



INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL

UNIDAD PROFESIONAL INTERDISCIPLINARIA DE
INGENIERÍA Y CIENCIAS SOCIALES Y
ADMINISTRATIVAS

SECCIÓN DE ESTUDIOS DE POSGRADO E INVESTIGACIÓN

**“DIAGNÓSTICO DE LAS ACCIONES DE RESPONSABILIDAD
SOCIAL EN UNA EMPRESA DEL D.F.”**

TESIS

PARA OBTENER EL GRADO DE MAESTRO EN
ADMINISTRACIÓN

PRESENTA

SANDY KATIA DENISSE GONZÁLEZ BARAJAS

DIRECTORA DE TESIS

DRA. MARÍA ELENA TAVERA CORTÉS

MÉXICO D.F. 2010





INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL
SECRETARÍA DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO

SIP-14

ACTA DE REVISIÓN DE TESIS

En la Ciudad de México, D.F. siendo las 13:00 horas del día 30 del mes de abril del 2010 se reunieron los miembros de la Comisión Revisora de Tesis, designada por el Colegio de Profesores de Estudios de Posgrado e Investigación de UPIICSA para examinar la tesis titulada:

"DIAGNÓSTICO DE LAS ACCIONES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN UNA EMPRESA DEL D. F."

Presentada por el alumno:

GONZÁLEZ

Apellido paterno

BARAJAS

Apellido materno

SANDY KATIA DENISSE

Nombre(s)

Con registro:

B	0	7	1	4	0	0
---	---	---	---	---	---	---

aspirante de:

MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN

Después de intercambiar opiniones, los miembros de la Comisión manifestaron **APROBAR LA TESIS**, en virtud de que satisface los requisitos señalados por las disposiciones reglamentarias vigentes.

LA COMISIÓN REVISORA

Directora de tesis

DRA. MARÍA ELENA TAVERA CORTÉS

M. en C. SILVIA GALICIA VILLANUEVA

DR. EDMAR SALINAS CALLEJAS

DR. NICOLÁS RODRÍGUEZ PÉREGO

M. en C. ARMANDO MORALES MARÍN

LA PRESIDENTA DEL COLEGIO

DRA. MARÍA ELENA TAVERA CORTÉS



INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL
SECRETARÍA DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO

CARTA CESIÓN DE DERECHOS

En la Ciudad de México D.F. el día 3 del mes Mayo del año 2010, la que suscribe Sandy Katia Denisse González Barajas alumna del Programa de Maestría en Administración con número de registro B071400, adscrita a la Sección de Estudios de Posgrado e Investigación de la UPIICSA-IPN, manifiesta que es autora intelectual del presente trabajo de Tesis bajo la dirección de la Dra. María Elena Tavera Cortés y cede los derechos del trabajo intitulado: “Diagnóstico de las acciones de Responsabilidad Social en una empresa del D.F.”, al Instituto Politécnico Nacional para su difusión, con fines académicos y de investigación.

Los usuarios de la información no deben reproducir el contenido textual, gráficas o datos del trabajo sin el permiso expreso del autor y/o director del trabajo. Este puede ser obtenido escribiendo a la siguiente dirección skdenisse@yahoo.com.mx . Si el permiso se otorga, el usuario deberá dar el agradecimiento correspondiente y citar la fuente del mismo.

Sandy Katia Denisse González Barajas

Agradecimientos

A mi Familia.

Por ser el motor que día a día me impulso a lograr mis objetivos. A mi padre Alejandro González, Maestro en derecho penal, por su ejemplo y superación constante. A mi madre Audrey Barajas, por su entrega y dedicación. A mi hermana Claudia González, por ser mi mejor amiga y confidente.

A la Dra. María Elena Tavera Cortés.

Por su orientación, disponibilidad, paciencia y generosidad para compartir sus valiosos conocimientos y experiencias en la elaboración de este trabajo.

A Cristian Olvera.

Por compartir siempre cada momento de este camino profesional. Por ser el hombre que con su cariño ha logrado mi admiración y respeto.

Al IPN y en especial a la UPIICSA.

Por ser mi casa durante tanto tiempo y brindarme la oportunidad de desarrollarme como profesional y ser humano.

Gracias a todos y cada una de las personas que directa o indirectamente han dejado en mí una huella invaluable en este largo recorrido

"Mantén los Pies pegados a la tierra y nunca dejes de apuntar a las Estrellas".

L. Aguirre.

ÍNDICE.....	i
ÍNDICE DE CUADROS Y TABLAS.....	iii
Resumen.	v
Abstract.	vi
INTRODUCCIÓN	1
Capítulo I. Aproximaciones teóricas sobre la Responsabilidad Social Empresarial (RSE).	5
1.1 Filantropía.....	5
1.2 Inversión social.....	8
1.3 Responsabilidad Social Empresarial.....	14
1.4 Planteamientos de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) o Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en el mundo.	16
1.4.1 Teorías clásicas.....	16
1.4.2 Pacto mundial estrategia de RSE.....	22
1.4.3 Estrategia de RS de la comunidad Europea denominada “El Libro Verde”.	25
1.4.4 La Responsabilidad Social como norma de certificación “Social Accountability 8000” (SA 8000).	26
1.5. La RSE en América Latina.....	29
1.5.1. Definición de RSE en Brasil.....	30
1.5.2. Definición de RSE en Chile	31
1.5.3 Definición de RSE en Uruguay.....	32
1.6. Fundamentos de RSE en México.	34
1.7 La evolución de la RSE en México.	36
1.7.1. Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI).....	38
1.7.2. Alianza para la Responsabilidad Social Empresarial (ALIARSE).....	42
Capítulo II. Caracterización de la RSE en la Pequeña y Mediana empresas en México	45
2.1. Antecedentes de la Pequeña y Mediana empresa (Pyme) en México.	45
2.2. Características de las PYME.	47
2.2.1. Características Cuantitativas de las PYMES.	48
2.2.2. Características Cualitativas de las PYMES.	49
2.3 Amenazas a las que se enfrentan las PYMES.	52
2.4 Importancia de la RSE en las PYMES.	53
2.5 Medición del desempeño de las acciones socialmente responsables.	59
2.5.1 Guía para la elaboración de reportes sustentables denominada “Global Reporting Initiative” (GRI).	60
2.5.2. Indicadores de RSE establecidos por el CEMEFI.	62

2.6 Barreras por las cuales no se incorporan acciones de RSE en la PYMES.	70
Capítulo III. Marco metodológico para el desarrollo del diagnóstico de la RSE en la pequeña y mediana empresa.	72
3.1 Guía para la elaboración del diagnóstico de RSE elaborado por el CEMEFL.	72
3.2. Caso de éxito de una empresa dedicada a la fumigación de Plagas.	75
3.2.1 Características de la empresa caso de éxito.	76
3.2.2. Analisis de los indicadores de RSE en la empresa caso de éxito.	76
3.2.2.1 Análisis de la empresa caso de éxito en los indicadores de gestión de la RSE.	77
3.2.2.2 Análisis de la empresa caso de éxito en los indicadores de calidad de vida.	78
3.2.2.3 Análisis de la empresa caso de éxito en los indicadores de Vinculación con la comunidad.	80
3.2.2.4 Análisis de la empresa caso de éxito en los indicadores de Gestión de la ética.	81
3.2.2.5 Análisis de la empresa caso de éxito en los indicadores de Cuidado y preservación del medio ambiente.	83
Capítulo IV.- Diagnóstico de la Responsabilidad social en una pequeña empresa del Distrito federal.	86
4.1 Características de la empresa caso de estudio.	86
4.1.1. Antecedentes de la empresa caso de estudio.	86
4.1.2 Misión.	87
4.1.3 Visión de la empresa caso de estudio.	87
4.1.4 Objetivos de la empresa caso de estudio.	87
4.1.5 Valores de la empresa caso de estudio.	88
4.2 Evaluación de la empresa caso de estudio.	88
4.3 Análisis comparativo de la empresa caso de estudio y la empresa caso de éxito.	107
Conclusiones.	115
Bibliografía.	120
Anexos.	126

INDICE DE CUADROS Y TABLAS

CUADRO 1. Tipos de resultados producidos por la Inversión Social.	12
CUADRO 2. Eventos en materia de RS en México.	38
CUADRO 3. Criterios para la estratificación de la micro, pequeña y medianas empresa.	49
CUADRO 4. Pasos para la elaboración del diagnóstico de RSE.	72
FIGURA 1. Niveles de compromiso en materia de RSE.	23
FIGURA 2. Esfera de influencia de la empresa.	24
FIGURA 3. Marco GRI para la elaboración de memorias de sostenibilidad.	61
GRAFICA 1. Porcentaje de cumplimiento de los indicadores en el área de Gestión de la RSE.	92
GRAFICA 2. Porcentaje de cumplimiento de los indicadores en el área de Calidad de Vida en el trabajo.	96
GRAFICA 3. Porcentaje de cumplimiento de los indicadores en el área de Vinculación con la comunidad.	99
GRAFICA 4. Porcentaje de cumplimiento de los indicadores en el área de Gestión Ética de la empresa.	102
GRAFICA 5. Porcentaje de cumplimiento de los indicadores en el área de conservación y medio ambiente.	105
GRAFICA 6. Porcentaje de cumplimiento de los indicadores de RSE.	106
TABLA 1. Indicadores para las pequeñas Empresas Socialmente Responsables 2009 en el área de Gestión de la Responsabilidad Social Empresarial.	62
TABLA 2. Indicadores para las pequeñas Empresas Socialmente Responsables 2009 en el área de Calidad de vida en el trabajo.	63
TABLA 3. Indicadores para las pequeñas Empresas Socialmente Responsables 2009 en el área de Vinculación con la comunidad.	65
TABLA 4. Indicadores para las pequeñas Empresa Socialmente Responsable 2009 en el área de Gestión ética de la empresa.	66
TABLA 5. Indicadores para las pequeñas Empresas Socialmente Responsable 2009 en el área de cuidado y Preservación del medio ambiente.	68
TABLA 6. Indicadores de la Empresa caso de éxito en el área de Gestión de la RSE.	77
TABLA 7. Indicadores de la Empresa caso de éxito en el área de Calidad de vida en el trabajo.	78
TABLA 8. Indicadores de la Empresa caso de éxito en el área de Vinculación con la comunidad.	80
TABLA 9. Indicadores de la Empresa caso de éxito en el área de Gestión de la ética	82

TABLA 10. Indicadores de la Empresa caso de éxito en el área de Cuidado y preservación del medio ambiente.	83
TABLA 11. Indicadores de Gestión de la RSE en la empresa caso de estudio.	89
TABLA 12. Indicadores de Calidad de Vida en el trabajo en la empresa caso de estudio.	93
TABLA 13. Indicadores de vinculación con la comunidad en la empresa caso de estudio.	97
TABLA 14. Indicadores de Gestión ética en la empresa caso de estudio.	100
TABLA 15. Indicadores de Cuidado y preservación del medio ambiente en la empresa caso de estudio.	103
TABLA 16. Comparación de indicadores en el área de Gestión de la RSE.	108
TABLA 17. Comparación de indicadores en el área de Calidad de vida en el trabajo.	109
TABLA 18. Comparación de indicadores en el área de Vinculación con la comunidad.	110
TABLA 19. Comparación de indicadores en el área de Gestión Ética.	111
TABLA 20. Comparación de indicadores en el área de Cuidado y preservación del medio ambiente.	113

Resumen

La condición actual del mundo ha generado la necesidad de tomar conciencia, principalmente sobre el actuar de los entes económicos y específicamente de las empresas. El tema de la responsabilidad social empresarial funge como la guía para lograr que los empresarios lleven a sus organizaciones por un camino en donde los beneficios se den en todo su entorno, es decir, al interior y exterior de ella. Las empresas mexicanas al ser en su mayoría micro, pequeñas y medianas desgraciadamente suelen estar restringidas a reconocimientos de este tipo, generando de alguna manera cierta desventaja ante las grandes corporaciones.

En México el organismo que evalúa y determina que empresas son socialmente responsables es el Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi). Organismo que cuenta con una amplia experiencia en el campo de la Responsabilidad Social así como una extensa gama de vínculos nacionales e internacionales que avalan este tipo de reconocimientos. Por lo tanto el trabajo de investigación se encuentra basada en la metodología de este organismo para evaluar el grado de RS de las PYMES, con el objeto de obtener información que les sirva de utilidad a este tipo de empresas para que en un futuro puedan acceder al reconocimiento de ser una empresa socialmente responsable. El estudio se realizó a través de una entrevista con elementos importantes en una pequeña empresa del Distrito Federal además de la investigación in situ.

Por otra parte se analizaron las características de otra empresa, la cual obtuvo durante dos años el distintivo de ser una empresa socialmente responsable. Posteriormente se realizó una comparación de una empresa con reconocimiento y otra que no lo tiene.

Abstract

The present condition of the world has generated the need for awareness, particularly on the actions of economic entities and specifically companies. The issue of corporate social responsibility serves as the guide to ensure that employers take their organizations along a path where benefits are provided throughout your environment, inside and outside of it. Mexican companies to be mostly micro, small and medium unfortunately are restricted to surveys of this kind, somehow creating a certain disadvantage to large corporations. In Mexico, the agency that evaluates and determines which companies are socially responsible is the Mexican Center for Philanthropy (Cemefi). Organization that has extensive experience in the field of Social Responsibility and a wide range of national and international links that support this type of recognition. Therefore the research work is based on the methodology of this organization to assess the level of RS of SMEs, in order to obtain information that can be useful to these businesses for the future may access the recognition as a socially responsible company. The study was conducted through an interview with important elements in a small company in the Federal District in addition to research in situs.

Moreover, was analyze the characteristics of another company, which had for two years the distinction of being a socially responsible company. Subsequently was developed a comparison of a recognized company and the other does not.

Introducción

En fechas recientes se observa que en un gran número de anuncios de periódicos y revistas se encuentra la frase “Empresa Socialmente Responsable” acompañada de un logotipo que dice “ESR”, pero qué significa y qué implica que una empresa sea socialmente responsable. Regularmente los anuncios que contienen esta frase son de empresas multinacionales: como Coca cola, Bimbo, Hewllet Packard, Farmacias de similares y otras de este tipo. Sin embargo, pensando en el contexto mexicano, encontramos que la mayoría de las empresas en nuestro país son Micro, pequeñas y medianas. Esto, conlleva a cuestionarse sobre qué tan importante es para una pequeña empresa, ante una economía como la de México, asimilar este concepto de Responsabilidad Social.

Descripción del problema

El concepto de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) surge en los años 90 como respuesta al implacable dominio de las grandes empresas en el mundo y a las prácticas de dudosa legalidad que derivan de su producción. Algunas de estas prácticas se relacionan con el trabajo infantil, los salarios por debajo de la ley, condiciones inhumanas para los trabajadores y contaminación indiscriminada. Con el paso del tiempo la RSE comenzó a tomar un enfoque de ventaja competitiva para las empresas, de tal manera que se generó un auge mundial en torno a ella. En el caso de México, la promoción y difusión de la RSE se encuentra a cargo, principalmente, del Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI). Organismo que año con año otorga el distintivo de ser una Empresa Socialmente Responsable. Desafortunadamente la cantidad de Pymes que obtienen el distintivo Empresa Socialmente Responsable (ESR) son muy pocas. Lo cual refleja la escasa participación de las Pymes en el ámbito de la RSE. Consecuentemente representa una desventaja de las Pymes ante las grandes compañías del país.

Hipótesis

Demostrar que la empresa caso de estudio realiza acciones de responsabilidad social y estas benefician a la misma.

Objetivos

- Realizar un diagnóstico sobre la RSE de la empresa caso de estudio
- El presente trabajo pretende demostrar que la adopción de prácticas de RSE en una pequeña empresa -que será el caso de estudio de esta investigación-, no se encuentra limitada por los reconocimientos de los organismos competentes, es decir, a pesar de no contar con el distintivo ESR que otorga el Cemefi, esta empresa lleva a cabo acciones de responsabilidad social.

Justificación

El distintivo otorgado por el Cemefi brinda una serie de ventajas para la empresa. El reconocimiento de la marca y la imagen corporativa son algunas de ellas. Por lo tanto es necesario comenzar con un análisis sobre la situación de la empresa en el ámbito de la RSE. El primer acercamiento para conocer la situación de la responsabilidad social en una empresa es el diagnóstico. En el caso de las PyMES es importante aplicar los indicadores adecuados al tamaño de estas empresas. Consecuentemente, el diagnóstico para las Pymes elaborado por el Cemefi es la guía para evaluar la RSE. De tal manera que permita conocer la factibilidad de que una empresa pequeña tenga acceso al distintivo Empresa Socialmente Responsable (ESR).

Alcances y limitaciones

El alcance de esta investigación se basa en la elaboración de un diagnóstico de RSE en una empresa del D.F. a través de la guía de indicadores que establece el CEMEFI para tal efecto. No obstante, el presente trabajo se encuentra limitado en base a la decisión de la

empresa caso de estudio sobre obtener el distintivo ESR, debido a que el proceso de registro conlleva un costo.

Resultados Esperados

- Mostrar las acciones que la pequeña empresa caso de estudio lleva a cabo sobre RSE
- Mostrar que la pequeña empresa cubre con los requerimientos para obtener el distintivo ESR.
- Mostrar las diferencias con una pequeña empresa que obtuvo el distintivo ESR.

Reseña del estudio

Para realizar el diagnóstico de la empresa caso de estudio, se llevó a cabo la siguiente metodología:

En el capítulo I, se darán los resultados obtenidos de una revisión de la literatura sobre RSE. De tal manera que se establecerán sus antecedentes pasando desde la filantropía y la inversión social hasta el concepto actual de RSE. En este mismo capítulo se tratarán algunos documentos referentes a la RSE como el pacto mundial, el libro verde y la norma referente a este tema llamada Social Accountability 8000 (SA 8000). Así mismo, se hablará de los principales organismos dedicados a la difusión y fomento de la RSE.

Posteriormente, en el capítulo II se darán los resultados de una revisión de la literatura sobre las Pequeñas y Medianas Empresas (PyMES). En este segundo capítulo, se abordarán las principales características de las PyMES, así como los retos y obstáculos a los que se enfrentan estas empresas para la implantación de la RSE. Así mismo, se describirán las ventajas que obtienen las Pymes de aplicar acciones de responsabilidad social. Dentro de

este mismo capítulo, se describirán las herramientas más comunes que se utilizan para la medición de la RSE y es ese sentido la herramienta que se utilizará para esta investigación. Para el capítulo III se definirá la guía para la elaboración del diagnóstico de RSE en la empresa, así mismo se describirá un caso de una empresa mexicana que logró obtener el reconocimiento de ser una empresa socialmente responsable. Para dicho efecto se realizó un análisis de las listas de empresas que obtuvieron el distintivo ESR publicadas por el Cemefi anualmente. Posteriormente se seleccionó una pequeña empresa de ese listado. Finalmente en el capítulo IV se describirá la empresa que sirvió como caso de estudio. Para la elección de ésta, se tomo en cuenta que la empresa contara con los registros legales. Como el registro en la Secretaria de Hacienda y Crédito Público y el registro en el Sistema de Información Empresarial Mexicano. También se darán los resultados obtenidos en la empresa en cuanto a su situación de RSE, es decir se dará el diagnóstico final. Éste se presentará en cada una de los apartados que maneja el Cemefi en su diagnóstico de Pymes (Gestión de la RSE, Ética empresarial, Calidad de vida en el trabajo y Cuidado y conservación del medio ambiente), así como la gráfica general de todas las acciones que lleva a cabo. Por último se realizó un análisis comparativo por cada uno de los indicadores entre la empresa de éxito y la de estudio.

Capítulo I. Aproximaciones teóricas sobre la Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

La responsabilidad social empresarial surge a partir de la idea de buscar el bienestar para la comunidad en la que operan las empresas. Inicialmente asumió el nombre de filantropía, dando lugar a los actos de beneficencia y caridad a las personas más necesitadas o en situaciones de extrema carencia. Con el paso del tiempo, esta idea fue tomando un sentido más estratégico para la empresa. Tomando el nombre de inversión social, las empresas comenzaron a implantar acciones de tipo asistencial sobre situaciones que involucraran el mejoramiento de la comunidad a su alrededor, con el objetivo de verse beneficiados también por estas acciones. Finalmente, el concepto se torna más completo al involucrar no solamente a la sociedad, sino a todas aquellas personas que se ven afectadas por la actividad de la empresa, es decir, consideran a los actores externos (proveedores, medio ambiente, clientes, sociedad) e internos (trabajadores, accionistas, socios, inversionistas). Es así como el concepto de RSE se consolida en todo el mundo, generando cuestionamientos sobre los límites de esta responsabilidad y diversas posturas en relación con la adopción de acciones relativas a ello.

1.1 Filantropía

El significado etimológico de la palabra filantropía proviene del griego Philos que significa amor y de anthropos que significa hombre¹. Zúñiga Pulido en su tesis expone que la filantropía es “toda acción generosa y voluntaria que se realiza en beneficio de la

¹ <http://etimologias.dechile.net/?filantropia> consultado el 17 de enero 2009

comunidad, sin ánimo de lucro ni interés particular”². Por lo tanto, el concepto se refiere a todo aquello que esté relacionado en pro de la humanidad sin ningún interés más que el bienestar de la misma. En un enfoque individual la filantropía es comúnmente vista como la donación de unas cuantas monedas a individuos en situación de calle o extrema pobreza, es decir, la típica limosna que suele darse de manera informal en la calle. En general, en las empresas no varía mucho este enfoque, puesto que como menciona el experto Felipe Agüero “las donaciones suelen estar mediadas por las preferencias y relaciones personales de sus dueños y orientadas en gran parte a realizar obras de caridad, con una visión más asistencialista que de desarrollo o cambio social”³

Carrillo y Colaboradores determinan que “la filantropía corporativa se refiere a la forma como la empresa utiliza su gasto o sus utilidades, es decir, a los recursos que las empresas donan...”⁴. Klaus Schwab define la filantropía corporativa como “la aportación de recursos adicionales a los obligatorios por la ley (impuestos y prestaciones laborales)”⁵. Por lo tanto, en términos generales la filantropía corporativa es la donación de recursos en cantidad o especie que las empresas hacen a los sectores más desfavorecidos, viendo estas actividades como obras de caridad meramente altruistas.

El banco interamericano de desarrollo en conjunto con IKEI Research & Consultancy han investigado el progreso de la RSE. En su artículo Responsabilidad Social de la Empresa en las PyMES de Latinoamérica menciona que “los inicios de la RSE entre los agentes

²Zúñiga Pulido, Verónica **El modelo filantrópico estadounidense como una alternativa para crear una cultura altruista en México.** Escuela de Ciencias Sociales, Universidad de las Américas Puebla. Abril 2005.pag 4

³ Carrillo Collar Patricia, D. Layton Michael, Tapia Álvarez Mónica. **Filantropía Corporativa a la mexicana.** Alternativas y capacidades A.C. Julio 2006. Pág. 3

⁴ Ibídem

⁵ Op. Cit. Pag 5.

privados (incluidas las empresas) datan desde el siglo XIX, caracterizadas básicamente como acciones de asistencia social. Por ejemplo, obras de caridad efectuadas por la iglesia católica, y financiadas a través de donaciones privadas y motivadas por cuestiones fundamentalmente éticas o religiosas, de corte absolutamente individual”.⁶

En México, efectivamente la iglesia católica fue la primera institución encargada de desempeñar las funciones asistenciales dirigidas principalmente a la educación y salud. Sin embargo después de las leyes de reforma, el gobierno liberal tomó una parte de las instituciones de beneficencia en sus manos y creó la dirección de Fondos de la Beneficencia Pública, no obstante el estado no contaba con la capacidad necesaria para abarcar las necesidades de este sector. De tal manera que algunas instituciones de beneficencia permanecieron bajo el dominio de la iglesia y el sector privado comenzó a tener una participación importante en obras filantrópicas.⁷

Los primeros indicios de filantropía corporativa en México datan desde 1840⁸ cuando surge una empresa familiar en el estado de Guanajuato, la cual se preocupaba por el bienestar de su comunidad y era bien sabido que los miembros de esta familia eran poseedores de un alto sentido nacionalista y religioso, junto con su generosidad y altruismo demostrada a través de una amplia documentación de préstamos y donativos, que hacían a gran cantidad de personas e instituciones sin mayor interés.

⁶ Vives Antonio, Corral, Antonio y Isasi, Iñigo, Responsabilidad social de la Empresa en las Pymes de Latinoamérica, Banco Interamericano de Desarrollo Septiembre de 2005.pag. 16

⁷ Zúñiga Pulido, Verónica. Óp. Cit. pag. 3

⁸ Autor desconocido. El modelo filantrópico estadounidense como una alternativa. Óp. Cit., pag.5.

Actualmente han surgido organizaciones no lucrativas, precisamente con el fin de dar ayuda a aquellos sectores más desfavorecidos de nuestro país, como por ejemplo la pobreza, la falta de educación y la desigualdad de género. Dentro de estas organizaciones se encuentran las fundaciones, generalmente creadas por empresas privadas y las cuales están encargadas, principalmente, de canalizar donativos económicos a individuos u organizaciones sin fines de lucro y a dar servicios como organizar conferencias, realizar investigaciones y publicaciones en beneficio de la sociedad. También encontramos las sociedades civiles las cuales, de igual manera, atienden las necesidades de la sociedad. Ambas organizaciones se encuentran fuera de la esfera gubernamental. Sin embargo, en México aún no existe una cultura de filantropía bien arraigada, es decir, continua llevándose a cabo de manera informal y con muy poco interés por parte de las empresas. Por otra parte, la mayoría de las donaciones que se hacen son por que el dueño o fundador de la empresa tiene lazos de amistad o parentesco, por lo tanto no existía un control sobre el donativo, ya que se supone que el receptor haría un buen uso de este. Consecuentemente la filantropía es, en el caso de México, una acción que no busca el cambio social en donde se aprecie con más claridad el fruto de estos actos filantrópicos, sino el mero acto asistencialista para problemas sociales comunes.

1.2 Inversión social

Gracias al enfoque empresarial que se le dio a la filantropía, surge en los años ochenta el concepto de inversión social. Concepto que se caracterizó por la orientación de las acciones realizadas por la empresa, las cuales no debían ser sólo de corte asistencialista, sino que debían de procurar el desarrollo de su entorno a largo plazo. En algunos países, como

Panamá, existen organizaciones privadas con el fin de promover la RSE, como es el caso de Integrarse. Esta organización sobre la inversión social explica lo siguiente:

“La inversión social implica asumir un compromiso con la comunidad en la que la empresa se desenvuelve y permite obtener resultados de mayor impacto, ya que en la medida que la comunidad perciba beneficios que le da la empresa, se torna en una aliada para enfrentar situaciones críticas o de riesgo. Esto es, se destinan recursos para actividades u obras con el fin de establecer una reputación, una imagen, y de generar confianza entre los miembros de la comunidad”.⁹

En este sentido, se observa que el concepto de filantropía corporativa-manejado previamente- adquiere una evolución referente al beneficio que se espera obtener de la aplicación de las acciones en beneficio de la comunidad. Es decir, la inversión social no solo busca el beneficio para la sociedad, sino que a través de una gestión empresarial destinan recursos a ciertas áreas llamadas de inversión social (salud, educación, vivienda, medio ambiente, discapacitados, etc.) para obtener una ganancia como, por ejemplo, una mejor imagen ante la comunidad. Cabe destacar que a diferencia de la filantropía, la inversión social es vista como una estrategia competitiva para la empresa y por lo tanto se destinan fondos propios de la misma a dichas actividades. Además las decisiones respecto a los proyectos de inversión social no solo son tratados por los dueños de la empresa, sino que intervienen los mandos medios o, en su caso, comités especializados en la materia.

La Cámara Venezolano-americana de comercio e industria define la Inversión Social como:

⁹IntegraRSE, **Historia y evolución de la RSE**, <http://www.integrarse.org.pa/rse/historia.htm>, Panamá, consultado el 11 de febrero 2009.

“Una práctica que formula e implementa la empresa en el marco de su acción social, con miras a producir sostenibilidad en lo social y generar retornos y activos intangibles para la empresa. Ello mediante la movilización y ejecución de recursos de diversa naturaleza que permiten satisfacer expectativas, alcanzar fines y anticipar oportunidades en su entorno socio ambiental y humano, esperando que dicha inversión genere transformaciones dinámicas fundamentales de lo económico, lo social y lo ambiental que la afectan”¹⁰

Entonces, cuando se habla de inversión social se entiende que la aplicación de esta herramienta debe producir beneficios para la empresa y no solo para la sociedad, puesto que generar ganancias es el objetivo de cualquier inversión. En este sentido, la cámara Venezolano-americana de comercio e industria también explica los tipos de resultados que se espera de la inversión social. Estos resultados los clasifican de acuerdo a lo que se espera que produzca, estos son: producir impacto, producir retornos y producir una reducción de riesgos.

Con los resultados de impacto, se espera lograr un cambio en las poblaciones o actores claves en torno a la empresa. Algunos ejemplos de estos son: nivel de vida, capacidades, practicas, calidad del acceso a bienes o servicios, estilos de relaciones, calidad del ambiente y preservación de sus condiciones, estilos de vida, inclusión social y valores. Cada uno de ellos debe de ser medible, por lo tanto los cambios deben de ser registrados mediante indicadores. De tal manera que los miembros de la empresa puedan tomar decisiones y generar líneas de acción con la información obtenida de los indicadores.

¹⁰ Alianza social VenAmcham. **Inversión social empresarial instrumentos para la sostenibilidad principios y practicas.** Cámara Venezolano-americana de comercio e industria. Venezuela 2004.

Los resultados de retorno, a diferencia de los de impacto, producen un cambio en el capital de la empresa y en los activos tangibles e intangibles. Es decir, estos resultados siempre están dirigidos a la empresa y se espera obtener cambios en aspectos financieros y económicos, así como en activos tangibles e intangibles de la empresa, tales como: reputación, reconocimiento de su liderazgo, lealtad a la marca o a la empresa, percepciones de la ciudadanía, todas las valoraciones que permitan la continuidad operacional, el valor accionario, las relaciones de colaboración entre actores, la licencia para operar, las variaciones sobre el desempeño económico. Algunos indicadores para los retornos son: capitales, posicionamiento, calidad, eficiencia y rendimiento. Por lo tanto este resultado se produce para quien hace la inversión social (empresa) y no para quien la recibe (la sociedad).

El tipo de resultado reducción de riesgos, tiene que ver con la reducción de las amenazas del entorno. Por lo tanto se pueden establecer como riesgos sociales, puesto que están relacionados con las personas clave del entorno a la empresa. Lo que se espera de estos resultados es la disminución de las amenazas del entorno que afecten el desempeño operacional, económico y social de la empresa y la vulnerabilidad de la empresa. Por ejemplo: el número de conflictos evitado con las personas interesadas (sociedad, proveedores) o la imagen negativa ante sus clientes. Consecuentemente, al disminuir las amenazas también disminuye la vulnerabilidad de la empresa, puesto que no tiene la necesidad de responder a posibles problemas en un futuro.

Los tres tipos de resultados se encuentran sintetizados en el Cuadro 1, donde primeramente se observa que el tipo de resultado de impacto está dirigido a las partes interesadas (stakeholders) y los de retorno y de riesgo están dirigidos específicamente a la empresa. En

cuanto a la valoración, se refiere a lo que se espera de cada resultado, como se analizo anteriormente.

CUADRO 1.- Tipos de resultados producidos por la Inversión Social.

Resultados	Sujeto al que está referido	Valoración
De Impacto	Comunidades Stakeholders(Internos y Externos)	Cambios cualitativos y cuantitativos en relación con la condición inicial de una población o grupo social determinado, medidos como variaciones registradas en el tiempo
De Retorno	Empresa	Cambios en los activos tangibles e intangibles y el capital social, cultural y humano de la empresa
De Riesgo	Empresa	Cambios en las amenazas y vulnerabilidades de la empresa para manejar los contenidos sociales internos y externos que afectan a la empresa en su desempeño.

Fuente: Alianza social Cámara Venezolano-americana de comercio e industria

La forma en que las compañías pueden realizar sus inversiones varía de acuerdo a sus posibilidades, así como en la cultura de dicha empresa. Algunas de estas formas de realizar las inversiones son: donativos en efectivo, aportaciones únicas, fideicomisos, patrocinios y mercadotecnia con causa.

Dentro de los donativos en efectivo se encuentran los que se utilizan para proporcionar fondos a proyectos o los que se utilizan para realizar sus operaciones, es decir, los fondos de capital, son destinados para el apoyo de proyectos como son edificios nuevos, equipos, reparaciones o renovaciones. Los fondos operativos, como su nombre lo indica, son utilizados para financiar las operaciones cotidianas de la empresa o para financiar algún

programa especial¹¹. Las aportaciones únicas, son precisamente contribuciones que se realizan una sola vez con el propósito de apoyar a la organización en los proyectos que consideren pertinentes. Algunos ejemplos de esto son: ayudas financieras a un grupo con problemas de cáncer, ayuda para instalar equipo de computo en escuelas marginadas, apoyos a damnificados, aparatos para niños con capacidades diferentes entre otros. Los fideicomisos, como lo marca la ley General de Títulos y Operaciones de Crédito (L.G.T.O.C.) en su artículo 381, son operaciones donde “...el fideicomitente transmite a una institución fiduciaria la propiedad o titularidad de uno o más bienes o derechos, según sea el caso, para ser destinados a fines lícitos y determinados, encomendando la realización de dichos fines a la propia institución fiduciaria”.¹² En ese sentido, los fideicomisos son recursos monetarios que la empresa fideicomitente mantiene invertidos para incrementar su patrimonio mientras que la otra empresa se ve beneficiada por las utilidades que utilizan para financiar su trabajo. Una de las ventajas de los fideicomisos es que después de la primera aportación ya no se requiere la recaudación de más fondos.

En el caso de los patrocinios pueden considerarse como donativos en relación con los fondos dados y los beneficios inmediatos obtenidos, es decir, la cantidad de fondos dados no debe ser a cambio de algún beneficio inmediato para el inversor social. Consecuentemente los patrocinios que se realizan a cambio de algún beneficio como publicidad o promociones medibles, no son considerados como donativos.

Una de las acciones de inversión social muy común es la mercadotecnia con causa. En donde la empresa inversora realiza sus aportaciones en base a la venta de los productos o

¹¹ Dirección de promoción Centro Mexicano para la Filantropía A.C. **Responsabilidad Social y Voluntariado**, México 2000. Pág. 9.

¹² Ley General de Títulos y Operaciones de Crédito. Última reforma en el DOF 01/02/2008.

servicios de esta, es decir, por cada unidad comprada o por cada cantidad específica de dinero, la empresa prometerá donar una cantidad determinada a una causa benéfica específica. Regularmente las empresas que realizan estas acciones son de tamaño grande como Danone, Fud, Pond's, Avon, Fuller, entre otras empresas de este tamaño. De tal manera, que estas empresas lo utilizan como una estrategia de ventas esperando aumentarlas y así beneficiar a la empresa receptora.

1.3. Responsabilidad Social Empresarial

La responsabilidad Social en América Latina surge a mediados de los años noventa¹³, teniendo como predecesor tanto a la filantropía como a la Inversión Social. De tal manera, que se puede apreciar como la RSE es un concepto que ha madurado a través del tiempo. En primera instancia como caridad (filantropía), posteriormente como una estrategia (inversión social) y finalmente llegando al concepto actual de Responsabilidad Social Empresarial. Cabe destacar que en México se realizan más actividades filantrópicas que en los países de Europa que se enfocan principalmente a la inversión social y a la RSE. Es por esto, que nuestro país se encuentra atrasado en la adopción de este concepto.

