto del DS, será posible hablar de avances en la materia.

Una vez revisados los elementos teóricos de la Responsabilidad Social Empresarial y el Desarrollo Sustentable a nivel global, se hace necesario entender, para objeto de este trabajo de investigación, que sucede a nivel internacional y nacional.

1.4 Iniciativas Internacionales De Responsabilidad Social Empresarial

Existen varias iniciativas sobre la RSE, algunas promueven principios, otras, reportes y metodologías para la implementación y medición de la RSE. En la mayoría de los casos no se otorga un distintivo, simplemente la empresa informa sobre su afiliación, usa el logotipo de quien promueve la iniciativa o reporta basado en una iniciativa específica (e.g GRI); con todo esto se reafirman las acciones de la empresa de la RSE en el DS.

Estas iniciativas se clasifican en diversos grupos, entre las cuales están:

²Economía, Ambiente y Sociedad - Personas, Planeta y Utilidades (en sentido económico)

- ▶ Iniciativas globales y nacionales, que contemplan el diseño de indicadores para medir los avances en la aplicación de estándares técnicos con miras a mejorar el desempeño ambiental y social de las empresas, como son los casos del GRI y Ethos. El primero incorpora normas y estándares técnicos que promueven la RSE.
- ▶ Iniciativas voluntarias con objetivos ambientales en materia de RSE, buscan fomentar buenas prácticas, entregar elementos e información que permita construir indicadores de ecoeficiencia y de desempeño ambiental que permitan medir la gestión empresarial dentro de un enfoque de sustentabilidad. Estas iniciativas aportan criterios de sustentabilidad basados en el uso eficiente de los recursos y tecnologías limpias, eficiencia en el uso de materias primas, reducción de residuos, reciclaje, etc. (Núñez, 2003).
- ▶ Iniciativas que proponen directrices o principios como: el Global Compact de las Naciones Unidas, OCDE Guidelines for multienterprises, Global Reporting Initiative.
- ▶ Iniciativas que atienden problemas puntuales dando asesoría técnica: World Business Council for Sustainable Development (WBCS), Instituto Ethos, Canaclian, Business for Sustainable Development, Acción Empresarial.
- ▶ Iniciativas de diseño y aplicación de normas, estándares que sirven para mejorar el desempeño sostenible. The Institute of Social and Ethical Accountability, AA1000, AA1000S, Social Accountability 8000, ISO14000, etc.
- ▶ Indicadores Bursátiles de acuerdo al triple desempeño, Dow Jones Sustainability Index, Financial Times Stock Exchange for Good (FTSE4Good)

Como se puede apreciar existen diversas iniciativas que abordan el tema de la RSE unas atienden aspectos específicos de ésta en el marco del DS. En el entendido de que una empresa socialmente responsable; define como parte de su estrategia, a través de políticas, actuar de manera responsable ante la sociedad en un contexto de sustentabilidad y reconoce la necesidad de contar con guías o indicadores que permitan reconocer los avances de la empresa en al área, es que el siguiente trabajo se apoya en un estudio elaborado por la CEPAL denominado La Responsabilidad Social Corporativa en un Marco de Desarrollo Sostenible Núñez (2003: 19-21) en este se menciona que uno de los principales problemas a los que se enfrenta la empresa al incorporar políticas de RSE en su estrategia, es como medirlas y monitorearlas adecuadamente. Para ello resulta de gran utilidad el uso de indicadores ya probados; en dicho estudio se identifican las iniciativas (Anexo I) que a continuación se exponen, como aquellas que contienen los indicadores principales que permiten medir de manera sistémica los avances y retrocesos de las políticas de responsabilidad social. Además de atender aspectos puntuales del concepto de RSE como: el cumplimiento de la ley, el adecuado comportamiento ambiental, la entrega de información financiera fidedigna así como de información veraz para los consumidores, respecto a los derechos humanos y las condiciones laborales de los trabajadores. Con esto se hace posible enmarcar las principales iniciativas o guías en la materia; cabe destacar que la autora señala como indicadores a las categorías que abarcan dichas iniciativas, esta distinción se hace para tener en claro que no todas las guías cuentan con indicadores de medición concretos (e.g. cantidad de emisiones, porcentaje de empleados mujeres).

Conforme a lo anterior, se presentan las iniciativas de RSE relacionadas con el DS:

1.4.1 OCDE Principios para Empresas Multinacionales (OECD Guidelines for Multinational Enterprises)

Son recomendaciones dirigidas por el gobierno para las empresas multinacionales que operan fuera o dentro del país de origen. Estas recomendaciones están hechas por los 30 países miembros de la OCDE y ocho países no miembros (Brasil, Chile, Estonia, Israel, Latvia, Lituania, Rumania y Eslovenia) Proveen de principios voluntarios y estándares para empresas responsables en diversas áreas como empleo, relaciones industriales, derechos humanos, ambiente, acceso a la información, evitar el pago de sobornos, intereses del consumidor, ciencia y tecnología, competencia e impuestos, con ello se busca potenciar la contribución de las empresas multinacionales al desarrollo sostenible. Las Directrices están dirigidas a las empresas multinacionales y a sus operaciones tanto en los países de origen así como en los de acogida, sean estos desarrollados o en vías de desarrollo, no se encuentran por encima del marco regulatorio internacional o local de los países en los que se practican y se suscriben en la medida que los gobiernos las adopten. Además de dirigirse a las multinacionales (entendidas éstas como empresas que operan en diversos países y que pueden coordinarse de diversas formas); también se alienta a las empresas medianas y pequeñas a adoptarlas en la medida que sea posible. Entre los principios que fundamentan las Directrices se encuentra la contribución al progreso económico, social y medioambiental con vistas a lograr un desarrollo sostenible, el desarrollo y aplicación de prácticas autodisciplinarias y sistemas de gestión que permita una relación de recíproca confianza entre empresas y sociedad, entre otros.

En cuanto a la publicación de informes, las empresas se encuentran obligadas a informar de manera puntual, periódica y confiable sobre sus actividades y situación financiera; por otra parte, se anima a las mismas a informar sobre políticas sociales, éticas y medioambientales, fechas de adopción y países en los que se aplican así como los resultados de las mismas. Otra información sugerida es sobre los sistemas de gestión de riesgos y cumplimiento de disposiciones legales, información sobre la relación con los empleados y terceros. –Sin embargo, no necesariamente obliga a las empresas a emitir este tipo de reportes.

Los aspectos que considera son:

Empleo y Relaciones Laborales. Respeto a los trabajadores, buenas relaciones con los representantes de los mismos ante la empresa, preferencia por la contratación de personal local, atenuar los impactos de cierre o despido, evitar las amenazas entre representantes, empleados y empresa, así como la libre negociación entre representantes de los empleados y empleados.

Medio Ambiente. La empresa debe proteger el medio ambiente, la salud y seguridad pública de manera que coopere al objetivo del desarrollo sostenible. Las empresas deben contar con un sistema de gestión ambiental, informar, comunicar y establecer un sistema de consulta, sobre los efectos de la empresa y el medio ambiente. Hacer una evaluación de riesgos a través de análisis de ciclo de vida y evaluaciones de impacto ambiental, no se deben aplazar medidas que minimicen el daño ambiental por falta de evidencia científica. Mantener planes de prevención. Mejora de resultados ambientales a través de uso de tecnologías y procedimientos, mejoras al producto, sensibilización a los clientes sobre los productos y sus impactos, investigar sobre las mejoras. Educar y formar a los empleados en materia ambiental así como el apoyo a políticas públicas en sensibilización y protección al ambiente.

Lucha Contra la Corrupción. Las empresas no deben promover, ofrecer o recibir pagos ilícitos. Deberán reportar a los gobiernos una lista de los empleados o representantes en relación con organismos y empresas públicas. Deberán introducir sistemas de gestión que desincentiven prácticas corruptas. Así como evitar extorsiones.

Intereses de los Consumidores. Garantizar la calidad de los productos, aportar información sobre los mismos desde su composición hasta su eliminación para que el consumidor tome una decisión informada, establecer procesos transparentes de queja, respetar y proteger al consumidor.

Ciencia y Tecnología. Las empresas deben esforzarse por compaginar con los planes en esta materia en los países en que opera, permitir la transferencia de tecnología y conocimiento protegiendo los derechos de propiedad intelectual. Las empresas deben vincularse con las universidades en el desarrollo de ciencia y tecnología en el lugar de acogida para el desarrollo del mercado local.

Competencia. Las empresas deben abstenerse de cerrar acuerdos entre competidores, aplicar la legislación respectiva, cooperar con las autoridades de defensa de la competencia y fomentar la sensibilización de los empleados sobre la importancia del tema.

Fiscalidad. Contribuir a las finanzas públicas e informar a las autoridades competentes, así como adaptación de prácticas de precios de transferencia.

Los países suscritos a las Directrices deben establecer Puntos Nacionales de Contacto (PNC), mismos que servirán para la resolución de conflictos y dudas en torno a las Directrices, los PNC deben colaborar entre sí y reunirse anualmente para compartir experiencias y emitir un informe ante el Comité Internacional y Empresas Multinacionales de la OCDE. Los PNC son oficinas de gobierno encargadas de mantener las relaciones con las empresas, informa, promueve y vigila los asuntos concernientes las directrices.

Actualmente los puntos nacionales de contacto son: Alemania, Argentina, Australia, Austria, Bélgica, Brasil, Canadá, Chile, Corea, España, Estonia, Estados Unidos de Norteamérica, Finlandia, Francia, Grecia, Hungría, Irlanda, Islandia, Israel, Italia, Japón, Lituania, México, Noruega, Nueva Zelanda, Países Bajos, Polonia, Portugal, Eslovaquia, República Checa, Rumania, Reino Unido, Eslovenia, Suecia, Suiza, Turquía y la Comisión Europea.

Las Directrices no cuentan con un cuestionario o metodología de medición o de reporte en específico.

1.4.2 Global Reporting Initiative (GRI)

Es una iniciativa para la creación de reportes de sustentabilidad. La visión de GRI es que el reporte de desempeño económico, ambiental y social debe ser una rutina comparable al reporte financiero. El GRI cumple con esto a través del desarrollo, mejora continua y desarrollo de capacidades alrededor del marco del reporte de sustentabilidad, base de las directrices para el reporte sustentable. Con el fin de asegurar el nivel más alto de calidad técnica, credibilidad y relevancia el GRI se encuentra en continua mejora y desarrollo con la cooperación de diversos grupos de stakeholders. El GRI colabora con el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (UNEP en inglés)

Para lograr que los reportes de sustentabilidad se presenten con la misma frecuencia que los financieros, el GRI desarrolló el Marco para el Reporte de Sustentabilidad, en este se encuentra información relacionada sobre el tipo de información que debe reportarse sobre el desempeño sustentable y las Directrices para el Reporte de Sustentabilidad, en las que se encuentran los protocolos o indicadores del desempeño y los suplementos para los siguientes sectores: Servicios Financieros, Logística y Transporte, Minería y Metales, Oficinas de Gobierno, Operadores Turísticos, Telecomunicaciones y Automotriz.

Para garantizar la calidad técnica, credibilidad y relevancia el GRI se desarrolla con la cooperación de grupos de interés multidisciplinarios, órganos que reportan, buscadores de información, negocios, inversionistas, empleados, sociedad civil. El proceso del GRI consta de tres etapas, en la primera se forman grupos de 20 integrantes que investigan y a través de consenso liberan un borrador de lo que debería ser el reporte para que los interesados opinen, posteriormente un comité técnico revisa la retroalimentación y se libera para que las empresas empiecen a utilizarlo y el Consejo Técnico recibe retroalimentación de quienes elaboran el reporte y quienes lo usan, finalmente el Consejo lo pasa a la Junta de Directores del GRI y se libera la versión oficial o se vuelve a revisar. En la elaboración de las directrices, participa también el Consejo de Grupos de Interés.

El equipo del GRI está conformado por una Junta de Directores, Consejo de Grupos de Interés, Consejo Técnico, Organizaciones de Grupos de Interés y Staff. A través de la rendición de cuentas, la medición y divulgación, el GRI busca mostrar el desempeño en materia de sustentabilidad para poder hacer un estudio

comparativo, valoración y comparación del desempeño de las empresas. El GRI proporciona las guías para que esta información sea liberada y la empresa a su vez cuente con una herramienta para autoevaluarse en materia sustentable a través de un verificador o el mismo GRI.

Los contenidos básicos del reporte son:

► **Perfil:** en este apartado se provee de información sobre la visión, estrategias, prioridades, tendencias, logros y fracasos de la empresa en materia de sustentabilidad. También, incluye los datos generales de la empresa, marcas, sede principal y sucursales, mercados a los que atiende, número de empleados, activos, parámetros de la memoria, período cubierto, fecha de la memoria anterior, ciclo en el que se presenta, si es un empresa multinacional debe indicar las sucursales incluidas en el reporte así como los aspectos que incluirá (económicos, ambientales, sociales). Política de verificación, para solicitar revisión externa, así como para definir la relación entre el informante y quien verifica la información que se provee, de no existir una verificación sobre la información, debe justificarse. Otros aspectos dentro del perfil de la empresa son; el gobierno también conocida como la alta dirección de la empresa, mecanismos de comunicación, procedimientos para evitar conflictos de interés. Compromisos con iniciativas externas, programas sociales, ambientales o asociaciones. Además de una relación con los grupos de interés con los que se relaciona la empresa, cómo hace para identificarlos, cómo los incluye e identifica sus aspectos de interés. Finalmente se incluyen la gestión de los indicadores del desempeño.

► **Indicadores del Desempeño:** se dividen en tres dimensiones, en algunos casos incluyen sub-dimensiones.

Dimensión Económica.

Ilustra el flujo de capital entre los grupos de interés y los impactos en materia económica de la organización en la sociedad. Abarca los siguientes aspectos:

1. Desempeño económico: valor económico, ingresos, costos, donaciones e inversiones en la comunidad, pagos, riesgos y oportunidades debido al cambio climático, cobertura de programas de beneficio social, ayuda financiera significativa de gobiernos.
2. Presencia en el mercado: Relación del salario interno con el lugar donde se desarrollan actividades, proveedores, procedimientos para la contratación local de altos directivos.
3. Impactos Económicos Indirectos: Beneficios y descripción de los impactos públicos, entendimiento y descripción de dichos impactos.

Dimensión Ambiental.

Impactos ambientales de la empresa en los sistemas naturales en relación con sus flujos de entrada y salida, además del cumplimiento legal e impacto de productos y servicios. Debe incluir información sobre materiales, energía, agua, biodiversidad, emisiones, vertidos y residuos, productos y servicios, cumplimiento normativo, transporte, aspectos generales. Objetivos y políticas en relación con los aspectos ambientales, cargo más alto

responsable del área, aspectos de formación y sensibilización; además de la evaluación y seguimiento en la materia. Abarca los siguientes aspectos:

1. Materiales: Utilizados y porcentaje de los mismos que se valoriza
2. Energía: Consumo e indirecto de fuentes primarias. Ahorro de energía debido a la conservación y mejoras en la eficiencia. Iniciativas para ofrecer productos o servicios eficientes o basados en energías renovables. Iniciativas para la reducción de uso de energía y logros.
3. Agua: Captación total o por fuentes. Fuentes de agua afectadas por la captación. Porcentaje de agua reciclada y reutilizada.
4. Biodiversidad: Propiedades en áreas protegidas o no consideradas de alta biodiversidad. Impactos significativos en la biodiversidad derivado de las actividades de la empresa. Hábitats protegidos o restaurados. Estrategias para la gestión de impactos sobre la biodiversidad. Número de especies afectadas por las operaciones de la empresa en función del peligro de extinguirse
5. Emisiones, Vertidos y Residuos: Emisiones directas e indirectas de gases efecto invernadero. Iniciativas para reducir las emisiones de gases efecto invernadero y reducciones logradas. Emisiones de sustancias destructoras de la capa de ozono. Vertimiento de aguas residuales. Peso de los residuos gestionados. Número y volumen de derrames accidentales significativos. Peso de residuos transportados según la clasificación de Basilea. Identificación, tamaño, estado de protección y valor de biodiversidad de recursos hídricos y hábitats afectados por la empresa informante.
6. Productos y Servicios: Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios y grado de reducción del impacto. Porcentaje de productos vendidos y materiales de embalaje recuperados.
7. Cumplimiento Normativo: Costo por multas, número de sanciones no monetarias por incumplimiento legal ambiental.
8. Transporte: Impactos ambientales significativos del transporte relacionado con las operaciones de la empresa.
9. General (Gastos e Inversiones Ambientales): Desglose por gastos e inversiones ambientales

Dimensión social.

Impactos sobre aspectos laborales, derechos humanos, sociedad y responsabilidad sobre los productos. El GRI solicita que se reporten los objetivos y políticas relacionados con ésta área así como la forma en la que se evalúa y da seguimiento al cumplimiento de los compromisos en esta materia. Aspectos sociales:

Indicadores del desempeño de Prácticas laborales y ética del trabajo.

1. Empleo

- ▶ Desglose de trabajadores. Número de empleados y rotación media. Beneficios para empleados con jornada completa.
- ▶ Relaciones Empresa/Trabajadores: Porcentaje de empleados por contrato colectivo. Periodos de preaviso relativo a los cambios organizacionales.
- ▶ Salud y Seguridad en el Trabajo: Porcentaje de trabajadores establecidos para ayudar en programas de seguridad y salud. Tasas de ausentismo, enfermedades, días perdidos y víctimas mortales. Programas de

educación y formación para prevención de riesgos. Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales.

- ▶ Formación y Educación: Promedio de horas de formación al año por empleado. Programas de gestión de habilidades y formación continua. Porcentaje de empleados que recibe evaluaciones del desempeño.
- ▶ Diversidad e Igualdad de Oportunidades: Composición de órganos de gobierno corporativo. Relación de salario base de hombres respecto al de las mujeres por categoría profesional.

2. Derechos Humanos

- ▶ Prácticas de Inversión y Abastecimiento: Porcentaje de acuerdos de inversión con cláusulas de derechos humanos. Porcentaje de contratistas y distribuidores objeto de análisis en derechos humanos y medidas al respecto. Horas de formación de los empleados sobre aspectos de derechos humanos.
- ▶ No Discriminación: Número de incidentes de discriminación y medidas adoptadas.
- ▶ Libertad de Asociación y Convenios Colectivos: Medidas para respaldar los derechos de libertad de asociación.
- ▶ Explotación Infantil: Identificación de actividades con riesgo potencial de trabajo infantil y medidas.
- ▶ Trabajos Forzados: Identificación de actividades con riesgo potencial de trabajos forzados y medidas.
- ▶ Prácticas de Seguridad: Porcentaje de personal formado en aspectos de derechos humanos.
- ▶ Derechos de los indígenas.

3. Sociedad

- ▶ Comunidad: Naturaleza, alcance y efectividad de programas y prácticas para evaluar y gestionar los impactos de las operaciones en las comunidades, incluyendo entrada, operación y salida de la empresa.
- ▶ Corrupción: Número o porcentaje de negocios con riesgos relacionados a la corrupción. Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos anti-corrupción. Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción.
- ▶ Política pública: Posición y participación en actividades de políticas públicas. Valor de las aportaciones en especie y efectivo a partidos políticos o instituciones relacionadas.
- ▶ Comportamiento de competencia desleal: Número de acciones relacionadas con causas monopolísticas y contra la libre competencia y resultados.
- ▶ Cumplimiento normativo: Valor monetario de sanciones y multas derivadas del incumplimiento legal y regulatorio.

4. Responsabilidad Sobre Productos

- ▶ Salud y Seguridad del Cliente: Fases evaluadas del ciclo de vida del producto, porcentaje de productos o servicios sujetos a evaluación e impactos de los mismos en la salud y seguridad de los clientes. Número de incidentes derivados del incumplimiento de la regulación legal o códigos voluntarios.
- ▶ Etiquetado de Productos y Servicios: Porcentaje de productos o servicios que requieren información normativa. Número de incumplimientos relacionados con la regulación, códigos voluntarios relativos a información y etiquetado. Políticas de satisfacción al cliente.

- ▶ Comunicaciones de Marketing: Programas de cumplimiento legal o voluntario mencionados en comunicaciones de marketing. Número de incidentes fruto del incumplimiento regulatorio en materia de comunicaciones de marketing.
- ▶ Privacidad del Cliente: Número de reclamaciones fundamentadas, relacionadas con la privacidad del cliente
- ▶ Cumplimiento Normativo. Costo de multas relacionadas con el suministro y uso de productos y servicios de la empresa.

El uso del GRI es responsabilidad del uso que las empresas hagan de la iniciativa.

1.4.3 El Global Compact de las Naciones Unidas

Es una iniciativa del secretario de las Naciones Unidas, Kofi Annan, en la que propone a los líderes de los negocios a unirse a la iniciativa junto con agencias de las Naciones Unidas, sector laboral y social con el fin de apoyar principios sociales y ambientales universalmente aceptados. Se basa en diez principios en las siguientes áreas, derechos humanos, mano de obra, ambiente y anticorrupción. Busca a través de la acción colectiva promover la ciudadanía corporativa responsable con el fin de que las empresas sean parte de la solución a los retos que la globalización representa, de este modo la iniciativa privada a través de las empresas en conjunto con la sociedad ayudarán a la creación de una economía sustentable e incluyente. Es voluntaria y no busca vigilar, hacer cumplir, o medir la conducta o las acciones de las empresas, en su lugar, confía en la transparencia, rendición de cuentas y en el interés propio por las compañías, el sector laboral y la sociedad civil a iniciar y compartir acciones que persigan los principios en los que se basa el Global Compact. (Esto no resulta ser muy efectivo teniendo en cuenta que en ocasiones las empresas serán quienes decidan que les resulta mas conveniente por aplicar, sin tener en cuenta que las áreas de impacto tal vez son diferentes a las elegidas, por un lado se justifica que existen prioridades por atender y que no siempre todas las áreas serán atendidas o mejoradas en función de los principios que el GC ofrece; sin embargo, la discrecionalidad no siempre refleja la decisión por mejorar o equilibrar áreas que puedan estar dañando el ambiente, la economía o a la sociedad)

Se divide en cuatro aspectos que en conjunto suman 10 principios

Derechos Humanos

1: Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales internacionalmente reconocidos dentro de su ámbito de influencia.

2: Deben asegurarse de no ser cómplices en vulnerar los derechos humanos.

Relaciones Laborales

3: Las empresas deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva

4: Apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.

5: Erradicación del trabajo infantil.

6: Abolición de prácticas discriminatorias en el trabajo.

Medio Ambiente

7: Las empresas deben mantener un enfoque preventivo orientado al desafío de la protección medioambiental.

8: Adoptar iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.

9: Favorecer el desarrollo y la difusión de tecnologías respetuosas con el medio ambiente.

Combate a la Corrupción

10: Las empresas deben luchar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno.

El Global Compact es un esfuerzo por asegurar y profundizar el compromiso de los participantes y salvaguardar su integridad, propuso el programa de Comunicación en Progreso (CEP) o Communication on Progress (COP). Este programa sugiere reportar anualmente, las acciones concernientes a los principios tomadas por los participantes del UNGC. El CEP se apoya en el GRI, La Red de Reporte de Sustentabilidad (The Sustainability Reporting Network) y el One Report como una herramienta para poder desarrollar los reportes relacionados con el progreso de las empresas. Por otro lado, el UNGC cuenta con diversos materiales de apoyo para compañías de cualquier tamaño y un libro sobre como la adopción del Global Compact puede ayudar a incrementar el valor de las empresas.

Dentro del programa CEP, existen diversas clasificaciones dependiendo del estatus de reporte de las empresas, las clasificaciones y empresas en México son:

- ▶ Inactivos, son aquellas que en un periodo de 2 años no cumplan con el reporte.
- ▶ “Sin-Comunicar”, por un periodo menor a los dos años.
- ▶ Empresas Notables, son aquellas que se encuentran a tiempo o incluso avanzadas en el reporte.

1.4.4 The Caux Round Table (CRT)

Es una red internacional de líderes de negocios que buscan promover el capitalismo moral basado en principios y la sustentabilidad. Promueve la implementación de los Principios para Negocios CRT, que fundan las bases para el surgimiento de una sociedad global justa, libre y transparente. Los principios buscan aplicar normas fundamentales éticas para la toma de decisiones en los negocios, cuenta con un proceso para incorporar los principios en la cultura de la empresa y entrenamiento en ética para la junta de consejo. Para lograr su objetivo el CRT trabaja para generar conciencia con líderes de opinión alrededor del mundo sobre las oportunidades para atacar la pobreza a nivel global. Busca crear ambientes de negocios en los países desarrollados sugiriendo ciertos principios para los gobiernos y la adopción de normas de conducta para la administración transparente de las instituciones.

