



Universidad Nacional Autónoma de México

# **Programa de Posgrado en Ciencias de la Administración**

## **T e s i s**

**Propuesta de un modelo de rentabilidad financiera en  
el tercer sector: buscando espacios de integración entre las  
empresas y las fundaciones**

**Que para obtener el grado de**

## **Maestro en Finanzas Corporativas**

**Presenta:                   Angel Gilberto Jiménez Pensado**

**Tutor:                       Dr. Arturo Morales Castro**

**México, DF.**

**Noviembre 2011**



Universidad Nacional  
Autónoma de México



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

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

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

## AGRADECIMIENTOS

### ***A Dios***

Por darme una vida llena de retos; la vida apenas empieza.

### ***A mis padres***

Por estar presentes en este grato momento de mi vida.

### ***A mis abuelos***

Por darme las herramientas adecuadas para triunfar en la vida.

### ***A mis tíos***

Por haber creído en lo imposible.

“Un “no” puede significar muchas cosas:

un mundo por descubrir, explorar y crear;

lugares en el que nunca he estado.

Situaciones llenas de retos por superar,

habilidades aún dormidas por descubrir.

Cómo sea, un “no” para mí, solo significa una cosa...

Y es que estoy muy cerca del objetivo que quiero conquistar”

"El éxito —tanto en el amor como en los negocios— radica en la capacidad de escuchar, en la curiosidad por resolver y en la tolerancia de verse en los zapatos de alguien más"

Un trabajo científico puede ser considerado —en un sentido materialista— como simple conocimiento generado o descubierto. Los que alguna vez han escrito un documento me dispensarán por esta afirmación; y es que es tan complicado lograr que un simple escrito materialista se convierta en la luz de nuevas generaciones.

Afortunadamente, hemos aprendido que siempre hay nombres a los cuales debemos referirnos; pues el conocimiento, no viene solo. Por lo que este aporte académico fue posible gracias a la contribución, directa o indirecta de muchas personas. A “todos” ellos quiero **AGRADECER**.

¡Gracias! es una palabra tan pequeña pero con un gran significado... y que, en estos tiempos, no se pronuncia tan a menudo como se debería.

Siempre he querido plasmar mis pensamientos en un papel; gracias a “todos”, esto es un sueño hecho realidad.

Siempre pensaré en lo importante que es para mí escribir una carta de agradecimiento a las personas que realmente importan, tarea que espero siempre este vigente y porqué no; en futuras ocasiones.

Quiero agradecer a mi familia, que siempre encontró un espacio en su ya apretada agenda, para darme un mensaje de aliento en un momento tan decisivo en mi vida. A mis tíos: Aurora y Tito Pensado por confiar en mí, el cielo está cada vez más cerca de la tierra. A mi abuelita Ofe, por darme la confianza y las herramientas que requiero para vivir en un mundo ya lo suficientemente difícil. A mi abuelo Tito, por ni siquiera dudar en apoyar mi crecimiento. A mi madre, por quitarse el pan de la boca en favor de un mejor futuro para sus hijos, no lo olvidaremos. A mi padre, esto es solo el comienzo de un largo camino por recorrer, a darle.

Un afectuoso agradecimiento al Dr. Arturo Morales Castro quien llevo de manera adecuada mi trabajo de tesis, gracias por confiar en mi cuando todo parecía adverso; solo es cuestión de buscarle.



"Uno aprende con el tiempo, que hay muchas cosas a las que se les da más importancia de la que realmente merecen. ¿Quieres poder? crea lazos, los lazos con las personas son el verdadero poder ... ¿Quieres amor? aprende a dar sin recibir, trata a cada persona como igual, ahí está el amor incondicional... ¿Quieres Salud? trata a tu cuerpo como tu bien máspreciado, úsalo para lo que está hecho; para trabajar, divertirse y soñar. No dejes de aprender y no pares de compartir. He ahí donde reside la felicidad ¿Quieres ser FELIZ?"

A mis sinodales Alfredo Varela, Antonio Morales, Rosario Higuera y Cristina Ordoñez; sin sus observaciones tan puntuales, devoción a la enseñanza e investigación y constante dedicación para con sus alumnos, esta tesis no tendría la calidad que ahora tiene.

Gracias Nérida por enseñarme solo un poco de lo mucho que se puede lograr con solo escribir lo adecuado. Pido perdón por hacerte corregir tanto. Tengo una excusa: todavía soy un niño que le hace falta mucho camino por recorrer.

Gracias a la UNAM por la beca recibida por año y medio de arduos estudios y dedicación. Sin su apoyo esto hubiera sido imposible de realizar. Espero muchas estudiantes se animen a pasar por tan arduos procesos de selección, solo puedo decirles algo; "valió la pena".

Por último quiero dar las gracias a todos aquellos que me han devuelto una sonrisa. A todos aquellos que me ofrecieron un pan en tiempos difíciles, a todos aquellos que han puesto de su parte para que el vivir cotidiano sea más llevadero. Pero muy en especial a la vida que me ha dado tanto... Tengo tanto que devolver.

# Índice

---

Resumen / Abstract	1
<b>Diseño del protocolo de investigación.</b>	<b>3</b>
I. Objetivos generales.	3
II. Objetivos particulares.	3
III. Hipótesis.	3
IV. Metodología.	4
<b>1. Altruismo filantropía, caridad: responsabilidad social corporativa.</b>	<b>6</b>
<i>Resumen capitular.</i>	
1.1 La sociedad civil como brazo derecho en la generación de valor para las empresas.	8
1.2 La filantropía corporativa como proceso innovador de las empresas.	12
1.3 La responsabilidad social corporativa ¿funciona?	17
1.3.1 La codicia de los empresarios.	19
1.3.2 Definiendo la responsabilidad social corporativa.	21
1.3.3 La responsabilidad social de las empresas: dimensión interna y externa.	25
<i>Bibliografía capitular.</i>	29
<b>2. La parte financiera de la responsabilidad social corporativa: inversión responsable e índices sustentables o de sostenibilidad.</b>	<b>31</b>
<i>Resumen Capitular</i>	
2.1 De la inversión tradicional a la inversión socialmente responsable.	31
2.1.1. Rentabilidad vs Sostenibilidad: ¿están peleados?	36
2.2 Indicadores asociados con la responsabilidad social	38
2.2.1 Dow Jones Sustainability Index Series	38
2.2.2 Financial Times Stock Exchange	39
2.2.3 KLD Global Sustainability Index	40
2.2.4 Ethibel Sustainability Index	40
2.3. Metodología ocupada por los indicadores mundialmente reconocidos en sostenibilidad para crear este índice	41
2.4 ¿Son las empresas valuadas bajo este método más rentables que las demás?	47
2.4.1 Empresas socialmente responsables en fondos de inversión	50
2.4.2 Indicadores de sostenibilidad ya cotizados en las bolsas de américa latina: ¿cómo involucrase?	53
<i>Bibliografía capitular</i>	55
<b>3. Estado del arte de la Responsabilidad Social</b>	<b>56</b>
<b>4. Metodología</b>	<b>60</b>
<i>Resumen capitular</i>	
4.1 Objetivo del estudio.	61
4.2 Planteamiento de la hipótesis.	62
4.3 Metodología de la investigación.	63
4.3 Metodología de la encuesta.	64

4.3.1 Instrumentos de levantamiento de información.	65
4.3.2 Cobertura temática del cuestionario.	66
4.3.3 Diseño muestral.	67
4.3.4 Tamaño de la muestra.	68
4.3.5 Población objetivo.	68
4.3.6 Población excluida.	73
4.3.7 Cobertura geográfica.	73
4.3.8 Codificación.	73
4.3.9 Captura.	73
4.3.10 Depuración de la base de datos.	73
4.4 Encuesta a Realizar.	74
<i>Bibliografía capitular.</i>	84
<b>5. Estadísticos de la encuesta realizada: una ventana hacia la responsabilidad social corporativa Mexicana.</b>	<b>85</b>
Resumen Capitular	
5.1 Confiabilidad y validez (Alfa de Cronbach y Fórmula 20).	
5.1.1 Interpretación del coeficiente confiabilidad.	86
5.2 Perfil del ejecutivo de sustentabilidad corporativa.	89
5.3 Análisis de la información obtenida por la encuesta.	89
5.4 Buenas prácticas corporativas.	96
5.5 Resultados en congresos.	102
<i>Bibliografía capitular.</i>	104
<b>6. Propuesta de negocio para el área de responsabilidad Social corporativa</b>	<b>105</b>
<i>Resumen Capitular.</i>	
6.1 El costo financiero de la responsabilidad social corporativa.	106
6.2 Metodología a utilizar en la propuesta.	108
6.2.1 Variable dependiente.	108
6.2.2 Variable independiente.	109
6.2.3 Variable de control.	110
6.2.4 Método estadístico: el modelo RAP.	111
<i>Bibliografía capitular.</i>	114
<b>Conclusiones.</b>	<b>116</b>
Anexo 1. Encuesta subida a internet por el proveedor de servicios <a href="http://www.e-encuesta.com/">http://www.e-encuesta.com/</a>	123
Anexo 2. Soporte a empresas para resolver la encuesta.	129
Anexo 3. Carta de apoyo del Cemefi.	131
Anexo 4. Anexo estadístico al [02/09/2011 10:10:12 a.m.]	132
Anexo 5. Congresos asistidos a exponer tema de tesis.	138
Anexo 6. Listado de empresas que cotizan en Índices sustentables en el Mundo.	141
Anexo 7. Resultados de Alfa de Cronbach y Fórmula 20.	144

# Índice de cuadros y gráficos

---

Cuadro 1.1 Clasificación de la sociedad civil en México	10
Cuadro 1.2 Cómo se gobiernan y organizan las asociaciones de la sociedad civil.	14
Cuadro 1.3 Comparativo de corporaciones socialmente responsables.	15
Cuadro 1.4 Algunos ejemplos de innovación en corporaciones socialmente responsables.	16
Cuadro 1.5 Diferencias entre religión, derecho, ética individual y ética de la empresa.	19
Cuadro 1.6 Casos de grandes quebrantos en el mundo.	20
Cuadro 1.7 Marco jurídico implementado por la ONU en México.	23
Cuadro 1.8 Matriz entre responsabilidad social corporativa y otras situaciones empresariales.	24
Cuadro 1.9 Ventajas de implementar responsabilidad social corporativa en la empresa.	26
Cuadro 1.10 Circulo virtuoso de la ESR	27
Cuadro 1.11 Ejes de la responsabilidad social corporativa.	28
Cuadro 2.1 Sectores de la economía según grado de impacto social y ambiental.	43
Cuadro 2.2 Criterio utilizado por el FTSE4Good para medir el impacto medio ambiental.	44
Cuadro 2.3 Criterio utilizado por el FTSE4Good para tabular criterios sociales y de los inversionistas.	45
Cuadro 2.4 Criterio ocupado por el FTSE4Good para tabular derechos humanos.	46
Cuadro 2.5 Metodología ocupada por el Dow Jones de la sostenibilidad para ponderar el puntaje de las empresas.	47
Cuadro 3.1 Bibliografía relevante para el estudio.	58
Cuadro 4.1 Objetivos de la investigación.	62
Cuadro 4.2 Matriz de correlaciones.	63
Gráfico 4.1 Proceso de investigación.	64
Gráfico 4.2 Resumen de buenas prácticas corporativas a destacar dentro la encuesta.	67
Cuadro 4.3 Empresas que cotizan en la BMV y ostentan el título de ESR.	69
Cuadro 4.4 Empresas que cotizan en la BMV, ostentan el título de empresa socialmente responsable y son parte del Índice de Precios al Consumidor	72
Cuadro 4.5 Empresas que participarán en la encuesta.	74
Cuadro 5.1 Alfas de Cronbach y fórmula 20 para cada variable.	88
Gráfico 5.1 ¿En qué medida la responsabilidad social corporativa ha afectado positivamente la relación con los siguientes actores?	90
Gráfico 5.2 ¿Ha mejorado la responsabilidad social corporativa de manera positiva los procesos administrativos de su compañía con respecto a los siguientes rubros?	91
Gráfico 5.3 En qué medida la inclusión de los 4 ejes del distintivo ESR otorgado por el Cemefi ¿Le han resultado útiles en la comunicación con los siguientes actores?	92
Gráfico 5.4 Con base en su criterio ¿Usted cree que los siguientes actores se vean influenciados en su toma de decisiones al conocer que se ha obtenido el distintivo de ESR?	93
Gráfico 5.5 ¿En qué grado su empresa mantiene un vínculo de cooperación con las siguientes instituciones?	93
Gráfico 5.6 Si existe voluntariado corporativo en su empresa ¿Usted cree que ha ayudado a mejorar la integración de la empresa con los siguientes actores?	94
Gráfico 5.7 Existen beneficios financieros resultado de ser una ESR ¿Sí o no? ¿Por qué vía?	94
Gráfico 5.8 Enunciados de opinión.	95
Gráfico 5.9 Buenas prácticas sociales.	98
Gráfico 5.10 Buenas prácticas en gestión innovadora	98
Gráfico 5.11 Buenas prácticas en el desarrollo organizacional.	99
Gráfico 5.12 Buenas prácticas en el proceso de gestión.	100
Gráfico 5.13 Buenas prácticas relacionadas con el desarrollo sustentable.	101
Cuadro 6.1 Variables dicotómicas seleccionadas en base a encuesta.	110
Cuadro 6.2 Definiciones a utilizar en el cálculo del RAP.	111