En base al cuadro Criterios para la definición de filantropía empresarial, inversión social y responsabilidad social (Anexo II) se observa que en el caso particular de la filantropía la motivación principal para llevar a cabo este tipo de acciones es exclusivamente altruista, por lo tanto el beneficio es la mera satisfacción personal. Los recursos que se utilizan para ello son tomados de las utilidades, por lo tanto las personas que toman las decisiones al respecto son principalmente los directivos. El impacto deseado es mejorar la calidad de vida de la sociedad, es decir en el entorno externo de la empresa, sin contemplar el

¹³ Vives Antonio. Op.Cit.

beneficio o mejora del contexto interno. En el caso de la inversión social la empresa es motivada por los beneficios (buena imagen o reputación ante la sociedad) que obtiene a través de los beneficios a la comunidad. Los recursos utilizados son tomados de los fondos del presupuesto de la empresa, consecuentemente las decisiones sobre este tipo de acciones las toman los directivos (gerencia general y comités especiales). Con estas acciones se espera generar una influencia en el sentido de que la empresa mejora la vida de la comunidad, por lo tanto el impacto es en un entorno externo al igual que la filantropía, no obstante con la inversión social la empresa espera otro tipo de retornos que la beneficien internamente. Existe un mayor control en la inversión social a través de instrumentos para medir los efectos del impacto, son principalmente evaluaciones de proceso y apreciaciones sobre la repercusión de la acción. Por último la RSE busca la obtención de beneficios para los trabajadores, sus familias y la comunidad en que se asienta, con el fin de obtener beneficios en el mediano y largo plazo, por lo tanto no solo involucra el entorno externo, sino el interno. Los recursos que se destinan a este apartado son tomados de utilidades, fondos presupuestales, equipos y recursos humanos de la empresa, usando un enfoque global de los recursos con los que cuenta. En este caso el ámbito de influencia es externo e interno, puesto que se desarrolla en los trabajadores así como en la comunidad. La empresa espera beneficiarse de la reputación e imagen que se genere de tal manera que aumenten sus utilidades y la satisfacción personal. Los instrumentos de medición son el balance social o reporte social, evaluaciones de impacto y métodos de mercadotecnia social. Quienes toman las decisiones son los directivos, comités especiales y los socios¹⁴.

¹⁴ Criterios para la definición de filantropía empresarial, inversión social y responsabilidad social. Cuadro comparativo. Anexo II.

Con lo anterior, la responsabilidad social contempla un panorama más amplio a comparación de la filantropía y la inversión social. Manteniendo una relación con sus grupos de interés (Stakeholders: proveedores, clientes, socios, trabajadores, comunidad, inversionistas, gobierno) de ganar-ganar.

1.4. Planteamientos de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) o Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en el mundo.

En el contexto de la RSE existen diferentes posturas sobre los límites de la responsabilidad de estas. Algunos autores clásicos afirman que la responsabilidad de las empresas radica en satisfacer las necesidades de la sociedad mediante la producción de bienes y servicios eficientes. Por otra parte, existe la postura de aquellos que aseguran que la responsabilidad de las empresas se basa en la armonización de las acciones de la empresa con la comunidad en la que opera. En ese sentido, han surgido varios organismos que adoptaron este último enfoque y crearon estrategias para su implementación. Entre las estrategias más importantes se encuentra el pacto mundial de la organización de la naciones unidas, el libro verde de la comunidad europea y la norma de RSE llamada “Social Accountability 8000” (SA 8000) creada por organizaciones no gubernamentales, empresas privadas y sindicatos.

1.4.1 Teorías Clásicas

El primer paso hacia la claridad en el examen de la doctrina de la responsabilidad social de las empresas es preguntar precisamente lo que implica para cada quién¹⁵. Con esto, Milton Friedman se refiere a la versatilidad de definiciones que la Responsabilidad Social (RSE) -

¹⁵ Friedman, Milton, **The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits**, *The New York Times Magazine*, September 13, 1970.

también denominado como Responsabilidad Social Corporativa (RSC)- puede adquirir dependiendo del contexto en el que se encuentre. En su artículo, Friedman critica la responsabilidad social que tiene la empresa ante las partes interesadas (clientes, empleados, proveedores, accionistas, sociedad, etc.) estableciendo que la responsabilidad no la tiene la empresa, sino los dueños o propietarios y que su responsabilidad es meramente incrementar el capital de la empresa mediante la producción eficiente de bienes y servicios. Argumenta que la responsabilidad de mantener el bienestar social está en manos del gobierno, ya que para ello las empresas pagan impuestos. Por otra parte, Adam Smith opinaba que era innecesario el control gubernamental de la economía y enfatizó que una política gubernamental de *laissez faire* generaría las condiciones propicias para maximizar la riqueza de la nación¹⁶. Argumentaba que el manejo de la economía se daba por una ley natural o mano invisible del mercado, favoreciendo con ello el individualismo productivo y el comercio sin la intervención del gobierno. Opinaba que los países debían especializarse en las mercancías en las que tenían ventaja absoluta para después exportarlas y por el contrario, importar aquellas mercancías en las que el socio comercial era especialista. Por lo tanto, para Adam Smith era de suma importancia la división del trabajo con el único propósito de cubrir las necesidades que el mercado requiere, es decir, cada país debería de especializarse en producir aquello en los que tiene ventaja para satisfacer las necesidades de otros países. Efectivamente, las organizaciones adquieren, en primera instancia, el compromiso de mantenerse en el mercado con el propósito de satisfacer una necesidad para la sociedad. En este sentido, es entendible que los dueños busquen principalmente el beneficio económico. No obstante, otros autores que afirman que las empresas no solo se

¹⁶ Gómez Chinas, Carlos. De Adam Smith a List ¿del libre comercio al proteccionismo? REVISTA DE LA FACULTAD DE ECONOMÍA-BUAP. AÑO VIII NÚM. 24, México.

deben preocupar por el aspecto económico, sino por todo el entorno en el que se desenvuelve la empresa.

En la década de los 60 Frederick W. planteó que los medios de producción debían ser utilizados de manera tal que fortaleciesen el bienestar económico-social, sosteniendo que la responsabilidad social es el deber de toda persona de tener en cuenta el impacto de sus actos en todo el sistema social, lo cual implica la necesidad de mirar más allá de lo estrictamente económico o productivo de la empresa, considerando el sistema social en su conjunto¹⁷.

En este mismo año Davis (1960) hizo su aporte diciendo que la responsabilidad social es un término aplicable a aquellas decisiones y acciones adoptadas por los empresarios, debidas a motivaciones que van más allá del interés económico o técnico. Davis formuló la Ley de Oro de la Responsabilidad que sostiene que “la responsabilidad social de los empresarios debería ser acorde al poder social de las empresas”.¹⁸ Sin embargo, es en los años 50 cuando se concibe el concepto moderno de Responsabilidad Social establecido por Harold Bowen, conocido como el padre de este término. Estableció que es obligación del directivo de empresa perseguir políticas, tomar decisiones y seguir líneas de acción deseables, para los objetivos y los valores de la sociedad. Por lo tanto hoy en día se entiende que es un concepto en donde no solo la empresa debe preocuparse por la producción de bienes o servicios, sino deben fijar objetivos que cumplan con expectativas sociales, de tal manera que aseguren la estabilidad y crecimiento de ambas (empresa y comunidad). Esto no significa que deban encargarse de resolver problemas comunitarios puntuales, sino que

¹⁷ Devoto, Pablo Andrés, “El concepto de Responsabilidad Social Empresaria (RSE) frente al Trabajo Decente”, Buenos Aires, Junio de 2005, pág. 10.

¹⁸ *Ibíd.* Pag.9

responderán como un medio para colaborar en la satisfacción de las necesidades sociales. Es decir, las empresas en ningún momento realizan las funciones de las que está encargado el gobierno, solo cumplen con armonizar sus funciones con las de la sociedad en la medida de lo posible.

Se observa entonces como existe una controversia sobre la responsabilidad social de las empresas. En tanto que el enfoque tradicional marca que las empresas llevan de manera implícita esta responsabilidad, así como lo marca Diez Castro:

“Tradicionalmente, se ha considerado que la empresa como unidad de producción cumple la función económica de producción de bienes y servicios para la satisfacción de las necesidades humanas. La consideración tradicional de esta función entiende que la empresa, en el desarrollo de su actividad económico-productiva, cumple implícitamente una función social centrada en su contribución a los objetivos generales de la política económica, como metas expresivas del grado de bienestar económico y social deseable por la comunidad”¹⁹

Entonces la visión tradicional se resume en los siguientes puntos:

Su enfoque limitado sobre la función de la empresa, puesto que los efectos de la actividad empresarial trascienden mas allá de lo meramente económico, es decir, afectan a todo su entorno ya sea social, ambiental, económico y político.

¹⁹ Reyno Momberg, Manuel. **Responsabilidad social empresarial (RSE) como ventaja competitiva.** Septiembre de 2006.

La asignación exclusiva de funciones sociales al Estado, sin considerar que otros agentes sociales puedan ser partícipes en la política social. Esto, no quiere decir que otros agentes tomen el rol del gobierno, sino que colaboren en la medida de lo posible.

La visión tradicional no considera que los problemas sociales sean asunto de todos, sino de aquellos a quienes les concierne darle solución.

Sin embargo como lo dice Reyno Momberg:

“La empresa tiene capacidad para ser un motor de cambio social, asumiendo un mayor protagonismo en la política social y una participación efectiva en la resolución de los problemas comunes. La revisión de la función social de la empresa es el origen de la teoría sobre la existencia de una responsabilidad de la empresa hacia la sociedad, que se basa asimismo en la consideración de la empresa como sistema abierto.”

Considerando lo anterior, la empresa como sistema abierto implica que cualquier actividad que lleve a cabo va a afectar directamente las condiciones del entorno en el que se desenvuelve. Por lo tanto, la empresa debe responder por los deterioros causados debido a sus actividades cotidianas.

En general existen dos posturas sobre la responsabilidad social de la empresa. La primera se ocupa únicamente de generar riqueza y empleos, mientras que la segunda se ocupa de todas las partes interesadas dando lugar a lo que se conoce como teoría de los stakeholders. Sobre esta teoría habla González Esteban en su artículo “La empresa ante sus grupos de interés”, comenta lo siguiente:

“El concepto de stakeholders se utiliza principalmente para tres objetivos: definir un nuevo concepto de empresa, planificar la responsabilidad social de las corporaciones y, dirigir estratégicamente las empresas. Precisamente dentro de esta tercera utilización es desde donde se ha elaborado una teoría o análisis de stakeholders, que tiene como objetivo fundamental definir y desarrollar el comportamiento ético de las organizaciones. En definitiva, no es más, que un modelo conceptual de empresa que señala que se debe prestar atención a las necesidades y derechos de todos los grupos de intereses de una empresa en un sentido útil para desarrollar el comportamiento responsable de los directivos y de la organización de modo ético. Este concepto elevado a teoría tiene la pretensión de definir una organización como ética cuando en ella las obligaciones hacia los stakeholders figuran de forma prominente en la toma de decisiones de los directivos dentro de las organizaciones”²⁰

Esta teoría es vista entonces como una estrategia en donde se toman en cuenta de manera significativa las necesidades, derechos y opiniones de los stakeholders para el manejo y dirección de la empresa. De tal manera que empata los objetivos de la organización con las necesidades de las demás partes involucradas, logrando una relación ganar-ganar. Elsa González contempla como stakeholders a los siguientes actores: propietarios, la dirección, los trabajadores, los clientes, los proveedores, los competidores y la comunidad local.

²⁰ González Esteban, Elsa. **La empresa ante sus grupos de intereses: Una aproximación desde la literatura del análisis de los stakeholders**, 1999 disponible en: http://www.eben-spain.org/docs/Papeles/VII/6_Gonzalez99.pdf

1.4.2 Pacto Mundial Estrategia de RSE

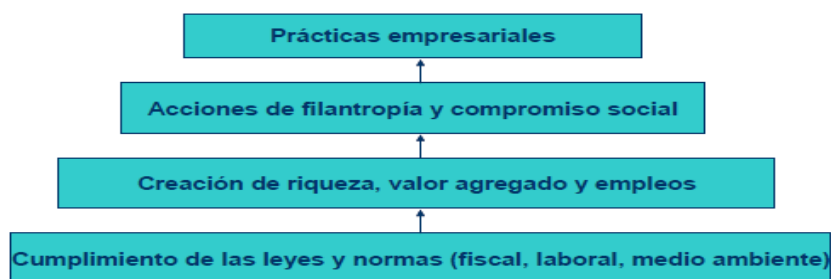
Ahora bien, es posible utilizar un solo concepto para la RSE, sin embargo la manera en que se lleva a la práctica este concepto difiere significativamente de una empresa a otra. Por esta razón la Organización de las Naciones Unidas (ONU), en 1999 construyó un marco de acción encaminado a la construcción de la legitimación social de los negocios y los mercados, llamado Pacto Mundial. El Pacto Mundial es una iniciativa voluntaria, en la cual las empresas se comprometen a alinear sus estrategias y operaciones con diez principios (anexo 1) universalmente aceptados en cuatro áreas temáticas: derechos humanos, estándares laborales, medio ambiente y anti-corrupción. Es una iniciativa voluntaria que incluye dos objetivos: Incorporar los diez principios en las actividades empresariales que la empresa realiza, tanto en el país de origen, como en sus operaciones alrededor del mundo y llevar a cabo acciones que apoyen los objetivos de desarrollo de Naciones Unidas, como por ejemplo los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODMs).²¹

Es en junio de 2005 cuando México recibió al Pacto Mundial de Naciones Unidas con el fin de integrarlo como una herramienta para el desarrollo a través de acciones conjuntas con las empresas y actores sociales que de manera voluntaria han decidido adoptar esta iniciativa. La red mexicana reúne a más de 300 participantes que incluyen a la academia, organizaciones no gubernamentales, grandes empresas, pequeñas y medianas empresas (Pymes) y administraciones públicas. De tal manera, que a la fecha se han realizado documentos informativos, guías, reportes, talleres, encuentros y conferencias que permiten

²¹ <http://www.unglobalcompact.org/AboutTheGC/TheTenPrinciples/index.html> consultado el 10 de febrero 2009.

el intercambio de conocimiento y experiencias entre los actores.²² “El Pacto Mundial distingue los niveles de compromiso que puede asumir una empresa u organización en materia de Responsabilidad Social y se coloca como una opción para apoyar a la iniciativa privada en la implementación de prácticas empresariales integrales que generan valor tanto para la propia entidad como para sus partes interesadas”²³. El primer nivel que identifica es el cumplimiento de las leyes y normas (fiscal, laboral y medio ambiente); el segundo es la creación de riqueza, valor agregado y empleos; el tercero es acciones de filantropía y compromiso social; y por último se encuentran las prácticas empresariales (Figura 1).

Fig.1. Niveles de compromiso en materia de RSE



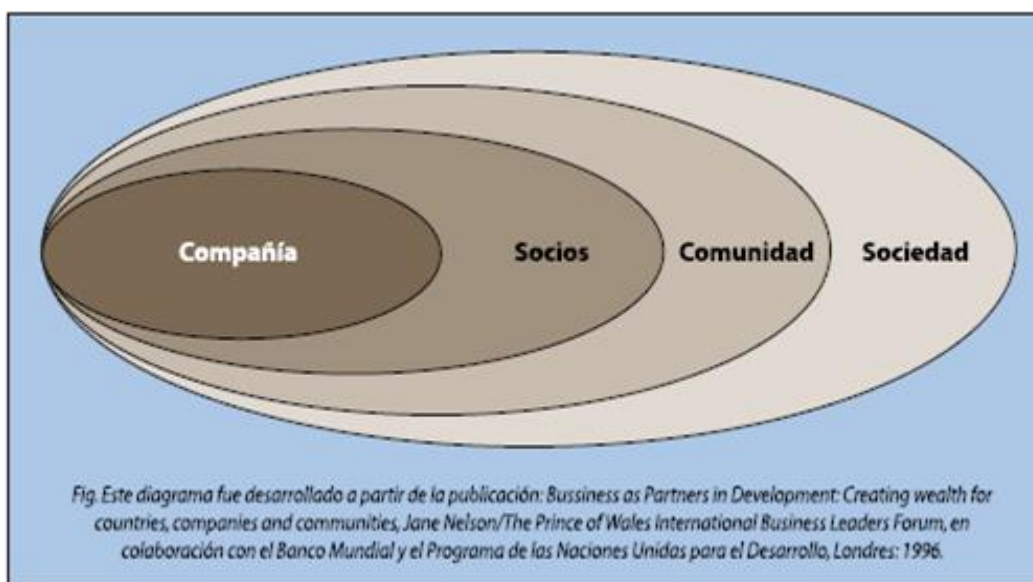
Fuente: Presentación de derechos laborales y trabajo decente: los principios 3 a 6 del pacto mundial de Thomas Wissing

Por lo tanto, dentro de la empresa la responsabilidad social es vista como una herramienta que genera una ventaja competitiva y le da al país la posibilidad de un desarrollo sustentable. Con anterioridad se ha considerado a las empresas como un sistema abierto, así mismo el Pacto Mundial reconoce que existe una esfera de influencia de las empresas que constituye el punto de partida para actuar (Figura 2).

²² Martínez Solimán Magdy, Chávez Varela Diana. **Pacto mundial en México comenzando por los principios: actividades 2007** disponible en: <http://www.cinu.org.mx/especiales/2008/pactomundial/documentos/Documento%20Final.pdf>

²³ Ibid.

Fig. 2. Esfera de influencia de la empresa



Fuente.- Pacto mundial en México comenzando por los principios: actividades 2007

Como se observa en la figura 2, y como lo estipula su autor “la esfera de influencia abarca los derechos de todas esas personas con las que la empresa mantiene un vínculo político, contractual, económico y geográfico; considera el tamaño de la entidad, es decir, a mayor tamaño mayor será la esfera de influencia; contempla la responsabilidad sobre el impacto de toda la cadena y redes que genera la empresa y mediante las cuáles opera; y ubica en el centro a los trabajadores y empleados.”²⁴ En ese sentido, el compromiso que adquiere una empresa sin importar si es una Pyme puede tener un grado básico, medio o alto.

²⁴ Ibid.

1.4.3 Estrategia de RSE de la comunidad Europea denominada “El Libro Verde”.

Por su parte, la comisión de las comunidades europeas en el libro verde establece que ser socialmente responsable no significa solamente cumplir plenamente las obligaciones jurídicas, sino también ir más allá de su cumplimiento invirtiendo más en el capital humano, el entorno y las relaciones con los interlocutores. Menciona que es necesario invertir en tecnologías y prácticas comerciales respetuosas del medio ambiente no solo por el mero cumplimiento de la legislación, puesto que podría generar una mayor competitividad en las empresas de hacerlo así. Además en el ámbito social, menciona que existen normas más estrictas que los requisitos de la legislación, por ejemplo en materia de formación, condiciones laborales o relaciones entre la dirección y los trabajadores, en donde su aplicación puede tener también un impacto directo en la productividad. De esta manera, la RSE da pie a un cambio en la administración con el objetivo de conciliar el desarrollo social con el aumento de la competitividad.²⁵

Por otra parte, el libro verde subraya que “la responsabilidad social de las empresas no se debe considerar sustitutiva de la reglamentación o legislación sobre derechos sociales o normas medioambientales, ni permite tampoco soslayar la elaboración de nuevas normas apropiadas”. Sugiere que en “los países que carecen de tales reglamentaciones, los esfuerzos se deberían centrar en la instauración del marco legislativo o reglamentario adecuado a fin de definir un entorno uniforme a partir del cual desarrollar prácticas socialmente responsables”. En ese sentido se puede observar como el objetivo del libro verde es establecer un marco para la implementación de la RSE, con el fin de proporcionar herramientas globales para fomentar dichas prácticas.

²⁵ Comisión de las Comunidades Europeas. **Libro Verde**. Bruselas.2001. pág. 7.

Con lo anterior, se observa que el concepto a pesar de variar de una empresa a otra o también de un país a otro, es posible llevarla a cabo gracias a los lineamientos establecidos. Esto no significa que la RSE sea exclusiva de las grandes empresas o de algún sector específico. Patricia Greaves Lainé corrobora lo anterior de la siguiente manera:

“No existe una única definición, ni un solo modelo de RSE. Su contenido varía según la situación particular de cada empresa y el contexto específico en el que opera. Por lo mismo suele hacerse más bien referencia a las prácticas socialmente responsables de la empresa. No obstante, en términos generales, la RSE se concibe como una estrategia institucional que busca beneficios tanto para la organización como para la sociedad. Presupone que la empresa reconoce que sus objetivos van más allá de la pura obtención de utilidades”.²⁶

Las prácticas socialmente responsables se definen como acciones orientadas a la contribución del desarrollo social, ambiental y económico de la esfera de influencia de cada organización. De tal manera que se utiliza como una estrategia para obtener un beneficio tanto para la empresa como para la comunidad en general.

1.4.4. La Responsabilidad Social como norma de certificación “Social Accountability 8000” (SA 8000).

“La SA8000 es una norma internacional para evaluar la responsabilidad social de proveedores y vendedores. Esta norma verifica que un sistema de Responsabilidad Social ha sido evaluado sobre la base de una norma de buenas prácticas y que cumple con esa norma. El certificado es emitido por un organismo de certificación ajeno a la empresa y permite a los clientes y a los consumidores saber que pueden confiar en que se han

²⁶ Greaves Lainé, Patricia, Empresarios Mexicanos ante la Responsabilidad Social, México, D.F., 2006, pág., 10.

implementado los procesos internos necesarios para asegurar los derechos humanos básicos de los trabajadores”.²⁷ Es importante aclarar que esta norma no pertenece a la serie de normas ISO, sin embargo mantiene puntos de coincidencia con normas de esta serie, como la ISO 9000(aseguramiento de la calidad) y la ISO 14000 (medioambiental).

Esta norma fue acreditada por la agencia de Acreditación del Consejo de Prioridades Económicas (CEPPA por sus siglas en ingles). "En octubre de 1997 el Social Accountability International (SAI, antigua CEPAA), con la participación de organizaciones no gubernamentales, empresas privadas y sindicatos, publicó la norma SA 8000 sobre Responsabilidad Social. Posteriormente en 2001, se publica la segunda edición de la norma. Se trata de una norma de carácter voluntario, es decir, un acuerdo de estandarización a los que se acogen no obligatoriamente las empresas.”²⁸ Esta norma surge con el objetivo de auditar entornos de trabajo en cualquier tipo de empresa, ya sea grande, mediana o pequeña. No obstante, existen otras normas similares en cuanto al establecimiento de códigos de conducta o principios de carácter laboral, como por ejemplo el Código VESTEX de Guatemala, los principios del grupo de trabajo White House Apparel Industry Partnerships o incluso los acuerdos adicionales al Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) o la Guía para empresas multinacionales de la OCDE.

Esta norma pretende contribuir a la eliminación de prácticas desleales como el dumping, en donde las empresas producen a costos muy bajos debido a los salarios bajos o condiciones laborales mínimas e inhumanas. Pretende demostrar a terceros el comportamiento ético de

²⁷ Curañas Andreu. Fundación Prevent Jornada sobre RSE y prevención. **RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES.** Barcelona, 25 de Octubre de 2006.Pag. 1

²⁸ Rubio Romero, Juan Carlos. **NORMAS Y MODELOS PARA LA GESTIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA.** Sin fecha.pag.5 disponible en: http://www.seslap.com/seslap/html/curCong/congresos/xvcongreso/dia2/mesa9_JuanCarlosRubio.pdf

las empresas que lo aplican, asegurando a sus clientes que sus productos serán producidos bajo condiciones de trabajo humanitarias.

La norma SA 8000, se basa en documentos establecidos por organismo tales como: la Declaración Universal de los Derechos Humanos, Convención de las Naciones Unidas sobre los Derechos del niño; Las siguientes convenciones y recomendaciones de la Organización Internacional del Trabajo (OIT):

- Convenciones 29 y 105 sobre Trabajos Forzados y Esclavitud.
- Convención 87 sobre Libertad de Asociación.
- Convención 98 sobre Derecho de Negociación Colectiva.
- Convenciones 100 y 111 sobre la Igualdad en la Remuneración para Trabajadores y Trabajadoras, por Trabajo de Igual Valor y Discriminación.
- Convención 135 sobre los Representantes de los trabajadores.
- Convención 138 y Recomendación 146 sobre Edad Mínima.
- Convención 155 y Recomendación 164 sobre Salud y Seguridad en el Trabajo.
- Convención 159 sobre Rehabilitación Vocacional y Empleo de Personas Discapacitadas.
- Convención 177 sobre Trabajo en el Hogar.
- Convención 182. Peores formas de trabajo infantil.

Sin embargo la norma estipula que en un inicio las empresas deben acatar la legislación de su país y posteriormente cumplir de manera voluntaria con lo estipulado en esta norma. En

este sentido, la norma busca ir más allá del cumplimiento de la legislación existente. En cuanto la certificación es revisada cada tres años y algunas empresas que llevan a cabo esta certificación son: “Det Norske Veritas, SGS-ICS, Bureau Veritas Quality International, ITS o UL, los cuales ya están acreditados para la certificación de los mismos”²⁹.

En resumen la norma busca conducir a la organización a la gestión fundamentada en la mejora continua de sus actividades, a la gestión de la calidad, del medioambiente y particularmente a la gestión de la seguridad y salud en el trabajo. Promueve prácticas como: el respeto y la no discriminación por la diferencia de razas, origen nacional, religión, discapacidad, afiliación política u orientación sexual (incluyendo el acoso sexual); respeto los derechos de sus empleados en materia sindical, respetando su derecho de afiliarse o crear un sindicato si así lo desea; busca abolir el trabajo infantil, estipulando que la edad mínima para acceso al trabajo; que se erradique las medidas disciplinarias basadas en los castigos corporales, de coerción mental o física, de deducción de salarios; se establezcan contratos y salarios, que garanticen una buena calidad de vida para el trabajador y su familia; regulación de los horarios de trabajo remuneradas a un mayor precio y alineadas con la legislación vigente.

1.5 La RSE en América Latina

América Latina ha adoptado paulatinamente el concepto de RSE. Los países que la conforman han creado proyectos, programas y organismos con el fin de promover y difundir este concepto. Entre algunos de los países que participan de manera significativa se encuentran Brasil, Chile, Uruguay, el Salvador y México. No obstante, los demás países que conforman América Latina han hecho un gran esfuerzo por fomentar la RSE en sus

²⁹ Rubio Romero, Juan Carlos. Óp. Cit.

países. Logrando la adopción de buenas prácticas entre las empresas y extendiendo los horizontes de alcance para empresas grandes como pequeñas.

1.5.1. Definición de RSE en Brasil

Uno de los principales países de Latinoamérica en donde se ha desarrollado el concepto de RSE con un enfoque especial hacia las PYME es Brasil y es el instituto Ethos el encargado de difundir este tipo de cuestiones. Este organismo fue creado en 1998 por un grupo de empresarios y ejecutivos del sector privado, en el se generan conocimientos, intercambio de experiencias y el desarrollo de herramientas para ayudar a las empresas a examinar sus prácticas de gestión y profundizar su compromiso con la responsabilidad social y el desarrollo sostenible. Precisamente es uno de los organismos que fomenta la responsabilidad social en la PYME. También es una referencia en los asuntos internacionales, el desarrollo de proyectos en colaboración con diversas entidades en todo el mundo.

En su manual de Responsabilidad social para las micro, pequeñas y medianas empresas establece que la forma en que las empresas llevan a cabo sus negocios más o menos define su Responsabilidad Social Corporativa. “El concepto de la RSE está relacionado con la ética y la transparencia en la gestión de las empresas, y se debe reflejar en las decisiones diarias que pueden causar impactos en la sociedad, el medio ambiente y el futuro de su propio negocio”³⁰. La responsabilidad Social Corporativa, por lo tanto, se refiere a la forma en que las empresas llevan a cabo sus actividades: los criterios que utilizan para la toma de

³⁰ Instituto Ethos, Servicio Brasileño de Apoyo a las Micro y Pequeñas Empresas (Sebrae), **Responsabilidade Social Empresarial para Micro e Pequenas Empresas – Passo a Passo é uma**, Brasil, São Paulo, octubre de 2003, pág. 9.

decisiones, los valores que definen sus prioridades y las relaciones con todos los públicos con los que interactúan³¹.

1.5.2. Definición de RSE en Chile

Otro país que fomenta la RSE en las PYME es Chile, a través de organismos como la Confederación de la Producción y del Comercio y la Fundación Prohumana. En su manual de RSE para Pymes define a la RSE como *“la contribución al desarrollo humano sostenible, a través del compromiso y confianza con sus empleados y familias, la sociedad en general y la comunidad local en pos de mejorar su capital social y calidad de vida”*.

Además en conjunto con el Banco Interamericano de Desarrollo han elaborado estudios específicos sobre la micro, pequeña y mediana empresa. En este estudio manifiesta una concepción de la RSE desde una perspectiva PYME, la cual establece que la Responsabilidad Social Empresarial es un camino estratégico que busca valorizar las empresas, generando relaciones beneficiosas en el largo plazo y convirtiéndose en un elemento distintivo de la “nueva economía”, donde “no sólo importa cuánto gano, sino también cómo lo gano”.

En ambos casos (Chile y Brasil) se enfatiza la forma en la que llevan a cabo sus actividades las PYME, lo cual es fundamental para determinar si una empresa de este tipo es socialmente responsable o no.

³¹ Ibid.

1.5.3 Definición de RSE en Uruguay

En Uruguay existe un organismo integrado por varias empresas, organizaciones empresariales e instituciones. Esta organización promueve el desarrollo conceptual y práctico de la Responsabilidad Social Empresarial. Entre algunas empresas socias se encuentran: Aluminios del Uruguay, Banco Santander del Uruguay, BBVA, Coca-Cola, DHL Uruguay S.R.L., HSBC Bank, IBM del Uruguay, L'Oreal, Manpower, Movistar, Nestlé del Uruguay, PEPSI-COLA, entre otras³².

En el artículo Manual de primeros pasos elaborado por una conjunto de empresas que promueve el desarrollo conceptual y práctico de la Responsabilidad Social Empresaria (RSE) en Uruguay denominada DERES, manejan la siguiente definición de RSE: “La RSE es una visión de negocios que integra en la visión empresarial y en forma armónica, el respeto por: los valores y principios éticos, las personas, la comunidad y el medio ambiente.”³³. DERES ha establecido cinco áreas estratégicas de RSE: valores y principios éticos, calidad de vida laboral, apoyo a la comunidad, marketing responsable y, cuidado y protección del medio ambiente. Las cuales define de la siguiente forma:

“Los Valores y principios éticos se refiere a cómo una empresa integra a sus procesos un conjunto de principios basados en los ideales y creencias, que sirven como guía para la toma de decisiones y el logro de los objetivos estratégicos... La calidad de vida laboral son las políticas de recursos humanos que afectan a los empleados, tales como compensaciones y beneficios, carrera administrativa, capacitación, diversidad, balance trabajo-tiempo libre, salud, seguridad laboral, entre otros. El Apoyo a la Comunidad es el compromiso y las

³² <http://www.deres.org.uy/home/home.php> consultada el 7 de noviembre de 2009

³³ DERES, Manual de Primeros Pasos Desarrollo de la Responsabilidad Social, Uruguay. Pág. 10

acciones que la empresa efectúa para maximizar el impacto positivo de sus actividades en las comunidades locales en las que opera, con el fin de lograr un beneficio mutuo. Incluye contribuciones de dinero, tiempo, productos, servicios, influencias, administración del conocimiento y otros recursos, que impulsan el espíritu emprendedor, la microempresa, entre otros y tiene por objetivo principal el crecimiento económico, tanto de la empresa como de la comunidad en la que está inserta. El Marketing responsable involucra aquellas decisiones de la empresa relacionadas, fundamentalmente, con sus clientes y/o consumidores. Se vincula con la integridad del producto, las prácticas comerciales, los precios, la distribución, la divulgación de las características del producto, el marketing y la publicidad. La Protección del medio ambiente es el compromiso de la organización con el medio ambiente y el desarrollo sustentable. Esto, que hoy se encuentra normalizado, implica una inclinación permanente y consciente del empresario para evaluar el impacto medio ambiental que tienen las acciones de su empresa”³⁴.

En el caso de Uruguay, a diferencia de otros países, este concepto es asimilado principalmente por empresas con una visión a largo plazo y sustentabilidad, es decir, empresas grandes o transnacionales. Es por eso que en su definición encontramos palabras como “objetivos estratégicos o marketing”, lo cual en una empresa de tamaño pequeño o mediano es difícil de encontrar. Por otra parte, una actividad que comprende el área de apoyo a la comunidad es el impulso a las microempresas, lo cual denota el enfoque sobre empresas de mayor tamaño con las posibilidades de hacerlo.

³⁴ Op. Cit. Pág. 11. También se encuentra disponible en internet en:
http://www.deres.org.uy/home/rse_areas_de_trabajo.php

1.6. Fundamentos de RSE en México

Debido al sinnúmero de definiciones de responsabilidad social empresarial existentes, es posible identificar algunos puntos en los que convergen dichas definiciones. Antonio Vives identifica los siguientes puntos en los cuales coinciden la mayoría de las definiciones de RSE: el punto de partida está ubicado por encima del cumplimiento legal, el carácter voluntario de las acciones, el compromiso cívico de la empresa, especialmente en cuanto al apoyo al desarrollo social a nivel local/regional, el respeto por la dignidad humana, la preocupación tanto por aspectos externos como internos a la responsabilidad de la propia empresa, el concepto de ética empresarial y transparencia en los negocios, la consideración de los intereses de las diversas partes ('stakeholders'), la búsqueda de equilibrio en la sostenibilidad económica, ecológica, humana y finalmente, la vinculación con el concepto y la estrategia del negocio, la supervivencia económica a largo plazo de la empresa y la generación de sólidas ventajas competitivas.

Para este autor los puntos previamente mencionados pueden ser agrupados en tres tipos: RSE externa, RSE interna y RSE medioambiental. Sobre esto, manifiesta lo siguiente:

“La RSE externa se refiere al apoyo e implicación (patrocinio, donaciones, etc.) de la empresa en actividades ligadas a la comunidad externa en la que opera (i.e. actividades de contenido social, cultural, desarrollo comunitario, etc.). La RSE interna se refiere a los aspectos sociales de la propia actividad de la empresa para con sus propios trabajadores y empleados (salud y bienestar de los trabajadores, formación, participación, conciliación trabajo-familia, igualdad y colectivos desfavorecidos). La RSE medioambiental son

actividades encaminadas a la reducción del impacto medioambiental de la empresa (reducción y control de consumos y residuos, sistemas de gestión medioambiental, etc.)”³⁵.

El Centro Mexicano para la Filantropía en coordinación con la Alianza por la Responsabilidad Social Empresarial en México (ALIARSE) establece que la RSE “es el compromiso consciente y congruente de cumplir integralmente con la finalidad de la empresa tanto en lo interno, como en lo externo, considerando las expectativas de todos sus participantes en lo económico, social o humano y ambiental, demostrando el respeto por los valores éticos, la gente, las comunidades y el medio ambiente y para la construcción del bien común”³⁶. Así mismo, establece cuatro apartados, a lo que llama líneas estratégicas que engloban este concepto. Estos apartados son la Ética empresarial, Calidad de Vida en el trabajo, Vinculación con la Comunidad, Cuidado y Preservación del Medioambiente.

En el caso de la Ética empresarial, se refiere a que la empresa “debe contar con mecanismos que aseguren un trato igualitario a todos sus accionistas (shareholders) que pueden ser grandes y pequeños, así como a los terceros interesados” (grupos de interés / stakeholders)”³⁷. La calidad de vida, cubre rubros como empleo, productividad, balance familia y trabajo, seguridad, igualdad de oportunidades. De esta forma la empresa crea internamente un ambiente de trabajo favorable, estimulante, seguro, creativo, no discriminatorio y/o participativo en el que todos sus miembros interactúan bajo bases justas de integridad y respeto que propician su desarrollo humano y profesional contribuyendo a que alcancen una mejor calidad de vida.