Se basa en 7 principios:

Principio 1. La responsabilidad de las empresas: Más allá de los accionistas debe enfocarse hacia todas las personas involucradas en los negocios. La empresa tiene un compromiso por generar riqueza y empleo, así como responder por los servicios o productos que provee; comparte la responsabilidad de forjar el futuro de las comunidades con las que participa

Principio 2. El impacto social y económico de las empresas: Hacia la innovación, la justicia y una comunidad mundial. Deben contribuir al progreso social a través de empleos productivos y ayudando a aumentar el poder adquisitivo de los ciudadanos, contribuyendo a la educación, bienestar social y progreso de las comunidades donde operan mediante el uso eficaz y prudente de los recursos, una competencia libre y justa y apoyados en la innovación tecnológica, marketing y comunicación.

Principio 3. La conducta de las empresas: Debe ir más allá de la letra de la ley, hacia un espíritu de confianza. Basada en la sinceridad, equidad, veracidad, cumplimiento de los compromisos y la transparencia.

Principio 4. Respeto por las reglas. Promover el comercio libre e igualdad de oportunidades en la competencia y un trato justo e imparcial.

Principio 5. Apoyo comercial multilateral. Apoyar los sistemas comerciales multilaterales e internacionales y acuerdos internacionales similares.

Principio 6. Respeto por el medio ambiente. La empresa debe, proteger y cuándo le sea posible mejorar el medio ambiente promover un desarrollo sostenido. Y evitar el despilfarro de recursos naturales.

Principio 7. Prevención de operaciones lícitas. No debe participar ni tolerar en sobornos, lavado de dinero o actos de corrupción.

Los CRT además de los principios, cuentan con normas de conducta de la empresa hacia los siguientes grupos:

- ▶ Clientes, ofrecer calidad en el producto o servicio, conservación del ambiente, respeto por la dignidad y la cultura, especialmente en las campañas de publicidad y estrategias de venta.
- ▶ Empleados, mejorando las condiciones de vida, comunicación respetuosa, no discriminar y proveer seguridad y educación.
- ▶ Propietarios e Inversionistas, debe ofrecerse una gestión, rendimiento justo y competitivo a los inversionistas así como proveer de información clara y transparente.
- ▶ Proveedores, trato transparente en las negociaciones, pagar en los periodos establecidos.
- ▶ Competidores, promover la apertura, no propiciar prácticas ventajosas y respetar los derechos de propiedad.
- ▶ Comunidad, respeto por los Derechos Humanos, apoyo a políticas y gobierno relacionados con el desarrollo, colaborar con la comunidad, promover y estimular la preservación del ambiente, ser un buen ciudadano por medio de donaciones caritativas.

Asimismo, esta iniciativa cuenta con tres proyectos:

Arcturus CSR Innovation, a través de encuestas se reconoce si la organización cumple con los deberes basados en los siete principios del CRT, a su vez se relaciona con los principios del Pacto Global relacionando ambas iniciativas.

K-12 Ethics Initiative, se define como un prototipo de programas para la educación basada en la ética.

Principios para los Organismos No Gubernamentales (ONG's) con el fin de promover la rendición de cuentas y la transparencia.

1.4.5 The Global Sullivan Principles of Social Responsibility

Los principios se originan en Sudáfrica, fueron dictados por el Reverendo Leon H. Sullivan como respuesta al apartheid. Se definen como un código de conducta voluntario que las empresas implementan de manera íntegra y consistente, que busca desarrollar políticas y procedimientos de capacitación y estructuras internas de reporte a través de los cuales se logrará una mayor tolerancia y entendimiento entre las personas y promueve una cultura de paz. Los principios aspiran a contar con empresas y organismos de todos los tamaños, industrias y culturas con el propósito de trabajar por el bien común a través del respeto por la ley y una actitud responsable por parte de las empresas, como un miembro de la sociedad, en los lugares donde las empresas desempeñan sus actividades.

Los principios son:

- ▶ Apoyo a los derechos humanos universalmente aceptados, especialmente en los lugares donde opera.
- ▶ Promoción de la igualdad de oportunidades para todo los empleados y no discrimina.
- ▶ Procura seguridad e higiene en el lugar de trabajo, protege la salud, el ambiente y promueve el Desarrollo Sustentable.
- ▶ Promoción de la competencia justa a través del respeto por la propiedad intelectual. No acepta ni paga sobornos.
- ▶ Trabajo en conjunto con el gobierno y las comunidades para mejorar la calidad de vida.
- ▶ Promoción del uso de estos principios entre aquellos con los que hace negocios.

Empresas como Ford Motor Company y Colgate Palmolive han adoptado estos principios a nivel global.

1.4.6 Series AA1000

Las series AA1000 tienen su origen en 1999, posterior a esto se decidió hacer revisiones de los cuatro puntos anteriores, los cambios suscitados de estas revisiones han sido publicados al paso del tiempo. Estas fueron desarrolladas por AccountAbility, una organización sin fines de lucro establecida desde 1995 para promover prácticas socialmente responsables de las empresas, entre sus miembros figuran ONG's, grupos de investigación y representantes de Brasil, India, Estados Unidos de Norteamérica, África del Sur y Europa.

Se describen a si mismas como un estándar de contabilidad enfocado a asegurar la calidad ética y social de la empresa; a través de establecimiento de procesos que cubren las siguientes etapas:

Planeación: La empresa define y revisa sus valores así como sus objetivos y metas en materia social y ética.

Contabilidad: Se define el alcance del proceso, la información se recolecta y analiza y se desarrollan planes de mejora.

Auditoría y Reporte: Se prepara un reporte sobre los sistemas y desempeño de la empresa, el proceso es auditado por una figura externa. El reporte se hace llegar a los grupos de interés y se obtiene retroalimentación.

Internalización: Se desarrolla un sistema para reforzar el proceso e integrarlo en el día a día de la empresa.

Compromiso con los grupos de interés: En cada una de las anteriores se establece un compromiso con los grupos de interés.

Las series AA1000, se refieren a los procesos dentro de la empresa de contabilidad, auditoría y reporte ético y social.

La selección de iniciativas presentadas, como se comenta al principio se basó en un estudio realizado por la CEPAL entre otros criterios que son; cada una tiene en cuenta los tres ámbitos de sustentabilidad (ambiente, economía y sociedad) vinculadas a la actividad empresarial sea esta de servicios o productos. Por su carácter internacional permiten identificar lo que globalmente se ha hecho y se acepta en distintas partes del mundo considerando las diferencias que pudieran existir entre países en desarrollo y desarrollados. Otro de los criterios que contienen estas iniciativas y que son aspectos en concordancia con la responsabilidad social de las empresas, como la inclusión de una visión estratégica por medio de políticas o compromisos, consideración de grupos de interés, así como el uso de reportes e indicadores. Más adelante en el análisis de estas iniciativas bajo lo que se ha revisado conforma la RSE y el DS, será posible distinguir de todas estas, cuál o cuáles son las que mayor apego tienen a esto último y que servirán como punto de referencia para contraponerlo con el trabajo que en México se hace en este campo. Por último es importante destacar que la elaboración de estas iniciativas en casos incluyeron grupos de diversos sectores, como el académico, empresarial, ONG's y sociedad civil.

Tras hacer una revisión de la teorías se logra identificar que la RSE es una parte estratégica de la empresa en la que se hace necesario determinar que impactos negativos tiene su operación, ante esto se hace esencial que evalúe el contexto y considere a aquellos a los que impacta para finalmente responder, dicha respuesta debe incluirse en el día a día de la empresa. Como sociedad y en el entendido de que hoy día el mundo opera de manera global, la comunicación e indicadores se convierten en un elemento crucial para poder determinar públicamente si la empresa en verdad esta respondiendo por lo que hace. Ante esto no se descarta la existencia de prioridades por atender de acuerdo a las posibilidades de la empresa, las exigencias de sus grupos de interés y el grado del impacto, sin embargo el concepto de RSE exhibe la necesidad de establecer una estrategia que interne y busque que la operación de la empresa tenga los menores impactos negativos o se desarrolle de manera competitiva y eficiente en el marco del desarrollo sustentable. Este último concepto

deja claro que la idea de interrelación, interacción es algo que se debe tener presente si se busca la sustentabilidad.

Las iniciativas resultan la forma práctica de guiar a las empresas en lo que respecta a responder por los impactos que ocasionan, muchas de estas no integran específicamente todo lo que una empresa debiera incluir para formar una estrategia de responsabilidad social empresarial, sin embargo debe alentar a la corporación a emprender acciones que la acerquen a ser responsable tanto social, ambiental y económicamente entre la amplia gama de opciones y acciones las iniciativas ofrecen a mayor o menor profundidad, las bases de una acción responsable, prueba de ello son aquellos tratados mundialmente aceptados como la Declaración de Derechos Humanos o los convenios de la Organización Mundial de del Trabajo, probablemente el mayor reto lo represente la parte económica y ambiental y como esto debe armonizar con la sociedad. Cuidar el ambiente no solo es sembrar árboles para que absorban lo contaminado, es entender como el día a día del producto vendido o el servicio provisto se puede hacer de la mejor forma, de la forma más limpia.

Este capítulo permite entender el panorama de la RSE para posteriormente contar con el punto de referencia para determinar los avances en México.

CAPITULO 2

EL FUTURO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL A TRAVÉS DE ISO 26000

Otras iniciativas han surgido en torno al tema de la RSE, a continuación se expone ISO26000 como una de las mas representativas al momento por ser una norma mundialmente aceptada que engloba diversos esfuerzos a lo largo del tiempo.

deja claro que la idea de interrelación, interacción es algo que se debe tener presente si se busca la sustentabilidad.

Las iniciativas resultan la forma práctica de guiar a las empresas en lo que respecta a responder por los impactos que ocasionan, muchas de estas no integran específicamente todo lo que una empresa debiera incluir para formar una estrategia de responsabilidad social empresarial, sin embargo debe alentar a la corporación a emprender acciones que la acerquen a ser responsable tanto social, ambiental y económicamente entre la amplia gama de opciones y acciones las iniciativas ofrecen a mayor o menor profundidad, las bases de una acción responsable, prueba de ello son aquellos tratados mundialmente aceptados como la Declaración de Derechos Humanos o los convenios de la Organización Mundial de del Trabajo, probablemente el mayor reto lo represente la parte económica y ambiental y como esto debe armonizar con la sociedad. Cuidar el ambiente no solo es sembrar árboles para que absorban lo contaminado, es entender como el día a día del producto vendido o el servicio provisto se puede hacer de la mejor forma, de la forma más limpia.

Este capítulo permite entender el panorama de la RSE para posteriormente contar con el punto de referencia para determinar los avances en México.

CAPITULO 2

EL FUTURO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL A TRAVÉS DE ISO 26000

Otras iniciativas han surgido en torno al tema de la RSE, a continuación se expone ISO26000 como una de las mas representativas al momento por ser una norma mundialmente aceptada que engloba diversos esfuerzos a lo largo del tiempo.

ISO (Organización Internacional de Normalización) se ha dedicado desde 1947 al desarrollo de Normas Internacionales voluntarias con el objeto de añadir valor a operaciones de negocios de diversos tipos; sus publicaciones representan normas de consenso internacional sobre el estado del arte de en cuanto a los temas que tocan.

ISO empezó los trabajos sobre la responsabilidad social a partir de abril de 2001, posteriormente en 2003, se designa el Grupo Consultivo de ISO sobre Responsabilidad Social (SAG), encargado de determinar si ISO debería incursionar en el campo de la RS y agregaría valor a lo ya existente en el tema. Otro grupo de trabajo fue el Consejo de Administración Técnica de ISO (TMB), que con base a las recomendaciones de SAG, propuso otro grupo de trabajo y sub grupos que proporcionara directrices sobre la RS. "El establecimiento del trabajo de ISO sobre la responsabilidad social radica en el reconocimiento general de que la RS (Responsabilidad Social) es esencial para la sostenibilidad de una empresa. Este reconocimiento se expresó, tanto en la Cumbre de la Tierra sobre Medio Ambiente de Río en 1992, como en la Cumbre Mundial de 2002 sobre Desarrollo Sustentable (WSSD) realizada en Sudáfrica". (Borrador ISO 26000, 2006) El hecho de que exista una norma internacional como ISO sobre responsabilidad social empresarial, es probable que atraiga a más empresas al tema y habla de la importancia que éste tiene a nivel global, como ha sucedido con ISO 9000 o ISO 14000, normas de calidad en los procesos y de gestión ambiental respectivamente.

En el siguiente capítulo se exponen lo que a la fecha, son avances sobre la norma ISO 26000 que se refiere a la RSE, es muy importante tener en cuenta las siguientes consideraciones sobre la información contenida en esta sección:

- a) La norma ISO 26000 no pretende otorgar un certificado como lo hace con las otras como ISO 9000 o ISO 14000
- b) El contenido de la norma que se expone corresponde al borrador de la norma y no a la definitiva.
- c) La norma oficial será publicada en 2008.
- e) Se pudiera entender que ISO 14000 por ser de gestión ambiental también debería mencionarse en el capítulo ya que este tema es central en el DS, sin embargo la RSE en el contexto del DS requiere de herramientas amplias en el contenido de sus temáticas.

Los alcances que busca ISO con la norma 26000 son (Borrador ISO 26000, 2006):

- ▶ Asistir a las organizaciones a orientar su responsabilidad social
- ▶ Proporcionar una guía práctica relacionada con, la operatividad de la responsabilidad social, identificar e involucrar a los grupos de interés, incrementar la credibilidad de los informes y reclamos realizados sobre el tema.
- ▶ Acentuar en los resultados del desempeño y mejoras
- ▶ Acrecentar la confianza y satisfacción de los clientes
- ▶ Promover una terminología común en el campo de la responsabilidad social
- ▶ Ser consistente y no estar en conflicto con documentos existentes, tratados y convenciones internacionales y otras normas ISO

El documento proporcionará las directrices sobre lo que las empresas deberían hacer en el campo de la responsabilidad social; en la realización de este trabajo se han incluido diversos miembros de ISO a nivel internacional y nacional, así como de grupos de interés divididos en seis grupos: Consumidores, Gobierno, Industria, Organismos No Gubernamentales, Industria, Trabajadores, y SSRO (servicios, apoyo, investigación y otros).

Al 1° de abril de 2006 el grupo de trabajo incluía 300 expertos de 54 países, entre los que figura México y 33 organizaciones entre las que figuran el Global Reporting Initiative, Social Accountability International, Organization for Economic Cooperation and Development, United Nations for Sustainable Development, Red Puentes.

El proyecto para la publicación de la Norma se compone de cuatro fechas como siguen:

- ▶ Primer cuarto del 2006, primer borrador de trabajo³.
- ▶ Noviembre-Diciembre de 2007, borrador de ISO 26000.
- ▶ Septiembre de 2008, borrador final.
- ▶ Octubre de 2008, publicación de la Norma.

A continuación se exponen los contenidos del borrador de la Norma en materia de RSE. Esta se puede dividir en cuatro grandes temas

- ▶ Evaluación del Contexto
- ▶ Principios
- ▶ Temas
- ▶ Guía de Implementación

2.1 Evaluación del Contexto

En esta sección se abordan las generalidades de la RSE como son, que la empresa identifique los impactos y el contexto en el que opera para que así, puedan asumir y actuar responsablemente, sobre los impactos derivados de sus actividades en la sociedad y medio ambiente. Por otro lado también se habla de la importancia que tiene el gobierno corporativo bajo el que se reconoce que la empresa debe legitimarse así como hacerse responsable. Las organizaciones son vistas a través de una relación de legitimidad otorgada por sectores de la sociedad por medio de la cuál se establece la confianza entre la sociedad y el negocio, con ello ésta última, es reconocida e identificada, lo que facilita la distribución de sus productos o servicios. Otro de los contextos en los que hoy día una empresa se desenvuelve es la Globalización, la Norma se refiere a ella como un fenómeno que ha otorgado poder al sector privado y por ello las expectativas sobre sus responsabilidades son mayores.

³ Con dicho documento fue posible desarrollar este capítulo.

La Norma identifica a las partes interesadas (grupos de interés) como un elemento dentro del tema del contexto de la empresa, la importancia de éstos parte del hecho de que los mayores impactos que la corporación ha tenido son de carácter social en diversos grupos; entre los que figuran clientes, proveedores, personal, pero se acentúa a las ONG's y accionistas. Otro temas que rodea a la empresa es el laboral, la subcontratación y cadena de suministro, desde la perspectiva legal o regulatoria sobre compensaciones, horarios de trabajo, etc., se habla de que la empresa que opera en diversos lugares, es probable que se enfrente a distintos niveles de regulación, sin embargo, la ausencia de éste tipo de lineamientos laborales no debe permitir que se tome ventaja de ello; sino que como parte de las responsabilidades de la empresa ante quienes trabaja, así como los involucrados en la cadena de suministro (proveedores y subcontratistas) se puede actuar más allá de la legislación de la localidad en la que operen. Salud es otro de los tópicos en el contexto de la empresa en el entendido que la salud es muy importante y no simplemente debe ser provista a través de servicios básicos del gobierno, sino que las empresas son responsables de la salud partiendo de sus productos, condiciones y rutinas laborales o inclusive sobre los precios de medicamentos en el caso de las farmacéuticas.

El Desarrollo Sostenible es otro de los temas que rodea a la empresa y sus operaciones, este lo define como la búsqueda del equilibrio entre el desarrollo económico, protección al ambiente y el progreso social, que permita a las actividades humanas continuar dependiendo de los sistemas ambientales. En esto la Norma hace referencia a que existen países en los que aún no se cubren las necesidades básicas (salud, trabajo, vestido), a esto se suma el hecho que la crisis ambiental no ayuda a que la sociedad alcance metas económicas y sociales. Acerca de la crisis ambiental también reconoce la importancia de la problemática por si misma y como las empresas deben reconocer los impactos que ocasionan. El Cambio Climático es un tema que se toca de forma independiente al DS, enfatizando en la necesidad de dejar de depender de fuentes energéticas que derivan en dióxido de carbono y como esto es una responsabilidad de las empresas. Por último, en esta sección de la Norma se habla del Gobierno Corporativo o de la Organización y como las fallas en ello han dado mayor énfasis en la responsabilidad social, por lo que se admite que la "sistematización de la responsabilidad social de las organizaciones...busca construir el interés y las preocupaciones de las partes interesadas dentro del proceso mediante el cuál la organización es dirigida y controlada" (Borrador ISO2600, 2006), que se construye en una corriente ética mundialmente aceptada.

En esta sección sobre el contexto la Norma define el concepto de responsabilidad social refiriéndose a que son las acciones tangibles que una empresa toma sobre comportamientos que identifica, no sobre lo que cree. La responsabilidad social de las organizaciones puede involucrar la consideración de un amplio rango de temas; algunos como medio ambiente o derechos humanos, son fácilmente reconocibles y requieren consideración por parte de las organizaciones socialmente responsables. Sin embargo los temas relevantes son aquellos que pueden ser expresados en términos de una actitud responsable, por lo tanto las acciones que constituyen a la responsabilidad son aquellas integradas a las actividades regulares y actuales de la organización, entendiendo los amplios intereses de la sociedad. Las decisiones sobre las responsabilidades de las empresas no se deciden de forma unilateral sino teniendo en cuenta de que existen expectativas sociales y legales sobre el comportamiento de las empresas y van mas allá de lo que exige la ley, así como

también es responsabilidad de las empresas reconocer aquellos tratados, normas, etc., aceptados internacionalmente como por ejemplo la Declaración Universal de Derechos Humanos. Las acciones que aseguran la existencia de la empresa no necesariamente coinciden con el concepto de responsabilidad social, ya que en algunos casos pueden ir en contra de lo que es deseable para la sociedad en general; "la responsabilidad social se preocupa del comportamiento de una organización con respecto a sus impactos sobre otros y sobre el medio ambiente natural". (Borrador ISO26000, 2006)

Lo que la Norma ISO 26000 expone, refuerza las ideas y conceptos expuestos en capítulos anteriores, la responsabilidad de una empresa está dada por los impactos que causa y no está en ella definir por sí sola cómo responder, sino en conjunto con aquellos que se encuentren afectados, tanto en la sociedad como en el ambiente.

2.2 Principios de Responsabilidad Social

De acuerdo a la Norma son las directrices que ayudan a la empresa a aceptar o no aquellas prácticas políticas, procesos o estrategias para la implementación de la RSE.

Los principios se dividen en:

- ▶ Generales: son aquellos que aplican en cualquier circunstancia como los tratados internacionales, leyes y la inclusión de la visión de las partes interesadas.
- ▶ Substantivos: son aquellos que resultan de la operación de la empresa y se relacionan con el ambiente, los derechos humanos, prácticas laborales que vinculan a los empleados con la empresa, relaciones de comercio justo, temas referentes a los consumidores e involucramiento con la comunidad.
- ▶ Operacionales: se refieren a cómo actúan las organizaciones. Se refiere a la rendición de cuentas, a que exista un sistema de gestión de responsabilidad social, la materialidad de los temas, transparencia en los negocios y ciclo de vida.

2.3 Temas de Responsabilidad Social Empresarial

En esta sección se plantean las áreas de aplicación así como los sub-temas y casos que las empresas u organizaciones han de tener en cuenta para ser socialmente responsables, es importante destacar que la misma Norma hace referencia y reúne en cierto grado los aspectos contenidos en otras iniciativas como las Directrices de la OCDE y el Pacto Global, para ayudar a las empresas a conducirse responsablemente y conjuntar diversos trabajos que ya existen en el área. Las áreas son:

Gobierno de la Organización

- ▶ Inclusión de las partes interesadas.
- ▶ Conducta ética dentro de la empresa.
- ▶ Revelación de información

- ▶ Respeto por la ley en las decisiones que aplican a la empresa
- ▶ Rendición de cuentas sobre la efectividad y eficiencia en la toma de decisiones sobre el ambiente y los recursos naturales.

Ambiente

- ▶ Prevención de la contaminación y reducción del impacto ambiental
- ▶ Prevención del calentamiento global a través del uso de energías que no impacten el ambiente
- ▶ Consumo sostenible de recursos en cuanto a la empresa, eco-diseño y ciclo de vida de productos y servicios, además de uso de la tierra refiriéndose a los asentamientos para operar o vivir.
- ▶ Preservación y restauración de ecosistemas y medio ambiente natural
- ▶ Respeto por generaciones futuras para que puedan hacer uso de los recursos disponibles en la Tierra.

En este tema se encuentran varias coincidencias con los temas de sustentabilidad y aquellos especificados en el GR como son la prevención de la contaminación, la preservación del ambiente, la diferencia estriba en que el GRI cuenta con indicadores para medir los avances, e.g. el peso total de las emisiones directa e indirectas de gases efecto invernadero.

Derechos Humanos

Para la promoción, respeto y protección de la dignidad humana.

- ▶ Derechos civiles y políticos y su nexos con las relaciones laborales.
- ▶ Derechos económicos, culturales y sociales.
- ▶ Derechos laborales fundamentales de los trabajadores.
- ▶ Derechos de las comunidades anfitrionas.

Prácticas Laborales

Los recursos humanos son la fortaleza de las organizaciones.

- ▶ Salud y Seguridad en el trabajo
- ▶ Condiciones de trabajo dignas (e.g. oportunidades de desarrollo, remuneración justa)
- ▶ Desarrollo de Recursos Humanos a través del reconocimiento a las habilidades y potencia de los empleados.
- ▶ Trabajador como ser humano, equilibrio entre la vida personal y la laboral.

Prácticas Operacionales Justas

Relaciones de negocio transparentes.

- ▶ Promoción de actividades éticas y transparentes a través de la inclusión de criterios sociales y ambientales.
- ▶ Promoción de la competencia abierta sin abusar de la posición que se tenga en el mercado.

- ▶ Aplicación de prácticas justas y éticas de suministro y post-suministro de productos y servicios hacia consumidores y organizaciones.
- ▶ Respeto por la propiedad intelectual, derechos de propiedad e intereses de los usuarios.
- ▶ Lucha contra la corrupción.