## Resumen.

La Responsabilidad Social Corporativa<sup>1</sup> (RSC) ha tomado auge en los últimos 20 años. Esto desde que instituciones filantrópicas como el Centro Mexicano para la Filantropía, A.C.<sup>2</sup> (Cemefi) y Vertebración Social, A.C., en los años 1995 y 1997 respectivamente —se unieron a la Sociedad Civil (S.C.) en una sola voz— hacia la carestía de elementos sustentables en la economía actual que brinden esperanzas de un mejor futuro para la sociedad mexicana.

La RSC, como disciplina, ha creado espacios de interacción entre las empresas (2do sector) y la Sociedad Civil (3er sector). A manera de crear una conciencia social hacia el consumo de marcas de prestigio, previa legitimización del consumidor de los mismos.

Tomando empresas que cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores (BMV) y que ostenten el reconocimiento de Empresas Socialmente Responsables<sup>3</sup> (ESR) de cualquier ramo. Se planea obtener conceptos socialmente responsables y de buenas prácticas corporativas (BPC) que ayuden a crear un tabulador para elegir carteras que incluyan conceptos sociales.

Esto con el objetivo de proponer un modelo econométrico que mida el impacto de la Responsabilidad Social (RS) de las empresas mexicanas y si estas aumentan su valor en el mercado accionario por aplicar o no la RSC.

La RSC se ha convertido en una palanca clave de creación de valor, afectando la viabilidad financiera de la empresa. Para probar esto, se pretende usar como ejemplo, indicadores de valuación actualmente utilizados internacionalmente (Índice *Dow Jones de la Sostenibilidad*<sup>4</sup> y *FTSE4Good*<sup>5</sup> por ejemplo). Con el objetivo de elegir las mejores prácticas corporativas aplicadas a nivel mundial y como su implementación afecta positivamente a las empresas mexicanas que cotiza en la BMV.

Palabras Clave: Responsabilidad Social, Sociedad Civil, Buenas Prácticas Corporativas.

<sup>1</sup> Responsabilidad Social Empresarial, es el compromiso consciente y congruente de cumplir integralmente con la finalidad de la empresa, tanto en lo interno como en lo externo, considerando las expectativas económicas, sociales y ambientales de todos

<sup>2</sup> Es una A.C. 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. Su sede se encuentra en la Ciudad de México y su ámbito de acción abarca todo el país

<sup>3</sup> Distintivo otorgado por el Cemefi.

<sup>4</sup> El índice Dow Jones de Sostenibilidad (*Dow Jones Sustainability Indexes*, DJSI), es la variante de la bolsa de Nueva York para empresas que cumplan los requisitos de sostenibilidad demandados.

<sup>5</sup> Los índices FTSE son ampliamente utilizados por inversores de todo el mundo para analizar la estrategia de inversión, el Performance, el *asset allocation*, el *portfolio hedging*, y para la creación de fondos indexados o cotizados.

## Abstract.

In Mexico, since 1995, the Corporate Social Responsibility (CSR) and the philanthropic association such as Cemefi have become successful by joining forces with the Mexican civil society against the lack of sustainable elements in the current economy in order to try and bring hope of a better future for Mexican society. Since then, the CSR has acquired a notable visibility in our country and has spread in the economical field that form our society, a social awareness towards the consumerism of luxury brands and it is also legitimized by consumers. If we take as an example the companies that quote in the BMV stock market and that are recognized as socially responsible in wherever field they work, the plan is to obtain socially responsible concepts that help create a tabulation to select an investment folders that include social concepts. The aim of these is to propose a model that would help to measure the real impact of social responsibility in the relationship that exists between the increase of the stock value and the practice of social responsible activities. Indicators of social value commonly used internationally are going to be put into practice. This would be an idea of the most efficient strategies used in companies all over the world and as to how its implementation possibility affects Mexican companies that quotes in the BMV stock market.

Key Words: Social Responsibility, Civil Association, Social Corporate Values.

## Diseño del protocolo de investigación.

### I. Objetivos generales.

El objetivo de la investigación es delimitar el grupo de empresas que cotizan en la BMV y realizan acciones filantrópicas o participan en el esquema de ESR; ello con el fin de investigar las prácticas sociales predominantes y proponer un modelo que permita medir el rendimiento obtenido en el precio de la acción por aplicar esquemas sociales.

Un objetivo colateral sería establecer un comparativo entre el comportamiento del precio de estas acciones durante un periodo de 10 años y otras carteras de inversión menos sociales, con la finalidad, de crear un Ranking de empresas mexicanas que conformen un índice de sostenibilidad que cotice en la Bolsa Mexicana de Valores<sup>6</sup> (BMV).

### II. Objetivos particulares.

Será necesario efectuar una revisión exhaustiva entre las acciones del segundo y tercer sector con el objetivo de lograr lo siguiente:

1. Valorar si la S.C. es útil para el correcto funcionamiento administrativo y de control del riesgo de una empresa.
2. Construir un catálogo de buenas prácticas corporativas, en la cual, las Asociaciones de la Sociedad Civil y las Empresas deben tomar en cuenta en su quehacer social.<sup>7</sup>
3. Valorar métodos de participación de las A.C. dentro de la empresa a manera de puntualizar si su interacción es factible para la correcta operatividad de ambas.

### III. Hipótesis.

*“La integración proyectos de negocios empresariales junto con el trabajo social de las asociación de la sociedad civil brinda beneficios financieros y de administración del riesgo —a mediano y largo plazo— afectando la rentabilidad de las empresas”*

En México, el desarrollo de un catálogo de BPC aplicadas es materia inexplorada. Por lo que este construye una propuesta que permita medir la rentabilidad —o no— de aplicar políticas sociales en la empresa mexicana y con esto saber en un posterior estudio si es rentable de tan ardua labor<sup>8</sup>. Por lo que la hipótesis secundaria será.

<sup>6</sup> Para mayor información favor de consultar [http://www.deloitte.com/assets/Dcom-Mexico/Local%20Assets/Documents/mx%28es-mx%29Folleto\\_indice\\_sustentabilidad.pdf](http://www.deloitte.com/assets/Dcom-Mexico/Local%20Assets/Documents/mx%28es-mx%29Folleto_indice_sustentabilidad.pdf) [30/08/2011 09:36:51 a.m.]

<sup>7</sup> Este estudio está limitado —en gran parte— al grupo de empresas que cotizan en la BMV y ostentan el reconocimiento de ESR. La razón se ampliará con más detenimiento a lo largo de la investigación.

<sup>8</sup> Promover y articular la participación filantrópica, comprometida y socialmente responsable de los ciudadanos y sus organizaciones, para alcanzar una sociedad más equitativa, solidaria y próspera.

“El ser ESR influye en el incremento del valor de las acciones de las empresas que cotizan en la BMV.”

#### IV. Metodología.

##### a. Sobre el carácter de la investigación.

La investigación tiene carácter exploratorio. Debido a que en México, no se tiene la suficiente información para crear indicadores sociales que puedan medir el valor o el desempeño de la responsabilidad social.

Mediante el apoyo de A.C. y con un planteamiento basto del Estado del Arte de la RS<sup>9</sup> se plantea una forma de medir este desempeño. Esto utilizando lo que la empresa mexicana hasta ahora sabe, usa y puede dar a la sociedad. Ejemplos hay de sobra, más adelante se expondrán, en la que empresas y la S.C. han desarrollado aspectos económicos muy sensibles.

Este estudio propone un trabajo en conjunto con las empresas mexicanas líderes en RS y las A.C. Con el fin de conocer elementos clave de la RS dentro de las empresas mexicanas, así como sus virtudes y debilidades.

Se encuestarán mediante un instrumento de opinión cuya población a estudiar es tará definida por los siguientes conceptos:

- Empresas mexicanas o extranjeras que tengan operación en México.
- Que coticen en la BMV.
- Que están reconocidas como ESR.
- Que sean comparables con Índices de Sustentabilidad ya cotizando en las Bolsas de Valores alrededor del mundo.

Por último se propondrá un modelo econométrico para demostrar en estudios posteriores que estas carteras pueden ser muy rentables en el mediano y largo plazo.

Esta investigación es importante ya que permite cimentar las bases de la RSC en México. Las bondades de este ejercicio son ampliamente estudiadas en numerosos documentos de trabajo académico siendo pobre el manejo de estos temas en México.

<sup>9</sup> Visite capítulo 3 de esta tesis para mayor información.



En países europeos, asiático e inclusive Brasil, llevan ventaja hablando de estos temas. ¿Cómo manejar esta nueva forma de hacer negocios? es una gran incógnita, no se sabe cómo podría responder la sociedad mexicana ante nuevos retos como este. Por lo que el primer paso podría ser exploratorio en un tema extremadamente debatido aunque aún no explotado del todo.

### **b. Sobre el diseño.**

Esta investigación es de carácter exploratorio. Para esto, se realizará una encuesta de opinión a manera de rescatar las bondades de la RSC en México.

Posteriormente se planea en un segundo estudio, el realizar una investigación de carácter longitudinal de tendencia<sup>10</sup> (Sampieri, 2010), ya que se analizará el cambio en el precio de la acción de empresas que cotizan en la BMV por 10 años, comparado varias carteras de inversión con el objetivo de valorar el efecto de la RSC en el aumento de la acción. Para llegar a esto, una investigación exhaustiva de la RSC y de las BPC será necesaria.

---

<sup>10</sup> Son aquellas que analizan cambios a través del tiempo (en categorías, conceptos, variables o sus relaciones), dentro de alguna población en general. Su característica distintiva es que la atención se centra en una población.

## Capítulo 1. Altruismo, filantropía, caridad: ¿responsabilidad social corporativa?

### *Resumen Capítular.*

En este capítulo se construye un esbozo del por qué las asociaciones de la sociedad civil surgieron en México como una respuesta a la inequidad distributiva dentro del sistema económico actual y como las empresas fueron adoptando estos esquemas con el objetivo de dar una cara amable a la sociedad mexicana. Es decir, cómo poco a poco fueron encontrando valor en esta ardua tarea de ser socialmente responsable.