³⁵ Vives Antonio, Corral, Antonio e Isasi, Iñigo, **Responsabilidad social de la Empresa en las Pymes de Latinoamérica**, Banco Interamericano de Desarrollo Septiembre, 2005, pág.18.

³⁶ <http://www.cemefi.org/spanish/content/view/632/19/> consultado el 1 de enero de 2009

³⁷ *Ibíd.*

La Vinculación y compromiso con la Comunidad y su desarrollo, busca el equilibrio entre la comunidad y la empresa. De tal manera que la empresa genere un compromiso real con las expectativas del entorno. Esto, a través del propio seguimiento y vinculación con diversos sectores (comunidad, gobierno y organizaciones de la sociedad civil). Por último, el cuidado y preservación del medio ambiente, precisamente se refiere a la optimización de recursos, sustentabilidad, ecoefectividad, conservación del medio ambiente, etcétera. Es decir, “la Empresa considera los factores ambientales como un elemento importante en su toma de decisiones y debe reflejar claramente el liderazgo de la empresa en alcanzar la máxima calidad en su manejo y relación con el medio ambiente.”³⁸

Por su parte la Comunidad Europea mantiene un concepto vigente sobre RSE, el cual es retomado por la Organización de las Naciones Unidas. Esta definición establece que la RSE “es la integración por parte de las empresas de la preocupación social y medioambiental en las actividades empresariales diarias y en las relaciones con sus interlocutores, siempre desde una perspectiva voluntaria”. Por otra parte, los indicadores que establece el Cemefi para efectos de la elaboración del diagnóstico para las PYMES, abordan las cuatro líneas estratégicas -Ética empresarial, Calidad de Vida, Vinculación, compromiso con la Comunidad, su desarrollo, el Cuidado y Preservación del Medioambiente.

1.7 La evolución de la RSE en México

“Los orígenes de la RSE en México habrá que ubicarlos hacia mediados del siglo XX. Dos organizaciones empresariales destacaron por su insistencia y pronunciamiento en el tema: la Confederación Patronal de la República Mexicana (COPARMEX) y la, en ese entonces, Uniones Sociales de Empresarios de México, A.C. (USEM). Ambas aportaron elementos

³⁸ *Ibíd.*

teórico-prácticos para la fundamentación y desarrollo del concepto mismo”³⁹. Patricia Greaves Lainé en su artículo *Empresarios Mexicanos ante la Responsabilidad Social*, menciona que entre éstos se encuentran los planteamientos “Por una Empresa Altamente Productiva y Plenamente Humana” de la Unión Social de Empresarios de México (USEM) y “Por una Economía de Mercado con Responsabilidad Social” de la Confederación Patronal de la República Mexicana (Coparmex). Menciona que fue de suma importancia la postura de líderes empresariales y las teorías de la administración difundidas por las escuelas de negocios. Así mismo los modelos de gestión de calidad o calidad total asociados a la filosofía de la productividad que estuvieron en boga en los años ochenta, siendo un antecesor para la RSE al plantear que una empresa exitosa es aquella que ve por la satisfacción del cliente y el bienestar de los empleados. En este sentido la RSE integra este concepto tomando en consideración los intereses de la organización con los de las partes interesadas (*stakeholders*). Es un hecho que en México ha existido una fuerte influencia por las organizaciones extranjeras como la ONU y la Comisión de las Comunidades Europeas como ya se ha revisado anteriormente. De esta manera, en México se han creado organismos basados en los lineamientos y estrategias establecidas por estos organismos internacionales. Consecuentemente, podemos notar un avance en relación con este concepto de responsabilidad social, sin embargo Greaves establece que este concepto aun es poco familiar para los dueños de la Pequeña y Medianas Empresa (PYME). A pesar de esto, uno de los avances en México más sobresalientes en materia de responsabilidad social es la creación del Cemefi y la Alianza por la RSE (Aliarse). Con estos acontecimientos es posible realizar un concentrado de eventos importante en materia de RSE como lo muestra el cuadro 2.

³⁹ <http://www.aliarse.org.mx/> consultada el 17 de noviembre de 2009

Cuadro 2.- Eventos en materia de RS en México

Fecha	Evento
1992	El Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi), creó el programa de Filantropía Empresarial con 6 empresas participantes.
1997	Cemefi crea el Programa de Responsabilidad Social Empresarial
2000	El Cemefi lanza la convocatoria para reconocer a las Mejores Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial. A esta iniciativa se suman las siguientes organizaciones: COPARMEX, Confederación USEM, Desarrollo Empresarial Mexicano y el Grupo Editorial Expansión.
2001	Se lanza por primera vez la convocatoria para poder ostentar el Distintivo ESR 2001 a la Empresa Socialmente Responsable.
2001	Se crea ALIARSE

Fuente: elaboración propia con datos de ALIARSE

1.7.1. Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI)

El Cemefi es el único organismo que otorga el distintivo de ser una empresa socialmente responsable en el país. Es una asociación civil fundada en diciembre de 1988. Es una institución privada, no lucrativa, sin ninguna filiación a partido, raza o religión. Cuenta con permiso del Gobierno de México para recibir donativos deducibles de impuestos de sus servicios.⁴⁰

Como órgano colegiado de autoridad cuenta con la Asamblea General de Asociados que está integrada por 197 miembros (93 asociaciones y fundaciones, 45 personas y 59 empresas). A su vez, la Asamblea General delega las responsabilidades de la dirección y administración de la institución en un Consejo Directivo que está integrado por 49 personas. Están afiliadas al Cemefi alrededor de 469 instituciones de asistencia y

⁴⁰ <http://www.cemefi.org/spanish/content/category/1/2/6/> consultada el 10 de noviembre de 2008.

promoción, y 11 personas en toda la República Mexicana. Asimismo, 18 dependencias gubernamentales e instituciones internacionales son usuarios de sus servicios. De esta, forma la comunidad del Centro Mexicano para la Filantropía se integra por más de 630 miembros. Por las instituciones y personas que lo integran, y por su vinculación con organizaciones nacionales e internacionales, el Cemefi es identificado como una fuente importante de información confiable sobre el sector. Entre los objetivos que este organismo define, se encuentran:

Mejorar el entendimiento y la percepción del gobierno, tomadores de decisiones y del público en general sobre las actividades, características y valor social producido por las organizaciones del sector y por el Cemefi.

Incrementar la capacidad de incidencia en la agenda y políticas públicas con base en información y argumentos sólidos para promover y defender las causas del sector.

Incrementar el conocimiento disponible del sector y generar información estratégica que sirva para defender y aumentar sus intereses comunes.

Contar con mecanismos e instrumentos efectivos de vinculación, articulación y formación de alianzas entre los actores del sector filantrópico y de éstos con otros sectores.

Incrementar las donaciones de tiempo y dinero, particularmente las relacionadas con la inversión social de largo plazo.

Incrementar el número de empresas con una gestión socialmente responsable; y coadyuvar para que la responsabilidad social empresarial (RSE) se traduzca en prácticas de

responsabilidad social que contribuyan a la resolución de problemas públicos prioritarios para el país.

Mejorar el proceso de generación, identificación, sistematización y adopción de modelos y herramientas orientadas a fortalecer institucionalmente a las organizaciones según estándares de buenas prácticas.

Este organismo considera que una empresa socialmente responsable es aquella que asume como parte de su propósito a su ciudadanía, fundamentando su visión y compromiso social en políticas, programas, toma de decisiones y acciones que benefician a su negocio impactando positivamente a las comunidades en las que operan. La empresa socialmente responsable establece compromisos de minimizar los impactos negativos y maximizar los impactos positivos de sus actividades, basado en una abierta y constante comunicación con sus grupos de interés. La responsabilidad Social es una forma de ética y actividades relacionadas, concernientes a la responsabilidad de las organizaciones frente al impacto de sus actividades ante otros, principalmente ante sus grupos de relación, orientándolas a ser consistentes con los intereses de la sociedad. Principalmente involucra a aquellas actividades y decisiones de gestión empresarial que son voluntarias y que van más allá de las obligaciones legales, pero en armonía con la ley.

Este organismo anualmente a partir del 2001, como se muestra en la tabla 2, otorga el distintivo de ser una Empresa Socialmente Responsable. El procedimiento para obtenerlo consta, de manera general en lo siguiente:

1. Realizar el registro de la empresa a través del pago de una cuota de acuerdo a su tamaño.

2. Nombrar un representante general ante el Cemefi, el cual llevara el proceso de obtención del distintivo.
3. Por último, deberá de responder el cuestionario en línea que aparece en la página de internet del Cemefi. Este cuestionario varía de acuerdo con el tamaño de la empresa, es decir, existen dos tipos de diagnósticos. El Diagnóstico para empresas de tamaño grande y el Diagnóstico para PYMES. Para responder estos cuestionarios es necesario que la empresa tenga los documentos que avalen sus respuestas. Es decir, la empresa enviara, vía e-mail, los documentos en archivos electrónicos y formato pdf que corroboren las acciones que lleva a cabo.

Una vez realizados estos pasos, el Cemefi procede a evaluar a la empresa participante. La evaluación depende del tipo de evidencia que mande. Estas evidencias se clasifican en:

Políticas.- Corresponde a reglamentos internos, políticas de diversas áreas, convenios, procedimientos, códigos de conducta, contratos y/o cualquier otro documento que demuestre la existencia de un compromiso de la empresa ante terceros.

Evidencia Certificada- Documentos que dan cuenta del proceso de implementación de programas, actividades o servicios de la organización, que estén certificados por algún organismo público reconocido o una norma local o internacional.

Evidencia no Certificada.- Documentos que dan cuenta del proceso de implementación de programas, actividades o servicios de la organización.

Reconocimiento de terceros.- Se refiere a cartas, diplomas, premios, reconocimientos públicos, relacionados con programas o actividades de la organización.

Reporte Público Auditado.- Documento emitido por un despacho de auditores externos relacionado con cualquier área del negocio.

Reporte Publico no Auditado.- Informe, publicación, anuncio de prensa, radio o TV, cuyo contenido sea la síntesis de resultados sobre un programa específico de cualquier área del negocio y que se haya distribuido o anunciado de manera masiva.

Mejor Práctica.- Reconocimiento otorgado por una institución independiente a un programa o práctica de la organización

Para cada una de las evidencias, el Cemefi aplica una ponderación específica. Por lo tanto, la obtención del distintivo depende del tipo de evidencias con que cuente la empresa.

1.7.2. Alianza para la Responsabilidad Social Empresarial (ALIARSE)

ALIARSE surge en el 2001 como resultado de la alianza de la Confederación Patronal de la Republica Mexicana (COPARMEX), el Consejo Coordinador Empresarial (CCE), la Confederación de Cámaras Industriales de los Estados Unidos Mexicanos (CONCAMIN), la Confederación Unión Social de Empresarios de México, A.C (USEM), el Cemefi, Caux Round Table Mexico e Impulsa, comprometida e interesada en promover la responsabilidad social empresarial en México. Su misión es la de “Promover la cultura de Responsabilidad Social Empresarial para el bien ser y el bienestar de todos los mexicanos”⁴¹. Como parte de su visión, Aliarse pretende lograr que “las empresas y los empresarios mexicanos sean reconocidos por sus prácticas socialmente responsables; por su confiabilidad, transparencia y compromiso social”.⁴² Para este organismo ser socialmente responsable implica: “ser capaz de responder de los actos; de responder de manera apropiada y eficaz a las normas que configuran la conducta social. Ser responsable es incómodo, comprometido y arriesgado, pero también puede y debe ser gratificante. Ser responsable es asumir las consecuencias de nuestras acciones y decisiones, es tratar que todos nuestros actos sean

⁴¹ <http://www.aliarse.org.mx/>

⁴² Ibid.

realizados con una noción de justicia y cumplimiento del deber”⁴³. En ese sentido, la RSE constituye una ventaja competitiva para la empresa. Es vista como una estrategia exitosa de negocios en donde se beneficie la empresa y su comunidad. Para ALIARSE existen distintas dimensiones de la RSE, las cuales se encuentran clasificadas de la siguiente forma: dimensión económica interna, dimensión económica externa, dimensión social interna, dimensión sociocultural y política externa, dimensión ambiental interna y dimensión ambiental externa. Como lo establece en su página de internet:

“En su dimensión económica interna, la responsabilidad se orienta a la generación y distribución del valor agregado entre colaboradores y accionistas. En su dimensión económica externa, implica la generación y distribución de bienes y servicios útiles y rentables para la comunidad, la aportación a la causa pública vía su contribución impositiva... En su dimensión social interna, implica la responsabilidad compartida y subsidiaria de inversionistas, directivos, colaboradores y proveedores, para el cuidado y fomento de la calidad de vida en el trabajo y el desarrollo integral y pleno de todos ellos. En su dimensión sociocultural y política externa, conlleva la realización de acciones y aportaciones propias y gremiales para contribuir con tiempo y recursos a la generación de condiciones que permitan y favorezcan la expansión del espíritu empresarial y el pleno desarrollo de las organizaciones intermedias y de las comunidades. En su dimensión ambiental interna implica la mejora del desempeño ambiental de la empresa con base en un enfoque de ecoeficiencia y prevención que maximice el uso de insumos y recursos naturales. En su dimensión ambiental externa significa la promoción de la protección y restauración del patrimonio ambiental, y en caso necesario, remediar los daños ambientales que ocasionen sus procesos productivos”.⁴⁴

Como se observa, para ALIARSE la responsabilidad es un conjunto de acciones que reflejan la preocupación del empresario por generar un bien común, tanto al interior de la empresa como al exterior. Gracias a este organismo la RSE en nuestro país es un concepto

⁴³ ibid

⁴⁴ <http://www.aliarse.org.mx/QueRse.htm>

que se ha adquirido y fomentado. En México, ALIARSE y CEMEFI son instituciones promotoras y difusoras de la RSE. ALIARSE cuenta siete consejeros que son las empresas aliadas (entre ellas CEMEFI). También cuenta con 11 invitados permanentes, entre ellos Sociedad en movimiento, Naciones Unidas, la constructora mexicana Marhnos, el Instituto Mexicano de Ejecutivos de Finanzas (IMEF), grupo Concord, Fundación de Empresarios Mexicanos A.C. (FUNDEMEX), El Comité Nacional de Productividad e Innovación Tecnológica, AC (COMPITE), la Cámara Mexicana de la Industria de la Construcción (CMIC), la Cámara Nacional de Comercio de la Ciudad de México (CANACO), Cámara Nacional de la Industria de Transformación (CANACINTRA) y la fundación Andanac de Nissan. Por lo tanto el Cemefi y Aliarse trabajan de manera conjunta para generar avances en el sector privado en cuanto a RSE. Generando la incursión de empresas de todo tipo de tamaño en acciones y programas de RSE.

Capítulo II. Caracterización de la RSE en la Pequeña y Mediana empresas en México

Las PYMES en México son un importante sector en la economía del país. Han servido como colchón dentro de la crisis económica. Uno de los cambios más importante que dio pie al auge de las PYMES fue la apertura comercial. El alto índice de desempleo generó la proliferación de empresas de tamaño pequeño y de carácter familiar. Con el tiempo estos negocios se convirtieron en la parte medular de la economía mexicana abarcando un porcentaje importante de las empresas en el país. Este hecho hizo que el gobierno y organismos no gubernamentales se dieran a la tarea de mejorar las condiciones de estos negocios. Con el objetivo de obtener un progreso para el país.

2.1. Antecedentes de la Pequeña y Mediana empresa en México.

Uno de los hechos más importantes en la historia que marcó el surgimiento de las PYMES fue la segunda guerra mundial. En esta etapa los procesos de producción comenzaron a automatizarse, dejando una gran cantidad de trabajadores desempleados. Además, “las empresas que existían en esos países fueron destruidas, por lo que debían regenerar su estructura física, de manera rápida y la solución que se encontró fue la creación de las Pymes”.⁴⁵ Consecuentemente, la creación de estas empresas comenzó a proliferar en todo el mundo. En el caso de México también generó un cambio en la economía, ya que “descentralizó a las grandes ciudades y fomentó la urbanización de pequeñas zonas rurales. Estas zonas hoy en día son capaces de exportar e industrializar sus procesos y productos.”⁴⁶

⁴⁵ Barrientos Navarro, Luis Alfonso. **La importancia de las Pymes en la sociedad mexicana.** El Financiero. Diciembre 2007. Disponible en: <http://ols.uas.mx/PubliWeb/Articulos/La.importancia-de-las-pymes.pdf>

⁴⁶ *ibíd.*

El crecimiento en cantidad de estas empresas ha generado su estudio a profundidad por diversos organismos. Carlos León menciona que “... en 1992 la Secretaría del Trabajo y Previsión Social (STPS), coordinada con el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI) realizaron la Encuesta Nacional de Micronegocios (ENAMIN), con la intención de profundizar en el conocimiento de las condiciones de operación y el empleo de los micronegocios”.⁴⁷ Otras instituciones encargadas de analizar este sector en México son: FUNDES, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) y el BID. La CEPAL publicó en el año 2002 el libro “Pequeñas y Medianas Empresas Industriales en América Latina y el Caribe” y uno de sus capítulos versa exclusivamente sobre las Pymes manufactureras en México.⁴⁸ Como podemos observar el interés por las PYME es relativamente nuevo. Esto debido a que en los últimos años estas empresas son las que han soportado el peso de las crisis que el país ha tenido. Dando lugar a la mayoría de los empleos y consecuentemente sosteniendo la economía del país. Dentro del censo económico que realiza el INEGI cada 5 años, en su versión 2004, aparecen los porcentajes de las Pymes en las industrias manufactureras, de comercio y de servicio. Con un 4.8% las Pymes ocupan el segundo lugar con respecto a las micro empresas que tienen el 95.5% del total y con las grandes que apenas representan el 0.2%⁴⁹. Por otra parte, realiza una comparación entre los años 1993, 1998 y 2003 sobre el personal ocupado total según el tamaño de la empresa. En el caso de las Pymes en 1993, 1998 y 2003 tenía ocupado el

⁴⁷ León, Carlos. **Los Aportes del Sector de las MyPEs a la Economía Nacional**, Autoridad de la micro, pequeña y mediana empresa. Julio 2008.

⁴⁸ Guaipatín, Carlos, Observatorio MIPYME: Compilación estadística para 12 países de la Región, pág. 28

⁴⁹ Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática. **Micro, Pequeña, Mediana y Gran Empresa Estratificación de los Establecimientos, Censo económico 2004**. México. pág.15.

34%, 32.8% y 30.8% de la población total.⁵⁰ Como podemos observar, las Pymes son una importante fuente de trabajo y promotoras de desarrollo económico. Sin embargo, estas empresas se enfrentan a las adversidades de la misma economía, sufriendo estragos que las llevan al cierre de sus operaciones. En ese sentido es importante conocer las características de este sector como lo es su funcionamiento, su estructura organizacional, sus fuentes de financiamiento, sus limitantes y sus ventajas.

2.2. Características de las PYME

Para comenzar podemos aclarar que una empresa, en los términos más generales, es toda aquella actividad del hombre que pretende la satisfacción sistemática y profesional. Adicionalmente, podemos decir que la palabra micro es un adjetivo más o menos nuevo que pretende diferenciar por oposición a una empresa grande.⁵¹

“El término empresa media fue acuñado en México para refundir en un solo grupo a las pyme y a aquellas microempresas con opción de desarrollo. Esta nueva clasificación profundiza la forma común de dividir las microempresas entre las de subsistencia y aquéllas con opción de desarrollo, utilizando como único criterio el número de trabajadores que laboran en ellas”.⁵² Este criterio se ha utilizado a partir de 1978 para definir los establecimientos por tamaño y, como criterios complementarios, el total de ventas anuales y los activos fijos.⁵³ “En 1985 la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, SECOFI, ahora Secretaría de Economía (SE), estableció por primera vez los criterios para determinar

⁵⁰ Op. Cit. Pag 16

⁵¹ Enciclopedia de la microempresa disponible en:
<http://www.conocimientosweb.net/portal/cursos/enciclopediadelamicroempresa/Modulo%201.swf>

⁵² Zevallos, V. Emilio. **Micro, pequeñas y medianas empresas en América Latina**. Revista de la CEPAL No 79. Abril 2003

⁵³ Sánchez Barajas, Genaro, **Perspectivas de las Micro y Pequeñas Empresas como Factores del Desarrollo Económico de México**. Abril 2007. Pág. 46

los tamaños de las industrias”⁵⁴, sin embargo el término utilizado era el de microindustria. Es hasta 1999 cuando se comienza a utilizar el término de microempresa a través de los criterios más utilizados que son los que proponen tanto Nacional Financiera como INEGI donde el primero toma en cuenta como principales indicadores el número de empleados y el sector al que pertenece.

2.2.1. Características Cuantitativas de las PYMES

En el 2009, la Secretaria de Economía y la Secretaria de Hacienda y Crédito Público establecieron los criterios para la estratificación de las Micro, pequeñas y Medianas Empresas que, publicados en El Diario Oficial de la Federación, mencionan lo siguiente: “El tamaño de la empresa se determinará a partir del puntaje obtenido conforme a la siguiente fórmula: Puntaje de la empresa = (Número de trabajadores) X 10% + (Monto de Ventas Anuales) X 90%, el cual debe ser igual o menor al Tope Máximo Combinado de su categoría.”⁵⁵. En el cuadro 3 puede observarse el rango de número de trabajadores, el rango del monto de ventas anuales en millones de pesos (mdp) y el tope máximo combinado para cada tamaño de empresa de acuerdo al sector al que pertenezca.

⁵⁴ Op. Cit. Pag. 47

⁵⁵ Diario Oficial de la Federación DOF. Tomo: DCLXIX. No. 22. México. 30 de Junio 2009. Tercera sección Pag.1

CUADRO 3.- Criterios para la estratificación de la micro, pequeña y medianas empresa

Estratificación				
Tamaño	Sector	Rango de número de trabajadores	Rango de monto de ventas anuales (mdp)	Tope máximo combinado*
Micro	Todas	Hasta 10	Hasta \$4	4.6
Pequeña	Comercio	Desde 11 hasta 30	Desde \$4.01 hasta \$100	93
	Industria y Servicios	Desde 11 hasta 50	Desde \$4.01 hasta \$100	95
Mediana	Comercio	Desde 31 hasta 100	Desde \$100.01 hasta \$250	235
	Servicios	Desde 51 hasta 100		
	Industria	Desde 51 hasta 250	Desde \$100.01 hasta \$250	250
*Tope Máximo Combinado = (Trabajadores) X 10% + (Ventas Anuales) X 90%.				

Fuente.- DOF: 30-Junio-2009

Como se observa, esta última estratificación es más completa que las anteriores. En ella no solo se consideran el número de empleados y el sector al que pertenece, sino adhiere el rango de ventas anuales. Esta implementación repercute en mejoras para la canalización de los programas de financiamiento y programas de apoyo a los que pueden tener acceso

2.2.2. Características Cualitativas de las PYMES

El autor De León en su Diseño metodológico para la estimación de aportes del Sector de las PyMES a la economía nacional, estipula que de acuerdo a datos extraídos de la Encuesta Nacional de Micronegocios (ENAMIN), las empresas micro, pequeñas y medianas "...en conjunto, generan 42% del PIB y 64% del empleo del país, y en el sector industrial aportan 55% del valor de la producción y 68% del empleo. Por otro lado, el 67% de los micros establecimientos opera sin local fijo; se labora un promedio de 32 horas semanales y 62%

no cuenta con registro ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SCHP). Con respecto a la población ocupada en micronegocios, 50% tiene entre 25 y 44 años; cuentan con estudios básicos o no tienen instrucción; 63% es población masculina y 47% nacieron en una localidad diferente a su lugar de residencia. La mayoría de los trabajadores laboran en condiciones precarias, dado que sólo 7% cuenta con seguridad social y únicamente 15% con contrato escrito”.⁵⁶

Por otra parte, la autora Gómez Macías⁵⁷ identifica las siguientes características:

- Tienen capital proporcionado por una o dos personas que establecen una sociedad, por lo tanto se constituyen con poca inversión.
- Los dueños dirigen la empresa,
- La administración es empírica,
- Utilizan más maquinaria y equipo aunque se basen en el trabajo más que en el capital,
- Uso intensivo de mano de obra. En la mayoría de las Pymes no existe el recurso para adquirir maquinaria y equipo, por lo tanto se hace uso excesivo de mano de obra para sus procesos de producción.
- Están en proceso de crecimiento (la pequeña tiende a ser mediana, y la mediana aspira a ser grande),
- Obtienen algunas ventajas fiscales.

⁵⁶ León, Carlos. Op.cit. pág. 43

⁵⁷ Regalado Hernández Rafael. Organización Latinoamericana de Administración OLA. **Las MiPyMES en Latinoamérica. 2007.** Pág.72.

- Poca división del trabajo. Al no contar con suficientes recursos para contratar los empleados necesarios, una misma persona efectúa diversas actividades dentro de los procesos productivos, administrativos y de comercialización.

Otra característica importante que menciona Sánchez Barajas en su artículo Perspectivas de las Micro y Pequeñas empresas como factores del desarrollo económico es que “las PyMES utilizan sencillos procesos productivos, de distribución y de comercialización”. Entonces, los procesos de producción, distribución y comercialización de las Pymes tienden a ser bastante flexibles y adaptables a cualquier cambio o innovación.

Con lo anterior podemos observar que las PyMES son un sector bastante importante, sin embargo su estructura es sumamente endeble, puesto que no cuentan con las condiciones económicas y financieras para solventar las necesidades mínimas establecidas por la ley. Es decir, en algunos casos estas empresas operan sin los documentos oficiales ni los registros ante las autoridades u organismos a los que le competen dichos asuntos, como Seguro Social, Secretaria de Hacienda y Crédito Público, Secretaria de Trabajo y Previsión Social, entre otras. Consecuentemente existen un gran número de pequeños negocios que fracasan o apenas subsisten en tales situaciones. Por otra parte existen ventajas al ser una Pyme, Barrientos Navarro menciona 5 de ellas:

- Facilidad para adaptarse al comportamiento de la demanda y la oferta
- Mejor comunicación con los empleados, debido al número reducido de empleados.
- No requieren personal externo para la planeación de la empresa. Debido a que los estrechos vínculos laborales hacen más fácil delegar autoridad para expandirse y adaptarse a las condiciones del mercado.

- Facilidad para reducir gasto. Debido a que no requieren autorización de muchos superiores, además de que tienen un mayor contacto con las operaciones de gastos e ingresos.
- Facilidad para adaptarse a la nueva tecnología. Las Pymes al tener un proceso de producción flexible, si adquieren nueva tecnología se adaptan fácilmente.

Por lo tanto, estas empresas, son susceptibles de desarrollo en tanto se les brinde el apoyo necesario. En ese sentido es importante observar cuales son las principales amenazas a las que se enfrentan estas empresas.

2.3. Amenazas a las que se enfrentan las PYMES

Las PYMES son empresas con características muy particulares, como se analizó anteriormente. En sus actividades diarias se encuentran con diversas situaciones que representan un reto para su sobrevivencia. Algunos autores mencionan las siguientes:

- “Las PyMES son vulnerables a los cambios de política económica. La normatividad para su promoción y consolidación ha sido equivocada, incompleta e inoportuna”.⁵⁸
- Problemas de tipo familiar. En su mayoría la Pymes son empresas familiares, las decisiones se toman entre los miembros de ellas, por lo tanto pueden surgir desacuerdos que lleven a la empresa a su ruptura.
- Falta de liquidez. Este es un problema muy común en las PyMES. Al verse en la necesidad de liquidez, las empresas solicitan préstamos o financiamientos a organizaciones o instituciones bancarias o públicas. De tal manera, que a las

⁵⁸ Sánchez Barajas, Óp. Cit.

empresas que adquieren los créditos, en algunos casos no pueden cubrir el pago de los intereses y tienen que cerrar.

- **Pequeña Escala.** De acuerdo con el punto anterior su actividad es limitada debido a la escasa disponibilidad de capital para activo fijo, operación y materias primas.
- **Poca adquisición de activos fijos.** La limitación económica no les permite adquirir la maquinaria necesaria para ejecutar sus operaciones, en la mayoría de los casos, la maquinaria y equipo se vuelven obsoletos por el tiempo tan largo de uso
- **Apoyos gubernamentales.** Dentro del marco legal, no existe un incentivo adecuado para las Pymes. Particularmente, en México no existe un programa que facilite a la Pyme realizar los registros y documentaciones legales para sus operaciones, puesto que existe un sin número de trámites y el costo es elevado para este tipo de empresas. Consecuentemente muchas de ellas operan sin la documentación necesaria.
- **Falta de Seguro Social.** En contraste con el punto anterior las empresas no se encuentran afiliadas al Seguro Social, debido a los esquemas legales en el país. Por lo tanto el propietario opta por no registrarse y los empleados se encuentran al margen de estos beneficios.
- **No son sujetos de crédito.** Particularmente, los bancos exigen garantías rigurosas para los préstamos. Las Pymes no suelen cumplir con estas garantías, por lo tanto, en su mayoría, no son sujetas de préstamos bancarios.

2.4 Importancia de la RSE en las PYMES

Una parte importante para la sobrevivencia de las PYME es la forma en que realizan los negocios. Es aquí donde interviene la responsabilidad social de las mismas y los beneficios

que de ella se obtiene. En algunos países como es el caso del Salvador, han realizado estudios en micro, pequeñas y medianas empresas. Estas, afirman haber obtenido beneficios derivados de la implantación de la RSE. Algunos beneficios identificados son: “aumento de una buena reputación, genera o fortalece la lealtad del consumidor a través de un posicionamiento de la imagen de la marca y la imagen corporativa, el incremento de las ventas al brindar una ventaja competitiva por su posicionamiento confiable, una mayor satisfacción de sus empleados y consumidores, protección a los activos de la empresa, promoción de los estándares laborales para la realización de negocios transparentes y justos, Mejores relaciones comunitarias, Aumento en el compromiso, empeño y lealtad del personal, disminución de las probabilidades de sufrir demandas legales, boicots comerciales, entre muchas otras”⁵⁹. Por lo tanto las ventajas de implantar acciones de responsabilidad social pueden ser de tipo cuantitativo y cualitativo. Así mismo, estos beneficios aplican al interior y exterior de la empresa.

Merino de Diego, realiza un estudio sobre los beneficios de la RSE y hace un especial énfasis para el caso de las PYMES donde también es posible demostrar que la RSE es perfectamente aplicable. Determina que las PYMES suelen tener recursos más limitados, en muchos casos son intensivas en mano de obra y de carácter familiar. Las cuales deben ser tomadas en cuenta a la hora de analizar cualquier caso empresarial de la RSE aplicada a la PYME. Sugiere que un enfoque hacia las prácticas responsables con los recursos humanos puede ser más efectivo, desde el punto de vista de ganancia de competitividad, que una acción que mejore la reputación de la marca, sobre todo para aquellas empresas como las PYMES debido a que el reconocimiento de marca no está lo suficientemente desarrollado,

⁵⁹ Cañas Avalos, Juana Estela. González Amaya Luis Roberto. Adán Vaquerano José. **Situación de la Responsabilidad social de la MiPYME**. El salvador. 2005. Pag. 18

es decir, frecuentemente en una PYME no encontramos departamentos de mercadotecnia puesto que no se encuentra desarrollado como tal, sino como actividades específicas de una persona para publicitar la empresa de manera rústica. Por lo tanto es mejor realizar una acción responsable que mejore la reputación de la empresa que de la marca. No obstante, la mejora de la reputación es de suma importancia para las PYMES puesto que mejora las relaciones con las comunidades, los gobiernos locales y la sociedad civil y eso es importante para cualquier empresa, independientemente de su tamaño.⁶⁰

Por otra parte existen evidencias cuantitativas sobre los beneficios que obtienen las PYMES que incorporan la RSE dentro de su estrategia profesional. Estudios realizados por Sustainability, el Instituto Ethos y la Corporación Financiera Internacional (IFC) del Grupo del Banco Mundial, entre empresas que incorporan la RSE dentro de su estrategia empresarial mencionan lo siguiente:

“el 40% de las PYMES señalan tener mayores ingresos frente a un 22% de las empresas grandes, 45% de las PYMES declaran conseguir menores costes junto con incrementos de la productividad frente a un 57% de empresas grandes, y en cuanto a la mejora de la reputación el 15% de las PYMES frente al 20% de las grandes declaran una mejora en la imagen de la empresa y su marca.”⁶¹

Además de estos datos, es un hecho que la aplicación de la RSE en una empresa pequeña o mediana refleja los valores de las personas que trabajan en ella y la dirigen. Por lo tanto, Las ganancias o mejoras cuantitativas son el resultado del comportamiento de los dueños. De tal manera que, a diferencia de una empresa grande, la pequeña o mediana empresa

⁶⁰ Merino De Diego Amparo, **Responsabilidad Social Corporativa y PYMES**, MADRID, CENTRO DE ESTUDIOS DE COOPERACIÓN AL DESARROLLO, 2005. Pág.40

⁶¹ Óp. Cit. Pág. 41

busca mantener la reputación y buen nombre de la empresa en donde va implícito la reputación y buen nombre de la familia. Entonces la Responsabilidad Social Empresarial es tan importante, debido al desarrollo económico y social que genera para todos sus actores, además de las mejoras en las condiciones de vida de las comunidades aledañas.

En la segunda conferencia interamericana sobre Responsabilidad Social de la Empresa: del dicho al hecho, realizada en Ciudad de México, Antonio Vives y Estrella Peinado-Vara mencionan tres motivaciones por las cuales las empresas llevan a cabo la Responsabilidad Social. Dentro de estas motivaciones, la primera se adapta principalmente a la pequeña y mediana empresa porque menciona que el dueño o la gerencia son socialmente responsables debido a que lo consideran un acto ético. De tal manera que se vuelve una motivación personal y es el motor principal de impulso de la RSE. En segundo lugar, la necesidad de ser competitivo impulsa a algunas empresas a ser social y medioambientalmente responsable o de lo contrario perderán cuota de mercado frente a otras compañías que si lo son, en un mercado que requiere este comportamiento responsable. En el caso de las PYMES es una motivación que cada vez adquiere más fuerza, debido a que la mortalidad de ellas es muy alta. Por lo tanto es de suma importancia que adquieran estrategias que las mantengan dentro del mercado y por ello la RSE es una buena opción. Por último menciona que las empresas no pueden actuar en un vacío y para poder funcionar necesitan hacerlo en un entorno donde no exista la pobreza extrema y se den unas condiciones mínimas para que puedan operar. Condiciones tales como mano de obra adecuada, clientes potenciales con un poder adquisitivo que les permita comprar sus

productos y un medioambiente que les permita seguir produciendo.⁶² Juan Felipe Cajiga Calderón menciona lo siguiente al respecto:

“En el caso de México, es claro que aún existen innumerables asuntos por resolver para construir un entorno que ofrezca los satisfactores necesarios a toda la sociedad. Al ser el proceso de globalización una realidad en el mundo, las comunidades de negocios disfrutaban día con día de mayor influencia y sus aportes son cada vez más significativos para la realización de una sociedad más justa y de una economía con crecimiento sostenible que permita aminorar y erradicar la miseria y la pobreza que enfrenta un importante segmento de la población. La única forma de atacar la pobreza es generando riqueza. La pobreza es asunto de todos. Las empresas no podrán ser prósperas en un país que no crece y no genera empleos.”⁶³ De esta manera el Director del Cemefi determina que la RSE representa una ventaja competitiva para la empresa. De tal manera que aquellas que lleven a cabo acciones de Responsabilidad Social lo harán dependiendo de sus posibilidades. Obteniendo ciertas repercusiones positivas como:

- Afianza los activos intangibles - los cuales son claves en la etapa actual del mundo empresarial. Por ejemplo, de acuerdo con la reserva federal de los E.U, de cada 900 dólares del precio de una empresa, 600 vienen de los activos intangibles tales como imagen empresarial y percepción de los consumidores/inversionistas
- Lealtad y menor rotación de los grupos de relación (stakeholders).
- Mejora la relación con vecinos y autoridades.