Consumidores

- ▶ Suministro de información adecuada y exacta a los consumidores.
- ▶ Suministro y desarrollo de servicios y productos beneficiosos para el ambiente y la sociedad.
- ▶ Suministro y desarrollo de productos seguros y fiables.
- ▶ Protección de la privacidad del consumidor.

Involucramiento con la comunidad / desarrollo de la sociedad

- ▶ Impactos del desarrollo en la salud y seguridad de la comunidad, respeto a los recursos culturales y patrimoniales, fomento del empleo local, generación de riqueza, contribuciones tributarias a la economía local e innovación de la tecnología y la ciencia.
- ▶ Involucrar a la comunidad en materia de infraestructura e inversión responsable.
- ▶ Desarrollo de la sociedad, proveer de lo básico para el desarrollo de los seres humanos.
- ▶ Filantropía como acción social y voluntariado.

A través de todo esto se aprecian y repasan los mismos temas y aspectos de las iniciativas expuestas en el primer capítulo, se podría decir que ISO 26000 es en cierta medida una compilación de lo planteado en éstas. La Norma es muy clara en lo que refiere a los temas de la responsabilidad hasta el momento, y precisa algunas actividades que la empresa debe tener en cuenta. Sin embargo, no es puntual en cuánto a la medición de resultados sobre los avances en materia de responsabilidad social y en materia ambiental no lo es respecto a las categorías específicas como el agua, residuos, reciclaje, emisiones a la atmósfera, aunque estos pueden ir implícitos en el ciclo de vida; los temas quedan englobados en el término ambiente. Entre los puntos valiosos además del ciclo de vida, se encuentran la relación de aspectos humanos con laborales, de la salud no sólo como un servicio o cuidado a una enfermedad sino como parte una vida diaria sana. Al parecer todas las iniciativas sobre la responsabilidad social de una forma u otra logran coincidir en los puntos focales que le atañen al negocio, desde la sociedad y el ambiente a raíz de sus productos y servicios, el reto lo representa la medición de estos avances así como la implementación estratégica de la responsabilidad en las actividades de la misma.

ISO 26000 aclara que no necesariamente las acciones de responsabilidad benefician a la empresa y que la sostenibilidad de ésta, no es lo mismo que el desarrollo sostenible o sustentable. Pero no se pierde de vista que una empresa, como principal actor económico, necesita reflexionar sobre su participación en la sociedad y el ambiente, como proveedor de recursos y del medio en el que opera. Con esto se hace imprescindible ceder a encontrar mejores formas y oportunidades para que la corporación siga operando, generando riqueza

productos y servicios en el contexto de las problemáticas presentes y respondiendo ante los que haya ocasionado.

Ante todo esto es importante mencionar lo que la norma indica sobre el tema de la filantropía:

“Mientras la filantropía no esté cercanamente relacionada con el propósito de la organización, puede tener un impacto positivo en la sociedad, pero no puede ser considerada un sustituto al abordar los impactos y actividades esenciales de la organización sobre la sociedad y el medio ambiente” (Borrador ISO 26000, 2006)

Esto confirma que las acciones caritativas, donativos o de ayuda no necesariamente reemplazan, resuelven o previenen aquellas actividades que han causado un efecto en la sociedad y el ambiente, a través de la filantropía la corporación no se vuelve responsable ya que esto requiere del análisis del contexto, una respuesta, el trabajo con los grupos interesados y un plan de trabajo que implique acciones que a la largo plazo se incorporen a las operaciones de la empresa, es a través de esto que se responde, se es responsable y se crea camino hacia la sustentabilidad, misma que no se logra únicamente a través de la selección de buenas causas a las cuales se decide apoyar, sin embargo es importante tener en cuenta que este tipo de actividades posee de un gran valor para la sociedad.

Por último la cuarta sección de la Norma habla sobre:

2.4 Implementación de la Responsabilidad Social en Organizaciones

El objeto de esta sección es guiar acerca de la integración e implementación, cada empresa puede encontrar el modo apropiado a seguir conforme a lo que se recomienda en el capítulo. Al implementar la responsabilidad social empresarial ISO sugiere que se debe tener en cuenta, lo que la empresa hace, cómo lo hace, así como priorizar las actividades de responsabilidad social, conforme al perfil, contexto y vinculación con los grupos de interés.

Entre las acciones se encuentran:

I. Análisis del Contexto

La organización debe definir su perfil social, económico y ambiental, quién es, qué hace, qué busca, objetivos y propósitos. Por otro lado también se recomienda hacer un análisis a través de la identificación, inventario y descripción de aquellas actividades que pueden apoyar la responsabilidad social. Además, se debe de hacer un análisis del contexto de las partes interesadas y de los temas que le faltan por abordar sobre responsabilidad.

II. Integración

Adopción de principios conforme a contexto e integración de la responsabilidad social en la visión, misión, políticas y código de conducta de la empresa así como el desarrollo de objetivos y estrategias.

III. Trabajo con las partes interesadas

Identificarlas, involucrarlas y trabajar con ellas.

IV. Integración en el día a día.

La responsabilidad debe integrarse en las operaciones diarias de la empresa, a través del establecimiento de estructuras dentro de la organización y asignación de recursos, la construcción de capacidades y generar mayor conciencia internamente.

V. Revisión del desempeño para la mejora, control y progreso.

Recopilación y uso de datos que sirvan para la revisión del desempeño y progreso en las metas trazadas. Aquí se hace referencia a la revisión de la alta dirección, como parte del compromiso de la organización.

VI. Comunicación sobre Responsabilidad Social

Provee de una fotografía de la situación y avances de la empresa y debe transmitirse interna y externamente. Se debe asegurar que exista una comunicación efectiva y que el contenido sea sobre RSE; esto también debe incluir la planificación de la comunicación (saber con que recursos se cuenta), la selección de medios y formas de comunicar y que la información que se entregue sea adecuada. Por otro lado se debe tener en cuenta si el informe será público y su periodicidad.

*En todos estos temas aún falta el trabajo sobre los métodos y enfoques, según se anota en la Norma y una guía para las empresas pequeñas.

Este capítulo es una de las partes que refuerza lo que se entiende como la estrategia de RSE, como se expuso en el primer capítulo y que a lo largo de la Norma también se incluyen, la empresa que desee ser responsable, debe por un lado evaluar el contexto, establecer políticas y atender las demandas de los grupos de interés y estos son los elementos que se detallan en este capítulo y que a lo largo de la Norma también se incluyen. Identificar los temas de la RSE en el contexto del DS es probablemente el punto de encuentro de las iniciativas de RSE, sin embargo la parte estratégica es una de las piezas clave para que suceda, algo muy valioso dentro de la Norma es la importancia que se le da a las actividades cotidianas y como estas son inherentes a las responsabilidades, con esto la RSE no se convierte en una actividad que cuándo se reporta se vive y se acumula sino que se garantiza que a través de operaciones responsables automáticamente la empresa deja de tener un impacto no deseado en la sociedad, a la larga la empresa se vuelve responsable socialmente como reflejo de sus operaciones y actitudes.

Sin duda ISO 26000 ofrece una fotografía más amplia de la responsabilidad social, desde el punto de vista teórico reconoce lo que a lo largo del tiempo se ha desarrollado sobre el tema, tal vez se hace necesario profundizar en cuanto a la comunicación y reporte de la información, pero aún es el borrador y falta trabajo por hacer. Por lo pronto es una iniciativa que define ampliamente y orienta sobre las tareas, temas y ámbitos a los que la empresa hoy se enfrenta, probablemente en la sección de métodos se ofrezcan mas herramientas que permitan a la organización contar un timón para implementar lo que sería la RSE.

Las iniciativas ofrecen buenas guías sin embargo el reto para una empresa está en poder identificar, seleccionar e interiorizar todos aquellos aspectos que le atañen y que las operaciones lo reflejen, es por ello que una guía lo mas detallada posible orienta a la corporación sobre dónde y qué buscar.

ISO 26000 enfrenta a la empresa a la situación actual en la sección sobre evaluación, confronta a la empresa a los retos actuales en el mundo y a su vez recomienda una evaluación de entorno específico de la empresa, con esto se tienen en cuenta las consideraciones particulares de las mismas, pero no se deja pasar por alto que existen retos que no se pueden dejar pasar como lo es la sustentabilidad y el desarrollo de todos los seres humanos. Sin embargo, sería interesante ver que sucede ya que ISO 26000 no va a otorgar un certificado; de esta forma una empresa puede ostentar que es socialmente responsable bajo ISO 26000, pero no será posible reconocer a que grado o en que aspectos a menos que cada una se dedique a elaborar un reporte que permita conocer que acciones y en que campos lo hace.

Para cerrar este capítulo, ISO 26000 no se incluye en el análisis que a continuación se expone debido a que no es la norma definitiva.

La información contenida en este documento se tomó del borrador de trabajo de la norma y no puede considerarse o citarse sin notificación a ISO.

CAPITULO 3

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN MÉXICO

La importancia de saber lo que sucede en México, radica en que es un organismo con orígenes filantrópicos (CEMEFI) otorga un distintivo de Empresa Socialmente Responsable a corporaciones que a través de un proceso más adelante expuesto, pueden ostentarse y publicitarse como tal. Es importante entender el esquema de evaluación que se utiliza para distinguir a una empresa y sus responsabilidades y así poder percibir el efecto que esto puede tener en los distintos grupos de interés como consumidores, proveedores, clientes o sociedad en general, así como distinguir entre las actividades altruistas y las que encaminen a la sustentabilidad fundadas en las actividades de respuesta por sus impactos.

3.1 Antecedentes Y Contexto De La Responsabilidad Social En México

En México, para hablar de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es necesario ubicar el tema de la filantropía. Los orígenes filantrópicos datan desde la época de la colonia, cuando la Iglesia toma a su cargo tareas como la educación, salud o alimentación, atendiendo a los sectores menos favorecidos. Con la separación del Estado y la Iglesia, el gobierno retoma dichas responsabilidades, sin embargo, éste pierde la capacidad y no cuenta con suficientes recursos para atender las necesidades de los grupos mas necesitados y es así que las empresas en conjunto con asociaciones civiles, preocupados por atender y apoyar a los sectores marginados, incursionan en el campo de la filantropía, como parte de una de las responsabilidades de la empresa, para apoyar o regresar lo que ha tomado de la sociedad. (Musi, 2001)

Entre las organizaciones preocupadas por atender ciertos problemas sociales, se distinguen algunos grupos de empresarios que empiezan a unir esfuerzos para cubrir algunos sectores y necesidades; marcando las primeras trazas de responsabilidad social.

En el terreno de los negocios es posible identificar varios ámbitos en los que se empieza a abordar el tema.

Entre las organizaciones se identifican:

- ▶ Unión Social de Empresarios en México (USEM). Fundado en 1957 con el objetivo orientar ética y socialmente la conducta del empresario a través de la visión cristiana. Esta organización ha contado con nombres reconocidos en el contexto empresarial mexicano como lo es la familia Servitje o Azcárraga. Cuenta con varios afiliados entre las que se destaca AliaRSE, de la cuál se habla mas adelante.
- ▶ Fundación del Empresariado Chihuahuense (FECHAC). Se fundó en 1990, su misión es “lograr mejores oportunidades para el desarrollo humano y social de los chihuahuenses” y su visión para 2025 es “ser una institución líder en responsabilidad social, sustentable y efectiva”. Cuenta con diversos programas, entre ellos el de RSE.
- ▶ Comité Nacional de Productividad e Innovación Tecnológica A.C. (COMPITE). Establecida en 1997 con el fin de promover la productividad, procesos de calidad y responsabilidad social en empresas de micro a medianas a través de la tecnología para así mejorar su competitividad. Cuentan con un programa de consultoría en Responsabilidad Social e Integridad, en coordinación con grupos públicos y privados. Con ello se busca apoyar a las empresas aspirantes a ser socialmente responsables. La metodología que utilizan abarca ocho aspectos; valores de la empresa, asuntos laborales, derechos humanos, impacto a la sociedad, partes interesadas, medio ambiente, medidas anticorrupción y rentabilidad, primero realizan un diagnóstico sobre el modelo que tienen de RSE y con base a ello determinan los tiempos y costos de la implementación, posteriormente se asesora en lo que a la implementación y documentación se refiere; COMPITE recomienda

que después de este proceso un consultor externo revise el sistema administrativo de RSE y si la empresa lo desea obtener certificación internacional. Entre las ventajas que COMPITE destaca sobre la adopción de un modelo de RSE, se encuentran, la permanencia en el mercado, la confianza de clientes y proveedores y la lealtad de los empleados, entre otras.

▶ Red Puentes. Asociación de Organismos No Gubernamentales (ONG's) Latinoamericanos para la promoción de la Responsabilidad Social Empresarial. En México data desde Julio del 2002; asume la Responsabilidad Social desde la perspectiva de los derechos ciudadanos y sociedad civil. Apoyados por la agencia holandesa Oxfam NOVIB, dedicada a combatir la pobreza desde 1953. Red Puentes trabaja en México con las siguientes fundaciones CAMPO, CIDHAL, Comercio Justo México, Enlace, Fundación Voces y Rostros, Querétaro, FAT, Fundación Comunidad, GEA. Entre las actividades de la Red se encuentran: Impulsar la participación activa de los ciudadanos y de organizaciones de la sociedad civil de los países de América Latina, en el desarrollo de una cultura y prácticas responsables de las empresas locales y multinacionales. Lograr una mayor incidencia de las concepciones, propuestas y acciones de las organizaciones ciudadanas y civiles de los países de América Latina por la Responsabilidad Social Empresarial.

▶ IDEA RSE. La Universidad Anáhuac, Instituto de Desarrollo Empresarial Anáhuac (IDEA) en conjunto con el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) son los encargados de ejecutar un programa de Responsabilidad Social Empresarial. El proyecto inició en 2004 y está enfocado a las Pequeñas y Medianas Empresas (PyME) dentro de la cadena de valor de empresas más grandes, con el fin de poder desarrollar la RSE. Además de los organismos mencionados anteriormente existen otros tres que trabajan con IDEA RSE; Fundación Mexicana para la Innovación y Transferencia de Tecnología en la Pequeña y Mediana Empresa, FUNTEC, A.C., American Chamber of Commerce of Mexico, A.C., Secretaría de Economía, fondo PyME .

▶ Alianza Cemex y Tecnológico de Monterrey – Cátedra Cemex. Inició en 1990 con expertos de CEMEX que empezaron a impartir clases a través de la Universidad Virtual del Tec de Monterrey. El objetivo es fortalecer y promover la educación continua entre adultos, a través de video conferencias y cursos en línea como el de Visión Estratégica de la Ciudadanía Corporativa en el que se explican las principales estrategias y los beneficios de la RSE como herramientas de competitividad. Actualmente cuentan con un curso en el contexto de la RSE en línea en conjunto con el Banco Mundial y la American Chamber of Mexico denominado Responsabilidad social empresarial y competitividad sostenible. Este curso se imparte desde otra iniciativa de CEMEX y el Tec de Monterrey. Los Centros Comunitarios de Aprendizaje y la Red educativa para el Desarrollo Sustentable, bajo el mismo esquema que las cátedras.

▶ Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI) Fundado en 1988 en la Ciudad de México, su misión es "promover la cultura filantrópica y de responsabilidad social en México y fortalecer la participación organizada de la sociedad" (CEMEFI, 2006). En materia de RSE el proyecto inició en el 2000 cuándo el CEMEFI invita a

el Consejo Coordinador Empresarial (CCE), la Confederación Patronal de la República Mexicana (COPARMEX), la Confederación USEM (Unión Social de Empresarios de México) y Desarrollo Empresarial Mexicano (DESEM, ahora Impulsa) a participar en el Tercer Congreso de Responsabilidad Social en las Américas. En 2001, se constituye la Alianza por la Responsabilidad Social Empresarial (AliaRSE) para "Promover la adopción y el cumplimiento de la Responsabilidad Social entre las empresas y empresarios mexicanos". En 2003, se une la Confederación de Cámaras Industriales de los Estados Unidos Mexicanos (CONCAMIN). Actualmente, AliaRSE es presidida por la CCE y es miembro de Forum Empresa. Esta última es una alianza entre empresas en las Américas con el fin de promover la RSE.

Otra de las formas en las que en México se aborda el tema es a través de Foros, Congresos y Publicaciones.

- ▶ Compartamos Ideas (1988). Primera reunión en América Latina organizada por la FECHAC entre gobierno, empresas y sociedad civil de EUA, Gran Bretaña, Perú, Colombia, El Salvador y México, para atacar e impulsar proyectos de desarrollo social.

- ▶ Foro Trinacional sobre Inversión Social (1995). Celebrado entre Canadá, Estados Unidos y México con el fin de promover que las decisiones de inversión se tomen con base a criterios socialmente responsables, entre otros.

- ▶ Sociedad para la Prosperidad (2002) Entre Estados Unidos y México para la promoción de inversión en zonas marginadas

- ▶ Tercer Congreso de Responsabilidad Social en América (2002) Con Cede en la Ciudad de México, el tema de dicho congreso fue "La Empresa Gira hacia el Desarrollo Social"

En el sector empresarial a continuación algunas de empresas pioneras en proyectos relacionados con el tema a través de la creación de fundaciones o acciones diversas. Se cuenta con algunos proyectos relacionados con la RSE; a continuación se mencionan algunos. (Expansión, 2000) (Boletín de Filantropía Empresarial, 1999)

- ▶ En 1982 Cementos Apasco (Europa-México). Realizó proyectos comunitarios agropecuarios, forestales y de preservación del ambiente, involucrando a los miembros de las mismas con el fin de lograr que fueran sostenibles.

- ▶ En 1993 Janssen-Cilag Farmacéutica (Europa). En México implementa un programa de Recursos Humanos con el fin de mantener a los empleados comprometidos y motivados.

► En 1994 BodyShop (Gran Bretaña). Fundada en 1976 llegó a México en 1994 como franquicia; la filosofía de la tienda era la responsabilidad social y los principios del desarrollo sustentable. Dentro de las políticas de la empresa estaba el reciclaje, ahorro de energía así como el apoyo a comunidades productoras de las mercancías. Un caso es el de la comunidad oaxaqueña “Mazunte”, en la que se producían productos para la tienda y se les asesoraba para que pudieran ellos producir, administrar y comercializar sus productos y así desarrollar comunidades sustentables. Otros de los postulados de BodyShop son el respeto por el ambiente, la diversidad étnica y religiosa entre otras. A nivel mundial cuenta con una fundación y trabaja bajo los mismos propósitos sobre el ambiente y las personas. Al comprar algunos de sus productos se apoya a comunidades alrededor del mundo.

► En 1996 Danone México (Europa). Se destina un porcentaje de la venta a crear fondos para apoyar a niños huérfanos, con cáncer, indígenas y discapacitados, como resultado de una política corporativa.

► En 1998

Ceras Johnson (E.U.A): organizó la siembra de árboles en una reserva ecológica del Estado de México con un grupo de empleados, con el objetivo de trabajar por la preservación y a la vez concientizar a los empleados. Ese mismo año, adoptó a las martuchas (mamífero parecido al zorro) del zoológico de Zacango teniendo a su cargo la preservación y alimentación de la especie.

ALFA Corporativo (México): Reforestación del Parque Ecológico Chipinque. Y organizó un concierto para recabar fondos con el fin de apoyar la misma causa.

Nestlé (Europa): A través de Espacios Naturales destinó un porcentaje de las ventas de agua embotellada a la reforestación de bosques.

Hewlett Packard (E.U.A): Campaña para recolectar cartuchos vacíos de sus impresoras y con ello evitar daños a la salud y al ambiente.

Actualmente existen algunas empresas mexicanas y transnacionales operando en México, que forman parte o se apoyan en algunas de las iniciativas internacionales mencionadas en el punto 2.4, entre ellas se encuentran:

► Global Compact

De acuerdo a su estatus.

Inactivas: Grupo Concord y Scanner Marketing Estratégico S.A.

Sin Comunicar: BBVA Bancomer México.

Empresas Notables: por estar a tiempo o incluso avanzadas en el reporte, en el caso de México las empresas calificadas son CEMEX y Riqras (Empresa mediana originaria de Tabasco del sector alimentos y bebidas, que en su compromiso con el desarrollo sustentable y el Pacto Mundial cuenta con un reporte basado en los 10 principios, esta empresa no ostenta el distintivo de Empresa Socialmente Responsable (ESR)).

- ▶ Caux Round Table

A través de una organización afiliada llamada AVAL (Administración por Valores).

- ▶ Series AA1000

British American Tobacco Mexico. A 2006, no hay registro de que le haya sido otorgado el distintivo de ESR.

3.2 Responsabilidad Social Empresarial y el CEMEFI

En México el concepto de RSE ha ido evolucionando poco a poco, entre las responsabilidades que se le atribuyen a la empresa, la filantropía sigue siendo una acción clave.

En un estudio comparativo entre 1993 y 1998 realizado por el CEMEFI y el ITESM, denominado Los Factores que Impactan a las Empresas para el Desarrollo de la Filantropía Corporativa, cuyo objetivo era conocer que era lo que motivaba a las empresas a realizar acciones de tipo filantrópico los resultados fueron:

En 1993, alrededor del 83 % de los participantes (57 empresas) respondieron que las razones que motivan a una empresa a realizar acciones filantrópicas son por responsabilidad social. Posteriormente en 1998 se realizó el mismo estudio; en esta ocasión el 88% (52 empresas) de los encuestados respondieron que una de las razones primordiales por las que las empresas realizan actividades filantrópicas respondió que por responsabilidad social. Otros datos relacionados con el tema indican que en 1993 la mayoría de los donativos eran decididos por los altos ejecutivos o directores, para 1998 la facultad fue delegada a ejecutivos de rangos intermedios o ubicada en órganos específicos. Estos resultados remiten a las teorías expuestas en el primer capítulo en lo referente a la discrecionalidad de la empresa y que éstas tienden a confiar las decisiones de donativos en la alta dirección o a ejecutivos intermedios u órganos específicos y que en cierta medida la filantropía es una actividad deseable dentro de la RSE, pero no la base, por lo que se puede percibir sobre este estudio que en México aún se habla de filantropía como sinónimo de RSE y que la decisión no está dada por la gama de actividades en el campo, sino por la causa que el responsable de los donativos decida apoyar, dejando de lado los impactos, la evaluación del contexto, etc.

Posteriormente, el CEMEFI desarrolla un método de autodiagnóstico en el que se abarcan mas temas con el fin de otorgar el distintivo de empresa socialmente responsable; sin embargo, es importante notar que la RSE es un concepto mucho más amplio en el que la filantropía o inversión social forman sólo una pequeña parte de la RSE, especialmente si a través de ésta se busca la orientación de la empresa en materia de Desarrollo Sustentable

En 1997, la RSE empieza a tener mayor difusión, debido al surgimiento de un programa sobre este tema; el objetivo fue asesorar y apoyar a las empresas para que a través de prácticas de responsabilidad social empresarial alcanzarán la excelencia y con ello se tuviera un impacto positivo en la sociedad (FolletoRSE,CEMEFI). Más adelante, en el 2001, el CEMEFI empieza a otorgar el Distintivo de Empresa

Socialmente Responsable (Figura 5) logrando con ello la expansión del tema ya no solo entre corporaciones sino con la sociedad en general. Prueba de ello es que hoy día se hace posible identificar el logotipo en páginas de Internet, correspondencia corporativa, bolsas del supermercado, entre otros, de aquellas empresas que se les ha otorgado el distintivo.



Figura 3. Distintivo de Empresa Socialmente Responsable (CMEFI, 2006)

Este distintivo se otorga anualmente a las empresas, a través de proceso⁴ que incluye un cuestionario de autodiagnóstico y materiales de sustentación que se presentan junto con éste; son verificados únicamente por el Comité Técnico de RSE y monitores designados para el proceso y se maneja discreta y confidencialmente. El Comité se encuentra integrado representantes de las organizaciones promotoras, miembros del Comité Responsabilidad Social Empresarial y un grupo de expertos profesionales, el Distintivo ESR se otorga a las empresas que superen un mínimo de puntos determinados previamente y asuman públicamente el compromiso con el Decálogo de ESR. El distintivo puede ser retirado en caso de que se verifique que la información provista es falsa o que la empresa no cumple con las conductas y compromisos relacionados. Al igual que por el uso engañoso del mismo. (ESR, 5ª Ed.)