Este es un tema de gran interés hoy día en México y el mundo. Conforme se avanza en la carrera infinita del conocimiento, se crean nuevas tendencias las cuales justifican la aplicación de estas prácticas a empresa de cualquier sector. Una empresa funciona mejor tras implementar esquemas de RSC, por lo que en este capítulo se recogen todas las virtudes que se ven a simple vista en México y en el mundo con el fin de justificar la importancia de este trabajo de tesis.

Es de interés para este trabajo de tesis el resolver las siguientes cuestiones ¿dónde gano yo, en todo esto de la RSC cómo empresa y con leer este trabajo?, ¿por qué ayudar a gente que no puede ayudarse a sí misma? Esto sí, la única prioridad que un empresario posee para con la sociedad, es crear puestos de trabajo sin importar si estos son correctamente remunerados —o no— y pagar impuestos para que el gobierno haga su trabajo. Palabras fuertes de empresarios que no entienden que para el oído común de cualquier ciudadano, no solamente de México sino de cualquier parte del mundo, resultarían anti sonante.

Para efectos didácticos se dividirá a la RSC en dos caminos creadoras de valor; en la primera, se evaluará a la S.C. como un esfuerzo de la ciudadanía por ayudar a los que no se pueden ayudar a sí mismos. Por otro lado, trataremos a la RSC, como la correcta asignación de recursos, que siendo escasos para la empresa, se utilizan en proyectos de acción social que repercuten en algún momento en el valor de la empresa.

Se empezará con un estudio realizado por (Havas Media, 2010)<sup>11</sup> el cual revela lo siguiente:

“Se realizó una encuesta a cerca de 50,000 consumidores alrededor del mundo sobre su percepción de 300 marcas y 12 sectores de la industria en 14 países diferentes. Esto con el objetivo de saber su percepción sobre los productos promocionados por esta empresa de Marketing y su RSC como empresa. En ella

<sup>11</sup> Rescatado de <http://havasmedia.com/meaningfulbrandsinfographic/> [01/12/2011 09:46:51 a.m.]

se obtuvieron alarmantes resultados de los que se mencionan algunos cuantos de relevancia para este tema.

- 85% de los consumidores en el mundo esperan que las compañías se vean envueltas en la solución de problemas sociales y ambientales.
- 57% cree que esta es su prioridad para hacer a una compañía más responsable.
- 53% pagaría más por un producto maquilado de manera responsable.
- 72% de los consumidores exige a los corporativos y no al gobierno resolver problemas sociales y del ambiente.
- ¡El número de críticos ha aumentado!, 64% de los consumidores considera que la RSC se implementa en las compañías para mejorar su imagen y no por su interés real en aspectos sociales.
- Solo el 28% de los consumidores alrededor del mundo piensa que las compañías están trabajando duro para resolver temas sociales.
- Las contradicciones se mantienen. El consumidor favorece cada vez más productos que estén comprometidos con el medio ambiente y la sociedad.”

Es importante y a la vez interesante mencionar que países de alta industrialización y pertenecientes al BRIC<sup>12</sup> (Brasil, China, India, Rusia) estén muy interesados en sus problemas sociales y medio-ambientales, lo que deja una gran lección, a los que apenas incursionamos en estas prácticas.

Algo que debo advertir antes de empezar la revisión es que en este trabajo, todos los sectores<sup>13</sup> involucrados tienen algo que ver. La RSC se puede definir en primera instancia como la interacción entre los tres sectores de la economía en lo que llamamos mercado y contribuyen al desarrollo del país, región o sector seleccionado. En ningún momento una de estas partes es autónoma ni puede sola en la gran tarea de redistribuir adecuadamente los recursos del país.

Es verdad que la forma de actuar de las Empresas y de la S.C. es diferente de acuerdo al contexto donde está inmersa. Por ello, funciona diferente de país en país y en diferentes culturas. Sin embargo, esta genera valor para todas las partes involucradas.

<sup>12</sup> El nombre o concepto BRIC (en inglés suena como "ladrillo"), recoge la primera letra de 4 países: Brasil, Rusia, India y China. El término BRIC fue creado en 2001 por el economista Jim O'Neil de Goldman Sachs, en base a su previsión de que estas cuatro economías (Brasil, Rusia, India y China) serían las dominantes en el año 2050.

<sup>13</sup> 1er sector, gobierno; 2do sector, empresariado; 3er sector, social o filantrópico.

## 1.1 La sociedad civil como brazo derecho en la generación de valor para las empresas.

El beneficio que las A.C. pueden darle a las empresas es bastante extenso. Comprende desde los beneficios fiscales, hasta promoción, cultura y buen ambiente de trabajo dentro de las empresas. Lo primero a revisar es porque las A.C. son tan importantes ¿qué gana y o regalando dinero para que otros mejoren su nivel de bienestar? bueno las razones se mencionan en ensayos de hace casi 20 años en EEUU y Europa.

(Newman, 2006) menciona que la creación de una fundación es capaz de desarrollar una zona devastada por la pobreza y la marginación. El desarrollo de la asistencia social y capitalización es tan diseñados para mejorar los flujos de efectivo y cultivar clientes para futuras empresas; esto mejorando su nivel de vida al haber mercado para proyectos rentables. Lo cual abre las puertas a una sociedad donde se desarrollan las oportunidades de educación y empleo, disminuyendo el crimen.

Los objetivos económicos y sociales no deben estar peleados (Porter y Kramer, 2002). Las empresas no funcionan sin lo social —de hecho— su capacidad de competir depende en gran medida de la situación en la que la empresa se encuentre inmersa socialmente en determinado momento. Su capacidad de usar trabajo, capital y recursos naturales para producir bienes de alta calidad. La productividad depende de tener trabajadores que están educados, sanos, con buenas prestaciones sociales y motivadas por una sensación de oportunidad. Esto no se logra de otra forma que ayudando a que la sociedad donde está inmersa la empresa cumpla con sus expectativas sociales.

(Henderson, M. Todd y Malani, 2009) mencionan una frase que Bill Gates comentó en la Universidad de Harvard sobre que “la Filantropía Corporativa es hacer cualquier cosa excepto hacer la mayor cantidad de dinero posible” A pesar de ser una carga para las empresas el ser ESR, estas prácticas son necesarias para ayudar a aquellos a los cuales el mercado no puede ayudar.

Entonces, quien se encarga de desarrollar una zona marginada donde cualquier compañía perdería su capital al no encontrar mercado favorable para sus productos. Las fundaciones también compiten por recursos para desarrollar áreas marginadas por la pobreza, lo cual es una característica de cualquier empresa. Pero claro ¡para ayudar! el dinero es importante.

La filantropía más allá de ayudar a los que el mercado no puede, compra buena voluntad de tres sectores muy importantes en el desarrollo de una empresa; los consumidores en primer lugar, sin su confianza sería imposible lograr los objetivos y la misión de la empresa; de los empleados, los cuales sin su arduo trabajo y dedicación a la organización simplemente no



funcionaría. El ser humano requiere saber, aparte de la remuneración, que está trabajando por algo mejor para él y para los que vengan; y en tercero está el marco jurídico regulador, una empresa bien vista es una empresa que se dice responsable.

¿Por qué las corporaciones filantrópicas son estratégicamente más importantes que sus competidoras? Porque cabe mencionar que la filantropía, en general, compite por recursos escasos para hacer mejor las cosas. El Gobierno y las Organizaciones no Gubernamentales atienden con recursos públicos aspectos que para el mercado resultan improductivos, las empresas atienden sectores vulnerables para sentir que regresan algo a la comunidad.

Entonces, ¿Por qué las empresas en conjunto con las A.C. son tan estratégicas para esta labor corporativa? Las corporaciones son en muchas ocasiones mejores que sus competidoras en el sector no lucrativo, tienen ventajas al interesarse en lo común, desarrollando a la economía y haciendo que el mercado funcione. Por ejemplo, si se desea invertir en el mercado de la hoja de guayabo, no sería lógico que ayudando a la situación de los productores, este acto derive en una mejora en los estándares de calidad de la materia prima y así del producto final. Si hay dudas sobre que esto pueda ser real, hay un caso realizado por Genomalab SAB y la Universidad Veracruzana S.A. de C.V. que en conjunto con el programa DiproCafe se pudo desarrollar zonas marginadas de Veracruz y volverlas productivas.<sup>14</sup>

Siguiendo la línea filantrópica y como esta tiene el poder de alterar la percepción de l producto de cualquier empresa. Tiene su premisa en responder ¿Por qué la filantropía es una actividad redituable? La respuesta podría estar en “sentirse bien”, ayudar a otros se siente bien y los que ayudas se sienten aún mejor. Se crea un círculo virtuoso que alivia las necesidades sociales del mercado.

En una tesis realizada por Teresa García (García, 2005) periodista y presidenta de una Institución de Asistencia Privada (I.A.P.) “Fundación para la promoción del altruismo, A.C.” se comentará brevemente como está conformada la S.C. en nuestro país. Ayudaría muchísimo para saber, por breviarío cultural, ¿Por qué este tema es importante? Por amor, por dinero, por autosatisfacción, la verdad es que son todas y ninguna a la vez, las fundaciones nacieron en primer lugar por una necesidad. Es claro que esto cuesta, y aquí es donde entra el aspecto de sustentable de las corporaciones filantrópicas. El amor alimenta el cuerpo y el alma pero seguro no le paga a mi secretaria particular, es sustentable el proyecto o no, de ahí viene un aspecto fundamental en la S.C. y es ¿Cómo financiarlas? He ahí la labor titánica de muchos hombres que quieren y es tan conscientes de que las cosas pueden hacerse diferentes y cuando el hacerlos tan diferentes puede ser más contraproducente que benéfico.

<sup>14</sup> Para mayor información favor de consultar <http://www.genommalab-esr.com/categoria/ambiente/> [01/12/2011 10:36:21 a.m.]

Para cerrar esta idea, en el Cuadro 1.1 se diferenciará entre filantropía, altruismo y caridad que no son iguales, pero seguro tienen mucho en común y es la base sustento del actuar ético de la empresa, parte importante, a mi humilde punto de vista, e ineludible a la hora de hablar de negocios.