⁶²Vives Antonio, Peinado-Vara Estrella. **Responsabilidad social de la empresa del Dicho al Hecho, Anales.** II conferencia interamericana sobre Responsabilidad Social de la Empresa: del dicho al hecho. México. Septiembre 2004. Pag.2

⁶³Cajiga Calderón, Felipe. **El concepto de Responsabilidad Social Empresarial.** México. 2006. Pág. 19

- Contribución al desarrollo de las comunidades y al Bien Común.
- Aumenta la visibilidad en la comunidad empresarial.
- Acceso a Capital al incrementar el valor de sus inversiones y la rentabilidad a largo plazo.
- Permite decisiones de negocio mejor informadas.
- Mejora la capacidad de recibir apoyos financieros.
- Mejoramiento del desempeño financiero, reduce costos operativos optimizando esfuerzos y el uso de recursos localizándolos hacia el desarrollo sostenible.
- Mejora de la Imagen Corporativa y Fortalece la reputación de la empresa y de sus marcas.
- Incremento de Ventas y Refuerza la lealtad del consumidor.
- Productividad y Calidad incrementadas.
- Mejores habilidades para atraer y retener empleados. (Genera lealtad y sentido de pertenencia en el personal).
- Reducción de supervisión regulatoria.
- Promueve y eficientiza el trabajo en equipo.

Por lo tanto, la RSE en las Pymes implica un beneficio multilateral. De tal manera, que al existir un desarrollo en el entorno de la empresa, esta misma genera un crecimiento interno. Estos beneficios pueden ser tangibles o intangibles, por lo tanto son susceptibles de medirse. En ese sentido, algunos organismos han elaborado herramientas con este propósito en particular.

2.5 Medición del desempeño de las acciones socialmente responsables.

Para las empresas es importante medir el beneficio que obtienen de las acciones que realiza entorno al concepto de Responsabilidad Social Empresarial. Puesto que refleja el grado de compromiso que ha adquirido, así como el nivel de beneficio que ha proporcionado a su entorno con buenos ejemplos y mejores prácticas. Aliarse menciona que por tal motivo “es esencial que la medición del desempeño se haga de la manera más confiable, finalmente se trata de la utilización de los recursos de la empresa con una visión de sustentabilidad. Por lo mismo, la medición del desempeño de la empresa en forma de reporte debe contener los indicadores cuantitativos y cualitativos que evidencien la generación de valor agregado a las diferentes partes interesadas”⁶⁴. Consecuentemente es importante definir los indicadores adecuados con respecto a las características de la empresa. Es decir, que la evaluación o medición del desempeño de la RSE corresponda con su actividad empresarial y su tamaño. En el caso de las Pymes es importante este punto, ya que las acciones que estas realizan no son posibles de comparar con la magnitud de las acciones que realizan las grandes empresas. Por este motivo existe una serie de herramientas elaboradas por los organismos promotores de la Responsabilidad Social en todo el mundo. Los más utilizados son las auditorías específicas de cada norma relacionadas con la RSE (SA 8000, ISO 14000, ISO 26000, etc.), la adhesión al pacto mundial y los reportes sociales.⁶⁵ Un reporte social es una herramienta que sirve para comunicar tanto internamente como externamente las acciones de RSE que una empresa lleva a cabo. Este documento también contiene los resultados obtenidos gracias a las prácticas y compromisos de RSE adquiridos.

⁶⁴ <http://www.aliarse.org.mx/Medicion.htm> consultado el 20 de Diciembre 2009

⁶⁵ Arroyo Aguilera Cecilia, Cifuentes Torres Paula. Conocimiento y desarrollo de la Responsabilidad social empresarial en la provincia de Concepción. Mayo de 2005. Pág. 9.

2.5.1 Guía para la elaboración de reportes sustentables denominada “Global Reporting Initiative” (GRI)

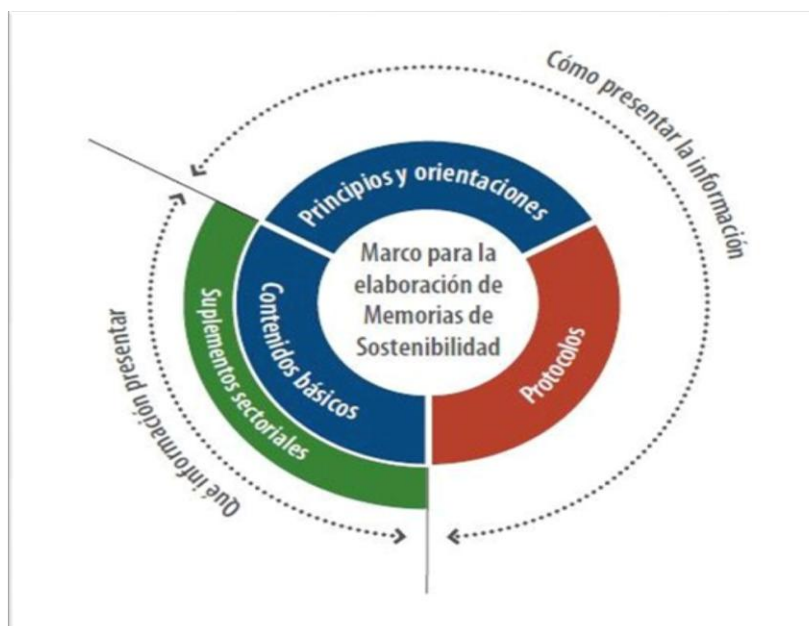
Una guía internacional para la elaboración de reportes sobre desarrollo sustentable es el Global Reporting Initiative (GRI). Esta iniciativa internacional fue creada con el fin de proporcionar un marco común basado en principios, indicadores y características sobre la RSE. El GRI “...comenzó en 1997 como una iniciativa conjunta de dos organizaciones no gubernamentales: Coalition of Environmentally Responsible Economies (CERES) y el Programa de la Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA). Se consolidó en 2002 y su objetivo es aumentar la calidad, el rigor y la utilidad de las memorias de sostenibilidad, a través del desarrollo, la divulgación y la difusión de pautas de sostenibilidad global.”⁶⁶

“Las memorias de sostenibilidad que se basan en el Marco de elaboración de memorias del GRI presentan los resultados que se han obtenido dentro del correspondiente periodo informativo, atendiendo a los compromisos, la estrategia y el enfoque directivo adoptado por la organización”⁶⁷. Las memorias se pueden utilizar con el fin de comparar y evaluar el desempeño en materia de RSE. (Fig. 3)

⁶⁶ Berbel Giménez Gaspar. Reyes Gómez Juan David. Gómez Villegas Mauricio. La Responsabilidad social en las organizaciones (RSO): **Análisis y comparación entre guías y normas de gestión e información INNOVAR**. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales. Enero-junio 2007. Vol. 17. Numero 29. Bogotá Colombia. Pág. 35.

⁶⁷ GRI. Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad. 2002-2006. Versión 3.0. pág. 5.

Figura 3.- Marco GRI para la elaboración de memorias de sostenibilidad



Fuente: Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad. 2002-2006

Como se observa en la figura 3, el marco para la elaboración de memorias de sostenibilidad consta de dos partes. En la primera se presenta una ayuda para que los redactores sepan que información deben de incluir en las memorias, esta sección incluye los principios y orientaciones para la elaboración de las memorias así como los protocolos para cada uno de los indicadores de desempeño incluidos. Es decir, en la primera parte se establece la forma en cómo se debe presentar la información de las memorias. La segunda parte presenta los contenidos básicos que deben de llevar las memorias y en su caso los suplementos sectoriales. En cuanto a los contenidos básicos, se constituyen por: el perfil de la empresa, el enfoque de la dirección -que es información referente al estilo de gestión de la empresa- y los indicadores de desempeño. Los suplementos sectoriales son guías para empresas de sectores específicos que pueden incluir indicadores de sectores particulares. Por lo tanto esta sección establece que información debe contener la memoria de sostenibilidad.

2.5.2. Indicadores de RSE establecidos por el CEMEFL.

Ya se ha hablado sobre la función que realiza el Cemefi en México y sobre la herramienta de medición de desempeño de la RSE –Diagnóstico ESR 2009 y Diagnóstico Pymes ESR 2009- que este organismo ha desarrollado. El Diagnóstico para las empresas grandes consta de 120 indicadores. Por su parte, el diagnóstico para PYMES consta de 31 indicadores (ver anexo 3). Los indicadores se encuentran resumidos en las tablas 1, 2, 3, 4, y 5

TABLA 1.- Indicadores para las pequeñas Empresas Socialmente Responsables 2009 en el área de Gestión de la Responsabilidad Social Empresarial.

Indicador Área	Gestión de la RSE
1. Asignación de responsable(s) en:	a) Desempeño ético, visión y valores b) Calidad de vida en el trabajo c) Relación con la comunidad. d) Cuidado de los recursos y preservación del medio ambiente
2. Disposición de personal encargado de identificar la forma en que pueden afectar al negocio en:	a) Desempeño ético, visión y valores b) Calidad de vida en el trabajo c) Relación con la comunidad. d) Cuidado de los recursos y preservación del medio ambiente
3. Cuenta con una política y estrategia definida y por escrito en las siguientes áreas	a) Desempeño ético, visión y valores b) Calidad de vida en el trabajo c) Relación con la comunidad. d) Cuidado de los recursos y preservación del medio ambiente
4. Cuenta con objetivos y metas a cubrir en las siguientes áreas	a) Desempeño ético, visión y valores b) Relación con la comunidad. c) Cuidado de los recursos y preservación del medio ambiente
5. Toma acciones para comparar su desempeño con el de otras empresas en las siguientes áreas	a) Desempeño ético, visión y valores b) Calidad de vida en el trabajo c) Relación con la comunidad. d) Cuidado de los recursos y preservación del medio ambiente
6. Comunicación, tanto interna como externamente de sus actividades en las siguientes áreas	a) Desempeño ético, visión y valores b) Calidad de vida en el trabajo c) Relación con la comunidad. d) Cuidado de los recursos y preservación del medio ambiente

Tabla 1.- Elaboración propia con datos del Diagnóstico de PYMES ESR 2009

La tabla 1, muestra los indicadores en la línea estratégica de Gestión de la RSE, cada uno de estos indicadores se subdivide en 4 exceptuando el indicador referente a las metas y objetivos en las áreas de desempeño ético, relación con la comunidad y cuidado de los recursos del medio ambiente. Como se observa la gestión de la RSE se encuentra implícita en las demás áreas como son: Calidad de vida en el trabajo, gestión ética de la empresa, cuidado y preservación del medio ambiente y relación con la comunidad.

TABLA 2.- Indicadores para las pequeñas Empresas Socialmente Responsables 2009 en el área de Calidad de vida en el trabajo.

Indicador Área	Calidad de vida en el trabajo
7. Garantiza la igualdad de oportunidades y de trato	elimina toda forma de discriminación: en el empleo y la ocupación basada en “motivos de raza, color, sexo, religión y opinión política u origen social
8. Formación o afiliación a un sindicato	Todos los empleados tienen derecho a afiliarse o a pertenecer a un sindicato sin temor a represalias
9. Condiciones laborales favorables para la calidad de vida, el desarrollo humano y profesional de toda su comunidad	Herramientas necesarias en el trabajo Instalaciones limpias y seguras Incentivos y reconocimientos Capacitaciones Eventos vinculatorios con proveedores Actividades recreativas
10. Bases para el reclutamiento, colocación, capacitación y superación del personal	Las bases para la selección, reclutamiento, capacitación y superación del personal son: Habilidades Conocimientos Experiencia, etc.
11. Erradica todas las formas de trabajo forzado y en condiciones indignas e inseguras en todas sus actividades	Apoya la erradicación efectiva del trabajo infantil. Asegura a sus colaboradores una remuneración que garantice un nivel de vida adecuado para ellos y sus familias

Tabla 2.- Elaboración propia con datos del Diagnóstico de PYMES ESR 2009

Los indicadores de esta sección están ligados a otros documentos como a los principios del pacto mundial, a los derechos humanos, a la SA 8000, etc. En el caso del indicador 7, que se refiere a la garantía de igualdad de oportunidades y de trato, es afín a los Principios del Pacto Mundial de la ONU, a las Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales, a la Declaración Universal de los Derechos Humanos, a la SA 8000 (Social Accountability 8000) y a las Directrices para la elaboración de Reportes de Sustentabilidad GRI. Criterio Esencial número 3. El indicador 8, que se refiere a la formación o afiliación a un sindicato, es afín con los Principios del Pacto Mundial ONU, a las Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales, la Declaración Universal de los Derechos Humanos, a la SA 8000 (Social Accountability 8000) y a la Directriz para la elaboración de Reportes de Sustentabilidad GRI. Criterio Esencial número 2. Los indicadores 9 y 10, que hablan sobre condiciones laborales favorables están relacionados de la misma manera con los derechos humanos en el trabajo. El indicador 11, que hace referencia a la erradicación de cualquier forma de trabajo forzado, es afín a los Principios del Pacto Mundial ONU, a la SA 8000 (Social Accountability 8000), a las Directriz para la elaboración de Reportes de Sustentabilidad GRI y a la Declaración Universal de los Derechos Humanos, Criterio Esencial número 4. Este último indicador contiene 2 subdivisiones: la erradicación del trabajo infantil y el adecuado nivel de vida para los trabajadores. De los cuales el primero es afín a los Principios del Pacto Mundial ONU, Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales, SA 8000 (Social Accountability 8000), Directriz para la elaboración de Reportes de Sustentabilidad GRI. Criterio Esencial número 5; el segundo es afín a la Declaración Universal de los Derechos Humanos, Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales, SA 8000 (Social Accountability 8000), Directriz para la elaboración de Reportes de Sustentabilidad GRI. Criterio Esencial número 7.

TABLA 3.- Indicadores para las pequeñas Empresas Socialmente Responsables 2009 en el área de Vinculación con la comunidad.

Indicador	Área	Vinculación con la comunidad
12. Promueve e impulsa una competitividad responsable		Armoniza las metas y el éxito del negocio, contribuyendo al mismo tiempo al bienestar de la sociedad. Misión, visión, objetivos y metas encaminadas al bienestar de la comunidad
13. Identifica y apoya causas sociales afines a su negocio		Participación, promoción en programas de desarrollo social Participación o colaboración en la solución de los problemas en su comunidad, impulsando el desarrollo y mejoramiento de la calidad de vida
14. Invierte tiempo, talento y recursos en el desarrollo de las comunidades en las que opera		Asignación de recursos: Humanos Monetarios Intelectual
15. Participación con otros sectores para la solución de problemas de interés publico		alianzas intersectoriales con otras empresas, organizaciones de la sociedad civil, cámaras, agrupaciones o gobierno
16. Involucra a su personal, accionistas y proveedores en sus programas de inversión y desarrollo social		Toma de opinión a : Empleados, proveedores, accionistas y todas las partes interesadas
17. Informes de impacto social y/o ambiental		Informe de actividades , Revisiones periódicas
18. Discute el impacto de sus actividades con los grupos afectados		Platicas con la comunidad: Asambleas Vecinales

Tabla 3.- Elaboración propia con datos del Diagnóstico de PYMES ESR 2009

La vinculación con la comunidad es una línea estratégica que en el ámbito de una PYME se realiza de manera local. En el caso del indicador 12, que se refiere a la promoción de una competitividad responsable, se enfoca en el establecimiento de los objetivos vinculados con las necesidades de la comunidad en la que opera. Los indicadores 13 y 14, que se refieren a la identificación de problemas de la comunidad y el tipo de recursos que invierte en la solución de ello, es decir, si se encuentra involucrada en los problemas que atañen a su localidad. Finalmente los indicadores 15, 16, 17 y 18 se enfocan en la manera en que externan esas acciones vinculadas a la comunidad. Por ejemplo: los reportes o informes que realizan las empresas para dar a conocer este tipo de actividades o acciones, así como las

posibles asociaciones que se realicen con otras empresas con el fin de colaborar en soluciones para la comunidad.

TABLA 4.- Indicadores para las pequeñas Empresa Socialmente Responsable 2009 en el área de Gestión ética de la empresa.

Indicador Área	Gestión ética de la empresa
19. Publicación de valores	Dentro y fuera de la empresa
a. combate interna y externamente las prácticas de corrupción	Políticas Normas Reglamentos
20. Un código de conducta publicado	a) Se asegura de que su código se cumpla, sancionando sus violaciones y reconociendo a quien lo adopta. b) Promueve el desempeño ético entre su personal. c) Identifica y articula políticas para que su código de ética se refleje en sus prácticas cotidianas. d) Establece mecanismos de protección para los denunciantes de violación e incumplimiento del código, y para quienes denuncian actos de corrupción. Cuenta con procedimientos para alinear su código de conducta con la planeación estratégica. e) Lo aplica en las relaciones con sus proveedores, clientes y competidores. f) Utiliza su código de ética para resolver controversias al interior y exterior de la empresa. g) Evita apoyar cualquier actividad que vaya en contra de la dignidad de la persona.
21. Pública directrices claras sobre la conducta esperada acerca de la corrupción y el soborno	Sanciones correspondientes sobre la conducta no deseada.
22. Asociación con otras empresas para combatir la corrupción	Vinculación con grupos (proveedores, clientes) a través de alianzas para evitar la corrupción

23. Empresa práctica esquemas de solidaridad, de servicio y de respeto a la dignidad humana, a los derechos humanos y de liderazgo participativo	a) Rechaza y sanciona el uso de castigos corporales, coerción mental o física, y abusos verbales por parte de los jefes. b) sanciona situaciones de acoso o agresión de cualquier índole cuando éstas han sido comprobadas Evita apoyar cualquier operación que vaya en contra de la dignidad de la persona. Apoya acciones relacionadas a la defensa y promoción de los Derechos Humanos. Evita cualquier política discriminatoria.
24. Promueve el desempeño ético	Valores de: Honestidad, Transparencia, Lealtad, Compromiso responsabilidad
25. Combate la corrupción en todas sus formas	Códigos de conducta

Tabla 4.- Elaboración propia con datos del Diagnóstico de PYMES ESR 2009

La gestión ética de la empresa, precisamente esta fuertemente vinculada con los valores de la empresa. Los indicadores del 19 al 22 consideran el establecimiento de directrices para el comportamiento deseado de los trabajadores, por ejemplo los códigos de conducta, las políticas, normas y reglamentos que existen en la empresa. El indicador 20 analiza 8 puntos sobre el código de conducta por ejemplo si la empresa se asegura de que su código se cumpla, sancionando sus violaciones y reconociendo a quien lo adopta, si promueve el desempeño ético entre su personal o si identifica y articula políticas para que su código de ética se refleje en sus prácticas cotidianas. El indicador 23 que se refiere a la práctica esquemas de solidaridad, de servicio y de respeto a la dignidad humana, se relaciona con la Declaración Universal de los Derechos Humanos. Criterio Esencial 1 y es afín a los siguientes estándares: Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales, SA 8000 (Social Accountability 8000), Objetivos de Desarrollo del Milenio, Declaración de Río sobre Medio Ambiente y Desarrollo, Principio 2 del Pacto Mundial de la ONU. El indicador sobre el desempeño ético, es afín al criterio número 19 y afín a los siguientes

estándares: AA1000, Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales y a Indicadores Ethos. Por último el indicador 25 es afín al Criterio Esencial número 24 y afín a los siguientes estándares: Convención de la ONU contra la Corrupción, Recomendaciones de México Unido contra la Delincuencia, Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales, Principios del Pacto Mundial ONU y a las Directrices para la Elaboración del Reporte de Sustentabilidad GRI.

TABLA 5.- Indicadores para las pequeñas Empresas Socialmente Responsable 2009 en el área de Cuidado y preservación del medio ambiente.

Indicador Área	Cuidado y preservación del medio ambiente
26. Respeto del entorno ecológico	En sus procesos de operación y comercialización: No contaminan el medio ambiente a través de desechos, emisiones de gases y líquidos tóxicos. Reciclaje y reutilización de materiales. Reducción en el consumo de agua y energía eléctrica.
27. Realiza cambios y mejoras de las técnicas en los procesos, cambia los materiales, realiza mejoras al producto y reutiliza los materiales	Cuidado y preservación a través de técnicas y procesos de manufactura
28. Practicas de cuidado y conservación del medio ambiente	Adopta prácticas para la reducción, reutilización y reciclaje de materiales, energía, agua y residuos o desechos en general
29. Acciones de educación ambiental	Promoción o participación en eventos sobre cuidado y preservación del medio ambiente junto a sus colaboradores y a otros grupos de relación
30. Innovación en tecnologías ambientalmente sustentables para el desarrollo, producción, distribución y consumo de sus productos y/o servicios.	Cambio de tecnologías (maquinaria y equipo, herramientas, procesos) encaminadas al mejoramiento y cuidado del medio ambiente.

Tabla 5.- Elaboración propia con datos del Diagnóstico de PYMES ESR 2009

La última línea estratégica que establece el CEMEFI es la del cuidado y preservación del medio ambiente. En ella, los indicadores señalados en la tabla están fundamentados de la siguiente manera: El indicador sobre el respeto al entorno ecológico, es afín con los Retos del Milenio, las Directrices para la Elaboración del Reporte de Sustentabilidad GRI.

Criterio Esencial número 16. El indicador 29 sobre acciones de educación ambiental, es afín a la Serie ISO 14000, a los Principios del Pacto Mundial ONU, a los Objetivos de Desarrollo del Milenio, a las Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales. Por último el indicador sobre innovaciones tecnológicas en pro del medioambiente, es afín a la Carta de la Tierra, a los Principios del Pacto Mundial ONU, a los Retos del Milenio (ONU), a las Directrices de la OCDE para empresas multinacionales y a la Declaración de Río sobre el Medioambiente y el Desarrollo.

Como se observó con anterioridad todos los indicadores han sido asociados o tomados - por el Cemefi- de documentos tales como los Principios del Pacto Mundial ONU, Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales, Declaración Universal de los Derechos Humanos; SA 8000 (Social Accountability 8000) y de Directriz para la elaboración de Reportes de Sustentabilidad GRI. Dando como resultado una serie de indicadores sustentados para la generación del diagnóstico para PYMES el cual será aplicado a una pequeña empresa del Distrito Federal. El concepto de RSE se orienta, utilizando el enfoque que establece el Cemefi, sobre las características de las PYMES y los lineamientos o directrices previamente analizadas. Consecuentemente la definición de RSE que se adoptara para esta investigación consiste en que la RSE es la forma en que los dueños realizan las actividades diarias de su empresa tomando en consideración la Ética empresarial, la Calidad de Vida, la Vinculación y compromiso con la Comunidad y su desarrollo, y el Cuidado y Preservación del Medioambiente. La definición es tomada para llevar a cabo esta investigación debido a las características de las PYME en México. Una de sus principales características es que –mayormente- son de carácter familiar y, por tal motivo, el poder se encuentra centralizado en el dueño, que generalmente es el padre de

familia. Por lo tanto, es el dueño el encargado de dirigir todas las áreas de la empresa, así como de implementar los valores y encaminarla en el ámbito de la RSE. Por otra parte, la Ética empresarial, la Calidad de Vida, la Vinculación y compromiso con la Comunidad su desarrollo, el Cuidado y Preservación del Medioambiente son líneas estratégicas avaladas e implementadas por el CEMEFL.

2.6 Barreras por las cuales no se incorporan acciones de RSE en la PYMES

Las micro, pequeñas y medianas empresas abarcan aproximadamente el 99% del total de las empresas en el país. Sin embargo la aplicación de acciones de RSE se encuentra de manera más tangible en las grandes empresas. Este hecho deriva de una serie de factores que intervienen en las características específicas de las Pymes. “Las actividades socialmente responsables tanto para la comunidad como las de carácter medioambiental tienen entre las PYMES a nivel nacional resistencia para incorporar la RSE a la estrategia y visión de la empresa. Por lo que las principales barreras para implementar acciones de RSE se refieren a la falta de recursos, tanto financieros como de tiempo, así como a una falta de capacitación en la gerencia de las empresas sobre la conveniencia de estas actividades, bien por una falta de planteamiento o bien porque las empresas consideran que las actividades de RSE no les compete”⁶⁸. Además de estas principales barreras, existen otras de carácter socio/político. En el estudio del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), Perspectivas de la RSE en las PyMEs de América Latina⁶⁹, se enumeran de la siguiente manera:

⁶⁸ Tavera Cortes María Elena, Guadarrama Alba Yolanda. Políticas Públicas y MPYMES Socialmente Responsables, ponencia presentada en la ESCA-TEPEPAN. México. 2008. Pág. 5.

⁶⁹ Vives Antonio. Óp. Cit pag. 77.

- Inestabilidad económica y política. Las Pymes son el sector más afectado por las políticas económicas y los altibajos de la economía.
- Creciente globalización y apertura del mercado. La competencia entre las empresas es cada día más fuerte, por tal motivo la Pyme busca entrar en la competencia mediante precios bajos. La consecuencia de ello se ve reflejado en las condiciones mínimas e incluso precarias para los trabajadores, así como en los salarios por debajo de la ley.
- Falta de apoyo público. En este aspecto las empresas buscan estímulos fiscales que les permita tener mayor injerencia en acciones de RSE, los cuales -si existen- son muy bajos. Por otro lado, la cooperación entre organismos públicos y privados es poca.

Con respecto al último punto María Elena Tavera menciona lo siguiente:

*“En lo que respecta a las acciones públicas es importante apoyar los programas privados de capacitación, especialmente en temas que producen beneficios sociales y económicos al país (por citar un ejemplo la instrumentación de incentivos para la protección ambiental y la redistribución del ingreso) donde el gobierno debe tomar el liderazgo en mostrar al sector privado las ventajas de un comportamiento socialmente responsable, tanto para las mismas empresas como para el país, reflejado en su desarrollo económico; un instrumento que genere difusión”.*⁷⁰

En resumen, los beneficios de llevar a cabo acciones de RSE son múltiples, sin embargo es necesario que organismos públicos y privados cooperen entre sí para crear el puente entre la RSE y las Pymes.

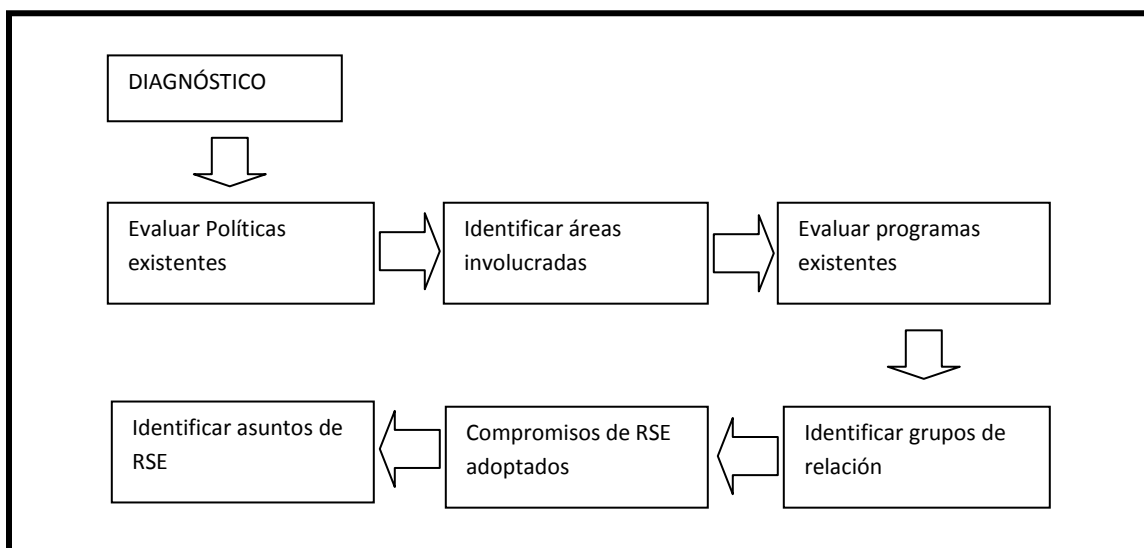
⁷⁰ Tavera Cortes. Ibídem.

Capítulo III. Marco metodológico para el desarrollo del diagnóstico de la RSE en la pequeña y mediana empresa.

3.1. Guía para la elaboración del diagnóstico de RSE elaborado por el CEMEFI

Esta investigación toma como marco de referencia para la formulación del diagnóstico la guía para la implementación de la RSE⁷¹. La guía, está avalada por ALIARSE, desarrollada por Carlos Ludlow (USEM), Gustavo de la Torre (AVAL) y Juan Felipe Cajiga (CEMEFI). Se tomaran como referencia los seis pasos para la elaboración del diagnóstico -Evaluar Políticas existentes, Identificar áreas involucradas, Evaluar programas existentes, Identificar grupos de relación, Compromisos de RSE adoptados, Identificar asuntos de RSE- (ver cuadro 3). Para aplicarlo en el ámbito de las PYME y de acuerdo a las características antes mencionadas sobre este sector, el método de obtención de datos es principalmente la observación y la entrevista con el personal de la empresa.

CUADRO 4: Pasos para la elaboración del diagnóstico de RSE



Fuente.- Guía para la implementación de la RSE (Diagnóstico)

⁷¹ Cuenta con apartados como: Definición de responsabilidad social empresarial, Diagnóstico, Compromiso público, plan de implantación, Medir y comparar, Reportar.

En la primera parte la elaboración del Diagnóstico es necesario realizar la evaluación de políticas existentes se determina si cuenta con: Código de conducta, misión, visión, valores, políticas y procedimientos, políticas ambientales, bienestar para el trabajador y su familia, condiciones laborales, capacitación y desarrollo, diversidad de género, seguridad laboral. Cabe señalar que estos parámetros pueden o no estar por escrito dentro de la empresa, puesto que en el caso de una PYME es posible encontrar normas o procedimientos que no estén en documentos.

En segundo lugar, es preciso identificar áreas involucradas internamente ejemplo: recursos humanos, producción, departamento de calidad, autoridades, etc. En este caso, se identifican los stakeholders internos que participan en la aplicación de la RSE, es decir, los departamentos que estén a cargo de la RSE, además de la forma en que se encuentren vinculados y ayuden de manera efectiva en el desarrollo de las acciones de RSE.

Posteriormente, la evaluación de los programas existentes se basa en el número de personas que son beneficiadas por esos programas, área de acción en la que se desarrolla (arte y cultura, derechos humanos, medio ambiente, bienestar social, desarrollo, salud, ciencia y tecnología, educación, etc.), la forma en la que impacta interna y externamente, el tipo de recursos que se invierte en ellos por ejemplo: tiempo, talento empresarial, recursos financieros, recursos técnicos o materiales, etc.

Los grupos de relación son los anteriormente mencionados “stakeholders” y los cuales participan o se ven involucrados en las acciones que llevan a cabo la empresa. Por ejemplo: clientes, proveedores, accionistas, sociedad, empresas vinculadas para la aplicación efectiva de la RSE, etc. Los compromisos de responsabilidad social adoptados,

en el caso de las PYME, están determinados por los objetivos en esta materia. Es decir, son metas o retos que la empresa se fija para el bienestar de una población específica, por ejemplo los empleados.

La identificación de los asuntos de RSE abarca aquellas acciones que benefician a sus interesados y que la empresa puede realizar, en pro de ambas partes, de manera constante. En este caso, se identifican acciones de responsabilidad social que conciernen específicamente a la actividad de la empresa, la población que se beneficia de esta actividad (jóvenes, adultos, adultos mayores y población en general), la problemática (adicciones, discapacidad intelectual, enfermos terminales, medio ambiente y animales, etc.). Es posible que el asunto de RSE sea nuevo o de reciente aplicación, es por ello que también se toma en cuenta el tiempo y las revisiones del asunto de RSE.

La guía para la elaboración del diagnóstico es un complemento del cuestionario Diagnóstico PYMES ESR 2009 donde, como se analizó con anterioridad, se evalúa por líneas estratégicas la RSE de la empresa. Este cuestionario, se encuentra en la página del CEMEFI y sirve a las PYMES para autoevaluarse sobre las acciones de RSE que llevan a cabo. No obstante es importante recordar que, el CEMEFI no asiste de manera personal a la empresa, sino vía correo electrónico analiza evidencias sobre cada indicador, es decir, una vez que la PYME inicia el proceso para la obtención del distintivo de ESR, el CEMEFI solicita a la empresa documentos que avalen cada una de las preguntas indicadas en el Diagnóstico PYMES ESR 2009. De tal manera que la empresa en un plazo de tiempo debe enviar dichos documentos en archivos al correo electrónico del CEMEFI.

El Cemefi establece, con la finalidad de obtener el distintivo de Empresa Socialmente Responsable, que se cumpla con el 75% de las preguntas contestadas afirmativamente. Por lo tanto, se considerara este parámetro para la elaboración del diagnóstico en la Pyme caso de estudio. Es importante destacar que el CEMEFI evalúa a la empresa de acuerdo a las evidencias que le presenta, es decir, otorga mayor porcentaje a los documentos que están oficialmente avalados como certificaciones en normas y documentos oficiales avalados por otros organismos gubernamentales.

3.2. Caso de Éxito de una empresa dedicada a la fumigación de Plagas

Un caso de éxito en términos de responsabilidad social y en el ámbito de las Pyme es una pequeña empresa del sector comercio dedicada al control de plagas. Esta, obtuvo el distintivo de ser una empresa Socialmente Responsable otorgado por el Cemefi, durante los años 2007 y 2008⁷² en donde el número total de empresas eran 174 y 275. Es importante destacar que tan solo en el año 2001 eran 17 empresas las que obtuvieron este reconocimiento, de las cuales ninguna era Micro, Pequeña o Mediana. Posteriormente para los años 2002,2003, 2004,2005 y 2006 el número de empresas con el reconocimiento eran 28, 42, 61, 83 y 125 respectivamente. Actualmente son 348 empresas registradas, en donde la pequeña empresa ya no renovó su reconocimiento. Esta empresa sirve como punto de referencia para la evaluación de la pequeña empresa a la que está enfocada la presente investigación. De esta manera, se realizará una comparación entre ambas, para determinar las similitudes y diferencias en la sección de Gestión empresarial.

⁷² Las listas de empresas socialmente responsables de estos y todos los años desde el 2001 al 2009 se encuentran en el anexo V

3.2.1.1 Características de la empresa caso de éxito.

Es una empresa mexicana dedicada al manejo integrado de plagas y desinfección de patógenos. Cuenta con equipo y personal técnico altamente calificado y certificado en Seguridad e Higiene Industrial, normas para la seguridad de alimentos y Buenas prácticas de Manufactura, lo que le permite garantizar la calidad de los productos y servicios de sus clientes, así como la salud de su personal y la integridad de sus instalaciones, dentro de un total respeto al medio ambiente empleando productos que contiene la más baja toxicidad y la más alta efectividad. La empresa cuenta con registro en la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, así como el registro en el SIEM. El número de empleados hasta el 2008 era de 16 personas y cuenta con más de 20 años en el mercado. Para el 2010 ya cuenta con un total de 31 trabajadores ocupados y su ámbito de operación es local. En ese sentido se observa un crecimiento de la empresa de pequeña a mediana. No obstante durante la obtención del distintivo esta empresa se encontraba dentro del parámetro de ser una pequeña empresa.

3.2.1. Análisis de los indicadores de RSE en la empresa caso de éxito

Esta empresa se toma como referencia por ser de tamaño pequeño al momento de obtener el distintivo ESR. En ambos casos por cuestiones de confidencialidad no es posible publicar los nombres de estas empresas. Consecuentemente es un hecho que la empresa caso de éxito cumple con al menos el 75% de los indicadores para PYMES.