El CEMEFI define la RSE como 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 de todos los participantes en lo económico, social o humano y ambiental, demostrando el respeto por los valores éticos, la gente, las comunidades y el medio ambiente, para la construcción del bien común”. Se afirma que la RSE involucra aquellas actividades y decisiones de gestión empresarial que son voluntarias y que van más allá de las obligaciones legales y se reconoce que no es filantropía. Por otra parte, afirma que las acciones que una empresa realiza en materia de RSE deben ser medibles y dar lugar a su difusión con el ánimo de divulgar los buenos ejemplos y las mejores prácticas. Por esta razón es importante que la medición del desempeño se haga de manera confiable, conteniendo indicadores cuantitativos y cualitativos que den prueba de la generación de valor. (Cajiga, J.F. 2006)

Los principios en los que sustentan la RSE de acuerdo al CEMEFI son:

- ▶ Respeto a la dignidad de la persona y fomento de su desarrollo integral
- ▶ Solidaridad con todos y en especial, hacia los menos favorecidos, subsidiariedad en la interacción para buscar continuamente la creación de condiciones y oportunidades que favorezcan el auto desarrollo.
- ▶ Contribución al bien común
- ▶ Corresponsabilidad

⁴ Para Mayor detalle sobre los procesos, consultar el Anexo III

- ▶ Confianza
- ▶ Transparencia
- ▶ Justicia y equidad
- ▶ Corresponsabilidad

Para el CEMEFI la RSE se ejerce en cuatro ámbitos estratégicos:

- ▶ Ética empresarial (Vivir los valores y desempeñarlos éticamente) Supone honestidad y transparencia empresarial, como las bases de una relación sólida entre empresas, proveedores, clientes, etc., y a su vez permite resolver conflictos con base a principios guía en la toma de decisiones.
- ▶ Vinculación de la Empresa con la Comunidad (Involucrarse con las comunidades en las que opera). A través de la identificación y monitoreo de las expectativas públicas que la comunidad tiene de ella, del compromiso y la presencia pública por medio de las estructuras civiles y políticas. Busca la sinergia entre la empresa, el gobierno y organizaciones de la sociedad civil con el fin de poder multiplicar resultados a los problemas sociales.
- ▶ Calidad de Vida en la Empresa (Promover y establecer la calidad de vida de la empresa como prioridad). Propiciar el desarrollo humano y profesional basado en el empleo, productividad, balance familia y trabajo, seguridad, calidad de vida, igualdad de oportunidades.
- ▶ Cuidado y Preservación del medio ambiente. (Cuidar y preservar su entorno, los recursos y el medio ambiente). Teniendo en cuenta los factores ambientales conforman parte de la toma de decisiones de la empresa a través del respeto al medio ambiente, optimización de recursos, previniendo la generación de desperdicios o desarrollando procesos de reciclaje.

El cuestionario de autodiagnóstico (ANEXO II) aplicado en 2005 para obtener el distintivo en el 2006, se divide en cuatro secciones, de acuerdo a lo anterior y desarrolla preguntas sobre los siguientes puntos:

Calidad de Vida en la Empresa

- ▶ No discriminación (contratación, promoción, remuneración y división de trabajo)*
- ▶ Condiciones de despido
- ▶ Rechazo al trabajo Infantil*
- ▶ Remuneraciones, compensaciones, sueldos y liquidaciones justas.
- ▶ Desarrollo y respeto al personal; ambiente de trabajo ético y de confianza
- ▶ Horario de Trabajo y Flexibilidad para asuntos personales y equilibrio trabajo-familia.
- ▶ Comunicación interna de la empresa
- ▶ Condiciones adecuadas de trabajo, seguridad e higiene
- ▶ Rechazo a las medidas correctivas agresivas o coercitivas.
- ▶ Incremento en el empleo femenino y otros grupos minoritarios
- ▶ Libertad de asociación *

Ética y Gobierno Empresarial

I. Empresa:

- ▶ Responsable del desempeño y promoción ética.
- ▶ Conocimiento y respeto por la Declaración de Derechos Humanos.*
- ▶ Establecimiento de código de conducta*, establecimiento, publicación aplicación entre clientes, competidores y proveedores; mecanismos ante el incumplimiento y aseguramiento del cumplimiento.
- ▶ Transparencia y corrupción.
- ▶ Rechazo al patrocinio de eventos en contra de la dignidad de la persona

II. Consumidor:

- ▶ Información respetuosa en cuanto al producto o servicio, su publicidad y comercialización
- ▶ Cumplimiento de obligaciones y compromisos con terceros.
- ▶ Evaluación del personal en materia de ética.

III. Clientes:

- ▶ Atención a necesidades y comentarios a través del desarrollo de productos o servicios monitoreando la calidad.

IV. Responsabilidad Social:

- ▶ Planeación estratégica y misión con enfoque de Responsabilidad Social.
- ▶ Promoción de la cultura de RSE ante proveedores.
- ▶ Definición, determinación y publicación de alcances.

V. Producto y/o servicio:

- ▶ Relación del producto o servicio con causas sociales.
- ▶ Cumplimiento de los estándares de seguridad.
- ▶ Retiro del producto en caso de emergencia.
- ▶ Información suficiente sobre el mismo
- ▶ Publicidad honesta.

Vinculación con la Comunidad

I. Comunidad:

- ▶ Fundación, instancia, puesto o sistema responsable del otorgamiento de donativos y vinculación con la comunidad.
- ▶ Designa parte del presupuesto o de las utilidades antes de impuestos a programas de vinculación
- ▶ Identificación y monitoreo de asuntos importantes para la operación y reputación de la empresa
- ▶ Establecimiento de relaciones de confianza
- ▶ Planes basados en los temas de interés y objetivos de la comunidad
- ▶ Visión de la empresa respecto a la comunidad
- ▶ Promoción del bienestar económico y social
- ▶ Apoyo con recursos no financieros a manera de inversión social.
- ▶ Desarrollo de proveedores locales

- ▶ Lineamientos para otorgar apoyos
- ▶ Establecimiento de canales de diálogo
- ▶ Sistemas de soporte, comunicación e institucionalización de objetivos
- ▶ Compromiso de la dirección y asignación de funciones para cumplimiento de objetivos
- ▶ Proceso externo de evaluación de impacto de las estrategias.
- ▶ Establecimiento de medidas para evitar impactos negativos
- ▶ Establecimiento de alianzas para programas de beneficio

II. Filantropía:

- ▶ Información interna sobre actividades.
- ▶ Integración y respaldo a iniciativas del personal.
- ▶ Investigación sobre las organizaciones que apoya.
- ▶ Promoción de acciones específicas entre empleados, proveedores, acreedores, clientes e instituciones.

III. Causas sociales:

- ▶ Afines al negocio e intereses
- ▶ A través de la promoción de productos y servicios.
- ▶ Inclusión de información en el reporte anual de acciones y contribuciones.
- ▶ Indicadores sociales para medición del desempeño de donativos e inversión comunitaria.

Cuidado y Preservación del Ambiente

I. Empresa:

- ▶ Toma de decisiones asumiendo responsabilidades ambientales*
- ▶ Informa sobre los impactos relacionados con su producto o servicio
- ▶ Alienta, ofrece retribuciones a las propuestas ambientales así como promover la conciencia ambiental entre los empleados y proveedores.
- ▶ Anticipa el aprovechamiento de recursos y retos ambientales*
- ▶ Resuelve problemas ambientales relacionados con el producto
- ▶ Trabaja con clientes y proveedores sobre el cuidado del ambiente
- ▶ Técnicas ecológicas en la construcción y equipamiento.
- ▶ Porcentaje del presupuesto para conservación y protección.
- ▶ Promoción y uso de tecnologías amigables*.
- ▶ Compromiso público. Fijación de metas.
- ▶ Procesos de medición de impactos
- ▶ Agua: Bajo consumo y tratamiento de aguas residuales mas allá de la norma.
- ▶ Energía: Uso y consumo bajo y eficiente
- ▶ Papel: Empresa sin papel
- ▶ Residuos: Separación de residuos orgánicos e inorgánicos
- ▶ Reciclaje: De productos y desechos, uso de insumos reciclados y de mobiliario o equipo por medio de donativos.

► Desarrollo Sustentable: Compromiso público hacia el Desarrollo Sustentable; inclusión del tema en los objetivos de la empresa

Nota: Los puntos marcados con un asterisco son los que se encuentran sustentados en el Global Compact

Como resultado de este diagnóstico el CEMEFI ha otorgado el distintivo a partir del 2001 a las siguientes empresas en los últimos dos años (Tabla 4, Tabla 5 y Tabla 6)

Tabla 4. Empresas que recibieron el distintivo en 2005 de Empresa Socialmente Responsable

Distintivos Otorgados en 2005				
Por 5° año	Por 4° año	Por 3er año	Por 2° año	Por 1er año
Galaz, Yamazaki, Ruíz Urquiza (Deloitte)	American Express Comapny México	Danone de México	Agrícola Tarriba	ACCOR
Grupo Angeles Servicios de Salud	Cía. Mexicana de Aviación	Diconsa	ITESM Campus Cuernavaca	Agrícola San Isidro de Culiacán
Grupo Bimbo	Grupo TELMEX	Financiera Independencia	Jugos del Valle	Amanco México
Grupo Financiero BBVA Bancomer	Hipotecaria Su Casita	FinComún Servicios Financieros	Integral de Coatzacoalcos	Arancia Industrial
Hewlett Packard de México	Industrias Peñoles	Ford Motor Company México	CEMEX	Auto Ahorro Automotriz (Planfia)
Holcim Apasco	Inmobiliaria Parque Reforma	General Electric México	Desarrolladora Homex	Avantel
S.C. Johnson & Son	Janssen-Cilag México	Hipodtecaria Crédito y Casa	Office Coffe Service	Coca Cola FEMSA
Shell México	Parque Garrafón	Interprotección, Agente de Seguros y Fianzas	Wyeth	Comisión Federal de Eelctricidad División Centro Sur
Supermercados Internacionales HEB	Parque Xel-Há	J.P Morgan Grupo Financiero	Grupo Nacional Provincial	Cooperativa Cruz Azul
The Coca Cola Export Corporation	Universal Productora	Manpower	Parque Xcaret	FEMSA Empaques
Wal-Mart México		Merck, Sharp & Dohme de México	Nestlé México	Gamesa-Quaker
Zimat Consultores		Novartis	ADO y Empresas Coordinadas	Grupo Financiero Santander Serfin
		Pfizer	Comisión para la Regularización de la Tenencia de la Tierra (Corett)	Grupo Industrial Lala
		Philips Mexicana	Seguros Monterrey New York Life	Interceramic
			Administración Portuaria	ISPAT Mexicana
			Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías (Fonart)	ITESM Campus Monterrey
			Embotelladora Arca	Mc Donald's de México
			Boeringer Ingelheim Prometo	Metlife México
				Microsoft de México
				Mittal Steel Lázaro Cárdenas
				Monex Grupo Financiero
				Nadro
				Nextel de México
				Nueva Agroindustrias del Norte
				OXXO FEMSA Comercio y Promoción

			Telefónica México	Móviles	Operación (Prosa) Sodexho México Via Delphi
			ITESM Campus de México	Estado	

(CEMEFI,2006)

Tabla 5. Empresas que recibieron el distintivo de Empresa Socialmente Responsable en 2006

Distintivos Otorgados en 2006					
Por 6° año	Por 5° año	Por 4° año	Por 3er año	Por 2° año	Por 1er año
Galaz, Yamazaqui, Ruiz Urquiza (Deloitte)	Janssen-Cilag México	Diconsa	Administración Portuaria	ACCOR	Agrícola Chaparral
Grupo Bimbo	American Express Company México	Financiera Independencia	Integral de Coatzacoalcos	Agrícola San Isidro de Culiacán	Agrícola Gotsis
Grupo Financiero BBVA Bancomer	Hipotecaria Su Casita	FinComún Servicios Financieros	ADO y Empresas Coordinadas	Amanco México	América Latina Tecnología México (Altec)
Holcim Apasco	Universal Productora	Ford Motor Company México	Boeinger Ingelheim Prometo	Arancia Industrial	Amway
S.C. Johnson & Sons.	Industrias Peñoles	General Electric México	CEMEX México	Auto Ahorro Automotriz (Plantía)	Bonafont
Shell México	Inmobiliaria Parque Reforma	Grupo Jugos del Valle	Ceuta Produce	Avantel	Bridgestone Firestone
The Coca Cola Export Corp.	Parque	Hipotecaria Crédito y Casa	Cinopolis	Coca Cola FEMSA	Cadbury Adams
Wal Mart México	Grupo Telmex	Interprotección, Agente de Seguros y Fianzas	Comisión para la Regularización de la Tenencia de la Tierra (Corett)	Comisión Federal de Electricidad Div. Centro Sur	Cadbury Schweepes Caribe y Latinoamérica Bebidas
Zimat Consultores	Cía Mexicana de Aviación	J.P Morgan Grupo Financiero.	Desarrolladora Homex	Cooperativa Cruz Azul	Cleverttech
	Parque Garrafón	Manpower Merck, Sharp & Dohme de México	Embotlladora Arca	FEMSA Comercio Oxxo FEMSA Insumos Estratégicos	Comisión de Acceso a la Información Pública de Nuevo León
	Parque Xel-Há	Novartis	Grupo Modelo, Cías de Servicios	Gamesa-Quaker	CFE División Centro
		Pfizer	Grupo Nacional Provincial	Grupo Financiero Santander Serfin.	CFE División Centro Occidente
		Philips Mexicana	Nestle México		CFE Regional de Transmisión Sureste
			Office Coffee Service		

			Parque Xcaret	Grupo Industrial Lala	Consortio Ara
			Seguros Monterrey New York Life	Grupo Via Delphi	Corporación GEO

(CEMEFI, 2006)

Tabla 6. Empresas que no obtuvieron el distintivo de 2005 a 2006

Empresas Que No Obtuvieron el Distintivo					
Grupo Ángeles Servicios de Salud		Danone de México	Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías (Fonart)	Promoción y Operación (Prosa)	
Supermercados Internacionales HEB				FEMSA Empaques	
Hewlett Packard de México				Mittal Steel Lázaro Cárdenas	
				ISPAT Mexicana	

Elaborado por: Olga González, 2006

A través de la revisión de las principales iniciativas intencionales de RSE se reconocer que en materia de iniciativas, la gama de opciones es muy amplia. Sin embargo, como consecuencia de esto, se hace necesario identificar aquella que contenga la mayoría de elementos referidos en las teorías de la RSE y ámbitos del DS, para asegurar que le empresa se encamine a la sustentabilidad a través de la RSE. Por el otro parte, en el caso de México, después de entender lo que hace el CEMEFI y analizarlo frente a la iniciativa internacional mas desarrollada, es posible identificar el estatus de la responsabilidad social y los temas sustentables en el contexto de los negocios que aquí operan.

Para concluir:

Una empresa Socialmente Responsable debe tener en cuenta cómo sus operaciones impactan en el interior y al exterior. En este mismo sentido, ser conciente no es suficiente, es necesario tener una estrategia de respuesta que en el largo plazo busque prevenir dichos impactos. En la consideración de respuestas se hace necesario incluir a los grupos afectados por dichos impactos con el objeto de que las soluciones proyecten un beneficio común.

Además de esto, una empresa socialmente responsable

- ▶ Evalúa el contexto, incluye las expectativas de los grupos de interés y atiende sus demandas como parte de la estrategia de la empresa.
- ▶ Diseña planes y políticas para institucionalizar las acciones al respecto.

Estas dos van relacionadas debido a que una forma de responder puede ser desde los planes y políticas que permitan ejecutar internamente los procesos y acciones resultado de las demandas de los grupos de interés (*e.g.* avance en la disminución de emisiones de CO₂ a la atmósfera).

- ▶ Hace públicos los resultados de este ciclo, preferentemente a través de un reporte e indicadores que permitan conocer la evolución en materia de RSE. Estos ayudan a evitar que las soluciones o respuestas se simplifiquen y crea un vínculo de comunicación entre los grupos de interés y la sociedad en general. Un reporte permite distribuir la información bajo un esquema ordenado, que informa y comprueba las acciones, compromisos y avances de RSE orientados al DS.
- ▶ Se puede apoyar en las acciones filantrópicas, sin embargo filantropía no es sinónimo de RSE.

Todo esto encuentra su relación con el DS en la medida en que se reconoce que la empresa como actor económico, mismo que a través de su operación impacta al ambiente, la sociedad. Entendidos los ámbitos de la sustentabilidad, así como su constante interdependencia e interacción, se hace posible definir las áreas a tener en cuenta por parte de la empresa por un lado y por otro se reconocen las consecuencias que a la fecha han tenido sus operaciones, los indicadores de sustentabilidad de las Naciones Unidas marcan una pauta para entender los temas y sub-temas a los que debe referirse una empresa.

Actualmente, se cuenta con diversas iniciativas internacionales que buscan servir de parámetro para aquellas empresas que buscan una fórmula o guía en la materia; estas guías aplican en todos los casos y en todos los países, todas las empresas están invitadas a colaborar en el grado que le sea posible dentro de los parámetros de la RSE y del DS. Sin embargo, es importante tener en cuenta que la RSE en el marco del DS, no es una actividad estática y significa compromisos y avances de mayor o menor escala al paso del tiempo.

Todos estos elementos brindan la pauta para entender que es la RSE, seleccionar la mejor iniciativa de RSE en el campo del DS y con ello desarrollar una óptica a través de la cuál sea posible analizar lo que hoy en México, conforme al CEMEFI, se distingue como Empresa Socialmente Responsable.

CAPÍTULO 4

METODOLOGÍA

Hipótesis de la investigación:

La iniciativa del CEMEFI, a través del cual se otorga el distintivo de Empresa Socialmente Responsable en México, en comparación con las iniciativas internacionales que permiten medir los avances en esta materia; carece de algunos de los elementos base considerados por las iniciativas para ser identificada como empresa socialmente responsable.

Para lograr el objetivo de la investigación se hizo lo siguiente:

1. De las Iniciativas citadas por Núñez (2003) para el análisis se omitieron los Equator Principles por estar orientados específicamente al sector financiero y se incluyeron los AA1000 por ser una iniciativa que aplica a diversos sectores empresariales, quedando los siguientes (Tabla 7):

Tabla 7. Principios u Objetivos que motivan a las Iniciativas

Iniciativa	Principio
AA1000	Busca apoyar el aprendizaje organizacional y el desempeño social, ético, ambiental y económico con el fin de encaminar a la contribución de las empresas hacia el desarrollo sustentable.
CAUX ROUND TABLE	El empresariado mundial debe jugar un papel más importante en la mejora de las condiciones económico sociales Norma mundial para medir la conducta de las empresas. kyosei: vivir y trabajar juntos para el bien común
GLOBAL COMPACT	Iniciativa de apoyo a principios universales ambientales y sociales Incentivas acciones en pro de las metas de las Naciones Unidas Canalizar sus principios entre negocios alrededor del mundo
GRI	Marco de referencia generalmente aceptado, para el reporte de las organizaciones en materia Económica Ambiental y Social. Reporte de Sustentabilidad
GLOBAL SULLIVAN PRINCIPLES	Balance de demandas globales en material de derechos humanos, justicia social sin impedir la generación de ganancias de los negocios. Principios para la gente que necesita y quiere mejores oportunidades en sus trabajos y comunidades en busca del desarrollo sustentable.
OCDE - GUIDELINES	Contribuir al Desarrollo Sustentable Principios voluntarios para empresas responsables Mejorar el clima de inversión

2. Las iniciativas se evaluaron bajo tres esquemas que se citan a continuación con la finalidad de seleccionar sólo una y comparar con la del CEMEFI:

a. En el marco teórico se revisaron varios conceptos sobre lo que es la RSE, muchos de ellos no son precisamente medibles en una iniciativa global, e.g. para poder considerar si la empresa va más allá de la ley deberíamos poder conocer la legislación del lugar donde se piensa tener una estrategia. Sin embargo, existen actividades clave que las iniciativas deben contemplar para poder guiar a las empresas en la materia, éstas son:

- ▶ Respecto a la evaluación del contexto, las iniciativas debían considerar el análisis del entorno y áreas de mayor impacto.
- ▶ En atención de demandas se buscó que la iniciativa recomendara la creación de vínculos con los grupos de interés.
- ▶ Sobre los planes y políticas, la iniciativa debía promover y comprobar la existencia de planes y políticas en materia de RSE

▶ Para los indicadores y reportes la iniciativa, debía dirigir a las empresas a la publicación de un reporte e indicadores que comprueben los avances referentes a la RSE y al DS.

Para evaluar el grado de detalle con el que cada iniciativa cuenta, en dónde cada conjunto de símbolos resalta:

- ✓ La iniciativa no es específica en cuanto al requerimiento o sugerencia de la implementación de cualquiera de los elementos.
- ✓ ✓ La iniciativa hace referencia al tema pero no cuenta con mecanismos específicos para la implementación de los elementos de la RSE.
- ✓ ✓ ✓ La iniciativa considera los elementos, solicita la comprobación y reporte de los mismos

b. Se consideró que la iniciativa cubriera en su mayoría las categorías propuestas por McAdam, porque detalla la amplia gama de aspectos en los que la empresa tiene un impacto, consecuencia de sus operaciones; además de vincularse con los indicadores de sustentabilidad. Las categorías fueron las siguientes:

- ▶ Producto
- ▶ Prácticas de Mercado
- ▶ Educación y Entrenamiento para Empleados
- ▶ Filantropía Corporativa
- ▶ Ambiente
- ▶ Relaciones Externas
- ▶ Relaciones Laborales
- ▶ Empleo de Grupos Minoritarios y Mujeres
- ▶ Seguridad e Higiene

Para identificar que la iniciativa en su contenido consideraba las categorías se utilizaron los siguientes símbolos:

- ✓ En el caso que la categoría estuviera incluida en la iniciativa.
- ⊖ En el caso que la categoría no estuviera incluida en la iniciativa.

c. Referente a los temas de sustentabilidad se utilizaron los indicadores de las Naciones Unidas por ser un organismo internacional, que contempla la mayoría de aspectos y en el entendido de cuenta con una visión amplia del tema de la sustentabilidad. Para entender como se relaciona el desarrollo sustentable con la RSE, se contrastaron los temas de los indicadores con ejemplos de actividades que las empresas pueden realizar, orientadas por las categorías de McAdam.

Para reconocer que la iniciativa en su contenido consideraba los indicadores de sustentabilidad se utilizaron los siguientes símbolos:

- ✓ El indicador se encontraba en la iniciativa.
- ⊗ El indicador no se encontraba en la iniciativa.

4. Basados a las evaluaciones anteriores, se seleccionó la iniciativa que incorporara la mayor parte de los elementos estratégicos y categorías de la RSE de los puntos a y b, así como la mayoría de acciones encaminadas a la sustentabilidad detalladas en el punto c. Contar con una iniciativa lo más amplia posible, permitió reconocer los elementos de referencia necesarios para poder compararlos con el cuestionario de autodiagnóstico del CEMEFI y comprobar si éste considera las acciones de respuesta encaminadas al DS

5. La iniciativa seleccionada se comparó con el cuestionario de autodiagnóstico del CEMEFI bajo los mismos esquemas que las iniciativas internacionales.

La información sobre el CEMEFI se obtuvo a través de una visita en la que se proporcionó el cuestionario de autodiagnóstico y el manual sobre los procedimientos que se entregan a las empresas que desean obtener el distintivo de ESR. Esta información se clasificó de manera que fuera posible obtener los criterios bajo los que el CEMEFI otorga el distintivo de ESR; con ello se completaron las tablas de evaluación y se comparó con la iniciativa internacional mejor evaluada.