**Cuadro 1.1 Clasificación de la sociedad civil en México**

	Sustentabilidad	Autosustentables	Dependientes
<b>Tipo de Organización</b>	Instituciones de asistencia privada Sociedad civil Organizaciones no gubernamentales Fideicomisos Fundaciones	Son aquellas que teniendo una fuente directa de recursos económicos no necesitan donativos, pero como cuentan con autorización para recibir recursos donados por terceros, se benefician de ambas maneras	Son aquellas instituciones que, por su origen y actividad dependen de la generosidad social para su sostenimiento.
<b>1er piso</b>	Las que ayudan directamente a personas y grupos humanos necesitados de asistencia, promoción y desarrollo.	Creación de fundaciones afines a las ya existente. Nacen por el deseo de sus fundadores y no por necesidad. Amplia promoción y acceso a medios.	Nacen de la necesidad, generalmente son altruistas 100% y se dan en sectores religiosos
<b>2do piso</b>	Las que funcionan como centros de acopio y recaudación y promoción de fondos para su distribución entre las organizaciones de primer piso.	Instituciones de promoción altruista con gran capacidad de comunicación al público en general y a las empresas de proyectos filantrópicos que requieren recaudar fondos. Generalmente Fundaciones e IAP's	Principalmente constituida por organizaciones religiosas que hacen promoción humana y de la Fe.
<b>3er piso</b>	Las que mediante el cabildeo realizan actividades políticas.	Participación del gobierno en sus tres niveles para que "en lo que el gobierno en turno le parezca correcto", realizar actos de distribución y saneamiento de la pobreza y la marginación.	Clase política que realiza promoción del "altruismo" y las Buenas Prácticas humanas generalmente para conseguir votos en periodos electorales.
	Modo de promoción	Filantropía	Caridad y Altruismo
<b>Fuente: elaboración propia con base en (García, 2005; 3-5)</b>			

Ahora, para que estas organizaciones se sustenten, sería interesante revisar las Instituciones que fondean a estas organizaciones para poder existir como tales, en las que encontramos diversos donantes:

- Primer donante en México, como en muchos otros países seguramente lo son, son las grandes corporaciones, de ahí su gran importancia en el estudio. No hay gran corporación que no tenga o apoye por lo menos a una fundación, sobre todo en un país tan desigual como lo es México.
- El segundo donador es el gobierno, ya que es más usual encontrarlo participando en aquellos sectores donde el mercado simplemente no encuentra utilidad, pero debido a la gran cantidad de carencias, es difícil que estos recursos lleguen en igual proporción e inclusive de forma gratuita o comunitaria. Sin embargo las Instituciones de la S.C. no son en ningún momento sustitutos para los servicios que brinda el Gobierno, sino que se intenta ser un complemento para los mismos.
- El tercer donante y de mucha importancia para una Institución de la S.C. es el ciudadano común, sin él, el proceso de autenticación en sociedad no se lleva a cabo.

Las Instituciones de la S.C. son actores que funcionan como bancos de la sociedad, potencializan recursos locales, crean sinergias y generan confianza. Contribuyen a garantizar la continuidad de proyectos sociales y comunitarios. Independientemente de lo que asegure

—o no— en el sector gubernamental o el de las empresas, se afirma la autonomía del tercer sector como uno con importante flujo de fondos y capacidades.

La S.C. potencializa los recursos existentes a nivel local, generando sinergias económicas y políticas en las cuales tienen la capacidad de funcionar como articulador social. Es decir, funcionando como bisagras bien acitadas, creando sinergias y deteniendo procesos de desarrollo (Hamilton, 2004).

Las A.C. son más competitivas analizándolas desde un punto de vista corporativo, (Henderson, M. Todd y Malani, 2009) lo define en cuatro puntos los cuales expongo a continuación:

- Habla de la ventaja comparativa que tiene la A.C. en situación de mercado con respecto a las demanda en materia prima, es de esperarse que la empresa —la cual está interesada en un producto en particular— quiera mejorar la situación productiva del lugar donde desea instalar su negocio. Las A.C. brindan el puente adecuado para hacer es todo posible haciendo que las cadenas de proveedores funcionen adecuadamente ¿Cómo? El ejemplo del negocio arriba mencionado del mercado del guayabo ilustra bien el tema.
- La segunda ventaja es que a través de las A.C. se puede generar más productos altruistas de lo que generaría el gobierno y las empresas juntas; claro, esto es posible solo a través de este sistema.
- El sector no lucrativo a diferencia del gobierno y las ONG están fuera de la política del país, por lo que son más libres de aplicar el recurso de la mejor manera posible para mejorar el nivel económico de la población y reactivar la economía. Las A.C. pueden identificar en conjunto con los sectores donantes dónde detonar la inversión —recordando claro está— que estos también compiten en un mercado en la que la ventaja de uno es la desventaja de otro.
- Ahora las empresas comparten costos con Instituciones de la A.C., ya que hacer el bien también incurre en problemas de agencia.

Una observación final, pero no menos importante, es el medio en el cual se desarrollan las A.C. Un ejemplo práctico de esto, lo podríamos observar en la película de “El Padrino (The GodFather) en su tercera parte, una frase celebré menciona que “la caridad es un negocio” y efectivamente las relaciones altruistas generan contactos que el gobierno o las ONG’s no hacen por estar soportadas en un margen político muy frágil.

Las A.C. son dependientes de las donaciones que logren captar de sectores tanto gubernamental como empresarial. Sin embargo la S.C. se ha convertido en controladora del riesgo, en especial en generar mejores condiciones de desarrollo donde no las hay. Es la S.C. la que brindan en el mundo corporativo una imagen aceptable y una visión positiva de

unirse o fusionarse con la empresa; esto con el objetivo de lograr mejores capacidades para la empresa que desea unir fuerza para entrar a otro mercado. Para ello estaría dispuesta a participar proveyendo recursos y la A.C. haría su trabajo al brindar un mejor panorama y expectativas para los demás sectores (Wang, Choi y Li, 2008).

## 1.2 La filantropía corporativa como proceso innovador de las empresas.

Para saber el rumbo de la filantropía moderna en México es necesario conocer antes cual es su relación con respecto a las empresas mexicanas. Ya que el principal objetivo de las A.C. es funcionar como intermediarios de recursos, que fluyan de manera sustentable, para brindar apoyo a las sociedades. El nuevo enfoque que debería dársele a las fundaciones, tiene como premisas la participación del empresariado mexicano en la formación de valor en las comunidades, invirtiendo en proyectos que le generen valor a la población y se traduzcan en un mejor nivel de vida.

Antes de entrar de lleno en si funciona o no las A.C. y las empresas en conjunto. Será necesario revisar las actitudes de la empresa frente a la filantropía (Torres, 2008) la cual arroja los siguientes resultados según las A.C. censadas en este trabajo.

- 54% iniciaron sus acciones filantrópicas hace más de 10 años y 19% entre hace 5 y 9 años.
- Opinan que los problemas sociales actuales rebasan la capacidad del gobierno para resolverlos y por ello se requiere la colaboración de otros sectores. Sin embargo, no buscan sustituir al gobierno, sino colaborar con éste y otros actores para contribuir al desarrollo social.
- Sus principales motivaciones para realizar acciones filantrópicas son su compromiso y obligación con la sociedad (39%), su deseo de contribuir a una relación armoniosa entre la empresa y su comunidad (26%), su interés por mejorar su reputación e imagen (15%). Este último se define como el principal objetivo de negocio que se persigue con estas acciones (42%). También destaca que un número importante de empresas (22%) dijo no buscar ningún objetivo de negocios a través de sus acciones de filantropía.
- Los principales beneficios que obtienen son el reconocimiento de la comunidad y la lealtad, orgullo y mayor conciencia social por parte de sus empleados.
- Las áreas de inversión social con más menciones fueron educación (73%), medio ambiente (58%), desarrollo comunitario (58%) y niños (58%). Las que menos menciones tuvieron fueron VIH/SIDA (9%), microcrédito/proyectos productivos (13%), derechos humanos (16%) y ciencia y tecnología (17%).
- Casi las dos terceras partes dirige sus acciones filantrópicas a áreas geográficas muy específicas, generalmente cercanas a la matriz de la A.C.

Ante un mercado cada vez más global, corporaciones cada vez más voraces y la incapacidad del estado de encontrar un contrapeso efectivo, capaz de mantener la equidad en la



distribución social de los recursos a todos los participantes, ha hecho necesario la creación de organismos de autocontrol dentro de las organizaciones. Esto con el objetivo de brindar y compartir parte de la RS por la depredación excesiva de recursos, sin lugar a duda, una responsabilidad corporativa.

Los gobiernos esperan que la RSE avance de manera continua y disminuya la degradación ambiental, mientras que las compañías esperan mantener sus operaciones y evitar intervenciones legales de terceras partes por sus actos. Es decir, la fundación nace con el objetivo primero de redistribuir mejor ante la inequidad social y esto, muchas veces se ve negociado con intereses egoístas.

Este trabajo trata de analizar en su primera instancia si las fundaciones son buenas financieramente para las empresas y si las empresas estarían dispuestas a obtener ciertas ventajas en la correcta distribución del ingreso que esta unión genere.

Ahora, es importante mencionar que hay diferentes tipos de RSC, por lo que aquí no estará en cuestión si la empresa practica —o no— actividades filantrópicas. Sino que tipo de prácticas pone en marcha en su negocio y si estas le dan un beneficio financiero al incorporarse dentro de la empresa.

La implementación de una fundación varía de país a país, inclusive no tiene que estar ligada fundamentalmente a una empresa. Sin embargo, todas ellas siguen responsabilidades más allá del deber legal o negociable, algunos inclusive lo piensan como una obligación e implementarlas; por lo que, a pesar de que las prácticas pueden no ser homogéneas entre diversos países —su alcance— si supera la responsabilidad económica que la empresa tiene con sus socios y el marco legal vigente en el país donde se implemente. Es decir, si una empresa no es productiva, muere y si no sigue la normatividad vigente, el mecanismo legal hace su trabajo y la empresa es sancionada.

Es importante reconocer que las Instituciones de la S.C. siguen un régimen regulatorio implementado por el gobierno, aunque es muy amplio y deja espacio a mucha interpretación. Esto lo menciono brevemente y sin ánimos de redundar mucho en el Cuadro 1.2, ¿Por qué?, porque el interés de este trabajo es demostrar la rentabilidad de aplicar RSC y no de la S.C.

Entonces que motiva a una empresa a integrar una fundación en su proceso laboral. (Husted y Jesús Salazar, 2006) distinguen tres tipos de responsabilidad corporativa. Diferenciando entre altruismo, estrategia corporativa o simple pero remunerador egoísmo. ¿Por qué una empresa decide incursionar en una fundación? no siempre es claro y puede responder a

muchos aspectos estratégicos, comerciales y sociales; muchas veces se puede convertir esto en un juego por demás complicado.

Inclusive para no alarmar al lector —deben creer que no es mi intención— podría formularse como una respuesta de carácter reactiva a las constantes crisis del modelo actual de producción; también se podrían pensar de manera proactiva y canalizar estos esfuerzos a plantear un mejor futuro. Lo claro está en que muchas estrategias lideradas por fundaciones han tenido éxito dentro de las empresas, mejorando y nivelando el estrés en muchas partes que, la fría vista de la corporación, no puede evitar por ser su naturaleza, de ahí la capacidad de autorregulación que tienen las fundaciones sobre la misma.

**Cuadro 1.2 Cómo se gobiernan y organizan las asociaciones de la sociedad civil.**

<b>Instituciones de Asistencia Privada (I.A.P.)</b>	Ley de Instituciones de Asistencia Privada (LIAP), Junta de Asistencia privada, Patronato, Directivos, Voluntarios, Beneficiarios
<b>Asociación Civil (A.C.)</b>	Asociados, Consejo, Equipo operativo mínimo, Afiliados (personas e instituciones)
<b>Fideicomiso</b>	Afianzadora, Consejo, Equipo operativo mínimo
<b>Sociedad Civil (S.C.)</b>	Socios, Equipo operativo necesario
<b>Organizaciones no gubernamentales (ONG)</b>	Voluntarios con grandes recursos propios o subsidiados por dueños de empresas, partidos políticos y/o organismos internacionales de derechos humanos. Aquí los temas son más importantes que las personas en el sentido de que, se propone un objetivo social y/o político casi siempre vinculados a asuntos jurídicos e ideológicos.

Fuente: cuadro rescatado de (García, 2005; 6)

(Halme y Laurilla, 2008) distinguen al menos tres posibles interacciones entre la empresa y la A.C. Explico brevemente y paso inmediatamente en el Cuadro 1.3 donde se ejemplifican casos concretos de interacciones exitosas entre la empresa y lo social.