3.2.2.1 Análisis de la empresa caso de éxito en los indicadores de gestión de la RSE

Las acciones sobre gestión de la RSE de la empresa caso de éxito se encuentran concentrados en la tabla que a continuación se muestra:

TABLA 6.- Indicadores de la Empresa caso de éxito en el área de Gestión de la RSE

Indicador	Acciones que realiza la Empresa dedicada a la fumigación de plagas.
1. Asignación de responsable(s) en las áreas de RSE	Existe un mismo responsable para: Desempeño ético, visión y valores, Calidad de vida en el trabajo, Relación con la comunidad, Cuidado de los recursos y preservación del medio ambiente.
2. Disposición de personal encargado de identificar la forma en que pueden afectar al negocio en las áreas de RSE	Es el mismo encargado del indicador anterior. Comité.
3. cuenta con una política y estrategia definida y por escrito en las áreas de RSE	Si, dentro de las políticas establecidas se mencionan principalmente acciones de respeto al medio ambiente y atención al cliente
4. Cuenta con objetivos y metas a cubrir en las áreas de RSE	Si, mantiene un misión enfocada a la salud y bienestar de los empleados, así como el cuidado del medio ambiente
5. Toma acciones para comparar su desempeño con el de otras empresas en las áreas de RSE	Si, sin mencionar con cuales
6. Comunicación tanto interna como externamente de sus actividades en las áreas de RSE	Si.

Tabla 6.- Elaboración propia con datos de la empresa con distintivo ESR

Como se observa en la tabla 6, existe un responsable asignado en las áreas de desempeño ético, visión y valores; calidad de vida en el trabajo, relación con la comunidad, y cuidado de los recursos y preservación del medio ambiente. De igual manera, esta persona es encargada de identificar la forma en que pueden afectar al negocio dichas áreas. En general, los asuntos de RSE se encuentran centralizados y es el dueño el encargado de ello. Sin embargo, cuenta con la colaboración de otros empleados considerando sus opiniones para la toma de decisiones. Las estrategias y políticas, efectivamente se encuentra por escrito y

avaladas por el director de la empresa. Dichos elementos no necesariamente están por separado, es decir, existen políticas de calidad, de procesos, de personal, de Seguridad e Higiene y de medio ambiente que se encuentran en el mismo documento. En el indicador de objetivos y metas a cubrir en materia de RSE, la empresa mantiene una misión enfocada a la salud y bienestar de los empleados, así como al cuidado del medio ambiente. Por otra parte, la comparación que realiza la empresa, se hace en referencia con otras empresas del mismo ramo, que en este caso, es de fumigadoras. La comunicación sobre las actividades de RSE frecuentemente se hace a través de reportes.

3.2.2.2 Análisis de la empresa caso de éxito en los indicadores de Calidad de vida en el trabajo.

Las acciones sobre Calidad de vida en el trabajo de la empresa caso de éxito se encuentran concentrados en la tabla que a continuación se muestra:

TABLA 7.- Indicadores de la Empresa caso de éxito en el área de Calidad de vida en el trabajo.

Indicador	Acciones que realiza la Empresa dedicada a la fumigación de plagas.
7. Garantiza la igualdad de oportunidades y de trato	Si, código de conducta.
8. Formación o afiliación a un sindicato	Si
9. Condiciones laborales favorables para la calidad de vida, el desarrollo humano y profesional de toda su comunidad.	Si, en este caso de manera interna se encuentra el contrato de trabajo.
10. Bases para el reclutamiento, colocación, capacitación y superación del personal	Si cumple

11. Erradica todas las formas de trabajo forzado y en condiciones indignas e inseguras en todas sus actividades	Si, reglamentos de seguridad e higiene. Normas FDA
---	--

Tabla 7.- Elaboración propia con datos de la empresa con distintivo ESR

La tabla 7, muestra en la parte de calidad de vida en el trabajo como a través de documentos tales como el contrato de trabajo, el código de conducta y los reglamentos internos cumple con el área de Calidad de vida en el trabajo de la RSE. En el indicador referente a la garantía de igualdad de trato, es mediante el código de conducta como garantiza la igualdad de oportunidades y de trato, así mismo elimina cualquier forma de discriminación en el empleo, por ende la ocupación está basada en las capacidades y habilidades con las que cuenta el trabajador para cubrir un puesto. Por otra parte, en el indicador sobre la oportunidad de formar un sindicato o afiliarse a uno, los trabajadores tienen la opción de hacerlo sin temor a represarías, no obstante hasta el momento no existe un sindicato formado por los trabajadores. La empresa cumple con el indicador referente a las condiciones óptimas laborales, mediante el contrato de trabajo, de tal manera que garantiza el desarrollo tanto internamente como externamente. El indicador referente a las bases para el reclutamiento, colocación, capacitación y superación del personal, se encuentra estrechamente relacionado con las garantías sobre la igualdad de trato, es decir, la ocupación se basa en las habilidades, los conocimientos, la experiencia y cualidades del puesto que se desea cubrir. Finalmente la empresa erradica todas las formas de trabajo forzado y en condiciones indignas e inseguras en todas sus actividades con el reglamento interno que se basa en normas como la Food and Drug Administration (FDA), dentro de él se estipulan las condiciones de seguridad e higiene, con la finalidad de proteger y erradicar esas condiciones indignas de las que habla este punto. Por ejemplo: protección del trabajador en el manejo de sustancias. Cabe destacar que la empresa cumple con los

lineamientos legales para el manejo de sustancias químicas tóxicas, pero también cuenta con normas medioambientales de carácter voluntario.

3.2.2.3 Análisis de la empresa caso de éxito en los indicadores de Vinculación con la comunidad

Las acciones sobre Vinculación con la comunidad de la empresa caso de éxito se encuentran concentrados en la tabla que a continuación se muestra:

TABLA 8.- Indicadores de la Empresa caso de éxito en el área de Vinculación con la comunidad

Indicador	Acciones que realiza la Empresa dedicada a la fumigación de plagas.
12. Promueve e impulsa una competitividad responsable	Si
13. Identifica y apoya causas sociales afines a su negocio	Si
14. Invierte tiempo, talento y recursos en el desarrollo de las comunidades en las que opera	Si
15. Participación con otros sectores para la solución de problemas de interés público	Si
16. Involucra a su personal, accionistas y proveedores en sus programas de inversión y desarrollo social	Si
17. Informes de impacto social y/o ambiental	Si, medio ambiental.
18. Discute el impacto de sus actividades con los grupos afectados	Si

Tabla 8.- Elaboración propia con datos de la empresa con distintivo ESR

En la tabla 8, el indicador referente a la promoción de una competitividad responsable, se cumple mediante la Misión de la empresa enfocada principalmente asegurar la calidad, utilizando tecnología y productos novedosos en pro del medio ambiente, también cumple

con las disposiciones normativas y legales. Busca el bienestar y salud de sus clientes así como de sus empleados. Además de cuidar al medio ambiente empleando productos que contienen una baja toxicidad. En cuanto a la visión y objetivos, se enfocan principalmente a cumplir con los estándares de calidad, normas y una mejora continua. La empresa identifica y apoya causas sociales afines a su negocio, mediante acciones que se encuentran principalmente vinculadas con el cuidado del medioambiente y asume de manera responsable las acciones necesarias para el buen manejo de los desechos de su actividad. En el indicador referente al tipo de recursos que invierte la empresa, se encuentra al pendiente de los problemas comunitarios como alumbrado vecinal, seguridad e higiene de la colonia, invirtiendo tiempo y recursos financieros. En el indicador de participación con otros sectores, la empresa se asocia con organismos de gobierno para discutir y denunciar problemas de interés público. En el indicador que se refiere a la participación de sus stakeholders en programas de inversión social, internamente se coordina al personal y gerentes, externamente toma en cuenta a proveedores y clientes. Para los indicadores sobre su impacto social, la empresa discute e informa a través de reportes sobre los impactos sociales y ambientales con las partes interesadas y/o afectadas.

3.2.2.4 Análisis de la empresa caso de éxito en los indicadores de Gestión de la ética

Las acciones sobre Gestión ética de la empresa caso de éxito se encuentran concentrados en la tabla que a continuación se muestra:

TABLA 9.- Indicadores de la Empresa caso de éxito en el área de Gestión de la ética

Indicador	Acciones que realiza la Empresa dedicada a la fumigación de plagas.
19. Publicación de valores	Si
a. combate interna y externamente las prácticas de corrupción	Si
20. Un código de conducta publicado	Si
21. Pública directrices claras sobre la conducta esperada acerca de la corrupción y el soborno	Si
22. Asociación con otras empresas para combatir la corrupción	Si
23. Empresa practica esquemas de solidaridad, de servicio y de respeto a la dignidad humana, a los derechos humanos y de liderazgo participativo	Si
24. Promueve el desempeño ético	Si
25. Combate la corrupción en todas sus formas	Si

Tabla 9.- Elaboración propia con datos de la empresa con distintivo ESR

De acuerdo con la tabla, la empresa hace públicos sus valores de manera interna a través de su código de conducta De esta manera la empresa combate con énfasis la corrupción al interior de la empresa, sancionando cualquier acto de esta naturaleza. En el indicador sobre la conducta esperada acerca de la corrupción y el soborno, con el código de conducta, a demás de sancionar también reconoce a aquellas personas que adopten conductas afines a los valores de la empresa. Los objetivos, metas, políticas y reglamentos están delineados por los valores fundamentales así como lineamientos estipulados por la ley. Los indicadores referentes a esquemas de solidaridad, de servicio, de respeto a la dignidad humana, a los derechos humanos, desempeño ético y anticorrupción se encuentran estipulados, precisamente, en el código de conducta. Por ejemplo en el caso del desempeño

ético, al igual que en casos de corrupción, existen sanciones y reconocimientos por las conductas de los empleados y dueños.

3.2.2.5 Análisis de la empresa caso de éxito en los indicadores de Cuidado y preservación del medio ambiente

Las acciones sobre Cuidado y preservación del medio ambiente de la empresa caso de éxito se encuentran concentrados en la tabla que a continuación se muestra:

TABLA 10.- Indicadores de la Empresa caso de éxito en el área de Cuidado y preservación del medio ambiente

Indicador	Acciones que realiza la Empresa dedicada a la fumigación de plagas.
26. Respeto del entorno ecológico	Lineamientos en base a la Environmental Protection Agency (EPA). Específicamente en el control de emisión de gases, desechos tóxicos y sobre recomendaciones para reciclar y reutilización de materiales, reducción en el consumo de agua y energía eléctrica
27. Realiza cambios y mejoras de las técnicas en los procesos, cambia los materiales, realiza mejoras al producto y reutiliza los materiales	Si, de manera continua revisa que sus procedimientos estén alineados con las normas de seguridad, higiene y control de residuos.
28. Practicas de cuidado y conservación del medio ambiente	De manera voluntaria establece programas para la prevención de contaminación y la conservación de energía. Establecen metas para disminuir la contaminación de su actividad operacional. Ejemplos incluyen la conservación de agua y energía, rehúsan desechos sólidos, controlando la contaminación del aire interno y obteniendo control para riesgos de pesticidas.
29. Acciones de educación ambiental	Da capacitación continua a su equipo de trabajo para la actualización y mejora de los procesos de producción en la aplicación de pesticidas.
30. Innovación en tecnologías ambientalmente sustentables para el desarrollo, producción, distribución y consumo de sus productos y/o servicios	Cuenta moderno con equipo, para un mejor tratamiento de los plaguicidas.

Tabla 10.- Elaboración propia con datos de la empresa con distintivo ESR

En esta línea estratégica, como lo muestra la tabla 10, la empresa trabaja en base a normas y reglamentos sobre protección y cuidado del medio ambiente. Evidentemente, es en esta área donde se espera que se cumplan los requerimientos de ley, puesto que es una empresa que se dedica al manejo de algunas sustancias tóxicas. No obstante, la empresa no solo se basa en las leyes del país, sino va más allá con una visión que contempla normas extranjeras. Algunos ejemplos de las normas bajo las que trabaja son: FDA, EPA y la AIB de Estados Unidos que son instancias que proporcionan asesoría, desarrollan y hacen cumplir regulaciones sobre algunos aspectos relacionados con equipos, productos y tratamientos específicos para combatir problemas en el control de plagas. El indicador sobre el respeto al entorno es cubierto a través de lineamientos en base a la Environmental Protection Agency (EPA). Específicamente en el control de emisión de gases, desechos tóxicos y sobre recomendaciones para reciclar y reutilización de materiales, reducción en el consumo de agua y energía eléctrica. En el indicador sobre cambios y mejoras de las técnicas en los procesos, la empresa de manera continua revisa que sus procedimientos estén alineados con las normas de seguridad, higiene y control de residuos. Por otra parte, la empresa realiza programas para la prevención de contaminación y la conservación de energía no solo con sus productos, sino con sus procesos y actividades diarias en la oficina. Establecen metas para disminuir la contaminación de su actividad operacional. Procuran la conservación de agua y energía, rehúsan desechos sólidos, controlan la contaminación del aire interno y establecen controles para riesgos de pesticidas. La educación ambiental, se da a través de la capacitación continua a su equipo de trabajo para la actualización y mejora de los procesos de producción en la aplicación de pesticidas a mediano plazo. Por último, realiza periódicamente actualizaciones y cambios en su equipo, para un mejor tratamiento de los plaguicidas.

Como se observa, la empresa cuenta un soporte más sólido en el área de Cuidado y preservación del medio ambiente, debido a la estrecha relación con los servicios y productos que ofrece, en este caso plaguicidas y fumigaciones. No obstante, al interior de la empresa se manejan valores fuertemente arraigados los cuales son aplicados y difundidos por la empresa. En ese sentido, también cuentan con un encargado para resolver los asuntos sobre responsabilidad social.

Capítulo IV.- Diagnóstico de la Responsabilidad social en una pequeña empresa del Distrito federal.

La evaluación de la empresa caso de estudio, se realizó mediante una entrevista con la dueña y personal de confianza. La guía para la realización de la entrevista fue el diagnóstico Pymes 2009 retomado y validado por el Cemefi. La visita a la empresa sirvió para observar las condiciones en las que encuentran los trabajadores. Adicionalmente se consultó la página electrónica de la empresa, donde se encuentra publicada información institucional y algunos valores por los cuales se rige la empresa. Todos estos factores contribuyeron a la elaboración del diagnóstico sobre la situación de la RSE de la empresa caso de estudio. Una vez recopilada la información se elaboro una relación de acciones que lleva a cabo y aquellas que no. De tal modo que la información se concentro en gráficas que muestran el porcentaje o nivel de RSE que tiene la empresa caso de estudio.

4.1 Características de la empresa caso de estudio.

La empresa “caso de estudio” es una empresa mexicana dedicada a la comercialización de diagnóstico médico por imagen y electro diagnóstico. Es de carácter familiar y cuenta con un total de 17 empleados laborando en sus instalaciones ubicadas en el Distrito Federal. Actualmente se encuentra registrada ante la Secretaria de Hacienda y Crédito Público así como en el Sistema de Información Empresarial Mexicano.

4.1.1 Antecedentes de la empresa caso de estudio

Empresa fundada en el año 1999, con la intención de dar soluciones reales a las que, cada vez más, surgen necesidades de equipo de soporte medico en México. A través de estos años la empresa ha ganado una excelente reputación creciendo de una manera sustentada

tanto en su infraestructura como en su personal, incrementando las adquisiciones de bienes raíces, su capital contable, el inventario de equipos y obteniendo la distribución y representación para equipos nuevos. El lema de la empresa es: Calidad, Valor, Compromiso y Experiencia en su servicio.

4.1.2 Misión de la empresa caso de estudio

Ser la mejor opción de equipamiento para diagnóstico, médico en general tanto seminuevo como nuevo a nivel nacional mediante agresivas políticas de calidad, seriedad, servicio oportuno y la mejor garantía del mercado.

4.1.3 Visión de la empresa caso de estudio

Fortalecer nuestra operación en el territorio nacional proveyendo de más y mejores equipos para el diagnóstico médico ayudando así a que los servicios de salud en México siempre sean oportunos y exactos.

4.1.4 Objetivos de la empresa caso de estudio

La empresa tiene como objetivo brindarle un servicio inmediato a los requerimientos de equipos tanto usados como nuevos Toshiba, Hewlett Packard, MIS, Bionet, Mitsubishi, Marquette, Quinton, entre otros manteniendo así su excelente reputación. Entre sus productos se encuentran los siguientes: Ultrasonidos, Tomógrafos, Rayos x, Cardiología, Sistemas de impresión.

4.1.5 Valores de la empresa caso de estudio

En orden de importancia los valores en la empresa son los siguientes:

- | | |
|--------------------------------------|------------------|
| 1. Calidad en el servicio al cliente | 6. Productividad |
| 2. Honestidad | 7. Solidaridad |
| 3. Respeto | 8. Confianza |
| 4. Responsabilidad | 9. Lealtad |
| 5. Compromiso | |

El más importante de los valores que difunde la empresa entre sus trabajadores es la Calidad en el servicio al cliente, a través de capacitación a los trabajadores con el fin de asegurar un servicio amable y oportuno. Los valores como honestidad, respeto y responsabilidad son aplicados con todo el personal interno, así como agentes externos, ya sean proveedores o comunidad. En general todos los valores son reflejo de comportamientos del dueño de la empresa, el cual se maneja dentro y fuera con los mismos valores que proclama.

4.2 Evaluación de la empresa caso de estudio

La evaluación de la empresa caso de estudio, se realizó a través de una entrevista con la gerente de la empresa y personal privilegiado dentro de la misma. Además de realizar la investigación in situ, para la verificación de la información. Para efectos de su análisis la información se compacto en las siguientes tablas:

TABLA 11.- Indicadores de Gestión de la RSE en la empresa caso de estudio

Indicador	Acciones que realiza la Empresa caso de estudio
1. Asignación de responsable(s) en las áreas de RSE	Existe un responsable reconocido para estas áreas, sin embargo no está por escrito
2. Disposición de personal encargado de identificar la forma en que pueden afectar al negocio en las áreas de RSE	Es el mismo encargado del indicador anterior
3. Cuenta con una política y estrategia definida y por escrito en las áreas de RSE	Aun no se encuentra por escrito. No obstante se llevan normas y políticas en cuanto al Desempeño ético, visión y valores, Calidad de vida en el trabajo, relación con la comunidad y cuidado del medio ambiente
4. Cuenta con objetivos y metas a cubrir en las áreas de RSE	Mantiene una misión enfocada a la salud y bienestar de los empleados, mantienen su reputación con valores inculcados por el dueño.
5. Toma acciones para comparar su desempeño con el de otras empresas en las áreas de RSE	No
6. Comunicación, tanto interna como externamente de sus actividades las áreas de RSE	De manera interna. Con los empleados y personal. Externamente en su página de internet publica los valores

Tabla 11.- Elaboración propia en base a datos de la empresa

Como se observa en la tabla 11, en el indicador sobre la asignación de un encargado de asuntos de RSE, en la empresa no existe un responsable asignado formalmente para estos asuntos, sin embargo el gerente es el encargado de cada una de las áreas de responsabilidad social. Es decir, no existe un documento que avale como encargado de la RSE, sin embargo es legítimamente el responsable de determinar las normas de conducta para los trabajadores y empleados, así como asuntos relacionados con calidad de vida en el trabajo, relación con la comunidad y medio ambiente. Por lo tanto este apartado es cubierto por la empresa de manera rutinaria. De igual manera en el indicador sobre el personal asignado a los asuntos de RSE, la gerencia se encarga de detectar e identificar los problemas relacionados a estas

áreas. Frecuentemente, son el dueño y el gerente los que se involucran en mayor parte en este tipo de asuntos.

Por otra parte como se observa en el indicador referente a las políticas y estrategias enfocadas a asuntos de RSE, no cuentan con una política y estrategia definida por escrito. No obstante, se difunden a través de la comunicación verbal que existe entre el dueño y sus empleados, cumpliendo en cada área de la siguiente manera:

Desempeño ético, visión y valores: Como principal valor manejan el servicio al cliente, el cual está garantizado mediante la honestidad al brindar solo servicios y productos de la más alta calidad. De igual manera con los proveedores adquiere compromisos de pagos en tiempo y forma previamente acordados. Al interior de la empresa, los trabajadores mantienen relaciones basadas en el respeto, la responsabilidad, compromiso, y solidaridad.

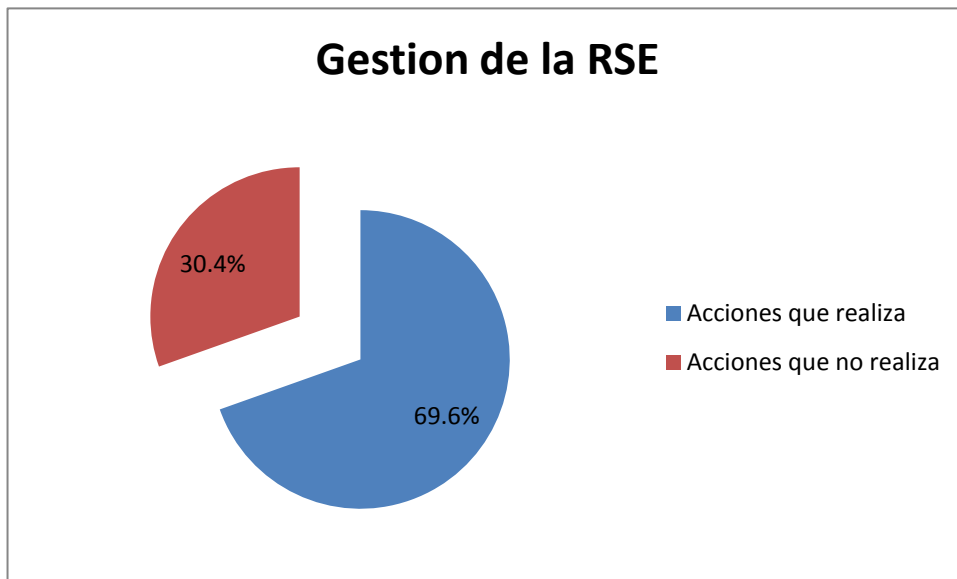
Calidad de vida en el trabajo: Además de cumplir con las prestaciones de ley, la empresa da a los empleados estímulos de diversos tipos. Cuenta con servicio de comedor dentro de la empresa el cual se equipo con todo lo necesario para una estancia agradable, saludable e higiénica, fomenta actividades recreativas y deportivas como la práctica de futbol entre los trabajadores en fines de semana. Existen algunas medidas de seguridad que se aplican en aparatos que requieren de un alto voltaje para su funcionamiento, sin embargo solo el personal autorizado puede utilizarlo. Otorga el día libre a los trabajadores que celebran su cumpleaños, si así lo desean, o en su defecto se festeja al trabajador de manera simbólica a través de un pequeño pastel y un anuncio de felicitación en la pizarra de la empresa.

Relación con la comunidad: Se mantienen vinculados con el jefe vecinal para tratar y participar en asuntos de la colonia.

Cuidado de los recursos y preservación del medio ambiente: se difunden verbalmente políticas de ahorro de energía y agua como el apagado de la luz en áreas que no se encuentren en uso y el uso de cubetas de agua para el aseo de instalaciones respectivamente. Para el indicador sobre la fijación de metas y objetivos en las 4 áreas de la RSE, la empresa cuenta con objetivos y metas a cubrir solo en el área de Desempeño ético, visión y valores. Una de las metas está enfocada establecer formalmente los códigos de conducta, en este caso se pretende terminar al 100% el reglamento interno de trabajo. En el indicador referente a la comparación del desempeño -en cuanto a su RSE- de la empresa con otras, debido a que la preocupación principal de la empresa es mantenerse en el mercado, solo compara precios y productos, sin la comparación de asuntos de RSE con otras empresas. Por su parte en el indicador referente a la comunicación de sus actividades de ética empresarial, la empresa las hace publicas en la página de internet de la empresa; en el referente a la comunicación de las actividades de calidad de vida en el trabajo, las publica en memorándums y haciendo anuncios verbales; en el indicador referente a la comunicación de actividades de vinculación con la comunidad, no publican sus acciones. Finalmente en el indicador sobre la comunicación de acciones de medio ambiente, lo hace internamente y de manera verbal.

En base a lo anterior es posible realizar una gráfica del cumplimiento de los indicadores en el área de Gestión de la RSE. Para evaluar a la empresa se establece que las respuestas afirmativas son equivalentes a 1 y las negativas a 0. Cabe destacar que a pesar de no tener el sistema documentado o por escrito, se consideraron afirmativas aquellas respuestas que se llevan a cabo en la empresa como se muestra en la tabla de resultados (anexo 4) y representado en la grafica que aparece a continuación.

GRÁFICA 1.- Porcentaje de cumplimiento de los indicadores en el área de Gestión de la RSE



Fuente.- Elaboracion propia en base a la respuestas de la empresa de estudio

Como se observa en la grafica 1, la empresa lleva a cabo el 69.6% de los indicadores de Gestión de la RSE. Es decir, en su mayoría la empresa mantiene una administración basada en un desempeño ético, en un ambiente de trabajo favorable al interior con sus empleados y al exterior con clientes, proveedores, comunidad y medio ambiente. El 30.4% que no lleva a cabo, se refiere a la toma de acciones para comparar su desempeño con el de otras empresas en las áreas de RS. La empresa solo compara su desempeño en calidad del servicio al cliente y precios en el mercado con otras compañías similares a ella.

TABLA 12.- Indicadores de Calidad de Vida en el trabajo en la empresa caso de estudio

Indicador	Acciones que realiza la Empresa caso de estudio
7. Garantiza la igualdad de oportunidades y de trato	Si, basado en habilidades, y desempeño.
8. Formación o afiliación a un sindicato	Si
9. Condiciones laborales favorables para la calidad de vida, el desarrollo humano y profesional de toda su comunidad	• Servicio de comedor • Capacitaciones al personal • Equipo de futbol • Compromiso de pago puntual con los proveedores • Patrocinios de congresos con la Federación Mexicana de cardiología.
10. Bases para el reclutamiento, colocación, capacitación y superación del personal	Si, de acuerdo a los requerimientos del puesto el dueño toma la decisión. Mediante la contratación de outsourcing, la cual lleva a cabo el proceso de contratación de personal
11. Erradica todas las formas de trabajo forzado y en condiciones indignas e inseguras en todas sus actividades	• Si, mediante los contratos y las prestaciones de ley. • Con los transportistas de los equipos no aceptan que ocupen ayudantes menores de 18 años. • Las remuneraciones están en base a tabulaciones de sueldos y salarios en el mercado.

Tabla 12.- Elaboración propia en base a datos de la empresa

En la tabla 12 se observa que la empresa de acuerdo con el indicador referente a la igualdad de oportunidades, así como el indicador para la ocupación de un puesto, cuenta con la contratación de una empresa de outsourcing en recursos humanos, la cual lleva a cabo una parte del proceso de contratación de personal. La parte del proceso que lleva la empresa de outsourcing consta del reclutamiento y selección de los posibles candidatos para cubrir una

vacante, dejando la contratación final al dueño de la empresa. Por su parte la entrevista se basa en el análisis de habilidades y experiencia del solicitante excluyendo cualquier pregunta sobre opinión política o religión. De esta manera, la empresa asegura que sea el perfil del puesto el factor preponderante para contratar a sus empleados, indistintamente del sexo, raza o religión. Los ascensos se basan en las habilidades y desempeño del trabajador. Por otra parte la cantidad de empleados dentro de la empresa de sexo femenino es equitativa a la cantidad de personal masculino.

Para el indicador sobre la formación de un sindicato, todos los empleados efectivamente tienen derecho a afiliarse o a pertenecer a un sindicato sin temor a represalias, no obstante lo empleados manifiestan que no es su inquietud hacerlo, mencionan que “nunca ha surgido un problema de abuso por parte del jefe que nos haga pensar en esa opción”.

En el indicador referente a las condiciones laborales favorables para su comunidad, la empresa no solo aplica las prestaciones de ley para con los empleados, adicionalmente brinda el servicio de comedor, el cual se encuentra equipado con todo lo necesario para una estancia agradable, saludable e higiénica. Los empleados reciben capacitación para actualizarlos en la medida en que sus productos cambian, no obstante es posible que el empleado solicite una capacitación o curso y la empresa evalúa su factibilidad. Adicionalmente la empresa maneja los días de trabajo y las faltas del empleado con flexibilidad de acuerdo a sus necesidades y en base al desempeño del empleado. Como actividad deportiva para los empleados y a sus familiares, la empresa brinda la posibilidad de formar parte de un equipo en una liga de futbol soccer local. Por otra parte, la empresa cuenta con la política de pago puntual a los proveedores, de tal manera que mantienen un fuerte compromiso en cuanto al pago previamente estipulado con ellos. La empresa realiza

vinculaciones entre clientes y accionistas con la Federación Mexicana de Cardiología. De tal manera, que realiza patrocinios de eventos y congresos con el fin de apoyar a sus clientes sobre información de nuevos equipos y colaborar en su realización.

Por último, para el indicador sobre la erradicación de todas las formas de trabajo forzado y en condiciones indignas e inseguras en todas sus actividades, es con el contrato de trabajo donde se estipulan las funciones que el empleado realizará así como las condiciones de trabajo, sancionando a cualquier persona que realice un acto que atente contra la seguridad y dignidad de otra. Para erradicar cualquier participación en la contratación de infantes, con los transportistas de los equipos no aceptan que ocupen ayudantes menores de 18 años para cargar o ayudar en el traslado del equipo. Con respecto a las remuneraciones, el departamento de recursos humanos tiene tabulaciones de sueldos y salarios en el mercado con las que se basa para establecer el de sus trabajadores, estando por encima del salario mínimo. De acuerdo con esta información es posible obtener la grafica de acuerdo a las acciones que lleva a cabo y las que no como se muestra a continuación:

GRÁFICA 2.- Porcentaje de cumplimiento de los indicadores en el área de Calidad de Vida en el trabajo.



Fuente.- Elaboracion propia en base a la respuestas de la empresa de estudio

En la gráfica se observa que en su mayoría la empresa cumple con acciones de Calidad de Vida en el trabajo, obteniendo el 90% del total de este apartado. El 10% restante, es debido al indicador que se refiere a la comparación del desempeño de la calidad de vida en el trabajo con la de otras empresas, lo cual la empresa no lleva a cabo. Los indicadores contemplados en la evaluación de esta sección son los incisos referentes a calidad de vida. Como la asignación de un encargado, asignación de un encargado de identificar la forma en la que afecta el área de calidad de vida a la empresa, políticas y estrategias, comparación del desempeño en calidad de vida con otras empresas y comunicación de las acciones de calidad de vida. Estos indicadores son referentes a las acciones sobre gestión de la responsabilidad social en la línea estratégica de calidad de vida en el trabajo.

TABLA 13.- Indicadores de vinculación con la comunidad en la empresa caso de estudio

Indicador	Acciones que realiza la Empresa caso de estudio
12. Promueve e impulsa una competitividad responsable	No
13. Identifica y apoya causas sociales afines a su negocio	Si
14. Invierte tiempo, talento y recursos en el desarrollo de las comunidades en las que opera	Si, monetarios y humanos.
15. Participación con otros sectores para la solución de problemas de interés publico	Si, con la junta vecinal.
16. Involucra a su personal, accionistas y proveedores en sus programas de inversión y desarrollo social	No cuenta con programas de inversión o desarrollo social.
17. Informes de impacto social y/o ambiental	No
18. Discute el impacto de sus actividades con los grupos afectados	No

Tabla 13.- Elaboración propia en base a datos de la empresa

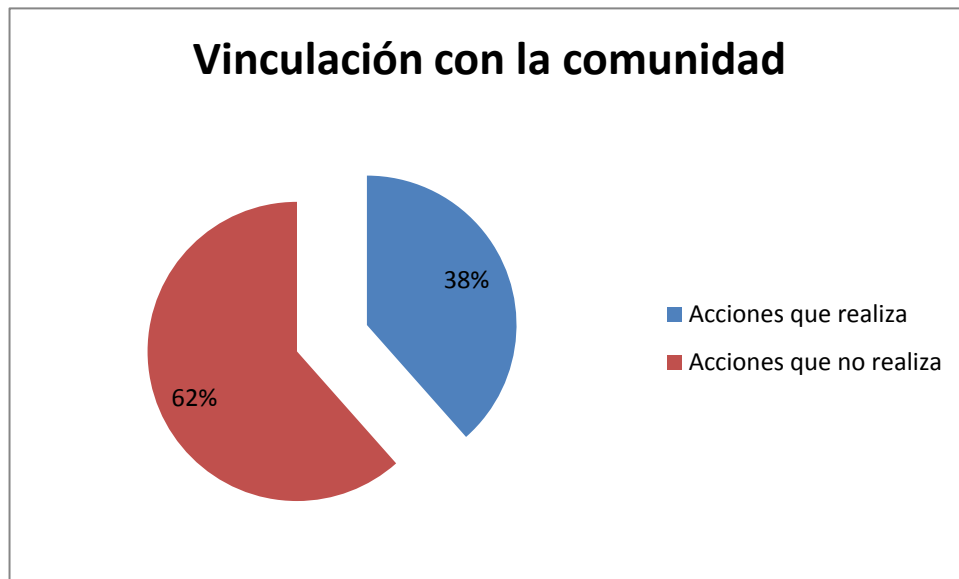
En la tabla 13 de vinculación con la comunidad se aprecia que la empresa no cuenta con un programa o una estrategia que incluya a la comunidad. Su preocupación principal son con los clientes, empleados y proveedores. No obstante, coopera constantemente con los proyectos o peticiones del jefe vecinal y algunos otros actos en beneficio de su colonia. De esta manera se observa, en el indicador sobre la vinculación con otros sectores para dar solución a los problemas comunitarios, que la empresa participa con otros sectores, en este caso con la junta vecinal, para la solución de problemas de interés público.

El indicador enfocado a la promoción responsable, la empresa no lo lleva a cabo debido a que las metas y objetivos están enfocados principalmente a la estrategia de ventas sin contemplar a la comunidad o la promoción de ello. En el caso del indicador sobre identificar y apoyar causas sociales afines a su negocio, la empresa se mantiene al pendiente de las necesidades de las calles aledañas a sus instalaciones, de tal manera que ha contribuido en mejoras para la misma empresa y los vecinos. Entre las acciones más importantes se encuentran las de limpieza y seguridad de la calle específicamente se encuentran las siguientes acciones:

- Cooperación financiera en la pavimentación
- Cooperación financiera en el alumbrado de las calles, mejorando la seguridad de la colonia.
- Cooperación financiera para la seguridad policiaca en las calles.
- Limpieza diaria de la banqueta, mejorando así la imagen de la calle.
- Mantiene contacto con los vecinos, a través de un familiar de un empleado.

Estas acciones son bien vistas por la comunidad en general y contribuyen al funcionamiento tranquilo de la empresa. Como se aprecia en el indicador sobre los tipos de recursos que invierte la empresa en la comunidad, son básicamente monetarios y de recursos humanos al participar en las acciones antes mencionadas. Sin embargo la empresa no cumple con los indicadores referentes a la elaboración y comunicación de planes o programas de desarrollo e inversión social. Consecuentemente no realiza informes de ello y no comunica el impacto que tiene en su comunidad. De acuerdo con esta información la gráfica sobre Vinculación con la comunidad quedaría de la siguiente forma.

GRÁFICA 3.- Porcentaje de cumplimiento de los indicadores en el área de vinculación con la comunidad.



Fuente.- Elaboracion propia en base a la respuestas de la empresa de estudio

Como se observa en la gráfica 3, la empresa solo realiza un 38% de las acciones de vinculación con la comunidad y en su mayoría, con un 62%, no las realiza. Es decir, no participa de manera proactiva en el desarrollo de su comunidad, solo actúa de manera reactiva a las necesidades que surgen en determinado momento, dejando a un lado la promoción, comunicación y discusión sobre este tema. De igual manera para su evaluación se consideran los indicadores de la primera parte de gestión de la RSE marcados en las preguntas sobre la relación con la comunidad. Por ejemplo: la asignación de un encargado para el área de vinculación de la comunidad, políticas, estrategias, objetivos y metas sobre esta área.