Además de esta evaluación se analizaron otros aspectos que no son parte central de los temas de RSE y el DS; sin embargo, son criterios que el CEMEFI considera en el cuestionario de autodiagnóstico. Posterior a esto se expusieron algunos casos de empresas a las que se le ha otorgado el distintivo y con ello se pudo entender lo que en la práctica sucede con las empresas y su relación con el cuestionario de autodiagnóstico. Se seleccionaron 2 empresas conforme a la cantidad de años en que han recibido el distintivo, a 2006, la información que se buscó sobre las empresas fue:

- ▶ Nombre de la empresa
- ▶ Sector al que pertenece
- ▶ Afiliación al Global Compact, firma de carta de compromiso
- ▶ Página Web, a través de la página Web es posible, en algunos casos, acceder a la información
- ▶ Sección en la página sobre RSE y/o DS en esta sección se buscó información sobre el distintivo, y las acciones correspondientes para su obtención así como las actividades de la empresa en materia de RSE y DS.
- ▶ Reporte de Sustentabilidad: Esta información refleja la mayoría de los aspectos referentes a la RSE y DS, independientemente de que en el Reporte Financiero se mencionen los mecanismos de las empresas, a través de un reporte de sustentabilidad o de RSE fue posible tener una mayor comprensión de lo que la empresa hace.
- ▶ Fecha de último reporte
- ▶ Indicadores: Si la empresa no contaba con reporte se buscaron algunos indicadores que pudieran servir como argumento en materia de RSE y DS

- ▶ Algunos Datos: Información relevante al tema

Con esta información fue posible determinar los hechos por los que las empresas en México recibieron el distintivo de ESR y a su vez permitió conocer a concordancia que hace con el cuestionario de autodiagnóstico y los criterios bajo los que evalúa.

CAPITULO 5

ANÁLISIS COMPARATIVO DE LA INICIATIVA DEL CEMEFI Y LAS INICIATIVAS INTERNACIONALES

A continuación se presentan los resultados y análisis de iniciativas internacionales, posteriormente se elabora el mismo análisis para el caso de México.

Las iniciativas expuestas anteriormente reconocen a la empresa como un actor importante dentro de la sociedad y como responsable de los impactos que ocasiona, con esto se espera que de respuesta y asuma

- ▶ Algunos Datos: Información relevante al tema

Con esta información fue posible determinar los hechos por los que las empresas en México recibieron el distintivo de ESR y a su vez permitió conocer a concordancia que hace con el cuestionario de autodiagnóstico y los criterios bajo los que evalúa.

CAPITULO 5

ANÁLISIS COMPARATIVO DE LA INICIATIVA DEL CEMEFI Y LAS INICIATIVAS INTERNACIONALES

A continuación se presentan los resultados y análisis de iniciativas internacionales, posteriormente se elabora el mismo análisis para el caso de México.

Las iniciativas expuestas anteriormente reconocen a la empresa como un actor importante dentro de la sociedad y como responsable de los impactos que ocasiona, con esto se espera que de respuesta y asuma

su rol en la sociedad, esto no excluye que siga cumpliendo sus funciones como fuente productiva y generadora de riqueza para quienes invierten en ella.

5.1 Evaluación de las alternativas respecto a los elementos estratégicos de la RSE

Se evaluaron seis iniciativas considerando los elementos del proceso de respuesta como los resultados (Tabla 8):

- ▶ El GRI y las series AA1000 son las iniciativas que como parte de su contenido consideran necesario que la empresa realice pruebas o cuente con métodos para determinar las áreas de impacto, compruebe los vínculos con los grupos de interés y el diseño, y compruebe las políticas de la empresa. El GRI además de sugerir que se hagan evaluaciones, cuenta con las guías para el reporte y los indicadores⁵ específicos para cada aspecto del DS. También cuenta con una escala que evalúa el nivel de avance de cobertura del reporte. Las series AA1000 son procesos para que la empresa pueda contabilizar su desempeño a través de la planeación, la contabilidad, el reporte y la auditoria, implementación y el compromiso con los grupos de interés no es una iniciativa dirigida a medir el desempeño, sin embargo, recurre a iniciativas como el GRI para éste último punto.
- ▶ La iniciativa de la OCDE establece que una empresa que busque conducirse conforme a las Guías, establecerá los procedimientos internos necesarios para asegurar su aplicación (OCDE, 2001), pero no especifica ninguna forma de estrategia para la implementación. Sobre el reporte e indicadores la OCDE refiere a otras iniciativas como el GRI.

Tabla 8. Relación de las Iniciativas con los elementos estratégicos de la Responsabilidad Social Empresarial

Iniciativa	OCDE	GRI	GLOBAL COMPACT	CAUX ROUND TABLE	GLOBAL SULLIVAN PRINCIPLES	AA1000
Estrategias y Procesos de Respuesta						
Evaluación del contexto	✓ ✓	✓ ✓ ✓	✓ ✓	✓	✓	✓ ✓ ✓
Atiende demandas	✓ ✓	✓ ✓ ✓	✓ ✓	✓	✓	✓ ✓ ✓
Planes y políticas	✓ ✓	✓ ✓ ✓	✓ ✓	✓	✓	✓ ✓ ✓
Resultados						
Indicadores	✓ ✓	✓ ✓ ✓	✓ ✓			✓ ✓ ✓
Reporte	✓ ✓	✓ ✓ ✓	✓ ✓			✓ ✓ ✓

⁵ Por indicadores se entiende que cuenta con formas para medir el avance. En caso de no cubrir alguno de los aspectos, solicita que se haga público el compromiso y tiempo en el que podrá cumplir

✓ La iniciativa no es específica. ✓ ✓ La iniciativa hace referencia al tema pero no cuenta con mecanismos específicos. ✓ ✓ ✓ La iniciativa considera los puntos, solicita la comprobación y reporte de los mismos

▶ El Global Compact aborda los aspectos estratégicos de forma generalizada, como una recomendación y no como una guía para establecer mecanismos estratégicos con el fin de poder hablar de la RSE y que se convierta en una práctica de la empresa

▶ Caux Round Table y Global Sullivan Principles, no especifican la implementación o mecanismos de compromiso con los grupos de interés o evaluación del contexto, se podría entender que la parte fuerte son los resultados porque ambas tratan de las acciones que se esperan como resultado (e.g. cuidar el ambiente) y que debe tener una empresa con respecto a la comunidad en la que opera, pero la falta de énfasis en la utilización de indicadores y/o reportes no encaminan a la empresa a tener una herramienta que compruebe la ejecución y avance de dichas acciones.

Por lo tanto, la iniciativa más completa, en lo que se refiere a los elementos necesarios estratégicos para poder ejecutar la responsabilidad se encuentra el GRI y las series AA1000.

5.2 Categorías (Aspectos) de la RSE

La Tabla 9 contiene los resultados de evaluar las iniciativas respecto a las categorías de la RSE, éstas se refieren a las áreas en las que la empresa tiene un impacto ante quienes la conforman (internamente) o los grupos que se relacionan con ella (externamente). Cabe resaltar en este punto, que la filantropía aparece como una de las actividades de responsabilidad de la empresa, por lo que no se descarta que pueda formar parte de la RSE.

▶ Las series AA1000 son las que cubren la menor cantidad de categorías, esto refleja que es una iniciativa de estrategia para lograr implementar la RSE.

▶ El Global Compact y los Global Sullivan Principles no incluyen muchas de las categorías, esto refleja el enfoque que tienen ambas sobre los aspectos laborales, sociales y ambientales.

▶ Las Iniciativas mejor evaluadas son el GRI, Caux Round Table y la OCDE, éstas hacen referencia a la filantropía, que no es parte fundamental de la RSE, sin embargo es una de las muchas formas de responder ante la sociedad.

Tabla 9. Categorías de los Asuntos de Responsabilidad Social

Categorías	OCDE	GRI	GLOBAL COMPACT	CAUX ROUND TABLE	GLOBAL SULLIVAN PRINCIPLES	AA1000
Producto	✓	✓	⊗	✓	⊗	⊗
Prácticas de Mercado	✓	✓	⊗	✓	⊗	⊗

Educación y Entrenamiento para Empleados	✓	✓	✓	✓	✓	⊗
Filantropía Corporativa	⊗	✓	⊗	✓	⊗	⊗
Ambiente	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Relaciones Externas	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Relaciones Laborales	✓	✓	✓	✓	✓	⊗
Empleo de Grupos Minoritarios y Mujeres	✓	✓	✓	✓	✓	⊗
Seguridad e Higiene	✓	✓	✓	✓	✓	⊗

✓ La categoría está considerada en la Iniciativas ⊗ La categoría no es explícita/incluida en la Iniciativas

De esta evaluación las iniciativas mejor evaluadas son el GRI y la Caux Round Table.

5.3 Indicadores de Sustentabilidad

En la Tabla 10, se analizan las iniciativas a partir de los Indicadores de Sustentabilidad de las Naciones Unidas. En este análisis no se compara propiamente los indicadores específicos con los que mide las Naciones Unidas los avances en materia de sustentabilidad, sino los temas y sub temas que deben abordarse en la materia.

Las series AA1000 no consideran los indicadores, ya que se centran en dirigir a la empresa en la implementación de una estrategia de RSE. Es por esto que las series no miden resultados sobre las áreas específicas del DS.

A continuación se presenta el análisis por tema de sustentabilidad

► En lo **ambiental**, la iniciativa de mayor cobertura es el GRI; a través del cuadro es posible apreciar que a pesar de que las iniciativas hacen referencia al cuidado del ambiente, ninguna es específica al respecto. El GRI por su parte además de ser específica en cuánto a las áreas por atender en la materia, considera indicadores y reporte.

► Sobre el tema **social** todas las iniciativas salvo el Caux Round Table incluyen los temas de sustentabilidad de las Naciones Unidas. Mucho de esto se debe a que todas tienen como base la Declaración de Derechos Humanos así como las indicaciones y recomendaciones de la Organización Mundial del Trabajo. Exceptuando los Caux Round Table, que no especifica en sus principios la educación a través del entrenamiento y la preparación en el trabajo para mejorar en las tareas así como ganar conocimiento. En cuanto al salario y la

remuneración es importante mencionar que el Global Compact no incluye este tema como un principio específico, sólo hace mención de la oportunidad que representa generar empleo y como resultado de ello mejorar la economía de los lugares dónde esto sucede. Otro aspecto que el Global Compact y Caux Round Table no especifican es el desempleo desde la consideración de comunicar y reconsiderar el cierre o cambio de sede de la empresa.

► En lo **económico** todas las iniciativas coinciden en la importancia que tiene el trabajo en un ambiente de negocios transparente, la transferencia de recursos y tecnología y el cumplimiento de las obligaciones de la empresa de generar riqueza para sí misma y para los grupos de interés. En lo que concierne al tema de los patrones de consumo, todas las iniciativas hacen alguna referencia al tema desde la perspectiva ambiental; no obstante, el GRI es la única iniciativa que especifica sobre la medición de éste.

► Respecto al tema institucional la mayoría de las iniciativas lo que buscan es cooperar con tratados internacionales. Sobre el uso de un reporte los Caux Round Table y Global Sullivan Principles no hacen referencia específica. Exceptuando al GRI, las demás iniciativas reconocen a la transferencia de tecnología como parte del progreso económico y social.

Tabla 10. Indicadores de Sustentabilidad, Interpretación de RSE y Análisis de Iniciativas

	<u>Tema</u>	<u>Sub tema</u>	OCDE	GRI	GC	CRT	GSP	AA 1000	<u>RSE</u>
Social	Capital	Pobreza	✓	✓	✓	✓	✓	⊗	A través de la remuneración a empleados
		Equidad y Género	✓	✓	✓	✓	✓	⊗	Evitando políticas discriminatorias
	Salud	Sanidad	✓	✓	✓	✓	✓	⊗	Condiciones Seguras e Higiénicas de Trabajo
		Agua Potable	✓	✓	✓	✓	✓	⊗	
		Acceso a Servicios de Salud	✓	✓	✓	✓	✓	⊗	
	Educación	Nivel Educativo	✓	✓	✓	⊗	✓	⊗	Entrenamiento y Educación en el Trabajo
Alfabetización		✓	✓	✓	⊗	✓	⊗		
Ambiental	Atmósfera	Cambio Climático	⊗	✓	⊗	⊗	⊗	⊗	Medición de la contaminación, mejoras para evitarla. Programas para empleados. Evaluación de Impacto Ambiental.
		Capa de Ozono	⊗	✓	⊗	⊗	⊗	⊗	
		Calidad del Aire	⊗	✓	⊗	⊗	⊗	⊗	
	Tierra	Agricultura	⊗	⊗	⊗	⊗	⊗	⊗	
		Bosques	⊗	⊗	⊗	⊗	⊗	⊗	

		Desertificación	⊖	⊖	⊖	⊖	⊖	⊖	
		Urbanización	⊖	✓	⊖	⊖	⊖	⊖	
	Océanos, Mares y Costas	Zonas Costeras	⊖	⊖	⊖	⊖	⊖	⊖	
		Pesca	⊖	⊖	⊖	⊖	⊖	⊖	
	Agua	Cantidad de Agua	⊖	✓	⊖	⊖	⊖	⊖	
		Calidad del Agua	⊖	✓	⊖	⊖	⊖	⊖	
	Biodiversidad	Ecosistemas	⊖	✓	⊖	⊖	⊖	⊖	
		Especies	⊖	✓	⊖	⊖	⊖	⊖	
Económico	Estructura Económica	Desempeño Económico	✓	✓	✓	✓	✓	⊖	Distribución del sueldo, donativos, inversiones sociales
		Comercio	✓	✓	✓	✓	✓	⊖	Transparencia y Corrupción
		Estatus Financiero	✓	✓	✓	✓	✓	⊖	Transferencia de recursos, tecnología en el mercado global
	Patrones de Consumo y Producción	Consumo de Materiales	✓	✓	✓	⊖	⊖	⊖	Desde la perspectiva ambiental
		Uso de Energía	✓	✓	⊖	⊖	⊖	⊖	
		Generación y Gestión De Residuos	⊖	✓	✓	⊖	⊖	⊖	
		Transporte	⊖	✓	⊖	⊖	⊖	⊖	
	Institucional	Marco Institucional	Implementación Estratégica de DS	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Cooperación Int'l Ratificación de Acuerdos			✓	✓	✓	✓	✓	✓	Coopera con otras iniciativas internacionales (e.g. Global Compact + GRI)
Capacidad Institucional		Acceso a la Información	✓	✓	✓	⊖	⊖	✓	A través del reporte, mecanismos de comunicación
		Ciencia y Tecnología	✓	⊖	✓	✓	✓	⊖	Transferencia y/o Adopción de tecnologías pro ambiente

		Prevención y Respuesta ante Desastres	✓	✓	✓	✓	⊗	⊗	A través de la prevención de catástrofes ambientales, sociales y económicas como consecuencia de las acciones de la empresa
--	--	---------------------------------------	---	---	---	---	---	---	---

Es importante hacer notar que a pesar de que las iniciativas abordan los temas aquí expuestos, la única que cuenta con indicadores así como formas de medir impactos y avances es el GRI. Las guías de la OCDE y el Global Compact hacen referencia al GRI como apoyo para el reporte.

La serie AA1000 no son una iniciativa en la que se consideran los indicadores de los temas de sustentabilidad, aunque reconoce que su implementación encaminará a las empresas al desarrollo sustentable.

Vistas desde los análisis pasados, las iniciativas advierten sobre la amplia gama de temas, pero no necesariamente sobre la exigencia que requiere una estrategia de RSE en el contexto del DS; como consecuencia se hace necesario que éstas se encaminen de la sugerencia, a la definición clara de los temas y acciones que sirven de guía para la empresa; no basta con mencionar que se debe tener en cuenta el ambiente, sino que se debe ofrecer una gama de temas amplia que permita reconocer las opciones y áreas sobre las que debe trabajar (en caso de que tenga un impacto). Aunado a esto, el reporte y los indicadores son el mejor modo de comprobar los avances en el plano de la RSE y DS. Con esto, la iniciativa a utilizar como resultado del anterior análisis es el GRI porque en su contenido es posible encontrar afinidad con las teorías de la RSE y los indicadores de Sustentabilidad, en especial en el tema ambiental. Es una iniciativa de reporte, sin embargo como bien especifica el trabajo no empieza ni termina para la empresa en la redacción del reporte y su publicación, sino que debe reflejar todo el proceso interno que la empresa recorre. Otro aspecto que vale la pena resaltar es que el GRI cuenta con lineamientos para ciertos sectores en específico (Servicios Financieros, Logística y Transporte, Minería y Metales, Oficinas de Gobierno, Operadores Turísticos, Telecomunicaciones y Automotriz). A través de la comparación con una iniciativa como el GRI se hace posible identificar si en México una empresa socialmente responsable se encamina a acciones concretas o es un conjunto de buenas intenciones.

5.4 Análisis comparativo del método de autodiagnóstico del Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI) para otorgar el distintivo de Empresa Socialmente Responsable (ESR) para el año 2005 y el GRI

En seguida se presenta el análisis del cuestionario de autodiagnóstico del CEMEFI por medio del cual se obtiene el distintivo ESR, esto ayudará a identificar si las empresas al autoevaluarse lo hacen bajo un esquema apegado al concepto de Responsabilidad Social e indicadores de Desarrollo Sustentable. Lo cual

hará posible destacar que la empresa a la que se otorga el certificado hace una distinción clara entre la forma en la que ayuda a los demás y sus responsabilidades por las acciones e impactos, producto de su operación; con esto no se deja de reconocer que la filantropía es uno de los muchos elementos de la RSE, sin embargo no es la base. Obtener una distinción de este tipo debe ser bajo el esquema de responsabilidades de la empresa y de indicadores de sustentabilidad.

Iniciativa	Principio
CEMEFI	Acreditación a la empresa ante empleados, inversionistas, clientes, autoridades y sociedad en general por asumir voluntaria y públicamente el compromiso de una gestión socialmente responsable.

Respecto de los elementos de la RSE (Tabla 11), el CEMEFI en las secciones de vinculación con la comunidad cuestiona sobre la existencia de proceso de evaluación de impacto de estrategias, por otro lado en cuidado del ambiente solicita informar sobre los procesos de medición de impactos en materia ambiental. El GRI por su parte cuenta con una sección en la que orienta a las empresas a entender su relación con la sustentabilidad para así proveer a la empresa del contexto para elaborar su reporte.

Sobre la atención de demandas, se entiende que es a través de los grupos de interés que es posible atenderlas, para ello el CEMEFI en la sección de vinculación con la comunidad, se refiere a la identificación y monitoreo de asuntos importantes para la operación y reputación de la empresa. El GRI en este caso cuenta con una sección previa al reporte final en la que hace pruebas a través de las que es posible identificar a los grupos de interés para poder reportar sobre sus demandas.

Referente a planes y políticas, el CEMEFI en la sección de Ética y Gobierno Empresarial deja ver la necesidad de implementar políticas; en la parte de Vinculación con la Comunidad se habla de la institucionalización de objetivos, esto refleja la necesidad de la empresa por adoptar mecanismos como parte de la estrategia de RSE. Acerca del aspecto ambiental se refiere a la toma de decisiones basada en las responsabilidades ambientales. Para el GRI en cuanto a los planes solicita que la empresa sea específica en cuanto a ellos que tiene sobre el reporte y en específico sobre la administración de los recursos naturales. Concerniente a las políticas, el GRI requiere que la empresa sea explícita en cuanto a éstas en materia económica, ambiental y social.

Sobre los indicadores y reporte es muy clara la diferencia entre el CEMEFI, que menciona sobre la importancia de medir y reportar pero no lo exige, incluso las formas de comprobar la información que se responde en el cuestionario son varias y no siempre requieren medición, y el GRI que es una iniciativa de reporte e indicadores específicos que miden los avances en materia de responsabilidad social y sustentabilidad. La diferencia entre el CEMEFI y el GRI estriba en que, la primera a través de su cuestionario de autodiagnóstico, se remite a verificar que la empresa esté cumpliendo con los elementos de su

consideración sin ir mas allá versus el GRI que además de ser una guía de reporte se preocupa por la estrategia que sustenta al reporte, guía a la empresa un paso antes para poder hablar de acciones concretas e incluyentes de los impactos que a la empresa atañen. Es por esto que sería deseable que el CEMEFI a través de su cuestionario pudiera impulsar a acciones concretas, medibles sobre las que fuera posible conocer los resultados de las acciones encaminadas a la RSE y el DS y sobre las que se otorgara el distintivo.

Tabla 11. Comparativo de elementos de RSE y categorías de RSE entre el GRI y el CEMEFI

Iniciativa	CEMEFI	GRI
Procesos de Respuesta		
Evaluación del contexto	✓ ✓	✓ ✓ ✓
Atiende demandas	✓ ✓	✓ ✓ ✓
Planes y políticas	✓ ✓	✓ ✓ ✓
Resultados		
Indicadores	✓	✓ ✓ ✓
Reporte	✓	✓ ✓ ✓

Ambas iniciativas consideran las categorías de la RSE (Tabla 12) las diferencias se encuentran; en cuanto al producto, CEMEFI en la sección de Ética y Gobierno Empresarial, verifica que la empresa cumpla con los estándares de seguridad y la proporción de información al consumidor; el GRI como parte del reporte de aspectos sociales tiene en cuenta: el número de etapas del ciclo de vida del producto en los que se consideran los impactos de seguridad e higiene, porcentaje de productos sujetos a estándares de etiquetado, planes de mercadotecnia, número de incidentes relacionados con el producto. Una diferencia importante es la relación de la causa social a un producto por parte de CEMEFI, como se vio en el marco teórico, no es parte de la RSE ni del DS.

Sobre las prácticas de mercado el CEMEFI considera en sus preguntas el establecimiento de un código de conducta, la transparencia y la corrupción y la responsabilidad por parte de la empresa en cuanto al desempeño y promoción ética, desde la iniciativa del GRI éstas prácticas se vinculan al aspecto económico, midiendo la relación de los salarios en el mercado laboral y las prácticas de mercadeo. También considera desde el plano estratégico previo al diseño y publicación del reporte a través del gobierno corporativo, lo referente a los códigos de conducta y ética.

Respecto a la Educación y Entrenamiento en el CEMEFI habla de la capacitación en materia de responsabilidad social y ambiental para los empleados y la incorporación de la educación a sus colaboradores conforme al programa Cero Rezago del Instituto Nacional para la Educación de los Adultos⁶ (INEA). GRI plantea esta categoría en el apartado Ámbito Social-Laboral, midiendo el porcentaje de horas y empleados

⁶ Referente al apoyo educativo para personas entre 15 y 34 años con educación básica.

que reciben entrenamiento, el porcentaje de empleados a los que se le hace un plan profesional, así como el número que recibe capacitación o atienden a cursos sobre el cuidado de la salud.

Concerniente a la Filantropía Corporativa, el GRI tiene en cuenta en el ámbito económico las donaciones e inversión social entre varios indicadores referentes al valor agregado a través del desempeño económico. Por su parte el CEMEFI en la sección de vinculación con la comunidad hace referencia de las actividades filantrópicas de la empresa a través de la difusión interna, el respaldo de proyectos enfocados a apoyar estas causas.

El ambiente es uno de los puntos más fuertes en el GRI, la gama de aspectos que considera así como la sugerencia de indicadores los cuales permiten reconocer los avances es extensa y enfrenta a la empresa a medir aspectos relevantes en la materia. El CEMEFI presenta una buena cantidad de aspectos, como son la fijación de metas y compromisos (que también puede ser visto desde los planes y políticas), es puntual sobre recursos como agua, energía y residuos así como en la inclusión del tema en la producción y operación. En este caso le faltaría ser mas inquisitiva en cuánto a las actividades relacionadas con estos puntos y solicitar el reporte de progreso año con año a través del cuestionario, a aquellas empresas que desean volver a obtener el distintivo; si actualmente existen datos sobre el progreso en materia ambiental, no es posible saber porque no hay preguntas específicas, ni indicadores claros como por ejemplo el GRI al hablar de agua sugiere que se reporte el porcentaje de agua que se re-usa o se recicla mientras que CEMEFI cuestiona sobre la promoción del bajo consumo de agua o su tratamiento, sin indicadores al respecto.

En cuanto a las relaciones laborales, empleo de grupos minoritarios y mujeres, así como la seguridad e higiene, ambas iniciativas consideran dichos aspectos, la diferencia radica en la inclusión de indicadores, por ejemplo: GRI mide el porcentaje de empleados reunidos en comités de salud y seguridad, porcentaje de ausencia por enfermedad o accidentes, mientras que CEMEFI, por medio de preguntas "si" o "no", cuestiona a la empresa sobre las condiciones de trabajo.

Finalmente las Relaciones Externas se pueden interpretar a través de la comunicación con las comunidades, gobiernos, etc. mismos que se entienden como los grupos de interés.