- **Filantropía** (haciendo énfasis en la caridad, la responsabilidad y el voluntariado) Estas prácticas se realizan generalmente como actividades extras a partir de una base laboral, generalmente buscando reconocimiento social del producto, o simplemente mejorar su imagen.
- **Integración social – corporativa** (haciendo énfasis en el manejo responsable de los negocios ya existentes y la implementación de BPC). Combinan su actividad principal con la de la fundación considerándolo como una parte integral del negocio y carta de recomendación acerca de sus BPC, excelencia en sus productos, satisfacción del cliente y del empleado.
- **Innovación social – corporativa** (haciendo énfasis en el desarrollo de nuevos modelos de negocio para resolver problemas de desarrollo social y protección del medio ambiente). Aquí la empresa invierte en nuevos productos que signifiquen una menor carga social y ecológica para la sociedad en su conjunto, respondiendo a crecientes demandas de productos de este tipo en el mercado. Con esto se gana que cada vez más gente puede adquirir el producto teniendo la seguridad de que este será amigable con el ambiente, ayude a un determinando estrato social o genere sinergia en el ámbito productivo.

**Cuadro 1.3 Comparativo de corporaciones socialmente responsables.**

Dimensión de las acciones	Tipo de acción de la Corporación Socialmente Responsable		
	Filantropía	Integración Corporativa	Innovación Social
<b>Relación con la actividad principal de la empresa</b>	Fuera de la actividad principal de la empresa	Cerca de la actividad empresarial	Expandiendo las líneas de negocio o creando nuevas
<b>Nivel de responsabilidad</b>	Actividad extra	Parte fundamental del desarrollo social y ambiental del negocio empresarial	Generación de nuevos productos o servicios
<b>Beneficio esperado</b>	Mejoramiento de la imagen empresarial	Mejores prácticas y BPC	Aligeramiento de la carga social y ambiental
<b>Ejemplo</b>	Donaciones de Microsoft a caridades. Empleados de Merck construyendo casas de madera para sectores marginados.	Certificación de plantas con ISO 14001* o SA8000**.	Modelo de negocio implementado por CEMEX Construyendo patrimonio a través de microcréditos.

Fuente: cuadro rescatado de (Halme y Laurila, 2008; 330)

\*ISO 14001. El objetivo de estas normas es facilitar a las empresas metodologías adecuadas para la implantación de un sistema de gestión ambiental, similares a las propuestas por la serie ISO 9000 para la gestión de la calidad.

\*\*SA8000. Es una norma uniforme, integral, global y verificable para auditar y certificar por terceros el cumplimiento de la RSC.

Entonces se sostiene que llamar social a una empresa es responsable siempre y cuando este sustentado en crear nuevas soluciones a problemas sociales y ambientales, agregando prácticas socialmente responsables a su esquema de producción habitual.

Lo que se intenta probar es que la RSC si paga —sino en el corto plazo— si en el mediano y/o largo plazo, formando empresas en la que es un privilegio trabajar y formar parte de sus filas. Esto se puede ver reflejado económicamente hablando en la lealtad de los empleados, en relaciones duraderas con los clientes, un mejor manejo del riesgo (especialmente financiero) y mejoras en la eficiencia de la productividad (Reinhart, 1999). En un segundo aspecto, varios estudios revelan que es productiva la RSC con respecto a la mitigación de la carga ambiental (Nakao et al., 2007; Porter y Van Der Linde, 1995).

Por lo tanto hay cierta evidencia empírica de que el tipo de RSC que se practique influye de manera importante y positiva en el desempeño financiero de la empresa. (Husted y Jesús Salazar, 2006) indican que la filantropía forma más una herramienta estratégica que el altruismo puro. Es decir, para la empresa es más valiosa la fundación como herramienta estratégica que como organización filantrópica propiamente. Simplemente puede considerarse como estratégica por adherirse al plan de negocio y ayudarle a alcanzar sus metas.

Todo proceso económico y social tiende a la integración, hasta que funcionan como una sola, tienden a la innovación. En la Cuadro 1.4 se muestran algunos ejemplos de RSC innovativa.

**Cuadro 1.4 Algunos ejemplos de innovación en corporaciones socialmente responsables.**

Modelo de negocio	Descripción	Problema social	Solución	Beneficio Social
<b>Cemex – Patrimonio Hoy</b>	Microcréditos para añadir nuevos cuartos a una construcción. Uno por Uno.	Los sectores sociales desprotegidos no cuentan con recursos para comprar material para terminar la construcción	Créditos familiares que permite usar pequeños o infrecuentes salarios como aval.	Se creó un nuevo esquema de negocio para un nuevo sector que antes estaba marginado.
<b>ICICI Bank’s* micro-credit scheme</b>	Microcréditos para gente del campo que no tiene acceso a la banca tradicional.	Dificultades para mantenerse y trabajar por no tener acceso a un capital inicial.	Se crean grupos de apoyo en la localidad a los que se le da el crédito, generalmente a la palabra.	Entrando a un nuevo segmento de mercado el cual es muy provechoso.
<b>ITC’s** eChoupal’s direct soy vean procurement</b>	Se compra la soya directa de los productores sin intermediarios	Inequidad e ineficiencia de la cadena de producción. Ingresos demasiado bajos por intermediarismo	Uso y adiestramiento en tecnología: Internet, Basculas electrónicas, Empaquetamiento, Pagos iniciales	Se obtiene producto de calidad por competencia.

Fuente: cuadro rescatado de (Halme y Laurila, 2008; 332)  
 \*ICICI Bank. Es el 4to banco y centro financiero más grande de la India, con presencia en 19 países incluyendo el nuestro a través de INVERTIA.  
 \*\*ITC. Es la subsidiaria India de British American Tobacco, su negocio incluye hoteles, comida y papel.

En realidad poco se ha escrito en Latinoamérica acerca de que se debe y no hacer en materia de RSC, sin mencionar el marco regulatorio que como sociedad merece a cada país en donde se instala una A.C. Los más adelantados en el tema son las fundaciones españolas que, desde 1994, han iniciado en la Asamblea general del Centro Europeo de Fundaciones<sup>15</sup>, sacando un pequeño listado de lo que ellos consideran prácticas a seguir en la gestión de una fundación y menciono a continuación: 1. Cumplimiento de las leyes, 2. Gobierno, 3. Programa de apoyo, operaciones y políticas, 4. Dirección: gestión y finanzas, 5. Comunicación y transparencia, 6. Evaluación y supervisión, 7. Cooperación.

Ahora, ¿son estos principios éticos válidos solo para las fundaciones?, ¿serán las afirmaciones anteriores ciertas y solo funcionan para las fundaciones? Basta compararla con otro documento importante en la comunidad europea llamada Libro Verde<sup>16</sup> de la RSC que en sí tiene como objetivo:

“El planteamiento de un amplio debate sobre el modo en que la Unión Europea podría promover la RS de las empresas, tanto a nivel europeo como internacional y, en particular, sobre el modo de aprovechar al máximo las experiencias existentes, fomentar el desarrollo de prácticas innovadoras, aumentar la transparencia e incrementar la fiabilidad de la evaluación y de la validación de las diversas iniciativas realizadas en Europa”<sup>17</sup>

<sup>15</sup> Rescatado de: [http://www.fundaciones.org/docs/2007/08/23/00000058\\_4\\_2\\_0.pdf](http://www.fundaciones.org/docs/2007/08/23/00000058_4_2_0.pdf) [27/07/2010 01:36:51 p.m.]

<sup>16</sup> Libro Verde - Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas [COM (2001) 366 - no publicado en el Diario Oficial de la legislación Europea vigente].

<sup>17</sup> Rescatado de: [http://europa.eu/legislation\\_summaries/employment\\_and\\_social\\_policy/employment\\_rights\\_and\\_work\\_organisation/n26039\\_es.htm](http://europa.eu/legislation_summaries/employment_and_social_policy/employment_rights_and_work_organisation/n26039_es.htm) [27/02/2011 05:40:21 p.m.]



### 1.3 La responsabilidad social corporativa ¿funciona?

En estos últimos años, los medios de difusión más comunes (Televisión, Radio, Periódico) han bombardeado a los mexicanos con infomerciales publicitarios de empresas generosas que han realizado actos magnánimos a favor de los que menos tienen. Sin embargo, muchos se preguntarán, ¿qué es la RSC?, ¿Quién la inventó?, ¿Funciona?

La RSC se funda en la afirmación —social y tal vez moral— de que en la medida en que las empresas y sus directivos sean capaces de actuar libre y voluntariamente en lo social y aparte estén integradas por la suma de diferentes personas que viven en una sociedad, con una determinada conciencia, también son éticos. Por lo tanto, también pueden construir un carácter mediante la adopción de hábitos (buenos o malos). Por lo que se podría decir que son responsables de sus actos pues afectan a terceros al desempeñar cierta labor.

Las raíces de la RSC nacen en México tras la creación de dos agrupaciones o redes sociales que, al ver la tremenda desigualdad en nuestro país, decidieron juntarse en una sola voz, en búsqueda de esperanza en un mundo cada vez más globalizado y desigual. Así se mencionan dos organizaciones precursoras de la RSE, que a través de sus esfuerzos pusieron en el mapa de las empresas este tema (García, 2005).

1. Cemefi. Hizo su aparición pública con cena de gala a mediados de 1995. Bajo el lema de “Mira por los demás” con la propuesta de dedicar un tiempo determinado a temas de la S.C. y una aportación fija según las capacidades del donante o voluntario. El Cemefi convocó a organizaciones altruistas y filantrópicas a inscribirse a lo que sería una primera confederación de organizaciones sociales.

Así comenzó la captura de datos, la creación de un directorio telefónico y una campaña masiva. Más tarde lanzó al interior del tercer sector, una revista de edición limitada. Por falta de experiencia, Cemefi mostró de inmediato su debilidad: haber registrado a un número ilimitado de instituciones sin verificar su actuación. Otro defecto fue el haber hablado de los grupos más necesitados como “los demás” provocando una cultura de separación entre ricos y pobres, pudientes y dependientes de ayuda. Quizás hubiera sido mucho más efectiva su propuesta si hubiese consultado a los expertos —los cuales— son aquellos que carecen de oportunidades para el desarrollo.

2. Vertebración Social (Vertebra). Nació en 1997 bajo el lema de “todos en lo de todos y cada quien en lo suyo”. Las primeras reuniones fueron previas convocatorias a instituciones identificadas y avaladas unas por otras. La iniciativa fue de un grupo reducido de personas con experiencia en la participación social activa desde fundaciones hasta instituciones formalmente constituidas. Entre sus líderes destacaban a Carlos Abascal Carranza y Salvador Domínguez Reynoso.

Llamó gratamente la atención el genuino interés de formar una red de instituciones que al dar a conocer sus actividades, pudieron entre ellas apoyarse mutuamente para provocar un beneficio real que se manifestara en un mejor nivel de vida para sus beneficiarios. Además Vertebra sería una red que sirviera de voz ciudadana para afrontar los retos políticos, económicos y sociales que presentara el inicio de un nuevo milenio. Vertebra comenzó sus reuniones con el buen ánimo de escribir y firmar un Código de Ética para la convivencia interinstitucional que comenzaba a partir de esta red.

Su debilidad fue el corto tiempo con el que su primer presidente contó para ejercer un auténtico liderazgo y a que cuando apenas la red se iba fortaleciendo, este fue nombrado secretario del trabajo y Previsión Social (STPS) en el gobierno foxista. Otra situación que debilitara a vertebra fue el abuso de oportunismo que algunos sectores que al haberse integrado como miembros, utilizarán la red como representación social para respaldar sus intereses particulares, dejando de lado respaldar los intereses comunes con los de más miembros.