TABLA 14.- Indicadores de Gestión ética en la empresa caso de estudio

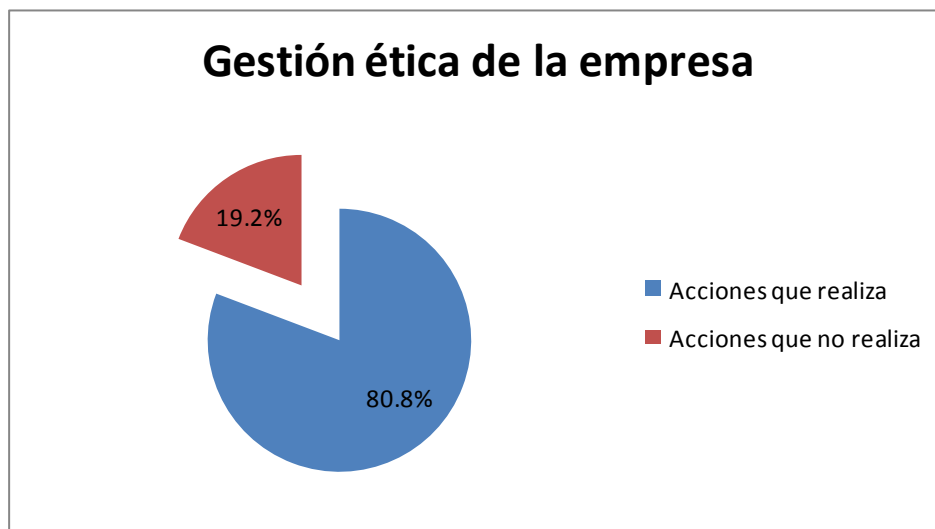
Indicador	Acciones que realiza la Empresa caso de estudio
19. Publicación de valores	Si
a. combate interna y externamente las prácticas de corrupción	Si, actas administrativas
20. Un código de conducta publicado	Si , memorándums
21. Pública directrices claras sobre la conducta esperada acerca de la corrupción y el soborno interna y externamente	Si
22. Asociación con otras empresas para combatir la corrupción	No
23. La empresa practica esquemas de solidaridad, de servicio y de respeto a la dignidad humana, a los derechos humanos y de liderazgo participativo	Si
24. Promueve el desempeño ético	Si
25. Combate la corrupción en todas sus formas	Si , internamente

Tabla 14.- Elaboración propia en base a datos de la empresa

La tabla 14 muestra la línea estratégica de Gestión ética, donde la empresa maneja códigos de conducta establecidos por los dueños y la gerencia. En sobre la publicación de los valores es posible observar que la empresa lo comunica internamente con los empleados y externamente a través de su página de internet. Además, como se muestra en el indicador referente a la corrupción, en el caso de presentarse situaciones de este tipo dentro de la empresa son sancionadas mediante actas administrativas a los empleados que incurran en ello. En el caso del indicador referente al código de conducta, sus reformas y sanciones son publicadas a través de memorándums que se exhiben en la pizarra de la empresa a la vista

de todo el personal. En el indicador sobre la comunicación de los códigos, son transmitidos regularmente de manera verbal al interior con los empleados y al exterior principalmente con los proveedores. En el caso del indicador sobre la vinculación con otros sectores, la empresa no se asocia con otras empresas para combatir la corrupción. Por otra parte, para el indicador sobre las sanciones, los empleados manifiestan que las sanciones no están relacionadas con castigos corporales, coerción mental o física, y abusos verbales por parte de los jefes, el personal femenino no ha tenido quejas por acoso de tipo sexual ni por sus compañeros de trabajo o por su jefe. Por el contrario, se aprecia en el indicador sobre la promoción del desempeño ético, que aquellos trabajadores que guían su conducta a través de los valores que son importantes para la empresa son reconocidos e incentivados, promoviendo así el desempeño ético entre ellos. Los principales incentivos que se otorgan son reconocimientos por su desempeño laboral, ascensos y estímulos económicos. En el indicador referente al combate de la corrupción, la empresa maneja normas solamente de manera interna, ya que no mantiene alianzas con agentes externos para tal efecto. De la misma forma que en las tablas anteriores son considerados los incisos de la sección de gestión de la RSE relacionados con Ética de la empresa para elaborar la siguiente gráfica.

GRÁFICA 4.- Porcentaje de cumplimiento de los indicadores en el área de Gestión Ética de la empresa



Fuente.- Elaboracion propia en base a la respuestas de la empresa de estudio

Como muestra la grafica 4, la empresa realiza 80.8% de acciones vinculadas con la gestión ética de la empresa. Los valores, normas y reglamentos a pesar de divulgarse mediante memorándums, son conocidos por todos los empleados. Además existe una comunicación directa por parte del dueño con todas las áreas para asegurar que las políticas sean de conocimiento general. El 19.2% de las acciones que no realiza sobre esta línea son las de vinculación con otros organismos públicos o privados. La empresa genera normas y políticas que aplican solo para el interior de la empresa sin considerar aliarse con los stakeholders externos, como son: clientes, proveedores, otras empresas y gobierno.

TABLA 15.- Indicadores de Cuidado y preservación del medio ambiente en la empresa caso de estudio

Indicador	Acciones que realiza la Empresa caso de estudio
26. Respeto del entorno ecológico	Si
27. Realiza cambios y mejoras de las técnicas en los procesos, cambia los materiales, realiza mejoras al producto y reutiliza los materiales	Si
28. Practicas de cuidado y conservación del medio ambiente	Si
29. Acciones de educación ambiental	No
30. Innovación en tecnologías ambientalmente sustentables para el desarrollo, producción, distribución y consumo de sus productos y/o servicios	No

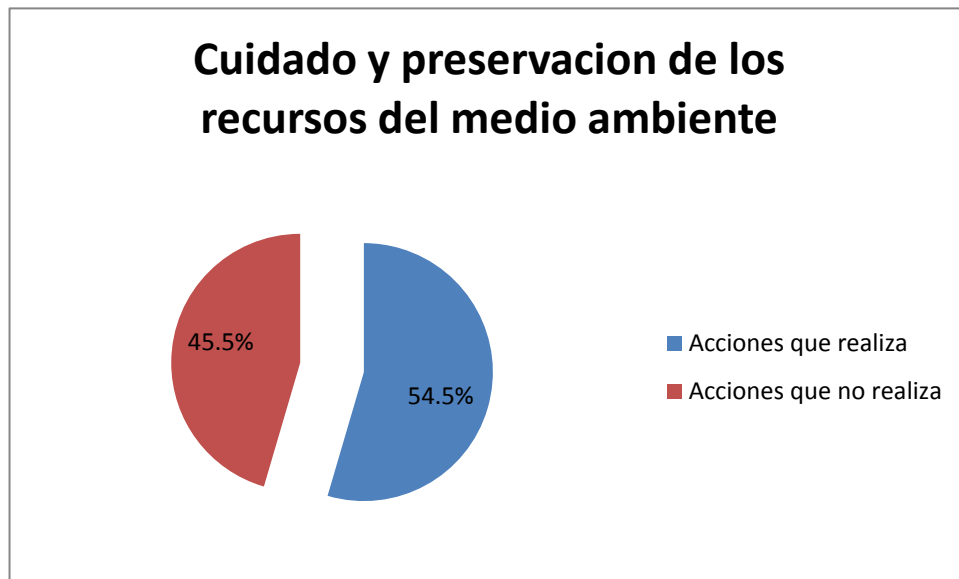
Tabla 15.- Elaboración propia en base a datos de la empresa

Como se muestra en la tabla 15, la empresa realiza acciones para el cuidado del medio ambiente, sin embargo considera que su actividad al ser comercial no lo daña significativamente. En el caso del indicador referente al cuidado del entorno, realiza pequeñas acciones para el cuidado del medio ambiente como la separación de basura orgánica e inorgánica. Algunas otras acciones de esta categoría son: el reciclaje y la reutilización de material como cartón y papel, reducción en el consumo de agua y energía eléctrica. Específicamente en el indicador sobre el mejoramiento de los procesos, cambio de materiales, mejoras al producto y reutilización de materiales, la empresa cuenta con un sistema de reutilización para los empaques derivados de los productos que comercializan. Consiste en la distribución de cajas de cartón o de plástico con los vecinos, las cuales son

colocadas en lugares estratégicos fuera de la empresa para que los vecinos puedan tomarlas, sin costo alguno por ello, y que no se las lleven el recolector de basura.

El indicador sobre prácticas de cuidado del medio ambiente, la empresa lleva a cabo en tres prácticas principales. La primera es la vinculación de la empresa con una institución de educación pública del instituto politécnico nacional. Consiste en la donación de hojas de papel utilizadas por ambas páginas y que no le sirven a la empresa. Las hojas son depositadas en las urnas de la institución para ser tratadas con el debido cuidado ecológico. La segunda acción consta de políticas para el cuidado del agua. Estas políticas, se encuentran publicadas en el interior de los sanitarios y tomas de agua señalando el modo adecuado de uso. Adicionalmente la limpieza de las instalaciones dentro y fuera de la empresa se realiza con cubetas para no desperdiciar agua. La última acción se enfoca al ahorro de energía eléctrica. Su principal política es el apagado de los interruptores de luz en las áreas que no son utilizadas. A pesar de esto, como muestra el indicador sobre educación para el cuidado del medio ambiente, la empresa no realiza acciones de este tipo o participa de manera colateral con otros organismos o a través de eventos de índole medioambiental, esto se debe a que la empresa no lo considera relacionado con su actividad. Así mismo el indicador sobre innovación de tecnologías para el cuidado del medio ambiente, es considerado como una actividad ajena a la empresa. El porcentaje de las acciones que lleva a cabo en esta sección estaría representado como sigue.

GRÁFICA 5.- Porcentaje de cumplimiento de los indicadores en el área de conservación y medio ambiente.

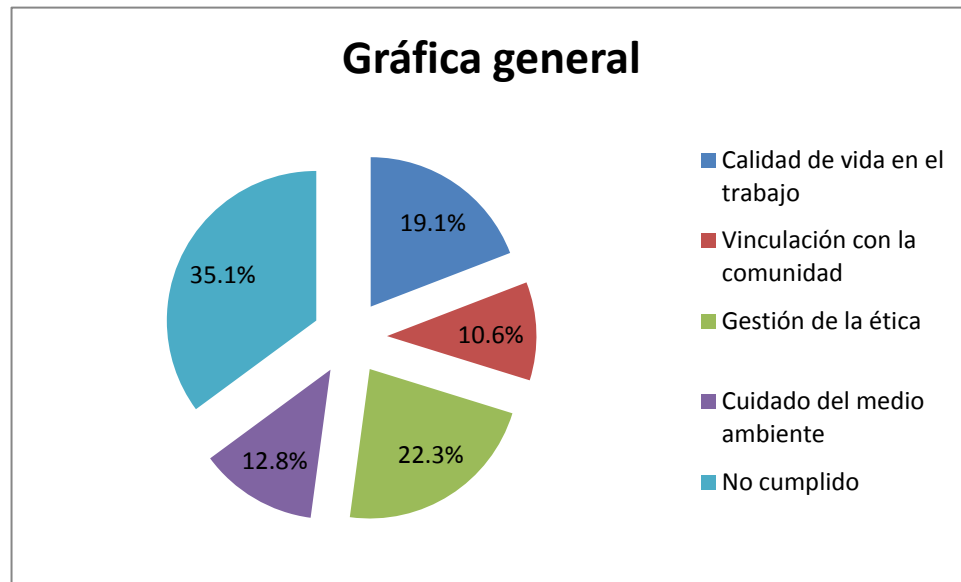


Fuente.- Elaboracion propia en base a la respuestas de la empresa de estudio

Como se observa en la grafica Cuidado y Preservación de los recursos del medio ambiente, la empresa cumple medianamente con las acciones de Cuidado al medioambiente. El 54.5% que realiza son de manera local y a pequeña escala. El 45.5% de las acciones que no realiza se debe a que la empresa considera que su actividad no tiene mucho campo de acción en materia ambiental. Por lo tanto no está al pendiente de las innovaciones en tecnologías ambientalmente sustentables para el desarrollo, producción, distribución y consumo de sus productos y/o servicios.

Después de analizar las cinco secciones de los indicadores marcados en el diagnóstico, es posible realizar una gráfica general de la situación de la responsabilidad social de la empresa caso de estudio. En la grafica 5 se encuentra concentrada la información de la empresa de los 30 indicadores con las subdivisiones correspondientes.

GRAFICA 6.- Porcentaje de cumplimiento de los indicadores de RSE



Fuente.- Elaboración propia con datos de la empresa en las áreas de calidad de vida, vinculación con la comunidad, gestión ética y cuidado del medio ambiente.

Como se observa en la gráfica general la empresa realiza, en su mayoría, acciones relacionadas con la ética empresarial obteniendo un 22.3%. Los resultados de la entrevista muestran que a pesar de no tener un código de conducta por escrito en la empresa, los empleados mediante, la observación, siguen el ejemplo de conducta del dueño así como de sus compañeros con más antigüedad. En segundo lugar, con un 19.1% de acciones que lleva a cabo, se encuentra la calidad de vida en el trabajo. Como se muestra, tanto calidad de vida en el trabajo como gestión de la ética son líneas estratégicas internas, es decir, existe una mayor participación al interior de la empresa en acciones sobre responsabilidad social. Posteriormente, con 12.8% de las preguntas contestadas afirmativamente del cuestionario, se encuentran las acciones relacionadas con el cuidado del medio ambiente. Las acciones de esta línea son de tipo casero principalmente y a pequeña escala. Finalmente encontramos las actividades vinculadas con la comunidad con un 10.6%. Esto refleja un bajo perfil en las acciones de tipo externo a diferencia de las demás actividades. Una causa

de esto es que las instalaciones de la empresa dan la apariencia de una casa ordinaria, por lo tanto, no genera fuertes molestias a su entorno. No obstante, se puede considerar como un vecino más el cual contribuye al mejoramiento de su colonia.

Como se observa, la empresa cuenta con un porcentaje de 74.9%, es decir, se encuentra con un porcentaje apenas 0.01% por debajo de lo requerido por el Cemefi para obtener el distintivos de empresa socialmente responsable. Esto indica que la RSE se encuentra presente a diario en esta empresa de tamaño pequeño con un porcentaje importante, de tal manera que es un probable acreedor a un reconocimiento de esta índole. Cabe destacar que el porcentaje es sobre las acciones que se llevan a cabo y no sobre las evidencias escritas que avalen dichas acciones, puesto que el diagnóstico de esta empresa se basa en algunos documentos escritos, pero sobre todo en las experiencias y percepciones de los empleados y la dirección general.

4.3 Análisis comparativo de la empresa modelo y la empresa caso de éxito

Ahora bien, a pesar de ser empresas de diferentes sectores es posible hacer una comparación de ellas en el campo de RSE, con el objetivo de identificar las debilidades de la empresa caso de estudio así como sus coincidencias con la empresa caso de éxito. Las cuatro líneas estratégicas de RSE se encuentran concentradas en las siguientes tablas:

TABLA 16.- Comparación de indicadores en el área de Gestión de la RSE

Indicador	Acciones que realiza la empresa modelo	Acciones que realiza la empresa caso de estudio
1. Asignación de responsable(s) en las áreas de RSE	No existe un responsable asignado formalmente (por escrito) para estas áreas, sin embargo el dueño se encarga de ello.	Existe un mismo responsable por escrito para: Desempeño ético, visión y valores, Calidad de vida en el trabajo, Relación con la comunidad, Cuidado de los recursos y preservación del medio ambiente.
2. Disposición de personal encargado de identificar la forma en que pueden afectar al negocio en las áreas de RSE	Es el mismo encargado del indicador anterior	Es el mismo encargado del indicador anterior
3. Cuenta con una política y estrategia definida y por escrito en las áreas de RSE	No se encuentra por escrito. No obstante si se llevan normas en cuanto al Desempeño ético, visión y valores y Calidad de vida en el trabajo.	Si, dentro de las políticas establecidas se mencionan principalmente acciones de respeto al medio ambiente y atención al cliente
4. Cuenta con objetivos y metas a cubrir en las áreas de RSE	Mantiene una misión enfocada principalmente al servicio al cliente y al bienestar de los empleados, mantienen su reputación con valores inculcados por el dueño.	Si en las 4 áreas de RSE, mantiene una misión enfocada a la salud y bienestar de los empleados, así como el cuidado del medio ambiente.
5. Toma acciones para comparar su desempeño con el de otras empresas en las áreas de RSE	No	Si
6. Comunicación, tanto interna como externamente de sus actividades en las áreas de RSE	Solamente de manera interna. Con los empleados y personal.	Si

Tabla 16.- Elaboracion propia en base a las respuestas de la empresa de estudio y la empresa modelo caso de éxito.

En la tabla comparativa en el área de gestión de la RSE, se observa en el caso de los indicadores sobre la asignación de personal encargado de las 4 áreas de RSE, que la empresa caso de estudio a diferencia de la caso de éxito no cuenta con un encargado por escrito en las líneas estratégicas de RSE. No obstante esto no significa que no exista una persona que se encuentre al pendiente de los asuntos relacionados con estos temas. De igual manera en el indicador sobre las políticas y estrategias establecidas de RSE, la diferencia radica en la falta de documentos donde se establezca la política y la estrategia de RSE de la empresa caso de estudio. Para el indicador sobre el establecimiento de objetivos y metas de RSE, la empresa caso de estudio solo cuenta con objetivos y metas en la parte de ética, en cambio la empresa de éxito completa las tres líneas de este indicador que son ética, relación con la comunidad y cuidado del medio ambiente. En el caso de los indicadores sobre la comparación del desempeño y la comunicación de acciones en materia de RSE, se observa que la empresa de éxito abarca la responsabilidad social interna como la externa y la empresa caso de estudio abarca solo la parte interna.

TABLA 17.- Comparación de indicadores en el área de Calidad de vida en el trabajo.

Indicador	Acciones que realiza la empresa modelo	Acciones que realiza la empresa caso de estudio
7. Garantiza la igualdad de oportunidades y de trato	Si	Si
8. Formación o afiliación a un sindicato	Si	Si
9. Condiciones laborales favorables para la calidad de vida, el desarrollo humano y profesional de toda su comunidad	Si.	Si
10. Bases para el reclutamiento, colocación, capacitación y superación del personal	Si	Si

11. Erradica todas las formas de trabajo forzado y en condiciones indignas e inseguras en todas sus actividades	Si	Si
---	----	----

Tabla 17. Elaboracion propia en base a las respuestas de la empresa de estudio y la empresa modelo caso de éxito.

En la tabla 17, se observa que en la línea estratégica de calidad de vida no existe una gran diferencia en los indicadores que llevan a cabo. Sin embargo, hay que señalar que ambas en el contexto donde se desarrollan lo hacen de diferente manera. Por ejemplo, las condiciones de seguridad de la empresa de éxito no son iguales que en la empresa caso de estudio debido a la naturaleza de sus actividades.

TABLA 18.- Comparación de indicadores en el área de Vinculación con la comunidad

Indicador	Acciones que realiza la empresa modelo	Acciones que realiza la empresa caso de estudio
12. Promueve e impulsa una competitividad responsable	No	Si
13. Identifica y apoya causas sociales afines a su negocio	Si	Si
14. Invierte tiempo, talento y recursos en el desarrollo de las comunidades en las que opera	Si	Si
15. Participación con otros sectores para la solución de problemas de interés publico	Si	Si
16. Involucra a su personal, accionistas y proveedores en sus programas de inversión y desarrollo social	No	Si
17. Informes de impacto social y/o ambiental	No	Si
18. Discute el impacto de sus actividades con los grupos afectados	No	Si

Tabla 18. Elaboracion propia en base a las respuestas de la empresa de estudio y la empresa modelo caso de éxito.

Como se muestra en la tabla comparativa sobre vinculación con la comunidad, coinciden en la identificación de causas sociales afines a su negocio, inversión de recursos a la comunidad y la participación con otros sectores para la solución de problemas públicos. Es decir, ambas empresas se involucran con la comunidad en la que operan, participando de manera activa en la solución de problemas, invirtiendo tiempo y esfuerzo en ello. Por otra parte, los indicadores referentes a la promoción, desarrollo, discusión y comunicación de las acciones de vinculación con la comunidad, muestran que la empresa caso de estudio en general no realiza programas o planes que incluyan la vinculación con la comunidad como parte de una estrategia. Por lo tanto, estas acciones no están formalizadas como en la empresa de éxito, donde si involucran a su personal, accionistas y proveedores en los programas de desarrollo social, discutiendo y manteniéndolos informados al respecto.

TABLA 19.- Comparación de indicadores en el área de Gestión Ética

Indicador	Acciones que realiza la empresa modelo	Acciones que realiza la empresa caso de estudio
19. Publicación de valores	Si	Si
a. combate interna y externamente las prácticas de corrupción	Si	Si
20. Un código de conducta publicado	Si	Si
21. Pública directrices claras sobre la conducta esperada acerca de la corrupción y el soborno	Si	Si
22. Asociación con otras empresas para combatir la corrupción	No	Si
23. Empresa practica esquemas de solidaridad, de servicio y de respeto a la dignidad humana, a los derechos humanos y de liderazgo participativo	Si	Si

24. Promueve el desempeño ético	Si	Si
25. Combate la corrupción en todas sus formas	Si	Si

Tabla 18. Elaboracion propia en base a las respuestas de la empresa de estudio y la empresa modelo caso de éxito.

En la tabla comparativa de gestión ética, es posible apreciar que el indicador referente a la asociación con otras empresas para combatir la corrupción, es el único indicador con el que no cumple la empresa caso de estudio. Esto puntualiza la inclinación que tiene en la parte interna de la gestión de la ética, puesto que no mantiene una relación con otras empresas para combatir la corrupción o fomentar el desempeño ético. Por otro lado, los indicadores sobre el código de conducta y las normas anti corrupción, la empresa caso de estudio los lleva a cabo a pesar de no tener un código de conducta como tal. En estos casos la publicación de los valores y normas de conducta se realizan a través de memorándums que aparecen en la pizarra de la empresa a la vista de todos los empleados. La diferencia de la empresa caso de estudio con la empresa de éxito es que cuentan con el código de conducta formalizado, es decir, tienen el documento que explica claramente las normas de conducta con las sanciones correspondientes en caso de no cumplirse. En los indicadores referentes a la promoción del desempeño ético, practicas de respeto y anticorrupción, ambas empresas mantienen un liderazgo participativo gracias a que el tamaño de ambas facilita la comunicación entre los empleados y el dueño. En ese sentido, los dueños promueven los valores anticorrupción y el desempeño ético basado en la imagen y reputación que desean para la empresa.

TABLA 20.- Comparación de indicadores en el área de Cuidado y preservación del medio ambiente

Indicador	Acciones que realiza la empresa modelo	Acciones que realiza la empresa caso de estudio
26. Respeto del entorno ecológico	Si, acciones a pequeña escala	Si, involucrado en el proceso productivo y de servicios
27. Realiza cambios y mejoras de las técnicas en los procesos, cambia los materiales, realiza mejoras al producto y reutiliza los materiales	Si, en la reutilización de materiales	Si
28. Practicas de cuidado y conservación del medio ambiente	Si	Si
29. Acciones de educación ambiental	No	Si, con los stakeholders
30. Innovación en tecnologías ambientalmente sustentables para el desarrollo, producción, distribución y consumo de sus productos y/o servicios	No	Si, continuamente y de manera permanente.

Tabla 20. Elaboracion propia en base a las respuestas de la empresa de estudio y la empresa modelo caso de éxito.

En la tabla comparativa sobre el cuidado y preservación del medio ambiente, las acciones son en gran medida diferentes entre las empresas. Para el indicador de respeto al entorno, en el caso de la empresa de éxito aplican normas de seguridad e higiene en cada uno de los productos y servicios que brinda debido a la toxicidad que puede afectar a la población. En ese sentido su responsabilidad social, en esta línea estratégica, tiene una normatividad mayor que la empresa caso de estudio. Por su parte, la empresa de estudio lleva a cabo acciones que no se encuentran involucradas con el servicio que brinda. Estas acciones están más relacionadas con los quehaceres de limpieza y el ahorro en el consumo de agua y energía eléctrica.

En el caso del indicador sobre las mejoras al proceso de producción y técnicas para el cuidado del medio ambiente, en la empresa de estudio no existe un proceso de producción, no obstante reutiliza en la medida de lo posible los empaques y piezas de los aparatos que vende, frecuentemente son cajas de cartón y de plástico. En el caso de la empresa de éxito existen métodos y programas más elaborados para la innovación y mejoras del proceso de producción de las sustancias que manejan. En ambos casos, las empresas realizan actividades por encima de la ley. En el indicador sobre acciones de educación ambiental, la empresa caso de estudio al considerar que su actividad empresarial no está relacionada con el medio ambiente no promueve programas de educación ambiental. Siendo contraria la empresa caso de éxito, la cual fomenta esta actividad con todos sus stakeholders. De igual manera, como se observa en el indicador referente a la innovación de técnicas para el cuidado medioambiental, la empresa de éxito se encuentra constantemente al pendiente de mejoras tecnológicas para que sus procesos de producción, distribución y consumo de sus productos y/o servicios sean respetuosos del medio ambiente. Por el contrario, la empresa de estudio no considera la posibilidad de adquirir tecnología aplicable al servicio que brinda.

Conclusiones

Los valores para las PyMES son el factor determinante para llevar a cabo acciones de RSE. Es dentro de las empresas familiares donde los valores, están profundamente arraigados, se reflejan de manera más tangible. El padre de familia al tomar las decisiones de la empresa, lo hace de acuerdo a su educación y cultura. Por lo tanto las acciones que se llevan a cabo no se perciben como Responsabilidad Social, sino como un acto cotidiano y de tradición. Cabe destacar que un motivador importante para llevar a cabo acciones socialmente responsables es la imagen que proyecta la empresa ante sus clientes, proveedores y la comunidad en general. De tal manera que efectivamente la RSE otorga una ventaja competitiva para las empresas que la adoptan, lo cual es determinante para la supervivencia de la misma.

En general se pueden encontrar acciones de ética, de calidad de vida en el trabajo, de atención a la comunidad y de conservación del medioambiente en cualquier Pyme. Sin embargo es la RSE interna la que se encuentra más desarrollada en las Pyme. Evidentemente y como ventaja, el campo de acción en el que operan este tipo de empresas es mucho más reducido que las grandes. Por lo tanto existe un mejor control sobre las acciones de RSE interna, como las condiciones laborales y las relaciones con trabajadores. En este sentido, la ética y calidad de vida en el trabajo son aspectos que se llevan a cabo debido a que los empleados son los mismos familiares. Por el contrario, las acciones de RSE externa son muy pocas puesto que el nivel de impacto de sus acciones son proporcionales al tamaño de la empresa.

Particularmente la empresa en donde se llevo a cabo el estudio realiza las siguientes acciones socialmente responsables:

- a. Trato ético y justo con los clientes, proveedores y personal de la empresa.
- b. Esfuerzo continuo por un mejor clima laboral. Por ejemplo, reconocimientos a empleados, permisos, festejos por cumpleaños y sobre todo un trato humano.
- c. Fomentan la práctica del deporte. En este caso la empresa patrocina a un equipo de futbol a través de la compra de los uniformes, así mismo organiza partidos para los trabajadores que deseen participar.
- d. Los donativos, generalmente se hacen cuando el presidente de manzana recauda fondos para el mejoramiento de la calle como alumbrado, pavimentación, cuidado del alcantarillado, seguridad, etc.
- e. Acciones ambientales. Reciclado de materiales, Reutilizan hojas de papel, Ahorro de energía y Ahorro de agua

Como se puede observar, la pequeña empresa “caso de estudio” a pesar de estar limitada en cuanto a reconocimientos y estímulos en materia de RS construye los cimientos de la empresa mediante estrechas relaciones laborales con sus stakeholders. Así mismo, aunque de manera local, participa en asuntos de interés público con el fin de mantener el bienestar de la comunidad en la que opera. Estas empresas llevan a cabo acciones de RS debido a que, por el contrario de buscar un distintivo o reconocimiento oficial, buscan el reconocimiento de las personas que a diario se involucran en su actividad económica. Es decir, el motor principal para ser una empresa socialmente responsable, es el juicio que hacen de la empresa los clientes (en primer lugar) y de todas las personas que se relacionan con la empresa (proveedores, accionistas, trabajadores y comunidad). Para los dueños de esta Pyme la imagen que han adquirido a través de sus años de operación es de suma importancia, puesto que está fundamentada en los valores personales.

Una limitante por la cual esta Pyme no tiene como objetivo la obtención del distintivo ESR, es la situación financiera en la que se encuentra. Por otra parte, existe una falta de información sobre el proceso de obtención de este distintivo ESR, así como la forma de implantar la misma en sus actividades. En este sentido, el presente trabajo puede servir para que en determinado momento la empresa pueda continuar con el proceso de implantación de RSE. Es decir, una vez elaborado el diagnóstico para Pymes, los pasos a seguir según la Guía para la implementación de la Responsabilidad Social de la Empresa serían:

1. Compromiso Público.- Contiene la elaboración de código de ética, declaración de principios, Decálogo ESR y políticas.
2. Plan de implantación.- Implica establecimientos de responsable(s), Formación e involucramiento, involucrar grupos de relación y programas.
3. Medir y comparar.- Comprende metas e indicadores.
4. Reportar.- Metas y resultados, auto-evaluación, retos y compromisos, comunicación y reportes.

Como se analizó en el capítulo 4 la gran diferencia –en materia de RSE- entre la empresa de éxito y la de estudio son los documentos que avalan la realización de las acciones de RSE. Por tal motivo, es importante que las Pymes documenten todas sus acciones referentes a RSE. Puesto que facilitará la comprobación y consecuentemente la adquisición de reconocimientos de organismos externos. Otras diferencias entre ambas empresas analizadas, fue evidentemente el campo de acción sobre RSE de cada una de ellas. Por un lado, la pequeña empresa de fumigación de plagas mantiene una estrecha relación con la línea estratégica de Cuidado y protección del medio ambiente. Consecuentemente, tiene más opciones de acciones para llevar a cabo.

Este estudio también puede servir como guía a otras Pymes para que como primer paso realicen un auto-diagnóstico en cuanto a su situación de RSE. También, posteriormente podría implantarse acciones de RSE de tal manera que en el futuro puedan acceder al reconocimiento de ser una empresa socialmente responsable.

Finalmente, al ser las PyMES el sector menos favorecido en cuanto al acceso para reconocimientos al fomento de este tipo de acciones, es recomendable establecer mejores líneas de acción, de tal manera que estas empresas tengan un fácil acceso, tanto a información como a certificaciones de este tipo. Además es importante que los organismos gubernamentales ofrezcan estímulos para Pymes, puesto que -una vez comprobada la utilidad de aplicar acciones de RSE- se generara un crecimiento para las Pymes como para la economía del país. Particularmente, dentro de la empresa caso de estudio, los principales beneficios que se observaron fueron los siguientes:

- Lealtad de los trabajadores.- Los empleados perciben un beneficio recíproco de la relación laboral, por lo tanto desean conservar el trabajo, es decir, al obtener un nivel adecuado en la calidad de vida, se mantienen fieles a la empresa y a los valores que maneja.
- Mejoramiento en el ambiente laboral.- Los trabajadores mantienen una estrecha comunicación con el dueño de la empresa, lo cual genera un alto grado de confianza para externar los conflictos que se llegan a suscitar en el trabajo y dirimirlos en el momento. De esta manera se sienten satisfechos con las relaciones interpersonales de trabajo, al grado de generar compañerismo entre los miembros de la empresa.
- Buena reputación.- Este beneficio es el más importante para el dueño. Cuida minuciosamente que el nombre de la empresa mantenga una imagen de honestidad,

calidad y servicio al cliente. Con el objetivo de darle credibilidad a la empresa y confianza a los clientes.

- Económicos.- Algunos de los beneficios económicos se encuentran en términos de disminución de gastos. Por ejemplo, el ahorro en el pago de luz y agua, disminución en los gastos generados por la rotación de personal. Otros ejemplos de beneficios económicos son la ampliación de crédito por parte de los proveedores y el crecimiento de clientes por recomendaciones.

Como se observa aún queda mucho por hacer en materia de RSE y Pymes. No obstante, si existe un compromiso por parte de ambos sectores (público y privado) es posible lograr el vínculo adecuado para el desarrollo de ambos. De esta manera, los pasos que se den en materia de responsabilidad social serán los mismos que se den hacia una economía más estable y sustentable.