Tabla 12. Comparativo de las categorías de RSE entre el GRI y el CEMEFI

Categorías	CEMEFI	GRI
Producto	✓	✓
Prácticas de Mercado	✓	✓
Educación y Entrenamiento para Empleados	✓	✓
Filantropía Corporativa	✓	✓
Ambiente	✓	✓

Relaciones Externas	✓	✓
Relaciones Laborales	✓	✓
Empleo de Grupos Minoritarios y Mujeres	✓	✓
Seguridad e Higiene	✓	✓

A continuación se exhiben los indicadores de sustentabilidad (Tabla 13). En el tema ambiental el CEMEFI en su cuestionario de autodiagnóstico no incluye todos los sub-temas, como lo hace el GRI, salvo en el caso de los patrones de consumo. En el tema institucional en específico en Ciencia y Tecnología el CEMEFI sólo hace referencia a las tecnologías amigables con el ambiente. En aspectos sociales, el apoyo es a los problemas de alfabetización como una actividad de apoyo a la sociedad, pero no es clara en cuánto al entrenamiento para empleados. Apoyados en el cuadro anterior (Tabla 13) fue posible apreciar que ambas iniciativas abarcan los ámbitos de la sustentabilidad, pero como se mencionó anteriormente el GRI cuenta casi en su totalidad con indicadores que permiten medir los progresos en cuanto al DS a través de las acciones de RSE, esto no puede ser visto desde el cuestionario del CEMEFI, pues las opciones para comprobar las respuestas son varias⁷ y no todas remiten a una medición. Si las empresas deciden encaminarse rumbo a acciones sustentables, un modo de reconocer los avances es a través de indicadores que reflejen el camino recorrido. Si, no es posible verificar dicha ruta, no es posible vislumbrar los avances de las empresas en estos temas.

Tabla 13. Indicadores de Sustentabilidad, Interpretación de RSE y Análisis de Iniciativas

	<u>Tema</u>	<u>Sub tema</u>	GRI	CEMEFI	<u>RSE</u>
Social	Capital	Pobreza	✓	✓	Sueldos, evaluaciones de desempeño, oportunidades de desarrollo en la empresa, compensaciones. No discriminación
		Equidad y Género	✓	✓	
	Salud	Sanidad	✓	✓	Medidas de seguridad e higiene. Accesos a servicios de salud. Programas relacionados. Condiciones de trabajo.
		Agua Potable	✓	✓	
		Acceso a Servicios de Salud	✓	✓	
	Educación	Nivel Educativo	✓	⊖	Entrenamiento y Educación en el Trabajo Políticas, programas, inversión en tiempo y recursos.
		Alfabetización	✓	✓	

⁷ Como: Políticas, procedimientos, manuales y/o reglamentos, compromisos públicos, documentos oficiales, reporte o informe público, certificaciones o reconocimientos, evidencia documental de programas, compromiso de implementación posterior, o la que la empresa desee anexar.

Ambiental	Atmósfera	Cambio Climático	✓	⊗	Medición de la contaminación, mejoras para evitarla. Programas para empleados. Evaluación de Impacto Ambiental.
		Capa de Ozono	✓	⊗	
		Calidad del Aire	✓	⊗	
	Tierra	Agricultura	⊗	⊗	
		Bosques	⊗	⊗	
		Desertificación	⊗	⊗	
		Urbanización	✓	⊗	
	Océanos, Mares y Costas	Zonas Costeras	⊗	⊗	
		Pesca	⊗	⊗	
	Agua	Cantidad de Agua	✓	✓	
		Calidad del Agua	✓	✓	
	Biodiversidad	Ecosistemas	✓	⊗	
Especies		✓	⊗		
Económico	Estructura Económica	Desempeño Económico	✓	✓	Transparencia Corrupción Transferencia de recursos Distribución de la Riqueza
		Comercio	✓	✓	
		Estatus Financiero	✓	⊗	
	Patrones de Consumo y Producción	Consumo de Materiales	✓	✓	Estándares del producto y soluciones amigables con el ambiente.
		Uso de Energía	✓	✓	
		Generación y Gestión De Residuos	✓	✓	
		Transporte	✓	⊗	
	Institucional	Marco Institucional	Implementación Estratégica de DS	✓	✓
Cooperación Int'l Ratificación de Acuerdos			✓	✓	

		Acceso a la Información	✓	✓	A través del reporte, mecanismos de comunicación
	Capacidad Institucional	Ciencia y Tecnología	⊗	✓	Transferencia y/o Adopción de tecnologías pro ambiente
		Prevención y Respuesta ante Desastres	✓	✓	A través de la prevención de catástrofes ambientales, sociales y económicas como consecuencia de las acciones de la empresa

En general la iniciativa del CEMEFI, es un buen principio para que las empresas puedan diagnosticarse y evaluar sus procesos de RSE y contribuciones al desarrollo sustentable. La falta de reporte e indicadores y que estos sean públicos, no es una actividad que el CEMEFI califique o haga exigible y queda a reserva de la empresa que suceda. El CEMEFI se apoya en el Global Compact y el programa de Comunicación en Progreso, en el que se invita a las empresas participantes del Global Compact (en este caso a través del CEMEFI) a reportar bajo iniciativas como el GRI

Existen algunos aspectos y diferencias que no es posible apreciar en las tablas, pero son parte del cuestionario de autodiagnóstico del CEMEFI, uno de ellos es la inclusión de la mercadotecnia con causa en su método de autodiagnóstico. Las diferencias entre el CEMEFI y el GRI se encuentran:

CEMEFI otorga un distintivo y el GRI no

La filantropía es solo un rubro dentro de uno de los indicadores económicos en el GRI, mientras que en el CEMEFI es parte del autodiagnóstico

GRI no incluye aspectos de mercadotecnia con causa.

Los avances pueden ser diferentes en materia de sustentabilidad y responsabilidad, para ello el GRI cuenta con una escala que refleja el avance de la empresa y fechas de compromiso para poder cubrir totalmente los procesos y por ende los indicadores por reportar. En el caso del CEMEFI se otorga un certificado por un año y se vuelve a evaluar el otorgamiento del mismo al siguiente año si la empresa lo desea. Las empresas que no obtienen el distintivo después de la solicitud, permanecen en el anonimato y el CEMEFI ofrece un programa de apoyo, en caso de que busquen obtener el distintivo en el siguiente año.

5.5 Empresas que fueron otorgadas con el distintivo de ESR

Respecto a las empresas que han obtenido el distintivo (Tabla 14), se seleccionaron 12 empresas (Anexo III) en forma aleatoria (2 por año) con el objeto de identificar que es lo que la empresa manifiesta públicamente sobre la obtención del distintivo, así como verificar que se les reconozca realmente por sus actividades en materia de RSE y DS. En algunos casos no hay datos sobre 2006 ya que estos reportes se entregan en el primer trimestre del 2007 con los resultados anuales. A través de estos casos es posible distinguir que no existe una sola forma de obtener el distintivo ESR, existen empresas que han sido reconocidas por cinco años

y aún no se ven reportes o indicadores mas que la relación que éstas tienen con ciertas fundaciones y su apoyo a las mismas. Existen otros casos en los que las empresas reportan como CEMEX o Peñoles, que por su tamaño y posición en el mercado es de suponerse que tienen la capacidad así como el compromiso de reportar y reflejar una estrategia de responsabilidad en el marco del DS. Sin embargo existen otras empresas no del mismo tamaño, pero que sus actividades van más en línea con los indicadores de sustentabilidad, como es el caso de Nueva Agroindustria del Norte que cuenta con un programa de recolección de envases con agroquímicos. Ante este tipo de diferencias cabe la pregunta ¿quién es más responsable? La empresa que dirige sus ganancias a ciertas fundaciones o la que busca evitar impactos en el ambiente. Cabe mencionar que en el listado de indicadores de sustentabilidad de las Naciones Unidas la filantropía y/o los donativos no se miden. Podría interpretarse que cada empresa contribuye con lo que puede, más si éstas no son multinacionales o grandes corporativos, sin embargo, como la teoría de la RSE indica la filantropía es sólo una parte y el hecho de distinguir durante cinco años a una empresa por ese tipo de actividades indica que no se está evaluando en el contexto amplio de la responsabilidad social y de la sustentabilidad.

Tabla 14. Empresas a las que se les ha otorgado el distintivo de ESR

Recibe el Distintivo por:	Empresa	Información que proporciona la empresa sobre la obtención del distintivo ESR que otorgó CEMEFI en 2006
6° año	Bimbo	Hace público su compromiso a través de una sección en la página Web y menciona algunos datos en el reporte financiero. En 2005 Bimbo recibió el distintivo de ESR, en el reporte se menciona que cuenta con diversos programas sociales entre ellos, los dedicados a combatir la pobreza, cuidado del medio ambiente, y progreso del campo. Ejemplo de algunos programas son: "Reforestamos México" concluyó la reforestación de 2200 has en el Parque Nacional Izta-Popo Distribuyó 150 mil árboles a través de la campaña Adopta un Árbol en Veracruz.
	Zimat Consultores	Hace referencia a que desde el año 2000 ha recibido el distintivo.
5° año	Industrias Peñoles	Cuenta con indicadores de distribución económica, programas sociales y de reforestación, indicadores sobre las emisiones
	Inmobiliaria Parque Reforma	En la sección de responsabilidad social cuenta con un listado de las fundaciones a las que apoya y hace mención de ser una empresa que cumple sus responsabilidades al pagar impuestos y generar empleos.

4° año	General Electric (GE) México	GE en México contribuye con la comunidad a través de trabajo voluntario y donativos (inversión social) *En este caso no se considera el reporte global de la empresa como válido para el reporte en México.
	Financiera Independencia	En el menú de "Cultura Corporativa" hace referencia a los compromisos que tiene con diversos grupos de interés y recibió el premio por la mejor práctica de RSE.
3er año	Cemex	CEMEX está registrado como empresa que reporta bajo el esquema GRI
	Agrícola Tarriba	No hay información específica sobre las acciones de la empresa.
2° año	CFE	No se encontró información.
	Nueva Agroindustria del Norte	Cuenta con programas denominados Campo Seguro en el que se reciclaron 30 toneladas de envases con agroquímicos. Entre otras actividades, se reciclaron 4 toneladas de papel y cartón.
1er año	Corporación GEO	El reporte de GEO contiene algunos datos que sirven como referencia sobre los avances de RSE y Sustentabilidad. En algunos casos no se cuenta con comparativos sobre emisiones, desechos, etc.
	Grupo Anjor	En el menú de Responsabilidad Social se habla de los compromisos y la visión de la empresa en materia de RSE.

Finalmente a través de este análisis comparativo es posible identificar que el método de evaluación del CEMEFI carece de algunos elementos de la RSE, a pesar de que los mencione o considere, no existe una prueba o guía clara que permita comprobar que hay acciones consistentes en la materia.

Los elementos de los que carece son:

1. Hacer exigible el reporte
2. Contar con indicadores que permitan conocer los progresos en materia de RSE Y DS
3. Incluir en las temáticas ambientales un gama más amplia de sub temas.
4. Denotar mayor transparencia sobre los elementos que sustentan la entrega del distintivo, para con ello poder conocer por qué acciones y avances concretos se otorgó.
5. Aún otorga distintivos a empresa que sólo hacen donativos, como se revisó en el marco teórico la filantropía es deseable, pero no es la base de la estrategias y acciones de RSE.

CONCLUSIONES

La RSE es la determinación de la empresa por actuar voluntariamente y asumir a través de acciones de respuesta, el impacto de sus actividades; no puede pensarse en una empresa socialmente responsable sin la existencia de hechos concretos. Para ello se debe entender a la RSE como una estrategia que se integra a la empresa mas que una meta para el cierre de año o el reporte de resultados, debe estar respaldada por la evaluación de los impactos sociales, ambientales y económicos de la empresa, interna o externamente a través de la interacción con los grupos interesados o involucrados. Esto no quiere decir que la estrategia debe ser elegida al azar, sino basándose en los resultados de la evaluación y la disposición de recursos para atacar el problema compaginando las prioridades de la empresa y los grupos afectados, con esto debe entenderse que si la empresa emite CO₂ la solución inmediata, por poner un ejemplo práctico, no puede ser únicamente sembrar árboles sino hacer un cambio estructural en la medida que la empresa lo pueda hacer para dejar de emitir.

Por otro lado hoy día se cuenta con una buena cantidad de actividades locales e internacionales que se encuentran integradas en la empresa, como es el caso de la Declaración de Derechos Humanos o códigos de ética y de conducta, sin embargo, hay que entender que las actividades responsables y el reto que representa la sustentabilidad no pueden ser hechos estáticos, como no lo es la actividad de la empresa. Una corporación debe poder abanderarse como responsable tanto por las prevelecia de actividades ya implementadas, así como por la resolución de nuevos retos relacionados con el quehacer de la misma.

Aunado a esto se hace necesario resaltar la importancia que tienen los indicadores y reportes, ya que éstos permitirán monitorear y controlar aquellas actividades de RSE, así como descubrir nuevas áreas de impacto.

Monitorear no es fácil y a veces puede resultar costoso, no obstante puede haber formas sencillas o datos que sirvan de apoyo que reflejen los avances de la empresa. El mejor respaldo para una política de RSE se funda en sus indicadores y el reporte de los mismos dirigido a las partes interesadas directamente, así como a la sociedad en general.

En el marco del Desarrollo Sustentable la RSE se convierte en una actividad que crea un vínculo entre la empresa y las actividades sustentables, la introducción de los 3 ámbitos a la larga hacen de una empresa responsable, una empresa competitiva que ve por sus empleados, por la sociedad y por su relación con el ambiente, esto sin perder de vista que tiene un objetivo y un compromiso claro con los accionistas y con la generación de utilidades.

Con lo anterior, es posible distinguir que el CEMEFI en su definición e RSE considera a sus grupos de interés y busca el bien común, sin embargo no hace referencia a los impactos de la empresa, también alude a que son iniciativas que van mas allá de la ley y que deben poder medirse, sin embargo, a lo largo de la investigación fueron pocas las empresas que se encontraron con mediciones sobre sus avances y del mismo modo el cuestionario de autodiagnóstico no hace preguntas concretas sobre mediciones e indicadores. Bajo el supuesto de que no todas las empresas por su tamaño cuentan con los medios para monitorear, tampoco se puede obviar la comunicación.

A través de este análisis fue posible partir de lo fundamental, es decir, las bases teóricas de la RSE para entender qué es, y de lo general para encontrar su sentido práctico revisando las iniciativas de RSE, con esto fue posible contar con los puntos de referencia que permitieran conocer bajo una perspectiva globalmente aceptada, lo que en México a través del distintivo de ESR hace y si en realidad a aquellas empresas que hoy conocemos como responsables socialmente, lo son. La importancia de esto radica en que no se puede seguir haciendo la “vista gorda” ante los retos que el DS representa y que no hay actor que no se encuentre involucrado en la solución a la actual situación, en este caso específico la corporación. Además, de existir el compromiso voluntario de avanzar en este campo, es necesario que en primer lugar se identifiquen aquellas actividades representativas de la RSE; no es totalmente responsable el que hace obras de caridad, es una forma muy loable de contribuir a la sociedad pero de nada serviría hacer miles de donativos si se sigue teniendo empleados en condiciones de trabajo cuestionables o productos que contaminan. Hablar de que una empresa es responsable quiere decir que esta se encuentra trabajando en la medida de sus posibilidades por resolver lo que le atañe, con esto se identifican los siguientes elementos clave que sirven como soporte para implementar o evaluar la RSE de una empresa considerados por el GRI y que en el cuestionario de autodiagnóstico del CEMEFI no se encuentran especificados.

Elementos Estratégicos

GRI, orienta a las empresas en la implementación de las estrategias o acciones que permitan a la empresa a ser socialmente responsable como son: la identificación de los grupos afectados por las operaciones de la misma, establecimiento de mecanismos de retroalimentación y comunicación o búsqueda de áreas operativas

en las que la empresa tiene un impacto. CEMEFI con base al cuestionario de autodiagnóstico puede identificar si existen o no actividades de responsabilidad social y a través de ello es probable que la empresa pueda identificar áreas valiosas, pero no necesariamente se convierte en una herramienta para que la empresa cumpla con sus responsabilidades o sea capaz de auto diagnosticar si cuenta con una estrategia en función de las áreas y grupos de impacto.

► Indicadores

El GRI cuenta con indicadores de medición que permiten dar a conocer los avances, e impactos sobre las acciones de responsabilidad social de las corporaciones entendidas en el contexto de la sustentabilidad. Es importante que esto se refleje en el cuestionario de autodiagnóstico del CEMEFI ya que los indicadores son una herramienta valiosa tanto para la empresa como par la sociedad, si éstos son dados a conocer bajo un esquema de transparencia, convierten los objetivos y metas en hechos concretos.

► Reporte

El uso de indicadores y su publicación a través de un reporte son los pilares del GRI, en el caso del CEMEFI si se solicitaran, como parte del cuestionario de autodiagnóstico, a la larga permitirá la creación del un vínculo de comunicación con los grupos de interés. El reporte es una de las formas que mejor soportan la comunicación y presentación de resultados, a través de indicadores en la medida de lo posible. Se podría pensar que un reporte puede ser un algo complejo, sin embargo se ha de entender que el reporte implica comunicación, en la medida que la empresa comunique sus compromisos, criterios de selección sobre las áreas de impacto y avances es posible dar validez a las acciones de RSE. Si la empresa es honesta y clara, permite distinguir las acciones y a las empresas responsables socialmente.

► Grupos de Interés

Mayor vinculación con los grupos de interés que puedan enriquecer los puntos tratados en el cuestionario de autodiagnóstico, aunque éste cuenta con una sección de vinculación con la comunidad, es recomendable que su selección esté en función del impacto que la empresa genera en ellos y que exista forma de dar cuenta que así se hace. Si el grupo de interés es una causa que la empresa decide apoyar entonces es probable que se esté considerando actuar responsablemente solamente a través de la filantropía, debe existir un argumento que revele porqué se considera grupo de interés, para evitar que éste se convierta en una causa por apoyar y que realmente refleje el vínculo con la empresa

Una buena evaluación de las operaciones y los impactos así como el trabajo en conjunto con los grupos de interés permitirán a las empresas conocer el panorama y buscar soluciones *ad hoc*. Esta puede ser sencilla y no necesariamente se deben buscar las últimas tecnologías o estrategias de negocios.

Variables

► Ambiente

En el aspecto ambiental hace falta trabajo por parte del CEMEFI, más estímulo y que éste no se desvíe por el lado de la filantropía es necesario contar con más detalle en las categorías e indicadores. En algunos casos incluso podría usarse la información que algunas empresas tienen al ser auditadas por PROFEPA o certificadas como industria limpia. La internalización del tema ambiental en el producto o servicio, habla de eficiencia, competitividad y una buena administración de los recursos, a mayor cantidad de desperdicios se da cuenta de que la empresa no está siendo eficiente en sus procesos y administración de recursos. No se trata de sembrar árboles porque usamos mucho papel, sino de aprender a ser eficiente y administrado con los recursos. El Análisis de Ciclo de Vida sería una herramienta útil a considerar como parte del cuestionario.

► Filantropía

Las acciones filantrópicas son deseables, pero no se puede distinguir solamente por esto a las empresas, como socialmente responsables. Este tipo de acciones son deseables, pero como se ha revisado a lo largo de la investigación, el desarrollo no puede depender de los donativos, sino de que las personas dispongan de recursos y puedan determinar seguir adelante, además de que esto no es obligación de la empresa y son actos de apoyo y compromisos sociales. Las acciones de este tipo no dejan ver que las empresas trabajen sobre los impactos que causan. Valdría la pena instituir un distintivo para aquellas organizaciones que se distinguen en el campo filantrópico pero, no se les debe distinguir de ser socialmente responsables por esto. CEMEFI distingue a aquellos que practican la filantropía como empresas socialmente responsables, el GRI considera la filantropía como una de muchas actividades de la responsabilidad social empresarial.

Otros

► Escala de Compromiso

Además de los indicadores GRI cuenta con una escala que permite dar a conocer el nivel a que ha sido completado el reporte de sustentabilidad, en el caso del CEMEFI solo se menciona que hay un mínimo de respuestas que se debe completar para obtener el distintivo de empresa socialmente responsable, mismos que no son publicados y quedan a consideración del comité que otorga el distintivo. GRI no otorga un distintivo, es un esquema de reporte que como se menciona al principio a través de una escala hace público el nivel al que la empresa ha sido capaz de cubrir los aspectos de ésta.

Los elementos anteriormente expuestos resaltan la diferencia que existen en cuanto a la amplitud y profundidad con la que se abordan los temas del DS y la RSE entre el GRI y el CEMEFI. El hecho de que CEMEFI cuente o no con ellos al evaluar, quita peso a eventos que pueden resultar relevantes de acuerdo a lo que la empresa hace y es por ello que probablemente el contenido de la evaluación no siempre refleje el compromiso, las decisiones y el trabajo de la empresa en el campo de las responsabilidades sociales; sin embargo, los esfuerzos que mide implican una buena base que debe reforzarse. El segundo punto sobre los

elementos, es que CEMEFI no define cuál es el mínimo aceptado para determinar que una empresa es socialmente responsable y por tanto es un riesgo distinguir a una empresa que probablemente cubre todos los aspectos sociales pero no ambientales o viceversa, si ésta decide apoyarse en un ámbito, debería ser capaz de comunicar porque lo decide. Otro aspecto a tener en cuenta es la transparencia en el proceso de diagnóstico, no toda la información se conoce y en casos las empresas no reportan por lo tanto no es posible identificar que hace la empresa, si ha recibido varias veces el distintivo que avances ha implicado a lo largo del tiempo, contar con indicadores permitiría un mayor avance y conocimiento sobre los hechos.

La diversidad de negocios en México enfrenta a diversas realidades, presupuestos y organizaciones, contar con un método de autodiagnóstico amplio ayuda a quién evalúa a no descartar aquellos indicadores que aplican en diversos casos y que son globalmente aceptados en el camino al DS.

La responsabilidad social empresarial trata de entender que necesita la empresa para buscar la armonía entre la generación de riqueza sin que el precio sean los seres humanos o el ambiente, es por ello que resulta importante identificar, quiénes son los grupos de interés, qué operaciones están ocasionando un impacto que frene el desarrollo humano y la preservación del ambiente así como buscar soluciones ante ello y que a la larga la actividad de la empresa siempre tenga en cuenta sus responsabilidades, sin dejar que se convierta en un concurso que un año se gana y otro no. A su vez se hace necesario que esto se informe a la sociedad porque la corporación no puede ser juez y parte, el hecho de que exista un reporte e indicadores dan validez y sustentan que la empresa está trabajando más allá de la generación de riqueza y los ámbitos legales, que es una de las principales posturas de la responsabilidad social empresarial.

Sobre el cuestionario a través del cual el CEMFI otorga el distintivo ESR, se sugieren los siguientes puntos:

- ▶ Buscar coherencia entre lo que es el cuestionario de autodiagnóstico y quienes reciben el distintivo, esto se acentúa cuando al buscar información sobre las empresas a las que se les ha otorgado el distintivo se encuentra con que por 5 años se le ha entregado el distintivo a una empresa por sus donativos a diversas fundaciones. Cabe preguntarse entonces ¿quién es más responsable? La empresa que lleva años otorgando parte de sus ganancias a fundaciones por medio de donativos o la que recolecta los envases de agroquímicos, utilizados en su operación, para evitar el daño ambiental. Tal vez se cuenta con un buen método de autodiagnóstico pero, no es coherente al buscar información sobre las empresas certificadas. Otorgar el distintivo debe reflejar el avance y los esfuerzos, no por las veces en las que se dona o se reporta.
- ▶ Ser transparentes en el proceso de publicación de información de CEMEFI, falta transparencia en el proceso por varios aspectos: No existe una forma o método de comprobación de resultados, en el caso del GRI es posible solicitar la comprobación de la información y en caso de que no se haga, se debe comunicar. de igual forma se conoce el grado de compromiso y cobertura de la iniciativa. En el caso de CEMEFI no hay información publicada del avance de las empresas y el porcentaje de cobertura del cuestionario, hecho que

no refleja el progreso en materia de responsabilidad social empresarial y menos en cuanto al Desarrollo Sustentable. Aunque en casos los recursos se canalizan a asociaciones preocupadas por alguno de los tres ámbitos de la sustentabilidad, esto no significa que la empresa esté respondiendo por sus impactos o busque una relación de negocios responsable y armónica con la RSE y DS.