Hay algo que siempre es necesario dejar claro. Si bien, estas instituciones en su momento no desempeñaron la función para la cual fueron concebidas, esto no significa que no hayan realizado una labor titánica por poner en la mente de los empresarios mexicanos, conceptos como ética y responsabilidad en sus labores cotidianas. Bien o mal advierto, lo intentaron, por lo que este tipo de temas exige una mente más crítica a pesar de que el panorama puede no parecer el mejor o deseado

Hago una llamada de atención acerca de la ética, la cual, no será objeto de este trabajo. Sin embargo, resulta en extremo valioso el dejar claro algunos conceptos de la actuación de las empresas y la sociedad en todo esto de la RSC. Valdrá la pena analizar con un pequeño comparativo mostrado en el Cuadro 1.5 el cómo actúa la ética en los diferentes es tratos sociales que legitiman si un proceso es o no ético en la sociedad.

Anteriormente habíamos tocado el tema de que las Instituciones de la sociedad civil ideológicamente nacen de la caridad y del altruismo de personas que se comprometen con mejorar las imperfecciones del mercado. Son líderes por naturaleza, respetados por la sociedad, no conocen límites en sus corazones. Pero ¿qué es la RSC para las empresas? Hay que tomar en cuenta que ellas de ninguna forma es tan dispuestas a perder dinero. (Milton Friedman, 1970) escribía “la única RS de la empresa es ganar dinero”, entonces que hacen las A.C. entrando a este negocio donde si estas estrategias sociales no son de impacto para la empresa son desechadas. Por lo tanto, no ganan dinero.

Cuadro 1.5 Diferencias entre religión, derecho, ética individual y ética de la empresa.

	Religión	Derecho	Ética Individual	Ética de empresa
¿Quién promulga el mandato?	Dios, a través de revelaciones y magisterios	Las leyes, legitimadas para ello.	La persona misma	La propia empresa (código ético)
Destinatarios	Todos los hombres	Los miembros de la comunidad política	Cada persona	La propia empresa
¿Quién debe obedecer?	Los creyentes	Los obligados por el pacto político	Cada persona	De la propia empresa (y algunas partes interesadas)
¿Ante quién se responde?	Ante Dios	Ante los tribunales	Ante sí mismo	Ante sí misma y la sociedad (grupos de interés)

Fuente. cuadro rescatado de (Navarro, 2008; 45)

En economía, cuando la distribución de la riqueza no es correcta, genera externalidades en la sociedad, los cuales se llaman fallos de mercado. Si estos fallos en el mercado no son corregidos se genera pobreza, ¿Es esto importante para las empresas? En teoría la responsabilidad solo tendría sentido cuando tendiera a aumentar los beneficios; lo que por ende, aumentaría el bienestar social. Este trabajo centrará sus esfuerzos a demostrar que en el mediano y largo plazo, la RSC si remunera y se refleja en los estados contables de la empresa.

Para equilibrar estos fallos del mercado nació la S.C. con el único objetivo de ayudar a aquellos que no se pueden ayudar a sí mismos. Esto como se abran dado cuenta rivaliza con la fuerza distributiva que ejerce el Estado sobre la sociedad. Es decir, nace como figura antagónica ante las ineficiencias del mercado y del propio estado.

### 1.3.1 La codicia de los empresarios.

En los últimos años, pareciera que el obtener resultados substituye en todo aspecto económico o de la vida cotidiana al de los conceptos como la ética o la moral. Hemos sido testigos de grandes quebrantos financieros incentivados por la codicia de unos cuantos. Esto con la finalidad de obtener rendimientos extraordinarios aún a costa de los propios miembros.

La corrupción cada día se ve más evidente en el entorno financiero, hemos oído de la crisis asiática en 1997, la crisis del Euro (€) en su reciente operación, la crisis de las *Subprime*<sup>18</sup> en 2008 de E EUU y que afecto a todo el mundo con instrumentos financieros chatarra, esto aunado a la crisis actual por los *commodities*<sup>19</sup> en el mundo. Este tipo de prácticas como en nuestro país vienen ligadas a otras todavía más problemáticas y emblemáticas como lo son los giros negros.

<sup>18</sup> Un crédito, una hipoteca subprime es aquella hipoteca considerada de "riesgo" por aquella a quien se concede. El prestatario tiene unas condiciones fuera de lo que una entidad bancaria "normal" aceptaría, bien porque no tiene un trabajo estable, bien porque empieza, bien porque sus ingresos no son recurrentes o por que no se pueden demostrar mediante nóminas, recibos, etc... y con estas características éstos prestatarios no tienen acceso a avales bancarios.

<sup>19</sup> Este tipo de bienes son "genéricos", es decir, no se tienen una diferenciación entre sí. Normalmente cuando se habla de commodities, se habla de materias primas o bienes primarios, por ejemplo: el trigo (sembrado en cualquier lado del mundo, tendrá el mismo precio y la misma calidad). No obstante, realmente, un commodity es todo bien que tiene valor o utilidad, y un muy bajo nivel de diferenciación o especialización.

Estos pueden ser como el lavado de dinero, el crecimiento de los mercados espurios como el comercio informal, el tráfico de drogas y de personas, también llamadas de cuello blanco. Aún peor, la evidencia de mala administración financiera y de control de riesgo por parte de los empresarios en contra de los accionistas en el mercados de derivado<sup>20</sup> es un claro ejemplo de la mala fe y ética reprobable que podría evitarse de ser socialmente responsable.. Al final se termina cayendo en el mundo del inversionista el cual acabamos de ver es ancho y guarda en su interior tremendas bestias sedientas de rendimientos y capaces de destruir por completo una economía.

Casos concretos de esto atracos se mencionan en el cuadro 1.6. El cual hace mención de algunos casos famosos de malas prácticas corporativas que han llegado a causar grandes quebrantos, inclusive para empresas que eran muy grandes para caer.

**Cuadro 1.6 Casos de grandes quebrantos en el mundo.**

Compañía	Actividad	Situación anómala	Consecuencias
Adhelpia	TV por cable	Irregularidades contables graves	Quiebra
AOL time Warner	Medios de comunicación e internet	Alteraciones contables y provisiones por fraude	Reestructuración del negocio y dimisión de su presidente y varios ejecutivos.
Enron	Energía	Falseo de cuentas, ocultación de pérdidas y préstamos indebidos a directivos	Quiebra
A. Andersen	Auditoria	Obstrucción de la justicia. Auditoría de varias empresas incursas en delitos	Desaparición
Global Crossing	Tele comunicaciones	Contabilización errónea. Venta privilegiada de acciones	Suspensión de pagos
World Com	Tele comunicaciones	Contabilización errónea. Prestamos indebidos a ejecutivos	Quiebra, la mayor de EEUU
ImClone System	Bio farmacia	Investigación por el uso de información privilegiada	Demanda por parte de los accionistas
Tyco International	Industria y finanzas	Investigación por evasión fiscal	Reestructuración del negocio y ajustes contables
RITE Aid	Parafarmacia	Incrementos ficticios de beneficios	Investigación judicial a directivos
QWEST	Tele Comunicaciones	Contabilización errónea	Suspensión de pagos, quiebra
Kmart	Centros comerciales	Falseo de ingresos	Suspensión de pagos
Vivendi Universal	Comunicaciones y servicios	Contabilización errónea y malas prácticas de gestión	Pérdida récord, desplome bursátil y abandono de su presidente
General Electric	Conglomerado empresaria	Sueldos y comisiones exageradas a directivos, en especial su ex presidente	Renuncia a derechos adquiridos por parte del presidente
Empresas americanas y europeas que han sido investigadas. Grupo KIRCH, IBM, XEROX, Johnson & Johnson, Carlsberg, ABB, Nortel, Dynegy, Duke Energy, Comp-Bank, BT, Coca Cola, Royald Arnold, Freddie Mac, Adecco, ..., etc.			

Fuente. cuadro rescatado de (Carnero, 2008; 29)

Grandes fraudes ocurridos en el siglo anterior y parte del corriente —principalmente dados por la visión de lucro personal y beneficio fácil— llevo a ejecutivos de empresas

<sup>20</sup> Un derivado financiero -o instrumento derivado- es un producto financiero cuyo valor se basa en el precio de otro activo, y de ahí surge su nombre. El activo del que depende toma el nombre de activo subyacente, por ejemplo el valor de un futuro sobre el petróleo se basa en el precio del petróleo. Se puede decir que cualquier tipo de activo puede llegar a transformarse en subyacente de un derivado.

multinacionales a variar los precios de sus acciones en contra del mercado. A fin de ocultar pérdidas considerables que ya empezaban a dar signos de una enfermedad generalizada del sistema financiero empresarial. Esto apoyado por el silencio de los analistas e intermediarios, la miopía y en algunos casos ceguera de los auditores y supervisores a favor de intereses — en c ontra incluso— de la empresa que l os c ontrato y l es da c obijo. E jemplos de es tos desfalcos son múltiples.

Es digno d e mencionarse q ue c ualquier a ctuación i rresponsable bi en p or par te de una organización o por parte de sus integrantes —en especial sus directivos— origina al menos dos costos: Un primer costo económico derivado de la ineficiencia de la misma así como; un segundo costo social, cuantificable en la pérdida económica que conlleva la disminución del grado de confianza en las propias organizaciones.

Cuanto más se vaya adentrando este trabajo en conceptos de RSC, se irán determinando las premisas que hacen de la ética y la responsabilidad en las corporaciones algo rentable. Aún mejor, que estas prácticas también puedan funcionar en las PyMES y hacerlas crecer dentro de u na p oblación es pecífica. P ara esto s erá nec esario a nalizar l as Buenas P rácticas Corporativas ( BPC) y s us pr incipales pr emisas q ue a l a v ez f ungen c omo i ndicadores sociales, se verán diferentes formas de analizar la RSC, incluso auditarla.

### 1.3.2 Definición de responsabilidad social corporativa.

Durante los últimos años el concepto de RSC ha adquirido un notable protagonismo y ha ido acercándose de forma c ontinua a los di stintos agentes de la sociedad (empresas, estado, organismos públ icos no c entralizados, or ganizaciones sindicales, mercados f inancieros, medios de comunicación y otros).

La RSC implica un a nueva filosofía d e e mpresa q ue t rata d e b uscar l a ex celencia en l a relación de los empresarios con todos sus *stakeholders*<sup>21</sup>. Esto a través de la superación de las exigencias legales y de l a máxima calidad de s us componentes en los ámbitos laboral, social y medioambiental. Se trata de una concepción estratégica de la empresa que va más allá del beneficio al accionista y que proyecta la empresa en un entorno institucional, laboral, ecológico y social.

Por l o que l a RSC s e c onvierte e n u na palanca c lave de c reación de v alor, a fectando l a viabilidad de la empresa. Siguiendo este enfoque estratégico, se nos plantea la necesidad de analizar la repercusión del comportamiento socialmente responsable de las empresas en sus beneficiarios. Y a que en l a medida e n que seamos c apaces de d emostrar q ue existe u na

<sup>21</sup> Los Stakeholders es un individuo o grupo de individuos que tiene intereses directos e indirectos en una empresa que puede ser afectado en el logro de sus objetivos por las acciones, decisiones, políticas o prácticas empresariales, ya que estas tienen obligación moral con la sociedad y estas obligaciones se conoce como RS empresarial.

relación positiva entre la RSC y las utilidades de la empresa, conseguiremos que los directivos de máximo nivel lo consideren como un tema estratégico.

La RSC de las empresas puede contribuir de forma positiva al desarrollo económico de una comunidad. El enfoque europeo, el cual integra un marco jurídico y conceptual más amplio; inscribe diversas iniciativas llevadas a cabo por las organizaciones internacionales, muchas de reciente creación, como el Pacto Mundial de la ONU (2000), la Declaración tripartita de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) que de principios sobre las empresas multinacionales y la política social (1997-2000) o las Líneas Directrices de la Organización de Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE) para Empresas Multinacionales (2000).