Bibliografía

1. Alianza social VenAmcham. **Inversión social empresarial instrumentos para la sostenibilidad principios y prácticas.** Cámara Venezolano-americana de comercio e industria. Venezuela 2004.
2. Arroyo Aguilera Cecilia, Cifuentes Torres Paula. **Conocimiento y desarrollo de la Responsabilidad social empresarial en la provincia de Concepción.** Mayo 2005.
Disponible en:
http://www.reportesocial.com/Files/Biblioteca/1/Conocimiento_desarrolloRSE.pdf
3. Barrientos Navarro, Luis Alfonso. **La importancia de las Pymes en la sociedad mexicana.** El Financiero. Diciembre 2007. Disponible en:
<http://ols.uas.mx/PubliWeb/Articulos/La.importancia-de-las-pymes.pdf>
4. Berbel Giménez Gaspar. Reyes Gómez Juan David. Gómez Villegas Mauricio. La Responsabilidad social en las organizaciones (RSO): **Análisis y comparación entre guías y normas de gestión e información INNOVAR.** Revista de Ciencias Administrativas y Sociales. Enero-junio 2007. Vol. 17. Numero 29. Bogotá Colombia.
5. Cajiga Calderón, Felipe. **El concepto de Responsabilidad Social Empresarial.** México. Sin fecha
6. Cañas Avalos, Juana Estela. González Amaya Luis Roberto. Adán Vaquerano José. **Situación de la Responsabilidad social de la MiPyMe.** El salvador. 2005. Pág. 18
7. Carrillo Collar Patricia, D. Layton Michael, Tapia Álvarez Mónica. **Filantropía Corporativa a la mexicana.** Alternativas y capacidades A.C. Julio 2006.
Disponible en:
http://www.alternativasociales.org/esp/descargar_documento.php?id=173&path=co ntenidos

8. Centro Mexicano para la Filantropía. **Fundamentos empresa socialmente responsable**. México, 2006.
9. Comisión de las Comunidades Europeas. **Libro Verde**. Bruselas.2001.
10. Curañas Andreu. Fundación Prevent Jornada sobre RSE y prevención.
Responsabilidad Social Empresarial y Prevencion de Riesgos Laborales.
Barcelona, 25 de Octubre de 2006.
11. De León, Carlos. **Los Aportes del Sector de las MyPEs a la Economía Nacional**,
Autoridad de la micro, pequeña y mediana empresa. Julio 2008.
12. Devoto, Pablo Andrés, **“El concepto de Responsabilidad Social Empresaria (RSE) frente al Trabajo Decente”**, Buenos Aires, Junio de 2005.
13. Dirección de promoción Centro Mexicano para la Filantropía A.C.
Responsabilidad Social y Voluntariado. México 2000.
14. Friedman, Milton, **The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits**, *The New York Times Magazine*, September 13, 1970.
15. Greaves Lainé, Patricia, **Empresarios Mexicanos ante la Responsabilidad Social**,
México, D.F., 2006. Disponible en:
http://www.uia.mx/campus/publicaciones/IIDSES/pdf/desarrollo/5_empresarios_mexicanos.pdf
16. GRI. Guía **para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad**. 2002-2006.
Versión 3.0. Disponible en:
http://www.globalreporting.org/NR/rdonlyres/54851C1D-A980-4910-82F1-0BDE4BFA6608/2729/G3_SP_RG_Final_with_cover.pdf

17. Gómez Chinas, Carlos. **De Adam Smith a List ¿del libre comercio al proteccionismo?** REVISTA DE LA FACULTAD DE ECONOMÍA-BUAP. AÑO VIII NÚM. 24, México
18. González Esteban, Elsa. **La empresa ante sus grupos de interes: Una aproximación desde la literatura del análisis de los stakeholders.**1999
disponible en: http://www.eben-spain.org/docs/Papeles/VII/6_Gonzalez99.pdf
19. Guaipatín, Carlos, **Observatorio MIPYME: Compilación estadística para 12 países de la Región.**
20. Instituto Ethos, Servicio Brasileño de Apoyo a las Micro y Pequeñas Empresas (Sebrae), **Responsabilidade Social Empresarial para Micro e Pequenas Empresas – Passo a Passo é uma, Brasil**, São Paulo, octubre de 2003. Disponible en:
http://www.ethos.org.br/Uniethos/Documents/responsabilidade_micro_empresas_passo.pdf
21. Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática. **Micro, Pequeña, Mediana y Gran Empresa Estratificación de los Establecimientos, Censo económico 2004.** México
22. IntegraRSE, **Historia y evolución de la RSE,**
<http://www.integrarse.org.pa/rse/historia.htm>, Panamá, consultado el 11 de febrero 2009.
23. Ley General de Títulos y Operaciones de Crédito. Última reforma en el DOF 01/02/2008.
24. Martínez Solimán Magdy, Chávez Varela Diana. **Pacto mundial en México comenzando por los principios: actividades 2007.** disponible en:

<http://www.cinu.org.mx/especiales/2008/pactomundial/documentos/Documento%20Final.pdf>

25. Merino De Diego Amparo, **Responsabilidad Social Corporativa y PYMES**, Madrid, Centro De Estudios De Cooperación Al Desarrollo, 2005. Disponible en:
<http://www.cecod.net/InformeRSC.pdf>
26. Regalado Hernández Rafael. Organización latinoamericana de administración OLA. **Las MiPyMES en Latinoamérica**. 2007.
27. Reyno Momberg, Manuel. **Responsabilidad social empresarial (RSE) como ventaja competitiva**. Septiembre de 2006
28. Rubio Romero, Juan Carlos. **Normas y Modelos para la Gestión de la Responsabilidad Social Corporativa**. Sin fecha. Disponible en:
http://www.seslap.com/seslap/html/curCong/congresos/xvcongreso/dia2/mesa9_JuanCarlosRubio.pdf
29. Tavera Cortes. María Elena, Guadarrama Alba. **Políticas Públicas y MPYMES Socialmente Responsables**. Ponencia 2008, Escuela Superior de Comercio y Administración.
30. Vives Antonio, Corral, Antonio y Isasi, Iñigo, **Responsabilidad social de la Empresa en las Pymes de Latinoamérica**, Banco Interamericano de Desarrollo Septiembre de 2005.
31. Vives Antonio, Peinado-vara Estrella. **Responsabilidad social de la empresa del Dicho al Hecho, Anales**. II conferencia interamericana sobre Responsabilidad Social de la Empresa: del dicho al hecho. Ciudad de México. Septiembre de 2004. Disponible en:
<http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getDocument.aspx?DOCNUM=1597308>

32. Zevallos, V. Emilio. **Micro, pequeñas y medianas empresas en América Latina.**
Revista de la CEPAL No 79. Abril 2003
33. Zúñiga Pulido, V. **El modelo filantrópico estadounidense como una alternativa para crear una cultura altruista en México.** Tesis Licenciatura. Relaciones Internacionales. Departamento de Relaciones Internacionales e Historia, Escuela de Ciencias Sociales, Universidad de las Américas Puebla. Abril 2005. Disponible en:
http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lri/zuniga_p_v/capitulo_1.html
http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lri/zuniga_p_v/capitulo2.pdf

Sitios de internet

1. Cemefi <http://www.cemefi.org/spanish/content/view/632/19/>, consultado el 1 de enero de 2009
2. Etimologías <http://etimologias.dechile.net/?filantropi.a> consultado el 17 de enero 2009
3. Enciclopedia de la microempresa.
<http://www.conocimientosweb.net/portal/cursos/enciclopediadelamicroempresa/Mo>
[dulo%201.swf](http://www.conocimientosweb.net/portal/cursos/enciclopediadelamicroempresa/Mo)
4. DERES <http://www.deres.org.uy/home/home.php> consultada el 7 de noviembre de 2009
5. Diario oficial de la federación. 30-junio-2009. <http://dof.gob.mx/PDF/300609-MAT.pdf>. Consultado el 20 enero 2010
6. Principios del pacto Mundial
<http://www.unglobalcompact.org/AboutTheGC/TheTenPrinciples/index.html>,
consultado el 10 de febrero 2009.
7. Acción RSE www.accionrse.org.cl , consultado el 10 de febrero 2009.

8. IntegraRSE, Historia y evolución de la RSE,
<http://www.integrarse.org.pa/rse/historia.htm>, Panamá, consultado el 11 de febrero 2009.
9. Bussines for social responsibility www.bsr.org , consultado el 23 de febrero 2009.
10. Bussines in the community www.btc.org.uk , consultado el 15 de febrero 2009.
11. ALIARSE <http://www.aliarse.org.mx/QueRse.htm> , consultado el 10 de abril 2009.
12. Etimologías <http://etimologias.dechile.net/?filantropi.a>.
13. Instituto ethos www.ethos.org.br consultado el 18 de abril de 2009.
14. Organización internacional del trabajo <http://www.ilo.org/global/lang-es/index.htm> consultado el 30 de abril de 2009.
15. Red america www.redamerica.org consultado el 15 de mayo de 2009.
16. UN Global compact www.unglobalcompact.org consultado el 25 de mayo de 2009.
17. Conferencias interamericanas de responsabilidad social de la empresa
www.csramericas.org consultado el 29 de mayo de 2009.
18. Universo Pyme www.universopyme.com.mx consultado el junio de 2009

ANEXOS

Anexo I.- LOS DIEZ PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL

Derechos Humanos:

Principio 1: Las Empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos universalmente, dentro de su ámbito de influencia.

Principio 2: Las Empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices de la vulneración de los derechos humanos

Estándares Laborales:

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

Principio 4: Las Empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción

Principio 5: Las Empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.

Principio 6: Las Empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y ocupación.

Medio Ambiente:

Principio 7: Las Empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.

Principio 8: Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.

Principio 9: Las Empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente

Anticorrupción:

Principio 10: Las Empresas deben trabajar en contra de la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno.

Anexo II.-CRITERIOS PARA LA DEFINICIÓN DE FILANTROPÍA EMPRESARIAL, INVERSIÓN SOCIAL Y RESPONSABILIDAD SOCIAL

	Filantropía	Inversión social	Responsabilidad social
<u>Motivación</u>	Exclusivamente altruista.	Principalmente obtención de beneficios para la empresa a través de beneficios a la comunidad.	Principalmente obtención de beneficios para sus trabajadores, sus familias y la comunidad en la que se asienta, con la finalidad de obtener beneficios para la empresa en el mediano y largo plazo.
<u>Fuente de recursos</u>	Exclusivamente utilidades.	Principalmente fondos del presupuesto de la empresa.	Utilidades, fondos presupuestales, equipos y recursos humanos de la empresa.
<u>Impacto deseado</u>	Mejorar la calidad de vida de la sociedad.	Mejora de vida en la comunidad de influencia de la empresa.	Mejorar la calidad de vida de la sociedad, de la comunidad de influencia de la empresa y de la productividad de los trabajadores.
<u>Localización del impacto</u>	Entorno externo de la empresa.	Entorno externo de la empresa.	Entorno externo e interno de la empresa.
<u>Beneficios esperados por la empresa</u>	Satisfacción personal.	Mejoramiento de la imagen y reputación de la empresa.	Incremento de la reputación e imagen de la empresa. Incremento de las utilidades de la empresa. Satisfacción personal.
<u>Instrumentos de medición de los efectos del impacto</u>	Reportes de actividades de la institución ejecutora.	Evaluaciones de proceso no periódicas. Eventualmente evaluaciones de impacto. Apreciaciones sobre la repercusión de la acción.	Balance social o similares. Evaluaciones de impacto. Métodos de mercadotecnia social.
<u>Instancias que participan en la toma de decisiones</u>	Directorio.	Presidencia del Directorio. Gerencia general. Comités especiales.	Presidente del Directorio. Directorio. Gerencia general. Comités especiales. Socios.

Fuente: IKEI (2005)

Anexo III.- DIAGNÓSTICO PYMES ESR 2009

0. Declaramos cumplir con todo lo determinado por la ley en nuestro ámbito de negocios.

GESTION DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA EMPRESA

1. ¿La empresa ha designado a un ejecutivo como responsable en las siguientes áreas?

- a. Desempeño ético; visión y valores.
- b. Calidad de vida en el trabajo.
- c. Relación con la comunidad.
- d. Cuidado de los recursos y preservación del medioambiente.

2. ¿La empresa dispone de personal encargado de identificar la forma en que pueden afectar al negocio las siguientes áreas?

- a. Desempeño ético; visión y valores.
- b. Calidad de vida en el trabajo.
- c. Relación con la comunidad.
- d. Cuidado de los recursos y preservación del medioambiente,

3. ¿La empresa cuenta con una política y estrategia definida y por escrito en las siguientes áreas?

- a. Desempeño ético; visión y valores.
- b. Calidad de vida en el trabajo.
- c. Relación con la comunidad.
- d. Cuidado de los recursos y preservación del medioambiente.

4. ¿La empresa cuenta con objetivos y metas a cubrir en las siguientes áreas?

- a. Desempeño ético; visión y valores.
- b. Relación con la comunidad.
- c. Cuidado de los recursos y preservación del medioambiente.

5. ¿La empresa toma acciones para comparar su desempeño con el de otras empresas en las siguientes áreas?

- a. Desempeño ético; visión y valores.
- b. Calidad de vida en el trabajo.
- c. Relación con la comunidad.
- d. Cuidado de los recursos y preservación del medioambiente.

6. ¿La empresa comunica, tanto interna como externamente, sus actividades en las siguientes áreas?

- a. Desempeño ético; visión y valores.
- b. Calidad de vida en el trabajo
- c. Relación con la comunidad

d. Cuidado de los recursos y preservación del medioambiente.

RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LA EMPRESA (CALIDAD DE VIDA)

7. ¿La empresa garantiza la igualdad de oportunidades y de trato, elimina toda forma de discriminación en el empleo y la ocupación basada en “motivos de raza, color, sexo, religión, opinión política u origen social”?¹
8. ¿La empresa asegura que todos los trabajadores puedan formar un sindicato o afiliarse al de su elección sin temor a intimidación o represalias?²
9. ¿La empresa promueve condiciones laborales favorables para la calidad de vida, el desarrollo humano y profesional de toda su comunidad (empleados, familiares, accionistas y proveedores)?
10. ¿La empresa establece procedimientos que hagan de la calificación, la habilidad y la experiencia, las bases para el reclutamiento, colocación, capacitación y superación del personal?
11. ¿La empresa erradica todas las formas de trabajo forzado y en condiciones indignas e inseguras en todas sus actividades?³

Si es el caso, entonces...

- a) Apoya la erradicación efectiva del trabajo infantil.⁴
- b) Asegura a sus colaboradores una remuneración que garantice un nivel de vida adecuado para ellos y sus familias.⁵

VINCULACIÓN CON LA COMUNIDAD

12. ¿La empresa promueve e impulsa una competitividad responsable que armoniza las metas y el éxito del negocio, contribuyendo al mismo tiempo al bienestar de la sociedad?
13. ¿La empresa identifica y apoya causas sociales afines a su negocio, colabora en la solución de los problemas sociales, impulsando el desarrollo y mejoramiento de la calidad de vida como parte de su estrategia de acción empresarial?
14. ¿La empresa invierte tiempo, talento y recursos en el desarrollo de las comunidades en las que opera?

¹ Afín a **Principios del Pacto Mundial ONU**; Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales; Declaración Universal de los Derechos Humanos; SA 8000 (Social Accountability 8000); Directriz para la elaboración de Reportes de Sustentabilidad GRI. **Criterio Esencial número 3.**

² Afín a **Principios del Pacto Mundial ONU**; Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales; Declaración Universal de los Derechos Humanos; SA 8000 (Social Accountability 8000); Directriz para la elaboración de Reportes de Sustentabilidad GRI. **Criterio Esencial número 2.**

³ Afín a **Principios del Pacto Mundial ONU**; SA 8000 (Social Accountability 8000); Directriz para la elaboración de Reportes de Sustentabilidad GRI; Declaración Universal de los Derechos Humanos; **Criterio Esencial número 4.**

⁴ Afín a **Principios del Pacto Mundial ONU**; Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales; SA 8000 (Social Accountability 8000); Directriz para la elaboración de Reportes de Sustentabilidad GRI. **Criterio Esencial número 5.**

⁵ Afín a Declaración Universal de los Derechos Humanos; Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales; SA 8000 (Social Accountability 8000); Directriz para la elaboración de Reportes de Sustentabilidad GRI. **Criterio Esencial número 7.**

15. ¿La empresa participa, mediante alianzas intersectoriales con otras empresas, organizaciones de la sociedad civil, cámaras, agrupaciones o gobierno, en la discusión de temas sociales de interés

público, haciendo propuestas para su solución y atendiéndolos?

16. ¿La empresa toma en cuenta e involucra a su personal, accionistas y proveedores en sus programas de inversión y desarrollo social?

17. ¿La empresa realiza informes de impacto social y/o ambiental de la actividad del negocio y los revisa periódicamente?

18. ¿La empresa discute el impacto de sus actividades con los grupos afectados?

GESTION ETICA DE LA EMPRESA

19. ¿La empresa hace públicos sus valores, y combate interna y externamente las prácticas de corrupción?

20. ¿La empresa cuenta con un código de conducta publicado que rige su desempeño interno y externo?

Si es el caso, entonces...

- a. Se asegura de que su código se cumpla, sancionando sus violaciones y reconociendo a quien lo adopta.
- b. Promueve el desempeño ético entre su personal.
- c. Identifica y articula políticas para que su código de ética se refleje en sus prácticas cotidianas.
- d. Establece mecanismos de protección para los denunciantes de violación e incumplimiento del código, y para quienes denuncian actos de corrupción.
- e. Cuenta con procedimientos para alinear su código de conducta con la planeación estratégica.
- f. Lo aplica en las relaciones con sus proveedores, clientes y competidores.
- g. Utiliza su código de ética para resolver controversias al interior y exterior de la empresa.
- h. Evita apoyar cualquier actividad que vaya en contra de la dignidad de la persona.

21. ¿La empresa publica directrices claras sobre la conducta esperada, en lo interno y lo externo, acerca de la corrupción y el soborno?

22. ¿La empresa se asocia con otras empresas para buscar, de manera colectiva, soluciones a los problemas ligados a la corrupción?

23. ¿La empresa practica esquemas de solidaridad, de servicio y de respeto a la dignidad humana, a los derechos humanos y de liderazgo participativo? ^{6,7,8,9}

⁶ Expresados en la Declaración Universal de los Derechos Humanos u otros instrumentos afines. Criterio Esencial 1. **Afín** a los siguientes estándares: Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales; SA 8000 (Social Accountability 8000); Objetivos de Desarrollo del Milenio; Declaración de Río sobre Medio Ambiente y Desarrollo; **Principio 2 del Pacto Mundial de la ONU.**

Si es el caso, entonces...

- a. rechaza y sanciona el uso de castigos corporales, coerción mental o física,

- y abusos verbales por parte de los jefes.
- b. sanciona situaciones de acoso o agresión de cualquier índole cuando éstas han sido comprobadas.
- c. evita apoyar cualquier operación que vaya en contra de la dignidad de la persona.
- d. apoya acciones relacionadas a la defensa y promoción de los Derechos Humanos.
- e. evita cualquier política discriminatoria.

24. ¿la empresa promueve el desempeño ético entre sus colaboradores y grupos de relación? ¹⁰

25. ¿La empresa combate la corrupción en todas sus formas?¹¹

CUIDADO Y PRESERVACION DE LOS RECURSOS Y EL MEDIOAMBIENTE

26. ¿La empresa respeta el entorno ecológico en todos y cada uno de sus procesos de operación y comercialización, además de contribuir a la preservación del medio ambiente?

27. ¿La empresa realiza cambios y mejoras de las técnicas en los procesos de manufactura, cambia los materiales, realiza mejoras al producto y reutiliza los materiales, siempre en la medida de lo posible?

28. ¿La empresa adopta prácticas para la reducción, reutilización y reciclaje de materiales, energía, agua y residuos o desechos en general?¹²

29. ¿La empresa desarrolla acciones de educación ambiental junto a sus colaboradores y a otros grupos de relación?¹³

30. ¿La empresa busca la innovación en su negocio, identificando, adoptando y mejorando tecnologías ambientalmente sustentables para el desarrollo, producción, distribución y consumo de sus productos y/o servicios?¹⁴

31. Otra(s) variable(s) aplicada(s) en la empresa:

⁷ Una ESR evita verse involucrada en abusos.

⁸ Consulte la Declaración Universal de los Derechos Humanos en <http://www.unhchr.ch/udhr/lang/spn.htm>

⁹ Afín al Principio 1 del **Pacto Mundial ONU**.

¹⁰ **Criterio Esencial número 19**; Afín a los siguientes estándares: AA1000; Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales; Indicadores Ethos.

¹¹ **Criterio Esencial número 24**. Afín a los siguientes estándares: Convención de la ONU contra la Corrupción; Recomendaciones de México Unido contra la Delincuencia; Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales; **Principios del Pacto Mundial ONU**; Directrices para la Elaboración del Reporte de Sustentabilidad GRI.

¹² Afín a los Retos del Milenio; Directrices para la Elaboración del Reporte de Sustentabilidad GRI. **Criterio Esencial número 16**.

¹³ Afín a Serie ISO 14000; **Principios del Pacto Mundial ONU**; Objetivos de Desarrollo del Milenio; Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales.

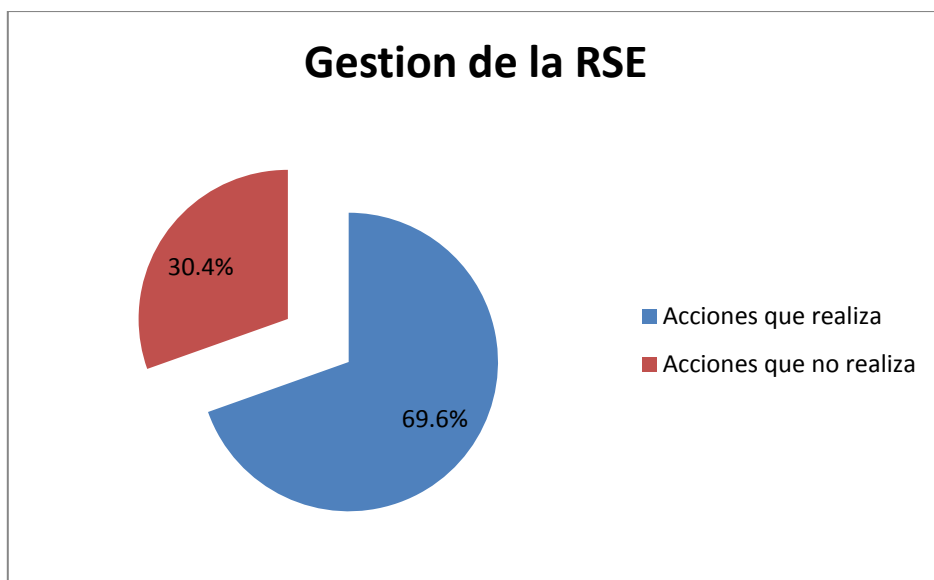
¹⁴ Afín a la Carta de la Tierra; **Principios del Pacto Mundial ONU**; Retos del Milenio (ONU); Directrices de la OCDE para empresas multinacionales; Declaración de Río sobre el Medioambiente y el Desarrollo.

Anexo IV.- RESULTADOS DEL DIAGNÓSTICO

Gestión de la RSE

No de pregunta	Valor de la respuesta
1a	1
1b	1
1c	1
1d	1
2a	1
2b	1
2c	1
2d	1
3a	1
3b	1
3c	1
3d	1
4a	1
4b	0
4c	0
5a	0
5b	0
5c	0
5d	0
6a	1
6b	1
6c	0
6d	1

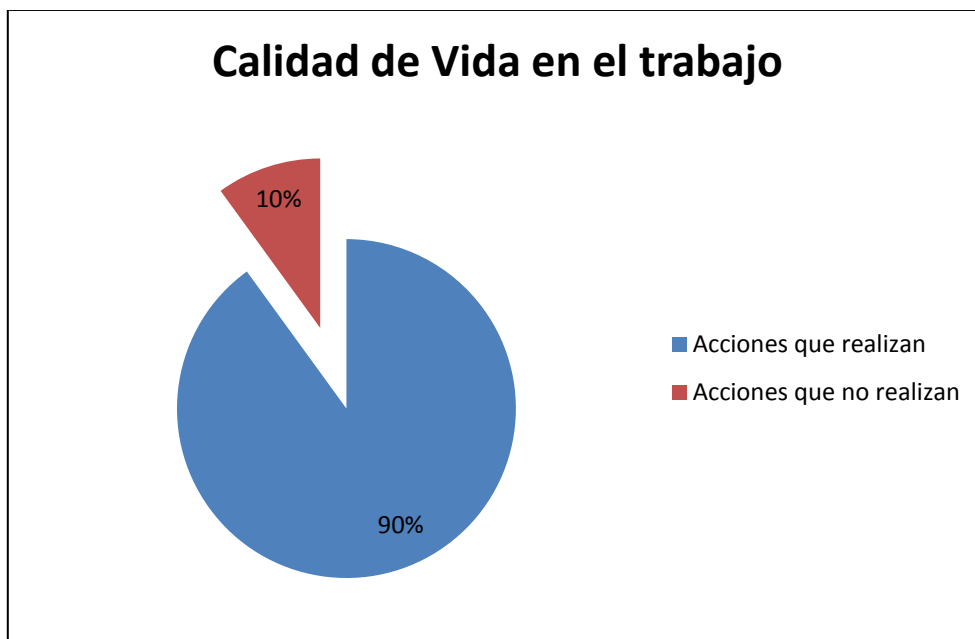
Acciones que realiza	Acciones que no realiza	Total de indicadores
16	7	23



Calidad de Vida en el trabajo

N° de pregunta	Valor de la respuesta
1b	1
2b	1
3b	1
5b	0
6b	1
7	1
8	1
9	1
10	1
11	1
total	9

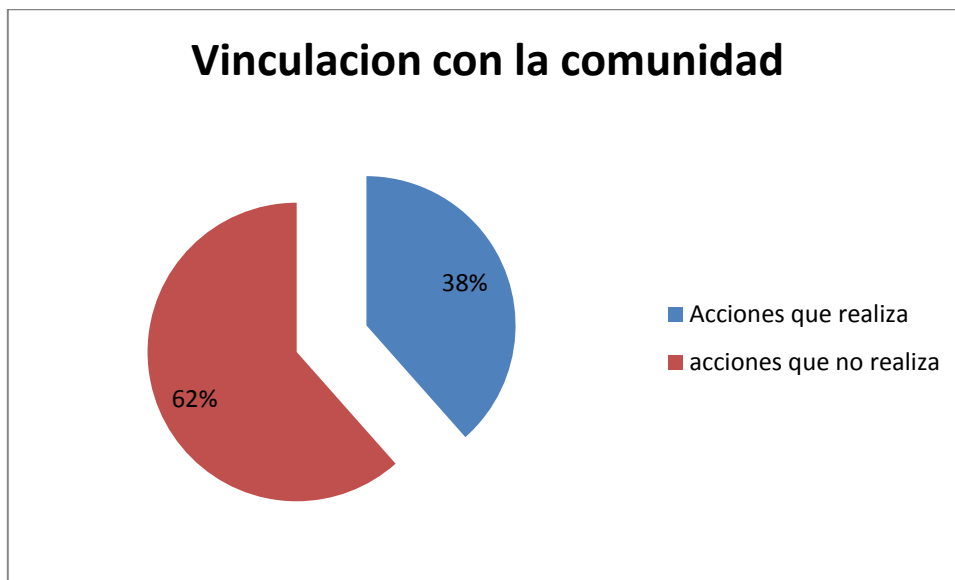
Acciones que realiza	Acciones que no realiza	Total de indicadores
9	1	10



Vinculación con la comunidad

N° de pregunta	Valor de la respuesta
1c	1
2c	0
3c	1
4b	0
5c	0
6c	0
12	0
13	1
14	1
15	1
16	0
17	0
18	0
total	5

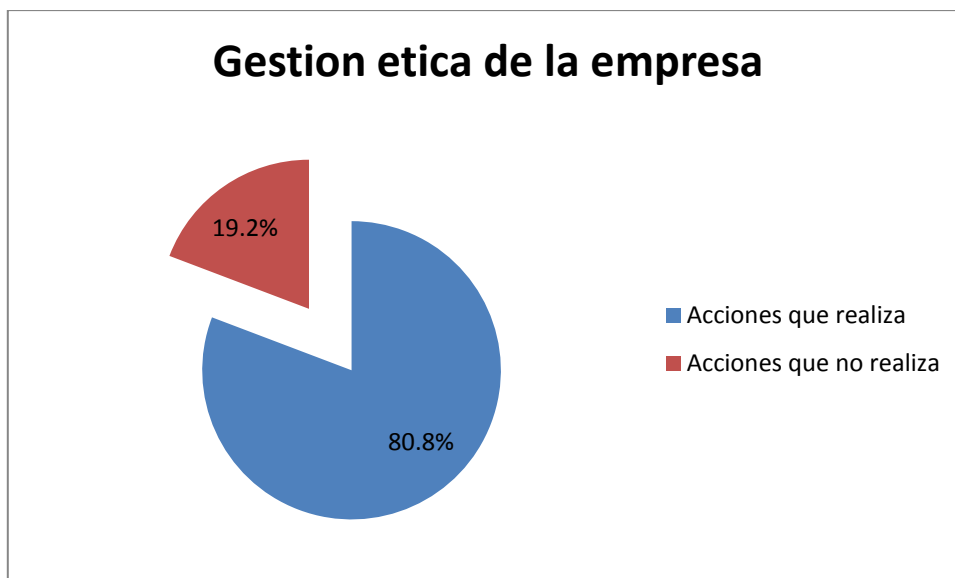
Acciones que realiza	Acciones que no realiza	Total de indicadores
5	8	13



Gestión ética de la empresa

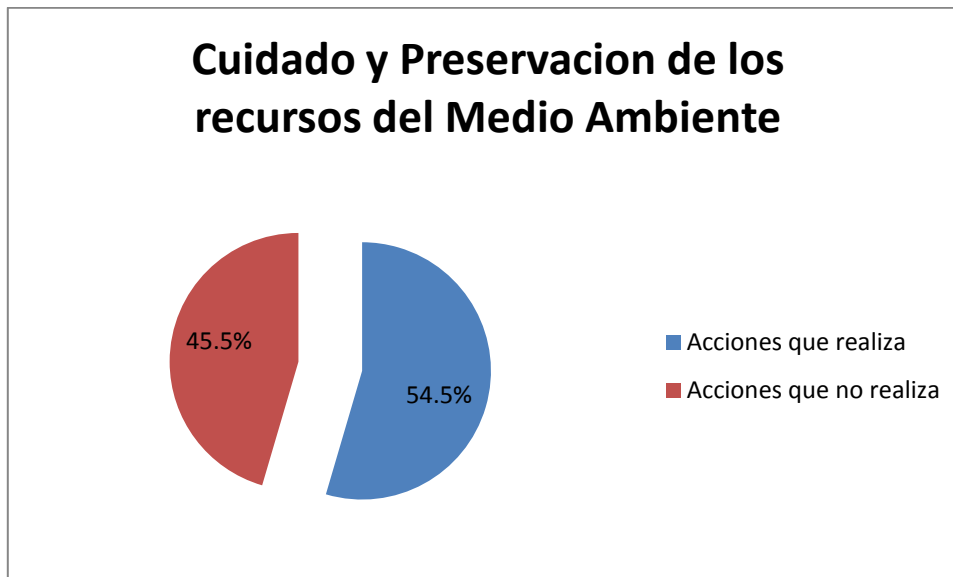
N° de pregunta	Valor de la respuesta
1a	1
2a	1
3a	1
4a	1
5a	0
6a	1
19	1
20	1
21	1
22	0
23	1
24	1
25	0.5
Total	10.5

Acciones que realiza	Acciones que no realiza	Total de indicadores
10.5	2.5	13



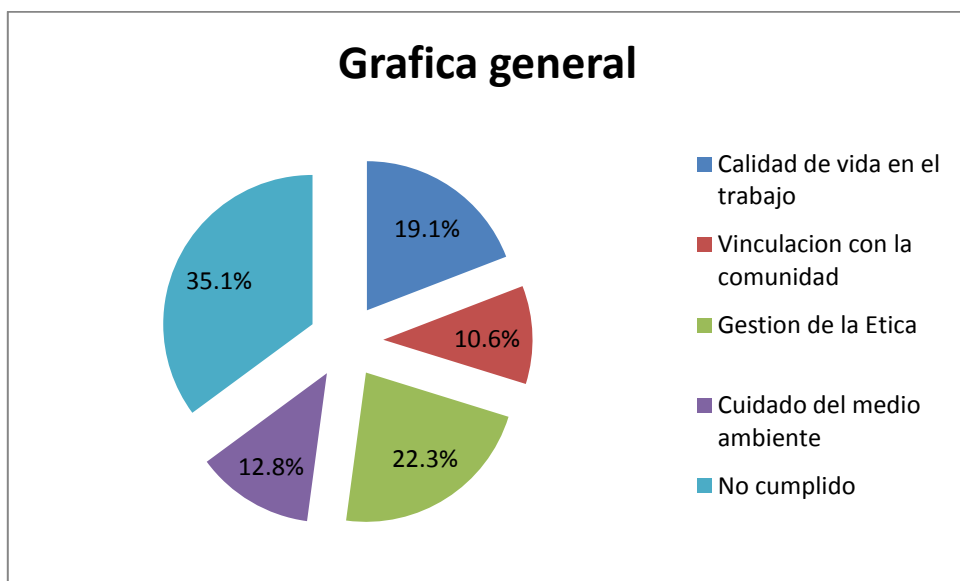
Cuidado y preservación de los recursos y MA	
N° de pregunta	Valor de la respuesta
1d	1
2d	0
3d	1
4c	0
5d	0
6d	1
26	1
27	1
28	1
29	0
30	0
total	6

Acciones que realiza	Acciones que no realiza	Total de indicadores
6	5	11



Resultados Generales sobre RSE

Línea estratégica	Cantidad de indicadores	Acciones que realiza	Acciones que no realiza
Calidad de Vida en el trabajo	10	9	1
Vinculación con la Comunidad	13	5	8
Gestión de la Ética empresarial	13	10.5	2.5
Cuidado y preservación del Medio Ambiente	11	6	5
Total de indicadores	47	30.5	16.5



Anexo v.- EMPRESAS QUE OBTUVIERON EL DISTINTIVO ESR EN AÑOS PASADOS (2001-2009)

2001

1. Alfa Corporativo
2. Arthur Andersen Ruiz Urquiza
3. Cementos APASCO
4. Ceras Johnson
5. Grupo Financiero Citibank México
6. Coca Cola Export de México
7. Grupo Ángeles Servicios de Salud
8. Grupo Bimbo
9. Grupo Financiero BBVA Bancomer
10. Hewlett Packard
11. Janssen Cilag México
12. Nestlé México
13. Segundamano
14. Shell México
15. Supermercados Internacionales H.E.B.
16. Wal Mart de México
17. Zimat Consultores

2002

1. Aerovías de México (Aeroméxico)
2. American Express CEO de México
3. Compañía Mexicana de Aviación (Mexicana)
4. Comercial Mexicana de Pinturas (Comex)
5. Danone de México
6. Deloitte Consulting
7. Grupo Ángeles Servicios de Salud
8. Grupo Apasco
9. Grupo Bimbo
10. Grupo Financiero BBVA Bancomer
11. Hewlett Packard México
12. Hipotecaria su Casita
13. Industrias Peñoles
14. Inmobiliaria Parque Reforma
15. Janssen Cilag México
16. Johnson & Johnson
17. Parque Garrafón
18. Promotora Xel- Há
19. Ruiz Urquiza y Compañía
20. S.C. Johnson & Son
21. Segundamano
22. Shell México
23. Supermercados Internacionales H.E.B.
24. Teléfonos de México
25. The Coca Cola Export Corporation México
26. Universal Productora
27. Wal Mart de México
28. Zimat Golin Harris

2003

1. Aerovías de México
2. American Express Company México
3. Compañía Mexicana de Aviación
4. Deloitte Consulting
5. Diconsa
6. Financiera Independencia
7. FinComún Servicios Financieros Comunitarios
8. Ford Motor Company México
9. Galaz Yamazaki, Ruíz Urquiza
10. GE International México
11. Grupo Ángeles Servicios de Salud
12. Grupo Apasco
13. Grupo Bimbo
14. Grupo Financiero BBVA Bancomer
15. Grupo Nacional Provincial
16. Grupo Telmex
17. Hewlett-Packard México
18. Hipotecaria Crédito y Casa
19. Hipotecaria Su Casita
20. Industrias Peñoles
21. Inmobiliaria Parque Reforma
22. Novartis
23. Interprotección Agente de Seguros y Fianzas
24. J.P. Morgan Grupo Financiero
25. Janssen-Cilag
26. Johnson & Johnson
27. Jugos del Valle
28. Manpower
29. Merck Sharp & Dohme de México
30. Parque Garrafón
31. Pfizer
32. Philips Mexicana
33. Promotora Xel-Há
34. S.C. Johnson and Son
35. Segundamano
36. Shell México
37. Supermercados Internacionales H.E.B.
38. The Coca-Cola Export Corporation México
39. Universal Productora (Zuum)
40. Walt-Mart de México
41. Zimat Golin Harris
42. Liconsa

2004

1. Administración Portuaria Integral de Coatzacoalcos
2. ADO Empresas Coordinadas Región Caribe
3. Aerovías de México (Aeroméxico)
4. Agrícola Tarriba
5. American Express Company México
6. Compañía Mexicana de Aviación
7. Boehringer Ingelheim Promeco
8. Cementos Mexicanos (Cemex)
9. Cinépolis
10. Comercial Mexicana de Pinturas (Comex)
11. Corett
12. Danone de México
13. Deloitte
14. Desarrolladora Homex
15. Diconsa
16. Embotelladoras Arca
17. Financiera Independencia
18. Fincomún, Servicios Financieros Comunitarios
19. FONART
20. Ford Motor Company México
21. General Electric México
22. Grupo Ángeles Servicios de Salud
23. Grupo Bimbo
24. Grupo Financiero BBVA Bancomer
25. Grupo Jugos del Valle
26. Grupo Modelo
27. Grupo Telmex
28. Hewlett Packard México
29. Hipotecaria Crédito y Casa
30. Hipotecaria Su Casita
31. Holcim Apasco
32. Industrias Peñoles
33. Inmobiliaria Parque Reforma
34. Interprotección Agente de Seguros y Fianzas
35. J.P. Morgan Grupo Financiero
36. Johnson & Johnson
37. Liconsa
38. Manpower
39. Merck Sharp & Dohme de México
40. Novartis Farmacéutica
41. Office Coffee Services
42. Parque Garrafón
43. Parque Xcaret
44. Parque Xel-Há
45. Pfizer
46. Philips Mexicana
47. Red Especializada en Mantenimiento Automotriz REMA
48. S.C. Johnson & Son
49. Scientific Atlanta de México
50. Seguros Monterrey New York Life
51. Shell México
52. Supermercados Internacionales H.E.B.
53. Tecnológico de Monterrey Campus Cuernavaca
54. Tecnológico de Monterrey Campus Edo. de México
55. Telefónica Móviles México