- ▶ Para el caso específico de empresas transnacionales certificadas, el hecho de que exista un reporte global no garantiza que en el lugar donde la empresa cuenta con operaciones, las cosas se estén haciendo bien, si no es posible hacer un reporte por país, si debe ser posible hablar de aquellas metas que se tienen en el país huésped.

- ▶ Mayor vinculación con otros organismos que puedan enriquecer y unificar el trabajo de RSE y DS en México, e.g. Profepa, Semarnat, Universidades, etc.

- ▶ Identificar las oportunidades en la materia, para la pequeña y mediana empresa, el volumen de este tipo de empresas en el país también tiene un impacto importante, pero es necesario entender el contexto en el que se desenvuelven para sugerir estrategias de RSE y DS.

- ▶ Buscar el apoyo de otras iniciativas para complementar los contenidos, es de notarse en este caso; como la mayoría de las iniciativas remiten al uso del GRI para soportar sus procesos.

.

- ▶ Medir, reportar y comunicar, no importa que se reporte un dato siempre y cuándo haya un compromiso de mejora constante. La comunicación juega un papel crucial, como prueba de lo que se hace, como una forma de distribuir información que permita conocer sobre el tema, entre la sociedad en general. Estos elementos deben ser considerados por CEMEFI en su evaluación o tener forma de saber que la empresa que ostenta el distintivo cuenta con estos elementos.

Se sugieren lo siguientes estudios como apoyo a la investigación.

Sobre las iniciativas: Hacer un estudio sobre la relación Iniciativa-País-Empresa en el que sea posible distinguir la iniciativa más utilizada y de ser así conocer los resultados en los tres ámbitos de la sustentabilidad.

La RSE no es una lista de buenas voluntades, es un compromiso voluntario, de actuar en el día a día bajo las consideraciones necesarias para poder encaminarnos como sociedad al desarrollo sustentable, debe generar un efecto ventana en el que lo que se haga internamente se refleje en el exterior. Finalmente, ante la libertad de mercado por la que tanto se ha hecho y que tanto ha permitido, le vienen las responsabilidades que probablemente no se tuvieron en cuenta. Es un buen momento para empezar a responder ante las

consecuencias, esto no implica frenar el mundo, pero si buscar nuevas formas, las teorías de la RSE hoy día son una de esas nuevas formas de hacer negocios.

En la búsqueda por un mundo equitativo no se puede dejar de lado cualquiera de los ámbitos de la sustentabilidad, se pueden establecer prioridades pero finalmente se deben atender todos; la interdependencia de los seres humanos, la economía y el ambiente no dejan lugar a la omisión. La sustentabilidad en un camino, aun falta para definir al Planeta Tierra como un Planeta Sustentable, es necesario reconocer nuevas forma de pensamiento, nuevas teorías económicas y de mercado. En el caso de México existen prioridades como es la pobreza y que es el caso de gran parte del mundo; sin embargo, los que de alguna forma podemos cooperar y contribuir no podemos seguir pasivos ante las necesidades del Planeta, entendido éste como una parte de la humanidad, no como un proveedor o como quien nos presta un lugar donde vivir. Esto mismo aplica en el caso de la RSE, las empresas seguramente no solucionarán todos los problemas a los que hoy en día nos enfrentamos, pero tampoco pueden permanecer pasivas.

BIBLIOGRAFIA

Accountability. *AA1000*. Accountability. [en línea] Accountability. Reino Unido. [Ene. 2007]
Disponible en: <http://www.accountability21.net/aa1000/default.asp?pageid=286#overview>

Ackerman, Robert W. (1975) Citado en: Wood, D. J. (1991:699) Corporate Social Performance Revisited. *Academy Management Review*. **16**(4):691-718.

Alkhafaji, A. (1989). Citado en Chung-Cheng Hsu; Ming-Jian Shen; et al. (2006). A Study on the Relationship Between Corporate Governance Mechanisms and Management Effectiveness. *The Business Review*. **6**(1): 208-217

Brown, D. (2000) Citado en: Keeble, J.J. et al. (2003) Using Indicators To Measure Sustainability Performance At A Corporate And Project Level. *Journal of Business Ethics*. **44** (2): 149-158.

Brundtland, G.H. *Our Common Future*. Oxford: Oxford University Press, 1987. 400 p.

Cadbury, A. (1992) "Report of the committee on financial aspects of corporate governance forum". Citado en: Learmount, Simon. (2002:7) *Corporate Governance what can be learned from Japan*. New York: Oxford University Press, 2002.

Cajiga, J. F. *Definición de RSE*. [en línea] CEMEFI. [México] 2006 [ref. de 19 junio 2006] *Fundamentos de La RSE*. Disponible en WWW: <http://www.cemefi.org/content/view/632/19/>

Calvert Group. (2001) "Social and Environmental Criteria for Group Funds" Citado en Thorne McAlister, Debbie. Ferrell, O.C. Ferrell, Linda. *Business and Society: A Strategic Approach to Corporate Citizenship*. Boston, Mass: Houghton Mifflin, (2003:184)

Cañal, M. J. (2000) Empresa Social, Mejores Prácticas de la Responsabilidad Social. *Expansión*. **805**: 188 - 196

Carneiro C. Manuel. *La Responsabilidad Social Corporativa Interna: La Nueva Frontera de los Recursos Humanos*. Madrid: ESIC Editorial, 2004. 259 p.

consecuencias, esto no implica frenar el mundo, pero si buscar nuevas formas, las teorías de la RSE hoy día son una de esas nuevas formas de hacer negocios.

En la búsqueda por un mundo equitativo no se puede dejar de lado cualquiera de los ámbitos de la sustentabilidad, se pueden establecer prioridades pero finalmente se deben atender todos; la interdependencia de los seres humanos, la economía y el ambiente no dejan lugar a la omisión. La sustentabilidad en un camino, aun falta para definir al Planeta Tierra como un Planeta Sustentable, es necesario reconocer nuevas forma de pensamiento, nuevas teorías económicas y de mercado. En el caso de México existen prioridades como es la pobreza y que es el caso de gran parte del mundo; sin embargo, los que de alguna forma podemos cooperar y contribuir no podemos seguir pasivos ante las necesidades del Planeta, entendido éste como una parte de la humanidad, no como un proveedor o como quien nos presta un lugar donde vivir. Esto mismo aplica en el caso de la RSE, las empresas seguramente no solucionarán todos los problemas a los que hoy en día nos enfrentamos, pero tampoco pueden permanecer pasivas.

BIBLIOGRAFIA

Accountability. *AA1000*. Accountability. [en línea] Accountability. Reino Unido. [Ene. 2007]
Disponible en: <http://www.accountability21.net/aa1000/default.asp?pageid=286#overview>

Ackerman, Robert W. (1975) Citado en: Wood, D. J. (1991:699) Corporate Social Performance Revisited. *Academy Management Review*. **16**(4):691-718.

Alkhafaji, A. (1989). Citado en Chung-Cheng Hsu; Ming-Jian Shen; et al. (2006). A Study on the Relationship Between Corporate Governance Mechanisms and Management Effectiveness. *The Business Review*. **6**(1): 208-217

Brown, D. (2000) Citado en: Keeble, J.J. et al. (2003) Using Indicators To Measure Sustainability Performance At A Corporate And Project Level. *Journal of Business Ethics*. **44** (2): 149-158.

Brundtland, G.H. *Our Common Future*. Oxford: Oxford University Press, 1987. 400 p.

Cadbury, A. (1992) "Report of the committee on financial aspects of corporate governance forum". Citado en: Learmount, Simon. (2002:7) *Corporate Governance what can be learned from Japan*. New York: Oxford University Press, 2002.

Cajiga, J. F. *Definición de RSE*. [en línea] CEMEFI. [México] 2006 [ref. de 19 junio 2006] *Fundamentos de La RSE*. Disponible en WWW: <http://www.cemefi.org/content/view/632/19/>

Calvert Group. (2001) "Social and Environmental Criteria for Group Funds" Citado en Thorne McAlister, Debbie. Ferrell, O.C. Ferrell, Linda. *Business and Society: A Strategic Approach to Corporate Citizenship*. Boston, Mass: Houghton Mifflin, (2003:184)

Cañal, M. J. (2000) Empresa Social, Mejores Prácticas de la Responsabilidad Social. *Expansión*. **805**: 188 - 196

Carneiro C. Manuel. *La Responsabilidad Social Corporativa Interna: La Nueva Frontera de los Recursos Humanos*. Madrid: ESIC Editorial, 2004. 259 p.

- Carroll A.B. (1979). Citado en: Wood, D. J. (1991) Corporate Social Performance Revisited. *Academy Management Review*. **16**(4):691-718.
- Carroll, A.B. (1991).The Pyramid Of Corporate Social Responsibility: Toward The Moral Management Of Organizational Stakeholders. *Business Horizons*. **34**(4): 39-48.
- Castillo, A.M. (1986) Citado en: Carneiro C. Manuel. *La Responsabilidad Social Corporativa Interna: La Nueva Frontera de los Recursos Humanos*. Madrid: ESIC Editorial, 2004:33. 259 p.
- Caux Round Table. *The Caux Round Table Principles* [en línea]. [Ene.2007]
Disponible en: <http://www.cauxroundtable.org>
- CEMEFI. (1999) *Actualidades Empresariales Boletín de Filantropía Empresarial* . **15**:1
- CEMEFI. Los Factores que Impactan a las Empresas para el Desarrollo de Filantropía Corporativa. México: CEMEFI, 1999.
- CEMEFI. *Diagnóstico Empresa Socialmente Responsable*. Edición 2005. México: CEMEFI, 2005.
- CEMEFI. *Empresa Socialmente Responsable*. México: CEMEFI, 2006.
- CEMEFI. *Logotipo de ESR*. [en línea] México: CEMEFI, 2006. [Sep.2006]
- CEMEFI. Filantropía [en línea] México: CEMEFI, 2006. [Ene.2007]
- Dale, A. Newman, L. (2005). Sustainable Development Education And Literacy. *International Journal of Sustainability in Higher Education*. **6**(4): 351-362.
- Dale, Ann. Hill, Stuart B. (2001) Citado en: Dale, A. Newman, L. (2005). Sustainable Development Education And Literacy. *International Journal of Sustainability in Higher Education*. **6**(4): 351-362.
- Davis, K. (1973). The Case For And Against Business Assumption Of Social Responsibilities. *Academy of Management Journal*. **16**: 312-322.
- DesJardins, J. (1998) Corporate Environmental Responsibility. *Journal of Business Ethics*. **17**(8): 825-838.
- DiPiazza, S.D. and Eccles, R.G. (2002) Citado en: Keeble, J.J. et al. (2003) Using Indicators To Measure Sustainability Performance At A Corporate And Project Level. *Journal of Business Ethics*. **44** (2): 149-158.
- Dragon International (1991). Citado en: Collins, M. Global Corporate Philanthropy. -Marketing Beyond the Call of Duty?. *European Journal of Marketing*. **27**(2): 46-58.
- Eberstadt, N. What History Tell Us About Corporate Responsibilities. En Carroll, Archie B. *Managing corporate social responsibility*. Boston: Little Brown, 1997. p.17-34
- Elkington, J. Wheeler, D. (2001) The End Of The Corporate Environmental Report? Or The Advent Of Cybernetic Sustainability Reporting And Communication. *Business Strategy and the Environment*. **10**(1): 1-14.
- Freeman, R. Edward. Strategic Management: A Stakeholder Approach. Boston: Pitman/ Ballinger (Harper Collins), 1984. 276p.
- Friedman, M. 1970 The Social Responsibility Of Business Is To Increase Its Profits, *New York Times Magazine*, Septiembre 13. 32-33
- Gao Lan Fen (2002) En Chung-Cheng Hsu; Ming-Jian Shen; et al. (2006). A Study on the Relationship Between Corporate Governance Mechanisms and Management Efectiveness. *The Business Review*. **6**(1): 208-217

- Global Reporting Initiative. The *Global Reporting Initiative Guidelines*. [en línea] GRI. Países Bajos, 2006. [Ene. 2007]
 Disponible en Web: http://www.globalreporting.org/NR/rdonlyres/A1FB5501-B0DE-4B69-A900-27DD8A4C2839/0/G3_GuidelinesENG.pdf
- Global Sullivan Principles. *The Global Sullivan Principles*. [en línea] Global Sullivan Principles. 1999 [Ene. 2007]
 Disponible en Web: <http://www.thesullivanfoundation.org/gsp/principles/gsp/default.asp>
- Godfrey, P.C. Hatch, N.M. (2006). Researching Corporate Social Responsibility: An Agenda For The 21st Century. *Journal Business Ethics*. **70** (1): 87-98
- Gray, Rob. Owen, Dave. Adams, Carol. (1996) Citado en: Elkington, J. Wheeler, D. (2001:4) The End Of The Corporate Environmental Report? Or The Advent Of Cybernetic Sustainability Reporting And Communication. *Business Strategy and the Environment*. **10**(1): 1-14.
- Keeble, J.J. Topiol, S. Berkeley, S. (2003) Using Indicators To Measure Sustainability Performance At A Corporate And Project Level. *Journal of Business Ethics*. **44** (2): 149-158.
- Logsdon, J.M. Wood, D.J. (2002) Business Citizenship: From Individuals To Organizations. *Ruffin Series in Business Ethics Quarterly*. **12** (2): 155-187.
- Marrewijk, M. van. (2003). Concepts and Definitions of CSR and Corporate Sustainability: Between Agency and Communion. *Journal Business of Ethics*. **44**(2): 95-2105.
- McAdam, Terry W. (1973)"How To Put Corporate Responsibility Into Practice". Citado en Carroll, Archie B. *Managing corporate social responsibility*. Boston: Little Brown, 1997. p.207-215
- Michael, B. (2003). Corporate Social Responsibility In International Development: An Overview And Critique. *Corporate social- Responsibility and Environmental Management*. **10**(3):115-128.
- Mitchell, R.K. Agle, B.R. Wood, D.J. (1997). Toward a Theory of Stakeholder Identification and Salience: Defining the Principle of Who and What Really Counts. *Academy of Management Review*. **22**(4): 853:886
- Moon, J. et al. (2005). Can corporations be citizens? Corporate Citizenship as a Metaphor for Business Participation in Society. *Business Ethics Quarterly*. **15**(3): 429-453.
- Musi, M. (2001). Editorial: A long philanthropic tradition. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*. **6**(3):196-198
- Naciones Unidas. *Global Compact*. [en línea] Nueva York. NU, 2000. [Ene.2007]
 Disponible en Web: <http://www.unglobalcompact.com>
- Naciones Unidas. Agenda 21. [en línea] Ginebra. NU, 1992. [Nov.2006]
 Disponible en Web: <http://earthwatch.unep.net/agenda21>
- Naciones Unidas. *Earth Summit*. [en línea] Rio de Janeiro. NU, 1992. [Nov.2006]
 Disponible en Web: <http://www.earthsummit.info/>
- Naciones Unidas. Indictors for Sustainable Development. [en línea] Nueva York. UN, 2001. [Feb. 2007]
 Disponible en Web: http://www.un.org/esa/sustdev/natlinfo/indicators/isdms2001/table_4.htm
- Norman, W. MacDonald, C. (2003). Getting to the Bottom of "Triple Bottom Line". *Business Ethics Quarterly*. **14**(2): 243-262.
- Núñez, G. (2003). La Responsabilidad Social Corporativa en un Marco de Desarrollo Sostenible. CEPAL. Santiago de Chile. 70p.

OCDE (1999) Citado en: Cadbury, A. "Report of the committee on financial aspects of corporate governance forum". En: Learmount, Simon. (2002) *Corporate Governance what can be learned from Japan*. New York: Oxford University Press, 2002. p 7.

OCDE. *Corporate Governance* [en línea] OCDE. 2007 [Feb.2007]
Disponible en Web: http://www.oecd.org/departament/0,2688,en_2649_34727_1_1_1_1_1,00.html

OCDE. *The OECD Guidelines for Multinational Enterprises*. [en línea] OCDE. París, 2001. [Ene.2007]
Disponible en Web: <http://www.oecd.org/dataoecd/56/36/1922428.pdf>

Post, James E. et. al. (1996) Citado en: Wulfson, M. (2001:136) The Ethics of Corporate Social Responsibility and Philanthropic Ventures. *Journal Business of Ethics*. 29(1):135-145.

Porter, M. Kramer, Mark. R. (2002) The Competitive Advantage of Corporate Philanthropy. *Harvard Business Review*. 80(12): 57-68.

Preston, Lee E. Post, James E.(1975) Citado en: Wood, D. J. (1991:696) Corporate Social Performance Revisited. *Academy Management Review*. 16(4):691-718.

Ranney, Kevin (2001): "Una Introducción a la Inersión Socialmente Responsable", Santiago de Chile, Chile Seminario Internacional de Responsabilidad Social Empresarial, octubre 2001.

Robinson, J. Tinker, J. 'Reconciling Ecological, Economic And Social Imperatives: A New Conceptual Framework' En Schrecker, Ted. (ED), *Surviving Globalism: Social and Environmental Dimensions*. St Martins Press, New York, 1997. 257p.

Saucedo, J.M. "Diferencias Entre Marketing Social, Marketing con Causa y Responsabilidad Social Empresarial". En: XII Conferencia Anual de ética, Economía y dirección ética y finanzas, (España 3y 4 de junio del 2004) Mexico: Universidad Autónoma de Coahuila. 17 p.

Schmidheiny, S. The Business Council for Sustainable Development. 1992 Changing Course. MIT Press: Cambridge, MA.

Steurer, R. et al (2005). Corporations, Stakeholders and Sustainable Development: A theoretical Exploration of Business Society Relations. *Journal of Business Ethics*. 61(3): 263-281.

Thorne McAlister, D. Ferrell, O.C. Ferrell, L. D. *Business and Society: A Strategic Approach to Corporate Citizenship*. Boston, Mass: Houghton Mifflin, 2003. 542 p.

Tichy, Noel. McGill, Andrew R. St Clair. Lynda. (1997) Citado en: Logsdon, J.M. Wood, D.J. (2002) Business Citizenship: From Individuals To Organizations. *Ruffin Series in Business Ethics Quarterly*. 12 (2): 155-187.

Tschirhart, Mary. (1997) Citado en: Logsdon, J.M. Wood, D.J. (2002) Business Citizenship: From Individuals To Organizations. *Ruffin Series in Business Ethics Quarterly*. 12 (2): 155-187.

Varadarajan, P.R. Menon, A. Cause-Related Marketing: A Coalignment of Marketing Strategy and Corporate Philanthropy. *Journal of Marketing*. 52(3): 58-74

Wartick, S.L. Cochran, P.L. (1985) Citado en: Wood, D. J. (1991) Corporate Social Performance Revisited. *Academy Management Review*. 16(4):691-718.

White, A.L. Sustainability and the Accountable Corporation. *Environment*. 1999, Vol. 41, No. 8. p. 30-43.

Wheeler, D. Sillanpaa, M. (1998). Including the Stakeholders: The Business Case. *Long Range Planning*. 31(2): 201-210.

Wood, D. J. (1991) Corporate Social Performance Revisited. *Academy Management Review*. 16(4):691-718.

Wulfson, M. (2001) The Ethics of Corporate Social Responsibility and Philanthropic Ventures. *Journal Business of Ethics*. 29(1):135-145.

ANEXO I. Iniciativas de Responsabilidad Social Empresarial

PRINCIPALES INDICADORES UTILIZADOS EN INICIATIVAS DE RSC

Indicadores de RSC	Global Reporting Initiative	OCDE Guidelines for Multinational Enterprises	UN Global Compact	Caux Principles for Business	Global Sullivan Principles	Equator Principles*
Económico						
Accountability	✓ Reporting, participación de stakeholder, monitoreo ambiental, derechos humanos	✓ Reporting participation de stakeholder	✓ Desempeño relacionado a informes de estándares, monitoreo derechos humanos	✓ Participación de Stakeholder	✓ Desempeño relacionado a informes de estándares	✓ Monitoreo
Transparencia	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Gobernabilidad Corporativa (ámbito general)	✓	✓	✗	✓ Derechos de accionistas (mayoritarios y minoritarios)	✗	
Uso de indicadores económicos	✓	✗	✗	✗	✗	✗
Medio Ambiente						
Referencia amplia a medio ambiente	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Sistema de gestión ambiental/ código de conducta	✓	✓	✗	✗	✗	✓

Wulfson, M. (2001) The Ethics of Corporate Social Responsibility and Philanthropic Ventures. *Journal Business of Ethics*. 29(1):135-145.

ANEXO I. Iniciativas de Responsabilidad Social Empresarial

PRINCIPALES INDICADORES UTILIZADOS EN INICIATIVAS DE RSC

Indicadores de RSC	Global Reporting Initiative	OCDE Guidelines for Multinational Enterprises	UN Global Compact	Caux Principles for Business	Global Sullivan Principles	Equator Principles*
Económico						
Accountability	✓ Reporting, participación de stakeholder, monitoreo ambiental, derechos humanos	✓ Reporting participation de stakeholder	✓ Desempeño relacionado a informes de estándares, monitoreo derechos humanos	✓ Participación de Stakeholder	✓ Desempeño relacionado a informes de estándares	✓ Monitoreo
Transparencia	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Gobernabilidad Corporativa (ámbito general)	✓	✓	✗	✓ Derechos de accionistas (mayoritarios y minoritarios)	✗	
Uso de indicadores económicos	✓	✗	✗	✗	✗	✗
Medio Ambiente						
Referencia amplia a medio ambiente	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Sistema de gestión ambiental/ código de conducta	✓	✓	✗	✗	✗	✓

Informe de desempeño ambiental	✓ (ISO 14000 por ejemplo)		✗	✗	✗	✓
Uso de indicadores ambientales	✓	✗	✗	✗	✗	✗
Social						
Estándares laborales	✓ No discriminación y capacitación	✓ Referencia general.No discriminación y capacitación, downsizing and layoffs	✓ No discriminación	✓ Referencia general, no discriminación, capacitación, downsizing and layoffs	✓ No discriminación	✓
Derechos humanos	✓ Salud y seguridad, trabajo infantil, fuerza laboral, libertad de asociación, salarios y beneficios, derechos pueblos indígenas	✓ Salud y seguridad, trabajo infantil, fuerza laboral, libertad de asociación	✓ Salud y seguridad, trabajo infantil, fuerza laboral, libertad de asociación, salarios y beneficios	✓ Salud y seguridad, salarios y beneficios, derechos pueblos indígenas	✓ Salud y seguridad, trabajo infantil, fuerza laboral, libertad de asociación, salarios y beneficios	✓ Salud y seguridad, trabajo infantil, derechos pueblos indígenas
Uso de indicadores sociales	✓	✗	✗	✗	✗	✗
Política						
Rol del Gobierno	✓	✓	✓	✓	✓	✗
Corrupción y Soborno	✗	✓	✗	✓	✓	✓
Uso de indicadores políticos	✗	✗	✗	✗	✗	✗

ANEXO II. Cuestionario de Autodiagnóstico del CEMEFI

I Calidad de Vida en la Empresa.