En México, como en el mundo, se ha mal entendido que es la RSC, las certificaciones que organizaciones como el Cemefi en México extiende a las que ella misma define como ESR se limita solo a que cumplan con los requisitos mencionados en la Cuadro 1.7 como si fueran absolutos y fuera una normatividad más a cumplir como empresa.

En el punto 21 del Libro verde<sup>22</sup> la RSC se explica como una obligación más allá del deber.

“La cual, no solamente significa cumplir plenamente las obligaciones jurídicas aplicables, sino también ir más allá e invertir más en capital humano, en el entorno y en las relaciones con las partes interesadas”.

Las empresas amigables y respetuosas con el ambiente tienen mayor impacto en la sociedad y en sus consumidores, aumentando aún más su productividad. Recurriendo al origen de responsabilidad —etimológicamente deriva del verbo latino responderé— el cual se puede traducir por responder, corresponder, ser digno de o igual a, incluso, estar a la altura de. Nos ayuda a definir la RSC como.

“La integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores”<sup>23</sup>

En otras palabras, la responsabilidad proviene en primera instancia, del peso específico de las empresas y de su participación cada vez más global en la calidad de vida de las sociedades actuales (Carneiro, 2008). Esto a su vez debe manejarse en dos niveles por lo que se propone.

<sup>22</sup> Es un planteamiento de un amplio debate sobre el modo en que la Unión Europea podría promover la RS de las empresas, tanto a nivel europeo como internacional y, en particular, sobre el modo de aprovechar al máximo las experiencias existentes, fomentar el desarrollo de prácticas innovadoras, aumentar la transparencia e incrementar la fiabilidad de la evaluación y de la validación de las diversas iniciativas realizadas en Europa. [27/02/2011 23:59]

<sup>23</sup> Libro verde, Fomentar un marco europeo para la RS de las empresas, Comisión de las comunidades europeas, Bruselas 18.20.2001. Rescatado de [http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/es/com/2001/com2001\\_0366es01.pdf](http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/es/com/2001/com2001_0366es01.pdf) [27/02/2011 10:01:46 p.m.]



- En un primer nivel, como una obligación ética, moral y en cierta forma normada por la ley en normas de conducta establecidas en la sociedad y por los organismos internacionales. Esto se entiende por necesidad, como una actitud voluntaria.
- Un segundo nivel apuntaría a la necesidad de dotar de contenido operativo a estas normas éticas y de responsabilidad; obteniendo claro, indicadores propios de incidencia social que ocupen a las organizaciones, ya sea globalmente o como parte de un sector económico.

Cuadro 1.7 Marco jurídico implementado por la ONU en México.

Norma	Fin de la norma	Implementación en México	Derechos
<b>OIT (Organismo Internacional del Trabajo)</b> <sup>24</sup>	Condiciones mínimas en materia de derechos laborales fundamentales.	3 de agosto de 2003	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Libertad sindical.</li> <li>• Derecho de sindicación.</li> <li>• Derecho de negociación colectiva.</li> <li>• Abolición del trabajo forzoso</li> <li>• Igualdad de oportunidades y de trato.</li> <li>• Otras normas por las que se regulan condiciones que abarcan todo el espectro de cuestiones relacionadas con el trabajo.</li> </ul>
<b>Pacto Mundial</b> <sup>25</sup>	10 acciones para implementar la RSC.	9 de junio de 2005	<ol style="list-style-type: none"> <li>I. Derechos Humanos           <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos reconocidos internacionalmente dentro de su esfera de influencia.</li> <li>2. Deben asegurarse de no actuar como cómplices de violaciones de los derechos humanos.</li> </ol> </li> <li>II. Trabajo           <ol style="list-style-type: none"> <li>3. Se pide a las empresas que apoyen la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.</li> <li>4. Que promuevan la eliminación de todas las formas de trabajo forzoso y obligatorio.</li> <li>5. Que promuevan la abolición efectiva del trabajo infantil.</li> <li>6. Que promuevan la eliminación de la discriminación en relación con el empleo y la ocupación.</li> </ol> </li> <li>III. Medio Ambiente           <ol style="list-style-type: none"> <li>7. Las empresas deben apoyar un criterio de precaución respecto de los problemas ambientales.</li> <li>8. Adoptar iniciativas para promover una mayor responsabilidad ambiental.</li> <li>9. Fomentar el desarrollo y la difusión de tecnologías ecológicamente racionales.</li> </ol> </li> <li>IV. Corrupción           <ol style="list-style-type: none"> <li>Las empresas deberán trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluyendo la extorsión y el soborno.</li> </ol> </li> </ol>
<b>Código de MPC</b> <sup>26</sup> <b>Consejo Coordinador Empresarial, México.</b>	Constituido por una serie de prácticas que se considerarían deseables en el empresariado mexicano con el objetivo de lograr confianza en los inversionistas.	2006 con una actualización al 2010.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se considera que el capital social es distinto al de otros países.</li> <li>• Se hacen recomendaciones con respecto a la operación e integración de los consejos de administración.</li> <li>• También se hace referencia a aspectos relevantes para las empresas como la finanzas y la planeación.</li> <li>• Aún basado en los principios del pacto mundial promocionados por la ONU, esta solo las reconoce que este catálogo de BPC solo aplican a las empresas cotizadas en la BMV. Aun así hace la invitación a buscar la forma de anexarse a este código.</li> </ul>

Fuente: elaboración propia con datos de la página de las naciones unidas y del Consejo coordinador empresarial, México.

<sup>24</sup> Declaración de la OIT relativa a los principios y derechos fundamentales en el trabajo y su seguimiento, Adoptado por la Conferencia Internacional del Trabajo en su octogésima sexta reunión en Ginebra 18 de junio de 1998.

<sup>25</sup> Rescatado de <http://www.cinu.org.mx/pactomundial/principios.htm> [27/06/2011 08:16:12 a.m.]

<sup>26</sup> Rescatado de <http://www.cce.org.mx/sites/default/files/CodigoMejoresPracticas.pdf> [01/12/2011 02:12:22 p.m.]

Cabe destacar que estas normas no son sustitutivas ni rivales de la reglamentación que México tiene en materia de recursos humanos y ética empresarial. Una idea que debe quedar clara con esto y mencioné anteriormente, la RSE es el granito extra de interés que estas tengan para hacer mejor las cosas y que mediante estos instrumentos, todas las partes interesadas en un negocio se ganando ¿imposible? no del todo. Ya existen casos mexicanos de éxito empresarial con políticas como estas.

Se ha de reconocer en este trabajo que la RSC hasta ahora solo se ha realizado por grandes empresas, todos o al menos, su mayoría listadas en la BMV. Sin embargo, cabe destacar que también hay Pymes participando y que mejor aún, se convirtieron en empresas de alto crecimiento teniendo en cuenta estos valores en su esquema de negocios<sup>27</sup>. A algunos ejemplos claros de estos son las cooperativas de trabajadores y los sistemas de participación, así como otras formas legales. Las micro-financieras son ejemplo de ello, que aparte del sistema financiero extranjero en nuestro país colocan recursos a proyectos sustentables y/o las asociaciones de la sociedad civil que junto con el empresariado PyME ha logrado realizar proyectos de desarrollo.

En el Cuadro 1.8 se hace un comparativo entre el comportamiento social de las empresas y su interés en realizar este tipo de actividades. Aquí podemos destacar que una empresa con bajo comportamiento social y poco interés en estas actividades termina fracasando dentro de la sociedad. Una empresa con baja participación social pero amplio interés en comunicarlo lleva un amplio esquema de negocio donde lo que importa por ende es el negocio. Por otro lado, un comportamiento social desmedido y sin dirección conlleva a actos filantrópicos y caritativos, el interés que un filántropo muestra a comunicar sus acciones es mínima, por lo general, también sus métodos para recabar dinero y a veces su falta de legalidad.

Solo aquella que tiene una mentalidad de inclusión de comportamientos sociales en su esquema de producción aunado a su interés propio por continuar con estas mismas acciones lleva a la RSC. Esto sin tomar aspectos claves como el trato ético al ambiente, como a la promoción humana como disciplina formalmente. Es simplemente el espíritu de profunda obligación a avanzar más en estos temas, aún más allá de lo que marca la norma o cualquier reglamentación vigente.

**Cuadro 1.8 Matriz entre responsabilidad social corporativa y otras situaciones empresariales.**

<b>Alto</b>	Filantropía Caridad	Economía Social Convencional Empresas de economía Convencional	RSC Marketing con causa
<b>Bajo</b>	Fracaso cierto Muy Bajo	Negocio puro Interés propio "Ilustrado"	Negocio de especulación Alto
<b>Fuente. cuadro rescatado de (Navarro, 2008; 61)</b>			

<sup>27</sup> Ejemplos de ello son GenommaLab y Restaurantes Toks con numerosos casos de éxito aplicando RSC.

El libro verde manifiesta que:

“Para practicar la RSC en las empresas es esencial el compromiso de la alta dirección, así como una forma de pensar innovadora, nuevas aptitudes y una mayor participación del personal y sus representantes en un diálogo bidireccional que pueda estructurar una retroalimentación y un ajuste permanente”.

Es importante mencionar que este tipo de actividades se realizan desde arriba. Es decir, son parte de la planeación estratégica de la empresa. Por lo tanto, el señor encargado de la RSE debe ser a su vez adjunto del director general y del dueño de la empresa —traducción— los procesos de calidad del producto y servicio al cliente y a la sociedad se colocan en manos de directivos capaces de tomar decisiones, de lo contrario es solo un trámite más que llenar para poder hacer negocios.

### 1.3.3 La responsabilidad social corporativa de las empresas: dimensión interna y externa

La creciente presión de organizaciones de la S.C., de los grupos consumidores y hoy día de los inversionistas en busca de proyectos sostenibles; han hecho que las empresas y los sectores de actividad adoptan cada vez más códigos de ética en materia de condiciones laborales, derechos humanos y protección al medio ambiente incluyendo también a sus proveedores y a sus clientes en dicha reestructuración.

No es noticia reconocer que el cliente cada vez está más interesado en adquirir productos de calidad, asegurándose que tiene un producto acorde con el punto de vista ecológico y social. Actualmente en México, poco a poco, se implementa la RSC como un indicador de empresa buena y fiable en su gestión tanto interna como externa. Como muestra el Cuadro 1.9, con esto, la empresa se abre camino al desarrollo y a la competitividad tanto nacional como internacional.

Dentro de la empresa, las prácticas socialmente responsables afectan en primer lugar a las inversiones en capital humano, salud, seguridad y gestión del cambio. Incluyen además, las prácticas respetuosas con el medio ambiente, relacionadas con la gestión de los recursos naturales empleados en la producción. En el cuadro 1.9 se sintetizan las ventajas y desventajas de aplicar RSC en las empresas.