56. The Coca Cola Export Corporation México
57. Transportes Aeromar
58. Universal Productora ZUUM
59. Wal-Mart de México
60. Wyeth
61. Zimat Golin/Harris

2005

1. ACCOR
2. Administración Portuaria Integral de Coatzacoalcos
3. ADO y Empresas Coordinadas Región Caribe
4. Agrícola San Isidro de Culiacán
5. Agrícola Tarriba
6. Amanco México
7. American Express Company México
8. Arancia Industrial
9. Auto Ahorro Automotriz (Planfía)
10. Avantel
11. Boehringer Ingelheim Promeco
12. CEMEX
13. Compañía Mexicana de Aviación
14. Cinépolis
15. Coca Cola FEMSA
16. Comisión Federal de Electricidad División Centro Sur
17. Comisión para la Regularización de la Tenencia de la Tierra (Corett)
18. Cooperativa La Cruz Azul
19. Danone de México
20. Desarrolladora Homex
21. Diconsa
22. Embotelladoras Arca
23. FEMSA Empaques
24. Financiera Independencia
25. FinComún Servicios Financieros
26. Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías (Fonart)
27. Ford Motor Company México
28. Galaz, Yamazaki, Ruíz Urquiza (Deloitte)
29. Gamesa-Quaker
30. General Electric México
31. Grupo Angeles Servicios de Salud
32. Grupo Bimbo
33. Grupo Financiero BBVA Bancomer
34. Grupo Financiero Santander Serfín
35. Grupo Industrial Lala
36. Grupo Jugos del Valle
37. Grupo Nacional Provincial
38. Grupo Telmex
39. Hewlett Packard de México
40. Hipotecaria Crédito y Casa
41. Hipotecaria Su Casita
42. Holcim Apasco
43. Industrias Peñoles
44. Inmobiliaria Parque Reforma
45. Interceramic
46. Interprotección, Agente de Seguros y Fianzas
47. ISPAT Mexicana (Mittal Steel Lázaro Cárdenas)

48. ITESM Campus Cuernavaca
49. ITESM Campus Estado de México
50. ITESM Campus Monterrey
51. J.P. Morgan Grupo Financiero
52. Janssen-Cilag México
53. Manpower
54. Mc Donald's de México
55. Merck, Sharp & Dohme de México
56. Metlife México
57. Microsoft de México
58. Monex Grupo Financiero
59. Nadro
60. Nestlé México
61. Nextel de México
62. Novartis
63. Nueva Agroindustrias del Norte
64. Office Coffee Service
65. OXXO FEMSA Comercio
66. Parque Garrafón
67. Parque Xcaret
68. Parque Xel-Há
69. Pfizer
70. Philips Mexicana
71. Promoción y Operación (Prosa)
72. S.C. Johnson & Son
73. Seguros Monterrey New York Life
74. Shell México
75. Sodexho México
76. Supermercados Internacionales HEB
77. Telefónica Móviles México
78. The Coca Cola Export Corporation
79. Universal Productora
80. Via Delphi
81. Wal-Mart México
82. Wyeth
83. Zimat Consultores

2006

1. ACCOR
2. Administración Portuaria Integral de Coatzacoalcos
3. ADO y Empresas Coordinadas
4. Agrícola Chaparral
5. Agrícola Gotsis
6. Agrícola San Isidro de Culiacán
7. Altec
8. Amanco México
9. American Express Company México
10. Amway
11. Arancia Industrial
12. Auto Ahorro Automotriz (Planfía)
13. Avantel
14. Boehringer Ingelheim Promeco
15. Bonafont
16. Bridgestone Firestone
17. Cadbury Adams
18. Cadbury Schweppes
19. CEMEX
20. Ceuta Produce

21. Compañía Mexicana de Aviación
22. Cleverttech
23. Cinépolis
24. Coca Cola FEMSA
25. Comisión de Acceso a la Información Pública de Nuevo León
26. Comisión Federal de Electricidad División Centro
27. Comisión Federal de Electricidad División Centro Occidente
28. Comisión Federal de Electricidad División Centro Sur
29. Comisión Federal de Electricidad División Sureste
30. Comisión para la Regularización de la Tenencia de la Tierra (Corett)
31. Consorcio Ara
32. Cooperativa La Cruz Azul
33. Corporación GEO
34. Del Campo y Asociados
35. Deloitte
36. Desarrolladora Homex
37. Descafeinadores Mexicanos
38. Eli Lilly de México
39. Diconsa
40. Embotelladoras Arca
41. Empresas Cinematográficas Alfa
42. Expok
43. FEMSA Comercio OXXO
44. FEMSA Insumos Estratégicos
45. Financiera Independencia
46. Fincamex
47. FinComún Servicios Financieros
48. Ford Motor Company México
49. Gamesa-Quaker
50. Ganadería Integral Vizur
51. Gas Natural
52. General Electric México
53. Grupo Anjor
54. Grupo Bimbo
55. Grupo Cementos de Chihuahua
56. Grupo de Oro
57. Grupo Dolphin Discovery
58. Grupo Financiero BBVA Bancomer
59. Grupo Financiero HSBC
60. Grupo Financiero Santander Serfín
61. Grupo Industrial Lala
62. Grupo Modelo Servicios
63. Grupo Nacional Provincial
64. Grupo Proa
65. Grupo Telmex
66. Grupo Zapata
67. Hewlett Packard de México
68. Hipotecaria Crédito y Casa
69. Hipotecaria Su Casita
70. Holcim Apasco S.C.
71. Holding del Golfo
72. Industrias Peñoles
73. ING Comercial América
74. Inmobiliaria Parque Reforma
75. Interceramic
76. Interprotección, Agente de Seguros y Fianzas
77. ITESM Campus Cuernavaca

78. ITESM Campus Estado de México
79. ITESM Campus Monterrey
80. J.P. Morgan Grupo Financiero
81. Janssen-Cilag México
82. Jáuregui, Navarrete y Nader
83. Johnson & Son
84. Jugos del Valle
85. Kraft
86. Laboratorios Liomont
87. Manpower
88. Materiales Unidos
89. Mc Donald's de México
90. Merck, Sharp & Dohme de México
91. Metlife México
92. Metrofinanciera
93. Microsoft de México
94. Monex Grupo Financiero
95. Motorola
96. Nadro
97. Nestlé México
98. Nextel de México
99. Novartis
100. Nueva Agroindustrias del Norte
101. Office Coffee Service
102. Parque Garrafón
103. Parque Xcaret
104. Parque Xel-Há
105. Pfizer
106. Philips Mexicana
107. PriceWaterHouseCoopers
108. Productos Medix
109. Provident Financiera
110. Sabritas
111. Seguros Monterrey New York Life
112. Shell México
113. Siemens
114. Sistema de Crédito Automotriz (SICREA)
115. Sodexho México
116. Soluciones Dinámicas
117. Tecnológico de Monterrey Campus San Luis Potosí
118. Telefónica Móviles México
119. The Coca Cola Export Corporation
120. UBS AG Zurich y Basiles Suiza
121. Universal Productora
122. Via Delphi
123. Wal-Mart México
124. Wyeth
125. Zimat Consultores

2007

1. Accenture
2. Acciones y Valores Banamex
3. Administración Portuaria Integral de Coatzacoalcos
4. ADO y Empresas Coordinadas Región Caribe
5. Agrícola Chaparral

6. Agrícola Gotsis
7. Agrícola Paredes
8. Alltournative
9. Altana Pharma una empresa de Nycomed
10. Amanco México
11. America Latina Tecnología de México (Altec)
12. American Express Company México
13. Amway
14. Arancia Industrial
15. Atento Mexicana
16. Aurum Consulting Group
17. Auto Ahorro Automotriz (Planfía)
18. Avantel
19. Boehringer Ingelheim Promeco
20. Bonafont
21. Bridgestone Firestone
22. Cadbury Adams
23. Cadbury Schweppes Caribe y Latinoamérica Bebidas
24. Casa Cuervo
25. Caspem
26. CEMEX México
27. Cervecería Cuauhtémoc Moctezuma
28. Ceuta Produce
29. Cinépolis
30. Cleverttech
31. Coca Cola FEMSA
32. Comisión de Acceso a la Información Pública de Nuevo León
33. Comisión Federal de Electricidad División Centro Occidente
34. Comisión Federal de Electricidad División Centro Sur
35. Comisión Federal de Electricidad Gerencia Regional de Transmisión Oriente
36. Comisión Federal de Electricidad Gerencia Regional de Transmisión Sureste
37. Comisión para la Regularización de la Tenencia de la Tierra (Corett)
38. Compañía Mexicana de Aviación
39. Compañía Mexicana de Exploraciones
40. CONAGUA
41. Consorcio Ara
42. Cooperativa La Cruz Azul
43. Corporación GEO
44. Corporación Interamericana de Entretenimiento (CIE)
45. Danone
46. Del Campo y Asociados
47. Desarrolladora Homex
48. Descafeinadores Mexicanos
49. Diconsa
50. Dirección de Administración CFE
51. Eli Lilly de México
52. Embotelladoras Arca
53. Envases Elopak
54. Ernst & Young México
55. Euro Novedades Agrícolas
56. Expok
57. Exportadora de Sal
58. FEMSA Comercio OXXO
59. FEMSA Insumos Estratégicos

60. FEMSA Servicios
61. FILTEX
62. Financiera Independencia
63. Fincamex
64. FinComún Servicios Financieros
65. Ford Motor Company México
66. FUMIKLIN
67. Galaz, Yamazaki, Ruiz Urquiza / Deloitte
68. Gamesa-Quaker
69. Ganadería Integral Vizur
70. Gas Natural
71. Gatorade
72. GE México
73. Genomma Laboratories México
74. Granjas Carrol
75. Grupo ACCOR
76. Grupo ANDANAC (SIMEX, SICREA, ANDANAC)
77. Grupo Ángeles Servicios de Salud
78. Grupo Anjor
79. Grupo Bimbo
80. Grupo Cementos de Chihuahua
81. Grupo de Oro
82. Grupo Dolphin Discovery
83. Grupo Editorial ACCSE FM
84. Grupo Financiero BBVA Bancomer
85. Grupo Financiero HSBC
86. Grupo Financiero Santander Serfin
87. Grupo Industrial Lala
88. Grupo Jugos del Valle
89. Grupo Mexicano de Desarrollo
90. Grupo Modelo (a partir de este año incorpora a sus cervecerías)
91. Grupo Nacional Provincial
92. Grupo Roche Syntex de México
93. Grupo Telmex
94. Grupo Via Delphi
95. Grupo Zapata
96. Grupo Zuum (Universal Productora)
97. Helvex
98. Hewlett Packard de México
99. Hipotecaria Crédito y Casa
100. Hipotecaria Su Casita
101. Hitachi
102. Holcim Apasco
103. Holding del Golfo
104. Industrias Peñoles
105. Industrias Plásticas NYC
106. ING México
107. Inmobiliaria Parque Reforma
108. Instituto del Fondo Nacional para el Consumo de los Trabajadores (FONACOT)
109. Instituto Tecnológico Superior de Tierra Blanca
110. Inter Ceramic
111. Interprotección, Agente de Seguros y Fianzas
112. J.P. Morgan Grupo Financiero
113. Janssen-Cilag México
114. Jáuregui, Navarrete y Nader
115. Kidzania de México
116. Kraft Foods México
117. Laboratorios Liomont
118. Lala Derivados Lácteos
119. Lala Guadalajara
120. Manpower
121. MARHNOS
122. McDonald's de México
123. Merck, Sharp & Dohme de México
124. Merrill Lynch
125. Metlife México
126. Metrofinanciera
127. Microsoft de México
128. Monex Grupo Financiero
129. Motorola
130. Multiservicios Aduanales de Manzanillo
131. Nadro
132. Nestlé México
133. Nextel de México
134. Novartis
135. Nueva Agroindustrias del Norte
136. Nuplen Comercializadora
137. Office Coffee Service
138. Parque Xcaret
139. Parque Xel-Há
140. Pfizer
141. Philips Mexicana
142. Premier Chevrolet
143. PricewaterhouseCoopers
144. Productos Medix
145. Promotora ACCSE
146. Provident Financiera
147. Restaurantes Toks
148. S.C. Johnson & Son
149. Sabritas
150. Salles, Sainz-Grant Thornton
151. Scientific Atlanta
152. Seguros Monterrey New York Life
153. Shell México
154. Siemens
155. Siemens VDO
156. Sistema de Financiamiento para el Desarrollo del Estado de San Luis Potosí (SIFIDE)
157. Sodexho México
158. Solelectron Servicios
159. Soluciones Dinámicas
160. Sony de México
161. Tecnológico de Monterrey Campus Cuernavaca
162. Tecnológico de Monterrey Campus Estado de México
163. Tecnológico de Monterrey Campus Monterrey
164. Tecnológico de Monterrey Campus Querétaro
165. Tecnológico de Monterrey Campus San Luis Potosí
166. Telefónica Móviles México
167. The Coca Cola Export Corporation
168. The Home Depot México
169. UBS AG Zurich y Basilea Suiza Representación México
170. Ultra Lala
171. Unilever de México
172. Wal-Mart de México
173. Wyeth
174. Zimat Consultores

2008

1. A&N Consultores
2. Accenture
3. ADO Región Caribe
4. Aeropuertos del Sureste
5. Agrico Eagle México
6. Agrícola Chaparral
7. Agrícola de Servicios
8. Agrícola Gotsis
9. Agrícola Paredes
10. Agroindustrias Unidas de México
11. Alltournative
12. Altec México
13. Amanco México
14. American Express
15. American Industries
16. American Standard
17. Amway de México
18. Análisis Delia Barraza
19. Arancia Industrial
20. Artes Gráficas Hispano
21. Atento México y Centroamérica (México, Guatemala, El Salvador)
22. Aurum Consulting Group
23. Autoahorro automotriz Planfía
24. Autobuses Coahuilenses (Grupo Senda)
25. Axeso Telecomunicaciones
26. Axtel
27. Boehringer Ingelheim Promeco
28. Bonafont
29. Bridgestone Firestone
30. C&G Laboratorios
31. Cadbury Adams
32. Cadbury Schweppes
33. Casa Cuervo
34. Casas GEO
35. CATOEX
36. Cemex México
37. Ceuta Produce
38. CFE - Campo Geotérmico los Humeros
39. CFE - Central Termoeléctrica Altamira
40. CFE - Complejo Termoeléctrico Presidente Adolfo López Mateos
41. CFE - Dirección de Administración
42. CFE - División de Distribución Centro - Occidente
43. CFE - División de Distribución Centro - Oriente
44. CFE - División de Distribución Centro - Sur
45. CFE - División de Distribución Golfo - Norte
46. CFE - División de Distribución Noroeste
47. CFE - Gerencia de Centrales Nucleoeléctricas - Laguna Verde
48. CFE - Gerencia Regional de Producción Occidente
49. CFE - Gerencia Regional de Producción Sureste
50. CFE - Gerencia Regional de Transmisión Baja California
51. CFE - Gerencia Regional de Transmisión Central
52. CFE - Gerencia Regional de Transmisión Noroeste
53. CFE - Gerencia Regional de Transmisión Norte
54. CFE - Gerencia Regional de Transmisión Occidente
55. CFE - Gerencia Regional de Transmisión Oriente
56. CFE - Gerencia Regional de Transmisión Peninsular
57. CFE - Gerencia Regional de Transmisión Sureste
58. CFE - Residencia General de Cerro Prieto
59. CFE - Subárea de Transmisión Bajío Central
60. CFE - Subárea de Transmisión Centro
61. CFE - Subárea de Transmisión Estado de México
62. CFE - Subárea de Transmisión Guerrero
63. CFE - Subárea de Transmisión Poniente
64. CFE - Subárea de Transmisión Puebla
65. CFE - Subárea de Transmisión Sur
66. CFE - Subgerencia Regional de Generación Hidroeléctrica Golfo
67. CFE - Subgerencia Regional de Generación Hidroeléctrica Grijalva
68. CFE - Subgerencia Regional de Generación Termoeléctrica Peninsular
69. Christus Muguerza
70. Cinemagic
71. Cinépolis
72. Cisma
73. Clínica Vitro
74. Coca-Cola Femsa
75. Colgate Palmolive
76. Comisión de Acceso a la Información Pública de Nuevo León CAIPNL
77. Compañía Mexicana de Aviación
78. Compañía Mexicana de Exploraciones
79. CONAGUA
80. Consorcio ARA
81. Cooperativa la Cruz Azul
82. Corett
83. Corporación Interamericana de Entretenimiento CIE
84. Corporativo GES
85. Corporativo SESPA Limanor
86. Cremería Americana
87. Danone
88. Del Campo y Asociados
89. Deloitte
90. Desarrolladora Homex
91. Descafeinadores Mexicanos
92. Díaz Salazar y Asociados
93. Diconsa
94. Divemex
95. Dinámica
96. Editorial Armonía
97. EKCO
98. Eli Lilly
99. Embotelladoras Arca
100. Enlace
101. Envases Vitro
102. Ernst & Young
103. Euronovedades Agrícolas

104. Everis
105. Expok
106. Exportadora de Sal
107. Exportalizas Mexicanas
108. Fedex Express
109. Femsa Comercio (OXXO)
110. Femsa Empaques
111. Femsa Logística
112. Femsa Servicios
113. Fianzas Monterrey
114. Financiera Independencia
115. Fincamex
116. Fincomún
117. FIRA Banco de México
118. Flextronics Campus Sur
119. Fonatur
120. Ford Motor Company
121. Frialsa Frigoríficos
122. FumiKlin
123. Gamesa - Quaker
124. Gas Natural
125. Gatorade
126. GE en México
127. Genomma Laboratories México
128. GlaxoSmithKline
129. Goldcorp México
130. Granjas Carroll de México
131. Grupo Accor
132. Grupo Aeroportuario del Centro Norte
133. Grupo Andanac
134. Grupo Anjor
135. Grupo Bimbo
136. Grupo Apolo
137. Grupo Cementos de Chihuahua
138. Grupo Crasa y Asociados
139. Grupo Cuauhtémoc Moctezuma
140. Grupo Dolphin Discovery
141. Grupo Editorial ACCSE FM
142. Grupo Energético del Sureste
143. Grupo Financiero BBVA Bancomer
144. Grupo Financiero HSBC
145. Grupo Financiero Monex
146. Grupo Financiero Scotiabank
147. Grupo Lala
148. Grupo Maseca
149. Grupo Mexicano de Desarrollo
150. Grupo Modelo
151. Grupo Nacional Provincial
152. Grupo Telmex
153. Grupo Via Delphi
154. Grupo Zapata
155. GRUPO ZUUM
156. Helvex
157. Hewlett Packard
158. Hipotecaria Crédito y Casa
159. Hipotecaria su Casita
160. Holcim Apasco
161. Holding del Golfo
162. Human Kind
163. IMAC Inglés Total
164. Industrias Peñoles
165. Icono Comercial
166. ING
167. Ingenio La Gloria
168. Ingenio La Margarita
169. Inmobiliaria Parque Reforma
170. Instituto Fonacot
171. Instituto Tecnológico de Sonora
172. Instituto Tecnológico Superior de Tierra Blanca
173. Interceramic
174. Interprotección Agente de Seguros
175. Investigación Farmacéutica
176. IXE Grupo Financiero
177. Janssen Cilag
178. Jáuregui, Navarrete y Nader
179. JP Morgan
180. Jugos Del Valle
181. Kidzania de México
182. Kiss FM 95.5(Desarrollo Radiofónico)
183. KPMG Cárdenas Dosal
184. Kraft Foods México
185. Laboratorios Liomont
186. Liconsa
187. Manpower
188. Maquinaria del Humaya
189. Máquinas Información y Tecnología Avanzada (Kyocera - Mita)
190. Marhnos
191. Materiales Unidos
192. Mc Donald's de México
193. MedicalHome
194. Merck Sharp & Dohme
195. Merrill Lynch
196. Metlife
197. Metrofinanciera
198. Mexichem
199. Microsoft México
200. Mosaico SPIN
201. Multiservicios Agencia Aduanal
202. Natura Cosméticos
203. Nestlé México
204. Nextel de México
205. Nissauto Sonora
206. Novartis
207. Nueva Agroindustrias del Norte
208. Nycomed
209. Odebrecht
210. Office Coffee Service
211. ONEO
212. Open Tec
213. Parque Xcaret
214. Parque Xel Há
215. Pfizer
216. Philips Mexicana
217. Phytomonitor
218. Pontiac GMC
219. Premier Chevrolet
220. PriceWaterhouseCoopers
221. Procoelsa
222. Productos Medix
223. Promociones Turísticas Costa Baja
224. Promotora ACCSE (Acción Social Empresarial)
225. Provident México
226. Psicofarma

227. Puerto de Coatzacoalcos
 228. Restaurantes Toks
 229. SC Johnson & Son
 230. Roche Syntex
 231. Sabritas
 232. Salles, Sainz-Grant Thornton
 233. Santander
 234. Secretaria de Planeación y Desarrollo Regional del Gobierno de Aguascalientes
 235. Seguros Monterrey New York Life
 236. SERDI
 237. Shell México
 238. Siemens
 239. Siemens VDO
 240. Sinergia Deportiva
 241. Sistema de Financiamiento para el desarrollo del estado de San Luis Potosí (SIFIDE)
 242. Sociedad Cooperativa ACATL
 243. Sodexho
 244. Solan Cosmetics
 245. Soluciones Dinámicas
 246. Soluciones POP
 247. Sony Comercio de México
 248. SuKarne
 249. Tecnológico de Monterrey Campus Aguascalientes
 250. Tecnológico de Monterrey Campus Cuernavaca
 251. Tecnológico de Monterrey Campus Estado de México
 252. Tecnológico de Monterrey Campus Hidalgo
 253. Tecnológico de Monterrey Campus Monterrey
 254. Tecnológico de Monterrey Campus Morelia
 255. Tecnológico de Monterrey Campus Puebla
 256. Tecnológico de Monterrey Campus Querétaro
 257. Tecnológico de Monterrey Campus San Luis Potosí
 258. Telefónica Móviles México
 259. The Coca Cola Export Corporation
 260. The Dow Chemical Company
 261. The Home Depot México
 262. Ticketmaster
 263. Topos Hidromecánicos Mexicanos
 264. Tractebel
 265. Trans Union de México
 266. UBS AG Zurich
 267. Unilever de México
 268. Urbi
 269. Viajes y Autobuses TIP
 270. Vidrio Plano
 271. Vitro Corporativo
 272. Wal-Mart de México
 273. World Trade Center Cd. De México
 274. Wyeth
 275. ZIMAT

4. Administración Portuaria Integral de Lázaro Cárdenas
 5. Administración Portuaria Integral de Coatzacoalcos
 6. ADO y Empresas Coordinadas Región Caribe
 7. ADVERTI, Comunicación Diseñada
 8. Afore BBVA Bancomer
 9. Agnico Eagle México
 10. Agrícola Beltrán
 11. Agrícola Chaparral
 12. Agrícola de Servicios
 13. Agrícola EPSA
 14. Agrícola Gotsis
 15. Agrícola Paredes
 16. Agrícola San Emilio
 17. Agroindustrias Unidas de México
 18. Alltounative
 19. Altec México
 20. Amanco México
 21. American Express Company (México)
 22. American Industries
 23. American Standard
 24. Amway de México
 25. Análisis Delia Barraza
 26. Apolo Textil / Baby Mink
 27. Arancia Industrial
 28. Arcos Sercal
 29. Arquitectura y Consultoría
 30. Artes Gráficas Hispano
 31. Artículos Exclusivos y Especializados JA
 32. Atención Telefónica - ATEL
 33. Atento México y Centroamérica (México, Guatemala, El Salvador)
 34. Atento Regional
 35. Aurum Consulting Group
 36. Autoahorro Automotriz
 37. Avon Cosmetics
 38. AXESO Telecomunicaciones
 39. Axtel
 40. Baxter
 41. BEMIS de México
 42. Binney & Smith (México) - CRAYOLA
 43. Bioparques de Occidente
 44. Boehringer Ingelheim
 45. Bridgestone de México
 46. C & G Laboratorios
 47. Cadbury Adams México
 48. Café Tostado de Exportación - CATOEX
 49. Cajeme Motors
 50. Campo Pablo Bórquez
 51. Casa Cuervo
 52. Casas GEO
 53. Cemex
 54. Cervecería Cuauhtémoc Moctezuma
 55. Ceuta Produce
 56. Cinemagic
 57. Cinépolis
 58. CISCO
 59. Citrofrut
 60. Clínica Vitro
 61. Clorox de México
 62. Club de Fútbol Monterrey Rayados
 63. Coca-Cola Femsa

2009

1. Abbott Laboratories de México
 2. Accenture
 3. Accor

64. COEUR Mexicana
65. Colgate Palmolive
66. Comercial Importadora - Quaker State
67. COMETRA - Compañía Mexicana de Traslado de Valores
68. COMETRA Servicios Integrales - COSEIN
69. Comisión Federal de Electricidad
70. Comisión Nacional del Agua
71. Compañía Mexicana de Aviación
72. Compañía Minera Dolores
73. CompuSoluciones
74. Condominio World Trade Center Ciudad de México
75. Constructora Norberto Odebrecht
76. Continental Automotive Guadalajara México
77. Cooperativa La Cruz Azul
78. Corporación de Instalación y Servicios Internos Empresariales
79. COVAF
80. Creaciones Artísticas Publicitarias
81. Cremería Americana
82. Danone de México
83. Del Campo y Asociados
84. Delphinus de Grupo Vía Delphi
85. Desarrolladora Homex
86. Descafeinadores Mexicanos
87. Díaz Salazar y Asociados
88. Diconsa
89. Distribuidora Hortimex
90. Distribuidora Modelo en Villa Nicolás Romero
91. Divemex
92. DLG Agente de Seguros y de Fianzas
93. Dolche
94. Domos (antes ONEO)
95. Dow
96. Dowell Schlumberger de México
97. Draft FCB México
98. Dinámica
99. Ecco Servicios de Personal
100. Editorial Armonía
101. El Heraldo de Chihuahua
102. Electrisa
103. Electrónica Clarion
104. Eli Lilly de México
105. Embotelladoras Arca
106. Empresas ICA
107. Envases Vitro
108. Ernst & Young
109. Escuela Bancaria y Comercial
110. Estructuras Metálicas de Puebla
111. Everis
112. Expok
113. Exportadora de Sal
114. FANOSA
115. Farmacias Similares
116. Fedex Express
117. Fedex Regional
118. Femsa Comercio (OXXO)
119. FEMSA Corporativo
120. Femsa Empaques
121. Femsa Logística
122. Fideicomiso Tlalpan
123. Fideicomisos Instituidos en Relación con la Agricultura, (FIRA)
124. Financiera FINAMIGO
125. Financiera Independencia
126. Fincamex
127. Fincomún
128. First Majestic Silver Corp
129. FMC Agroquímica de México
130. Fonatur
131. Ford Motor Company
132. Fresnillo PLC
133. Galaz, Yamazaki, Ruíz Urquiza
134. Gas Natural México
135. Gatorade
136. GE en Brasil
137. GE en México
138. Genomma Lab International
139. Gilsa
140. GlaxoSmithKline
141. GMD
142. Goldcorp Mexico
143. Granja Acuicola el Reencuentro
144. Granjas Carroll de México
145. Grupo Aeroportuario del Centro Norte - OMA
146. Grupo Aeroportuario del Pacífico
147. Grupo Aeroportuario del Sureste
148. Grupo Andanac S.A. De C.V. (SIMEX, SICREA, ANDANAC)
149. Grupo Anjor
150. Grupo Bimbo
151. Grupo Cementos de Chihuahua - GCC
152. Grupo Christus Muguerza
153. Grupo CIE
154. Grupo Constructor Gutiérrez Baños
155. Grupo Crasa y Asociados
156. Grupo Dolphin Discovery
157. Grupo Editorial ACCSE FM (Revista Ganar - Ganar)
158. Grupo Energético del Sureste - GES
159. Grupo Financiero BBVA Bancomer
160. Grupo Financiero HSBC México
161. Grupo Financiero Monex
162. Grupo Financiero Santander
163. Grupo Financiero Scotiabank
164. Grupo Fomento Queretano
165. Grupo Gamesa
166. Grupo Gigante
167. Grupo GP
168. Grupo Herso
169. Grupo Industrial Lala
170. Grupo Limanor - Corporativo SESPA Limanor
171. Grupo Maseca
172. Grupo Modelo
173. Grupo Nacional Provincial - GNP
174. Grupo Roche Syntex de México
175. Grupo Selene
176. Grupo Telmex
177. Grupo Ultrafemme Perfumería Ultra
178. Grupo Vasconia
179. Grupo Zapata
180. Helvex
181. Herdez

182. Hewlett Packard México
183. Hipotecaria Crédito y Casa
184. Hipotecaria Su Casita
185. Holcim Apasco
186. Holding del Golfo
187. Human Kind
188. IFA Celtic's
189. IMAC Inglés Total
190. Industrias AlEn
191. Industrias Peñoles
192. ING México
193. Ingeniería en Alta, Media y Baja Tensión
194. Ingenio Constancia
195. Ingenio La Gloria
196. Ingenio Quesería
197. Ingenio San Francisco Ameca
198. Ingenio San Miguel del Naranjo
199. Ingenio San Rafael de Pucte
200. Inmobiliaria Hotelera el Presidente Chapultepec
201. Inmobiliaria Parque Reforma
202. Instituto de Capacitación de la Industria de la Construcción, Delegación Sonora
203. Instituto de Contadores Públicos de Nuevo León
204. Instituto Fonacot
205. Instituto Tecnológico de Monterrey Campus Hidalgo
206. Instituto Tecnológico de Monterrey Campus Morelia
207. Instituto Tecnológico de Monterrey Campus Puebla
208. Instituto Tecnológico de Sonora Unidad Navajoa
209. Instituto Tecnológico Superior de Tierra Blanca
210. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey Campus Aguascalientes
211. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey Campus Central de Veracruz
212. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey Campus Chihuahua
213. Inter Ceramic
214. Interprotección agente de seguros
215. IXE Grupo Financiero
216. J.P. Morgan Grupo Financiero
217. Janssen Cilag
218. Jáuregui, Navarrete y Nader
219. Jaztea
220. Jiss
221. Jugos Del Valle - JUVASA
222. JYRSA
223. Kaeser Compresores de México
224. Kidzania
225. Koppert México
226. KPMG
227. Kraft Foods México
228. Laboratorios Liomont
229. Laboratorios Silanes
230. Litográfica Delta
231. Logística, Distribución y Servicios - Puertas y Más
232. L'ORÉAL
233. Manpower
234. MAPFRE
235. Maquinaria del Humaya
236. MARHNOS
237. Marketing and Promotion
238. Materiales La Cruz
239. MedicalHome
240. Merrill Lynch México
241. Metalsa
242. MetLife
243. Metrofinanciera
244. Mexichem
245. Microsoft México
246. Minas de Oro Nacional
247. Molinera de México
248. Multimundo
249. Multiservicios Agencia Aduanal
250. Natura
251. Navojoa Motors
252. Nestlé México
253. Nevada Chemicals
254. Nextel de México
255. Nissauto Sonora
256. Novartis
257. Nueva Agroindustrias del Norte
258. Nycomed
259. Office Coffee Service
260. Office Depot de México
261. Open Tec
262. Organización CONURBA
263. Panamerican Silver México Mina Álamo Dorado
264. Panamerican Silver México Mina La Colorada
265. Parque Xcaret
266. Parque Xel-Ha
267. Pfizer
268. Philips Mexicana
269. Phytomonitor
270. Premier Chevrolet
271. Premier de América - Pontiac GMC
272. PriceWaterhouseCoopers
273. Productos Medix
274. Productos y Distribuidora Azteca - Grupo MASECA
275. Promociones Turísticas Costa Baja
276. Promotora ACCSE (Acción Social Empresarial)
277. Provident México
278. Psicofarma
279. PYMASA
280. QUIMIVAC - Química del Valle de Culiacán
281. Randstad
282. Rene Produce
283. Restaurantes Toks
284. S.C. Johnson & Son
285. Sabio Solutions
286. Sabritas
287. Saint-Gobain Planta Euroveder Querétaro
288. Salles, Sainz-Grant Thornton
289. San Martín, Grupo Funerario
290. Sanmina - SCI Systems de México
291. Sanofi- Aventis de México
292. SBS Facilitadores
293. Sector de Ductos Tlaxcala Subdirección de Ductos de PEMEX Gas y Petroquímica Básica

294. SEGURITEC, Transporte de Valores
 295. Seguros Argos
 296. Seguros BBVA Bancomer
 297. Seguros Monterrey New York Life
 298. SEPSA
 299. SEPSA Servicios Integrales
 300. SERDI
 301. Servicios Administrativos Adecco
 302. Servicios de Intendencia
 303. Servicios Empresariales CEO
 304. SESEPRO
 305. Shell México
 306. Siemens
 307. Sinergia Deportiva (Club Tigres)
 308. Sodexho México
 309. Solan Cosmetics
 310. Soluciones Dinámicas
 311. Soluciones POP
 312. Sony de México
 313. Stanza Espacio Residencial
 314. Steelcase
 315. SuKarne
 316. Suministros Industriales FG
 317. Sun Microsystems de México
 318. Suzuki Culiacán
 319. Tecnológico de Monterrey Campus Cuernavaca
 320. Tecnológico de Monterrey Campus Estado de México
 321. Tecnológico de Monterrey Campus Monterrey
 322. Tecnológico de Monterrey Campus Querétaro
 323. Tecnológico de Monterrey Campus San Luis Potosí
 324. Telefónica México
 325. Tequila Sauza
 326. The Coca Cola Export Corporation
 327. The Home Depot Mexico
 328. Ticketmaster
 329. Tomaco
 330. Topos Hidromecánicos Mexicanos
 331. Toyota Monterrey
 332. Tractebel
 333. Trans Union de México
 334. TRIZALET
 335. UBS Bank Mexico SA - Institución de Banca Múltiple UBS Grupo Financiero
 336. Uniformes Premier
 337. Unilever de México
 338. Universal Productora
 339. Universidad de Sonora
 340. Uno

341. Urbi
 342. Viajes Terranova
 343. Vidrio Plano
 344. Vitro Corporativo
 345. Wal-Mart de México
 346. Whirlpool
 347. Wyeth
 348. ZIMAT

Regionales

Atento: Argentina
 Brasil
 Chile
 Colombia
 Puerto Rico
 Perú
 Venezuela
 FedEx: Costa Rica
 Guatemala
 Panamá
 Venezuela
 GE en Brasil
CFE
 Coordinación de proyectos hidroeléctricos
 Coordinación de Proyectos Termoeléctricos
 Dirección de Administración
 División de Distribución Baja California
 División de Distribución Centro Occidente
 División de Distribución Centro Occidente
 División de Distribución Centro Oriente
 División de Distribución Centro Sur
 División de Distribución Golfo Norte
 División de Distribución Noroeste
 División de Distribución Norte
 División de Distribución Oriente
 División de Distribución Peninsular
 División de Distribución Sureste
 Gerencia de Comunicación Social
 Gerencia de Estudios de Ingeniería Civil
 Gerencia de Producción Regional de Producción Occidente
 Gerencia de Proyectos Geotermoeléctricos
 Gerencia Regional de Producción Central
 Gerencia Regional de Producción Noroeste
 Gerencia Regional de Producción Norte
 Gerencia Regional de Producción Sureste
 Gerencias Centrales Nucleoeléctricas
 Subdirección de Transmisión