1. Determina como última opción en la reducción presupuestal, el despido de personal (implantar programas de apoyo para el retiro voluntario)
2. Considera la igualdad de trato en cuanto a género, condición social y origen étnico, dando las mismas oportunidades de contratación, promoción, remuneración y división de trabajo. (Convenios de de la OIT, Principio 6 United Nations-UN- Global Compact-GC)
3. Rechaza el uso de trabajo infantil. (OIT y Principio 5 UN-GC)
4. Garantiza condiciones justas y favorables en aspectos como liquidaciones y despidos.
5. Promueves hábitos y prácticas de trabajo saludables.
6. Contempla el respaldo de sus empleados, extendiendo beneficios y prestaciones sociales a sus dependientes.
7. Respeta el derecho de sus empleados a negociar colectivamente y a ser miembros del sindicato de su elección. (OIT y Principio 3 UN-GC)
8. Ofrece salarios y prestaciones en exactamente las mismas condiciones para todo el personal con funciones y cargas de trabajo similares.
9. Otorga prioridad a la relación con sus empleados y sus familias en términos de Responsabilidad Social.
10. Apoya y brinda facilidades al personal para poder atender eventos o acontecimientos familiares relevantes, previamente notificados cuándo estos coincidan con horarios de trabajo
11. Cuenta con horarios flexibles en aquellas áreas en que la operación de la empresa lo permita. (Flex time)
12. Incorpora educación de sus colaboradores como elemento crucial para la sustentabilidad del negocio.(Cero rezago educativo. INEA)
13. Cuenta con condiciones laborales y de seguridad especiales para grupos vulnerables. (Personas con discapacidad)
14. Reconoce al personal por la generación de ideas, toma de riesgos y decisiones a favor de la organización. (Clima de apertura sin represalias)
15. Permite a los empleados la exposición de opiniones acerca de las políticas y programas de trabajo.
16. Considera trato especial a madres trabajadoras con hijos pequeños. (Ver ejemplos en el booklet)
17. Fomenta el trabajo en equipo y el sentido de pertenencia con políticas y acciones concretas. (Integración del personal)
18. Promueve la libertad con responsabilidad, permitiendo la toma de decisiones y esquemas de autogestión. (Empowerment)
19. Ha incrementado el empleo femenino y otros grupos minoritarios, en posiciones operativas y directivas en años recientes. (Mejorar su posición con respecto a su contratación y participación en los comités)

20. Evita las prácticas laborales que interfieran con las obligaciones e intereses familiares ed su personal.
21. Incluye a la responsabilidad social dentro de sus programas de inducción y capacitación.
22. Mantiene al personal y colaboradores informados sobre los asuntos y cambios importantes que les afectan.
23. Apoya y estimula a su personal para que se desarrolle profesional y socialmente.
24. Promueve la confianza y el desempeño ético entre su personal.
25. Establece un entorno laboral seguro, con medidas adecuadas para prevenir accidentes y lesiones. (OIT, evitar la exposición a, peligrosa, insegura e insalubre, sistemas para detectar y evitar amenazas a al salud y a la seguridad laboral)
26. Dispone en u lugar de trabajo de salidas de emergencia libres de obstáculos con señalización adecuada.
27. Mantiene para uso de todos sus empleados sanitarios higiénicos y acceso constante a agua potable.
28. Mantiene para uso de todos sus empleados instalaciones adecuadas para el consumo de alimentos.
29. Rechaza y sanciona el uso de castigos corporales, coerción mental, física y abusos verbales por parte de los jefes. (Principio 4 UN-GC)
30. Garantiza que la composición de salarios y beneficios se detalla claramente de forma habitual a los trabajadores. (OIT)
31. Otras(s) variables(s) aplicada(s) en la empresa:

II. Ética y Gobierno Empresarial.

1. Cuenta con algún cargo o función responsable de promover y monitorear su desempeño ético.
2. Conoce y respeta la Declaración de los Derechos Humanos dentro de su ámbito de influencia. (Principio 2- UN-GC)
3. Incorpora aspectos de Responsabilidad Social en su Misión y planeación estratégica.
4. Ha establecido y publicado en un documento un código de conducta que comparte y difunde. (Principio 1 – UN-GC)

Si es el caso, entonces su empresa:

- a. Lo aplica en las relaciones con sus proveedores, clientes y competidores.
- b. Establece mecanismos de protección a denunciantes de violación e incumplimiento del código y de corrupción. (OCDE)
- c. Utiliza su código ético para resolver controversias al interior y exterior de la misma.
- d. Cuenta con procedimientos para la alineación del código de conducta con la planeación estratégica.
- e. Asegura Que su código se cumpla, sancionando sus violaciones y reconociendo a quien lo adopta.
5. Evita apoyar cualquier operación que vaya en contra de la dignidad de la persona.
6. Especifica claramente las modalidades de atención a las partes relacionadas con la empresa como: proveedores, clientes, inversionistas, personales, autoridades, competidores, usuarios y comunidad.
7. Promueve e impulsa una cultura de Responsabilidad Social e integridad entre sus proveedores.
8. Rechaza participar como patrocinador en cualquier programa o evento que vaya en contra de la dignidad de la persona.

9. Garantiza la honradez y claridad en todas sus transacciones.
10. Se abstiene de ofrecer y participar en pagos, comisiones y compensaciones extralegales al gobierno que le permitan obtener ventajas competitivas para el negocio.
11. Impide que empleados en algunas de sus sucursales, filiales o establecimientos puedan ser involucrados en actos de corrupción o de conflicto de intereses.
12. Busca oportunidades para promover sus productos y/o servicios relacionándolos con el apoyo a causas sociales.
13. Informa consistentemente y en forma clara sobre las especificaciones de sus productos y servicios.
14. Cuenta con políticas que determinen la forma de cumplir prona y consecuentemente con las garantías ofrecidas en sus productos y servicios.
15. Asegura mediante acciones concretas: el respeto a los derechos del cliente y la honradez en todas sus transacciones.
16. Opera con prácticas de mercado honestas, transparentes y de colaboración con otras empresas y organismos de su sector.
17. Opera con prácticas de mercado honestas, transparentes y de colaboración con otras empresas y organismos de s sector.
18. Asegura el respeto por la dignidad humana en la producción, comercialización y publicidad de sus productos y servicios.
19. Difunde mensajes publicitarios y promocionales que promueven las verdaderas características de sus productos.
20. Proporciona toda la información relevante sobre el negocio, productos y servicios.
21. Es rigurosa en el cumplimiento de obligaciones y compromisos con terceros.
22. Conoce, entiende y atiende oportunamente as necesidades e inquietudes de sus grupos de relación en el ámbito ético y de responsabilidad social.
23. Define, determina y hace públicos regularmente los alcances de su Responsabilidad Social.
24. Identifica y monitorea los temas de responsabilidad social junto con sus grupos de interés.
25. Identifica y articula políticas para que su código ético se refleje en sus prácticas cotidianas.
26. Incorpora aspectos de desempeño ético en las evaluaciones de so personal y directivos.
27. Consulta y toma en cuenta de manera regular las necesidades y comentarios de sus clientes, desarrollando productos y servicios innovadores en los que monitorea la calidad.
28. Cuenta con productos y servicios que alcanzan o exceden los estándares de seguridad que se han determinado para ellos.
29. Toma acciones inmediatas para retirar sus productos cuándo es detectado algún tipo de riesgo de salud y/o de seguridad.
30. Acompaña sus productos con información suficiente sobre ella y de cómo contactarla en caso de cualquier aclaración.
31. Otras(s) variables(s) aplicada(s) en la empresa:

III. Vinculación de la empresa con la comunidad

1. Cuenta con una fundación, instancia, puesto o sistema responsable de la planeación, otorgamiento y seguimiento de sus donativos y su vinculación con la comunidad. (2% del presupuesto-sugerido-)
2. Realiza o patrocina campañas publicitarias de interés y beneficio social.
3. Destina algún presupuesto o porcentaje de sus utilidades antes de impuestos a sus programas de vinculación comunitaria.
4. Da prioridad en su actuación y relaciones públicas al involucramiento con la comunidad.
5. Incluye en su reporte anual sus acciones y contribuciones con la comunidad (Balance o Reporte Social.) –

REPORTE CEMEFI

6. Identifica y monitorea los temas o asuntos comunitarios importantes para su operación y reputación.
7. Mantiene relaciones de confianza con la comunidad, como un componente crítico para su estrategia y operaciones.
8. Desarrolla un plan estratégico para los programas comunitarios basado en temas de interés y objetivos compartidos entre ella y la comunidad.
9. Cuenta con indicadores sociales concretos, previamente establecidos, para medir su desempeño en los programas de donación e inversión comunitaria.
10. Ve a la comunidad como uno de los más importantes destinatarios de sus acciones y relaciones (grupos de interés o stakeholders).
11. Busca oportunidades para promover sus productos y/o servicios relacionándolos y apoyando causas sociales.
12. Selecciona causas sociales afines a su negocio y a los intereses de su comunidad interna.
13. Contribuye a la promoción del bienestar económico y social de las comunidades en las que opera.
14. Contempla apoyo con recursos no financieros para la realización de actividades públicas, cívicas o de beneficio social de grupos organizados de la comunidad a modo de inversión social empresarial.
15. Posee estrategias para el desarrollo de sus proveedores, en particular los locales.
16. Cuenta con lineamientos que determinan los apoyos sociales que otorga.
17. Establece canales permanentes de diálogo con los diferentes sectores de la comunidad en que opera, para conocer lo que piensan sobre sus responsabilidades sociales.
18. Incorpora sistemas para soportar, comunicar e institucionalizar sus objetivos de involucramiento comunitario.
19. Tiene directivos que apoyen, se comprometan y participen en los esfuerzos empresariales de involucramiento comunitario.
20. Asigna a todos los niveles funciones y responsabilidades específicas para alcanzar los objetivos de involucramiento con la comunidad.
21. Establece un proceso externo para evaluar el impacto de sus estrategias de involucramiento con la comunidad.
22. Conoce e identifica las particularidades de la comunidad local para prevenir posibles conflictos que su manera de operar pueda suscitar con respecto a sus costumbres y creencias.

23. Mantiene alianza con al menos alguna organización social para desarrollar un programa de beneficio a la comunidad.
24. Hace uso de su influencia y relaciones a favor de las comunidades en las que opera.
25. Adopta las medidas necesarias para garantizar que sus actividades no tengan impacto negativo sobre la vida en la comunidad donde desarrolla.
26. Proporciona información permanente sobre sus actividades filantrópicas en todos sus medios de comunicación interna.
28. Integra y respalda iniciativas o causas filantrópicas de su personal.
29. Investiga y recopila información adicional sobre las organizaciones a las que apoya.
30. Promueve con acciones específicas la filantropía, participación y responsabilidad social entre sus empleados, proveedores, acreedores, clientes e instituciones con los que se relaciona.
31. Otras(s) variables(s) aplicada(s) en la empresa:

IV. Cuidado y Preservación del Medio Ambiente.

1. Cuenta con un área para los asuntos del medio ambiente y optimización de los recursos.
2. Trabaja con personal especializado para temas ambientales en su empresa.
3. Promueve el bajo consumo de agua en sus instalaciones.
4. Orienta su toma de decisiones a la creación de valor a corto y largo plazo, contribuyendo al incremento del bienestar y progreso en su entorno inmediato, asumiendo una mayor responsabilidad ambiental.
(Principio 8, UN-GC-)
5. Da prioridad en su desempeño y relaciones públicas a la difusión de información clara y amplia a clientes sobre el uso y riesgos de sus productos y servicios.
6. Destina una partida de su presupuesto anual a programas de conservación o protección ambiental.
7. Se encamina a convertirse en una empresa sin papel.
8. Determina anticipadamente cuál debe ser su comportamiento a favor del medio ambiente, el mejor aprovechamiento de recursos y sus principales retos ambientales. (Principio 7 UN-GC)
9. Realiza programas continuos de capacitación ambiental para los empleados.
10. Cuenta con programas de separación adecuada de los residuos sólidos y orgánicos que genera la empresa minimizando la generación de desperdicios de basura
11. Motiva a sus empleados a proponer iniciativas para el mejor aprovechamiento de los recursos utilizados.
12. Hace uso racional de la energía eléctrica para garantizar el bajo consumo de sus instalaciones y oficinas.
13. Contribuye a la resolución y atención de posibles problemas generados por su producto o servicio en la(s) comunidad (s) dónde opera.
14. Alienta el desarrollo y la difusión de tecnologías amigables para el medio ambiente. (Principio 9 UN-GC)
15. Recicla sus productos y aprovecha otros residuos o desechos que genera.
16. Plantea algún compromiso público sobre su desempeño empresarial frente a cuestiones vinculadas con el medio ambiente y el desarrollo sustentable.
17. Trata las aguas residuales más allá de lo que indican las normas técnicas vigentes.

18. Trabaja con sus clientes y proveedores sobre el cuidado al medio ambiente y aprovechamiento de los recursos.
19. Dona los excedentes de mobiliario y equipo favoreciendo su reutilización y aprovechamiento.
20. Utiliza técnicas ecológicas en la construcción y equipamiento de sus instalaciones.
21. Cuenta con programas internos de difusión e información que generen entre su personal conciencia ambiental.
22. Mantiene sus activos (maquinaria, equipo, transporte, etc.) en niveles adecuados para la prevención de contaminación y ahorro de energía.
23. Cuenta con iluminación y ventilación adecuada para las condiciones climáticas locales.
24. Genera incentivos, premios y reconocimientos para los empleados que sugieren alternativas para combatir la contaminación o desaprovechamiento de recursos en sus procesos.
25. Considera comprar productos y materia prima reciclados, restaurados o reacondicionados, minimizando el uso de materiales no degradables.
26. Establece compromisos explícitos con el desarrollo del medio ambiente y se fija metas formales.
27. Se compromete con el desarrollo sustentable a través de hechos y comunicación pública.
28. Emplea tecnologías y procedimientos encaminados a minimizar o erradicar factores de riesgo que sus productos pudiesen tener sobre la persona, las comunidades o el medio ambiente.
29. Incluye en sus objetivos empresariales el alcanzar el "Desarrollo Sustentable" (Definición por la Comisión de Medioambiente y desarrollo de las Naciones Unidas)
30. Cuenta con procesos e instalaciones que minimicen un eventual impacto ambiental adverso.
31. Otras(s) variables(s) aplicada(s) en la empresa:

ANEXO III. Proceso para Recibir el Distintivo de Empresa Socialmente Responsable a través del Cuestionario de Autodiagnóstico.

18. Trabaja con sus clientes y proveedores sobre el cuidado al medio ambiente y aprovechamiento de los recursos.
19. Dona los excedentes de mobiliario y equipo favoreciendo su reutilización y aprovechamiento.
20. Utiliza técnicas ecológicas en la construcción y equipamiento de sus instalaciones.
21. Cuenta con programas internos de difusión e información que generen entre su personal conciencia ambiental.
22. Mantiene sus activos (maquinaria, equipo, transporte, etc.) en niveles adecuados para la prevención de contaminación y ahorro de energía.
23. Cuenta con iluminación y ventilación adecuada para las condiciones climáticas locales.
24. Genera incentivos, premios y reconocimientos para los empleados que sugieren alternativas para combatir la contaminación o desaprovechamiento de recursos en sus procesos.
25. Considera comprar productos y materia prima reciclados, restaurados o reacondicionados, minimizando el uso de materiales no degradables.
26. Establece compromisos explícitos con el desarrollo del medio ambiente y se fija metas formales.
27. Se compromete con el desarrollo sustentable a través de hechos y comunicación pública.
28. Emplea tecnologías y procedimientos encaminados a minimizar o erradicar factores de riesgo que sus productos pudiesen tener sobre la persona, las comunidades o el medio ambiente.
29. Incluye en sus objetivos empresariales el alcanzar el "Desarrollo Sustentable" (Definición por la Comisión de Medioambiente y desarrollo de las Naciones Unidas)
30. Cuenta con procesos e instalaciones que minimicen un eventual impacto ambiental adverso.
31. Otras(s) variables(s) aplicada(s) en la empresa:

ANEXO III. Proceso para Recibir el Distintivo de Empresa Socialmente Responsable a través del Cuestionario de Autodiagnóstico.

Se autodefine como un proceso de confianza, honestidad y transparencia empresarial y se deben cubrir los siguientes requisitos:

Inscripción

La empresa recibe un memorando con procedimientos, documentos y cuaderno de diagnóstico con indicadores, además de una entrevista preliminar con un representante del CEMEFI.

La empresa debe nombrar un responsable y representante que conduzca en proceso internamente.

Entrega de documentos

- ▶ Carta de declaración de que conoce y asume el Decálogo de la Empresa Socialmente Responsable.
- ▶ Cuestionario de autodiagnóstico respondido y avalado con la firma del Director o Presidente.
- ▶ Carpeta con información de respaldo
- ▶ Carpeta con políticas reestablecidas por la empresa para gestionar la responsabilidad.
- ▶ En caso de renovación, evidencia sobre los puntos de mejora respecto de la anterior certificación.

Obtención del Distintivo de Empresa Socialmente Responsable

El distintivo se obtiene a través del autodiagnóstico, verificado por el CEMEFI y con el respaldo de AliARSE.

Los requisitos para su obtención son:

- a. Inscripción en la fecha indicada. En este paso del proceso se hace un depósito deducible (\$50 000 MXP), e incluye los materiales, asesoría, monitoreo y evaluación que requiere el proceso. La empresa recibe un memorando con el procedimiento, documentos con los fundamentos de la RSE y el cuaderno de diagnóstico con los indicadores. Para el desarrollo de esta tesis se utilizará el cuaderno de diagnóstico de 2005.
- b. Entrevista con un representante del CEMEFI
- c. La empresa nombra un responsable y representante ante el CEMEFI.
- d. Entrega de la siguiente documentación:

- ▶ Carta declarando que conoce y asume el decálogo de la Empresa Socialmente Responsable

El decálogo es:

1. Promueve e impulsa una cultura de competitividad responsable que busca las metas y el éxito del negocio, contribuyendo al mismo tiempo al bienestar de la sociedad.
2. Hace públicos sus valores, combate interna y externamente prácticas de corrupción y se desempeña con base en un código de ética.
3. Vive esquemas de liderazgo participativo, solidaridad, servicio y de respeto a los derechos humanos y a la dignidad humana.
4. Promueve condiciones laborales favorables para la calidad de vida, el desarrollo humano y profesional de toda su comunidad (empleados, familiares, accionistas y proveedores).
5. Respeta el entorno ecológico en todos y cada uno de los procesos de operación y comercialización, además de contribuir a la preservación del medio ambiente.
6. Identifica las necesidades sociales del entorno en que opera y colabora en su solución, impulsando el desarrollo y mejoramiento de la calidad de vida.
7. Identifica y apoya causas sociales como parte de su estrategia de acción empresarial.

8. Invierte tiempo, talento y recursos en el desarrollo de las comunidades, en las que opera.
9. Participa mediante alianzas intersectoriales con otras empresas, organizaciones de la sociedad civil, cámaras, agrupaciones o gobierno en la discusión, propuestas y atención de temas sociales de interés público.
10. Toma en cuenta e involucra a su personal, accionistas y proveedores en sus programas de inversión y desarrollo social.
 - ▶ Cuestionario Diagnóstico respondido, avalado con la firma del Director o Presidente
 - ▶ Carpeta con toda la documentación y evidencias requeridas para sustentar el cumplimiento de los indicadores.
 - ▶ Carpeta con políticas establecidas por la empresa para guiar la gestión socialmente responsable de la misma.
 - ▶ En caso de renovación del distintivo, la evidencia sobre los puntos de mejora identificados respecto a la edición anterior.

Los resultados se dan a conocer a través de desplegados en los diarios y la empresa recibe:

- ▶ Carta de autorización para el uso del Distintivo ESR por un año
- ▶ Trofeo
- ▶ Certificado
- ▶ Manual de utilización del distintivo
- ▶ Invitación a formar parte del Foro de Empresas Socialmente Responsables*
- ▶ Carta de adhesión al Pacto Mundial de las Naciones Unidas (UN Global Compact)

El cuestionario de diagnóstico está conformado por los Indicadores de Responsabilidad Social Empresarial, que permitirá a la empresa conocer el nivel de adopción y compromiso de la cultura de RSE en la gestión de la empresa, cultura, operación y estrategia. Al finalizar el proceso se obtiene un marco de referencia para poder disponer de parámetros comparativos con otras empresas. Se encuentra dividido en siete secciones.

1ª: Datos generales de la empresa: tamaño, sector, productos, composición de capital, pertenencia a asociaciones y premios recibidos.

2ª: Preguntas abiertas en cuanto a la percepción de la compañía en materia de responsabilidad social.

3ª: Instructivo para responder el cuestionario a través del cuál se autoevalúa y cubriendo los requisitos mínimos es por el cuál se obtiene el Distintivo ESR.

4ª: Banco de Prácticas de RSE con el fin de crear un acervo de prácticas empresariales para poder tener información, en este se incluyen la Filantropía Empresarial como una práctica evaluada como ámbito de la RSE.

5ª: Declaración de veracidad de la información firmada por el directivo de más alto rango.

6ª: Listado de páginas de Internet de apoyo y

7ª: Cuestionario para empresas que han ostentado el distintivo por más de tres años consecutivos.

ANEXO IV. Información sobre las empresas a las que se les otorgó el distintivo en 2006

Por 6° año:

- ▶ Bimbo

Industria: Alimentos & Bebidas

Afiliación al Global Compact: No aparece registrada

Página Web: www.grupobimbo.com.mx
Sección en la página sobre RSE y/o DS:
<http://www.grupobimbo.com.mx/display.php?section=6>
Reporte: No
Ultimo Reporte: No
Indicadores: No

▶ Zimat Consultores

Sector: Consultoría
Afiliación al Global Compact: 15 de Agosto 2006
Página Web: www.zimat.com
Sección en la página sobre RSE y/o DS: Hace referencia a que desde el año 2000 ha recibido el distintivo.
Reporte: No
Ultimo Reporte:
Indicadores: No

Por 5° año:

▶ Industrias Peñoles

Sector: Extractiva
Afiliación al Global Compact: 30 de Marzo del 2006
Página Web: <http://www.penoles.com.mx/penoles/ingles/index.php>
Sección en la página sobre RSE y/o DS:
http://www.penoles.com.mx/penoles/respos_social/respons_social.php
Reporte: Si
http://www.penoles.com.mx/penoles/images/inversionistas/introduccion/pdf/PenolesIAm_2005.pdf
Fecha de último reporte: 2005
Indicadores: Si

▶ Inmobiliaria Parque Reforma

Sector: Inmuebles
Afiliación al Global Compact: No aparece listada
Página Web: www.parquereforma.com.mx
Sección en la página sobre RSE y/o DS:
<http://www.parquereforma.com.mx/html/quienes/respon.html>
Reporte: No
Fecha de último reporte:
Indicadores: No

Por 4° año

► General Electric (GE) México

Sector: Empresa multinacional en México atiende varios sectores

Afiliación al Global Compact: No aparece listada

Página Web: www.ge.com.mx

Sección en la página sobre RSE y/o DS:

www.ge.com.mx/Nuestro-compromiso.asp

Reporte: No para México

Fecha de último reporte:

Indicadores: No

► Financiera Independencia

Sector: Financiero (Microcréditos)

Afiliación al Global Compact: No aparece listada

Página Web: www.independencia.com.mx

Sección en la página sobre RSE y/o DS: Cultura Corporativa

Reporte: No

Fecha de último reporte

Indicadores: No

Por 3^{er} año

► Cemex

Sector: Financiero (Microcréditos)

Afiliación al Global Compact: 6 de Diciembre del 2006

Página Web: www.cemexmexico.com.mx

Sección en la página sobre RSE y/o DS:

www.cemexmexico.com/rs/rs_lp.html

Reporte: Si

Fecha de último reporte:

De Responsabilidad Social Empresarial: 2005

Informe de Desarrollo Sustentable 2005

Indicadores: Si

► Agrícola Tarriba

Sector: Agricultura

Afiliación al Global Compact: 28 de Marzo de 2006

Página Web: www.farmersbest.com.mx

Sección en la página sobre RSE y/o DS:

<http://www.farmersbest.com.mx/esp/socialaward.asp>

Reporte: No

Fecha de último reporte

Indicadores: No

Por 2° año

▶ CFE

Sector: Gobierno

Afiliación al Global Compact: 21 de Abril del 2006

Página Web:

www.cfe.gob.mx

Sección en la página sobre RSE y/o DS:

Reporte: No

Fecha de último reporte

Indicadores: No

▶ Nueva Agroindustria del Norte

Sector: Agrícola

Afiliación al Global Compact: 28 de Marzo del 2006

Página Web: www.agroindustriasdelnorte.com.mx

Sección en la página sobre RSE y/o DS:

<http://www.agroindustriasdelnorte.com.mx/esr.htm>

Reporte: No

Fecha de último reporte

Indicadores: No

Por 1^{er} año

▶ Corporación GEO

Sector: Construcción

Afiliación al Global Compact: 26 de Enero del 2006

Página Web: www.corporaciongeo.com

Sección en la página sobre RSE y/o DS:

http://www.corporaciongeo.com/ri/responsabilidad_social/index.asp?id=responsabilidad_social

Reporte: Si

Fecha de último reporte: 2005

Indicadores: Si

▶ Grupo Anjor

Sector: Construcción, Entretenimiento y Comercialización

Afiliación al Global Compact:

Página Web: www.grupoanjor.com

Sección en la página sobre RSE y/o DS: Responsabilidad Social

Reporte: No

Fecha de último reporte

Indicadores: No