**Cuadro 1.9 Ventajas de implementar responsabilidad social corporativa en la empresa.**

Desempeño financiero	Desempeño social
<ul style="list-style-type: none"> <li>Mejorar el desempeño financiero a mediano y largo plazo, generando una confianza adecuada en el consumidor, la constante capacitación de sus empleados y el desarrollo a proveedores.</li> <li>Incrementar las ventas a través del marketing social y productos responsables con el medio ambiente y la salud de los consumidores.</li> <li>Favorecen el acceso a capitales de la empresa. Cada vez es un requisito ser una ESR para obtener un crédito, incluso, que la inversión sea socialmente responsable y contribuya a las expectativas de crecimiento y desarrollo privado, social y ambiental que los inversionistas proponen.</li> <li>Reducir, reciclar y reutilizar recursos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aumentan la lealtad de los consumidores a través de productos de calidad y en sintonía con las necesidades actuales de la sociedad siendo amigable con el medio ambiente.</li> <li>Mejoran la capacidad para retener y contratar mejores empleados con programas de crecimiento corporativo, decoro en el lugar de trabajo y ambiente agradable de trabajo.</li> <li>Acrecientan la productividad y la calidad con programas de ahorro de recursos, reciclado y reutilización, educación laboral y calidad en el servicio.</li> <li>Mejoran la imagen de la empresa. Es necesario como comentamos anteriormente, un proceso de autenticación por parte de la sociedad para poder crecer en la misma.</li> </ul>

Fuente: elaboración propia con base en (García, 2010)

Fuera de su estructura interna, las empresas colaboran con la comunidad local, proporcionando fundamentalmente puestos de trabajo, salarios, servicios e ingresos fiscales. Por otro lado, las empresas dependen de la buena salud, de la estabilidad y de la prosperidad de las comunidades donde operan. En ese sentido, la RSE se extiende en una amplia variedad de partes interesadas que incluye a socios comerciales, proveedores, consumidores, autoridades públicas y ONG defensoras de la comunidad local y del medio ambiente.

Las empresas organizan sus responsabilidades adquiridas por participar en la RSC de acuerdo a las diferentes funciones que podrían ejercer como S.C. Es decir, su particularidad como sector y la zona cultural en la que se desenvuelven.

Por lo general, adquieren responsabilidades. Es decir, se atienen a un código de conducta o un manifiesto donde indica su misión y visión, sus valores fundamentales y su responsabilidad con las partes interesadas. Esto a su vez añade dimensión social y ecológica según las características de sus propios programas y presupuestos, con el fin de realizar auditorías y establecer programas de mejora continua a sus procesos.

Actualmente se reconoce que las empresas deben no sólo generar riquezas, producir bienes, ofrecer servicios de calidad, favorecer empleos, pagar impuestos y cumplir las leyes. La responsabilidad de las empresas es mucho más amplia, incluso más allá de las obligaciones jurídicas de cada país.

- En primer lugar, la empresa tiene responsabilidad con sus clientes y consumidores en términos de mejora del servicio, claridad en sus transacciones comerciales, mejores productos, cumplimiento con estándares de calidad, mercadeo responsable, respuesta a las exigencias, necesidades e información confiable acerca de la calidad y seguridad (Niello, 2006).

- En segundo término, la empresa, debe contribuir al desarrollo humano sostenible. Esto a través de compromisos y la confianza de la empresa hacia sus empleados y sus familias. Las condiciones laborales deben ser adecuadas, para lograr mayor productividad y desarrollo personal. Con los accionistas se requiere mantener relaciones que permitan gobernabilidad a todo nivel organizacional.
- Por último, la empresa debe integrarse de manera voluntaria a las preocupaciones sociales y medioambientales con la intención de evitar el daño y promover el bienestar social de los grupos.

Incluso un gran número de empresas en México tienen información accesible y generalmente son participes de la BMV. Estas empresas empiezan a crear informes sobre la protección del medio ambiente o la salud y la seguridad, tratan sobre los derechos humanos o el trabajo infantil. Para que dichos informes sean útiles, debe llegarse a un consenso a escala mundial sobre el tipo de información que se debe publicar, sobre su estructura y sobre la fiabilidad en los procedimientos de evaluación y auditoría.



Fuente: elaboración propia con base en (Castillo, 1998; García, 2009)  
**Objetivo: compartir el éxito con los grupos de interés clave del crecimiento.**

Para terminar me gustaría comentar una aproximación metodológica del contenido de las RSC en las empresas (Castillo, 1998; García, 2010) y representarlo en el Cuadro 1.10. Son varios los ejes de la RSC a los que la empresa debe atender. Los consumidores exigen nuevas cualidades, los inversores y accionistas consideran las prácticas sociales y medioambientales como indicador de buen gobierno. La S.C. ejerce escrutinios sobre sus actividades y los reguladores empiezan a crear marcos legislativos que incentivan la RSE.

La gestión de las RSC dentro de las empresas en México podría calificarse de experimental y como se habrán imaginado, depende mucho de la percepción de los grupos de interés alrededor de una marca o producto en particular. Para delimitar un poco más el tema explicaré en el Cuadro 1.11 los ejes más importantes en donde se mueve la RSC para definir cuál será el foco en esta investigación.

**Cuadro 1.11 Ejes de la responsabilidad social corporativa.**

<p><b>Transparencia</b></p> <p>Se refiere a la publicación de ideas, pautas y principios generales para el desarrollo de conductas socialmente responsables.</p>	<p><b>Normas Externas</b></p> <p>Para que una empresa sea calificada como socialmente responsable debe cumplir con un conjunto de requisitos técnicos en su estructura y organización monitoreados por agentes externos quienes expiden certificaciones y acreditaciones.</p>	<p><b>Normas internas</b></p> <p>La ESR evalúa su desempeño en materia de RSE. Esta actividad le permite extraer conclusiones para realizar cambios en los sistemas de gestión y organización para ser calificada como socialmente responsable por agentes externos.</p>	<p><b>Gestión</b></p> <p>Es el conjunto de códigos de conductas, declaraciones de principios modelos o estándares de gestión, así como también los informes de sostenibilidad con los que debe cumplir la empresa.</p>	<p><b>Consumo</b></p> <p>Las actividades de las empresas en este ámbito se canalizan principalmente a través de las denominadas etiquetas (labels), indicativas para el consumidor de un correcto proceso de elaboración del producto en términos de RSE.</p>	<p><b>Cuadros</b></p> <p>Una ESR debe "rendir cuentas" ante los distintos grupos de interés. por medio de sistemas específicos para informar a la sociedad de del desarrollo en la materia por parte de la empresa.</p>
--	---	--	--	---	---

Fuente: Elaboración propia con base en (Dominguez, 2005)

Actualmente el seguimiento y gestión de normas tanto internas como externas en materia RSC es algo común. No se puede estar fuera de estas normas por que si no se estaría operando fuera de la ley y serían calificadas como delincuentes y los responsables serían encerrados bajo llave por un largo tiempo por gañanes.

Los que sí varía es lo relacionado con el tema consumo y con la gestión de cuadros dentro de la empresa. Eso cada quien lo hace tan bien o mal como su propia curva de aprendizaje se lo permite y es ahí es donde entra la valuación que nos interesa ¿cómo se percibe la marca?, ¿es la imagen de la marca responsable del consumo futuro?, ¿se está consciente de la importancia de hacer mejor las cosas o hacerlas diferentes? Esto es realmente importante a la hora de decidir si una marca es rentable o no.



### *Bibliografía Capitular.*

- Carneiro C aneda, M anuel: 2 004, “ La r esponsabilidad s ocial corporativa i nterna”, Editorial ESIC, Universidad Francisco de Victoria, Madrid, 256 p.
- Carrillo C ollard P atricia, G arcía C hiñas Paola, Tapia Álvarez M ónica.: 2 005, “ El fortalecimiento institucional de las OSC’s en México: debates oferta y demanda”, Alternativas y Capacidades, A.C., Noviembre de 2005, 53 p.
- Carrillo Collard Patricia, Vargas Arias S ocorro M ayec, T apia Á lvarez M ónica, Lay ton Michael D .: 20 08, “ Diagnóstico s obre F ilantropía C orporativa en México”, A lternativas y Capacidades Sociales, A.C., Con la colaboración de Carlos Torres, primera Edición, 50 p.
- Castillo Clavero, A. M.: 1986, “La responsabilidad de la empresa en el contexto social: su articulación, gestión y control”, T esis doc toral i nédita pr esentada e n l a uni versidad d e Málaga, P. 265.
- Fernando, Pérez Domínguez: 2005, “Instrumentos de la RSE: criterios de clasificación” Observatorio s obre Responsabilidad S ocial de l a E mpresa y R elaciones Lab orales (Observatorio Laboral On-Line del CARL), 8p.
- García de León Campero y otros: 2009, “Responsabilidad Social Empresarial, Proceso de implementación en las PyME’s”, Revista Pyme, Adminístrate hoy, Edición 200 “Desarrollo económico y social”, diciembre 2010, Año XVII, 36 – 42 p.
- García, R uiz T eresa: 200 5, “ Mi v isión del al truísmo en M éxico”, F undación para l a promoción del altruismo, IAP.110 p
- Halme, M. & Laurila, J. (2009), “Philanthropy, Integration or Innovation? Exploring the Financial and Societal Outcomes of Different Types of Corporate Responsibility”, *Journal of Business Ethics* DOI 10.1007/s10551-008-9712-5
- Hamilton, R ichard: 2 004, “ New D irections f or P hilanthropic F undraising M ultinational philanthropy: An opportunity to develop local will and skill”, Vol. 2004 Issue 46, p121-126, 6p; (AN 15557910)
- Heli Wang; J aepil C hoi; J iatao Li. T oo Li ttle or T oo M uch?: 20 08, “ Untangling t he Relationship Between Corporate Philanthropy and Firm Financial Performance”, *Organization Science*, Vol. 19 Issue 1, p143-159, 17p, 3 Charts, 4 Graphs; (AN 31167946)
- Henderson, M. Todd; Malani, Anup: 2009, Corporate philanthropy and the market for altruism, *Columbia Law Review*, Apr2009, Vol. 109 Issue 3, p571-627, 57 p, 1 Diagram, 1 Chart, 1 Graph; (AN 38416078)
- Hernández S ampieri, Roberto, C arlos F ernández C ollado, P ilar Baptista L ucio: 2006, Metodología de la investigación, México: McGraw-Hill Interamericana, 4ta edición, 850 p.
- Husted, B. an d J esus S alazar: 2006, Taking F riedman S eriously: “ Maximizing P rofits and Social Performance”, *Journal of Management Studies* 43(1) 75-91 p.
- Libro Verde: 2001, Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas, presentado por la Comisión Nacional de las Comunidades Europeas, Bruselas, 34 p.
- Nakao, Y ., A . A mano, k . M atsamura, K . K enba a nd M , N akano: 2007, · Relationship Between E nvironmental an d financial p erformance: A n E mpirical A nalysis o f J apanese Corporativos”, *Busyness Strategy and the Environment* 16(2), 106-119 p.

Navarro García, Fernando: 2008, "Responsabilidad Social Corporativa, Teoría y Práctica", Business & Marketing School, Editorial ESIC, Madrid, 330 p.

Porter, M. and C. van der Linde: 1995, Green and Competitive: Ending the Stalemate", Harvard Business Review 73(5), 120-134 p.

Porter, Michael E.; Kramer, Mark R. . The competitive advantage of corporate philanthropy, Harvard Business Review, Dec2002, Vol. 80 Issue 12, p 56-69, 13p, 2 Diagrams, 1 Graph; (AN 8587406)

Reinhardt, F.: 1999, "Bringing environmental Down to earth", Harvard Business Review, 77(4), 149-157 p.

Van Slyke, David M.; Newman, Harvey K.: 2006, "Venture philanthropy and social entrepreneurship in community redevelopment", Nonprofit Management & Leadership, Vol. 16 Issue 3, p345-368, 24p; DOI: 10.1002/nml.111; (AN 20310701)

Vargas, Nello José: 2006, "Responsabilidad Social Empresarial (RSE) desde la perspectiva de los consumidores" Santiago de Chile, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), 23 p.

## Capítulo 2. La parte financiera de la responsabilidad social corporativa: inversión responsable e índices sustentables o de sostenibilidad.

### *Resumen Capitular.*

La necesidad de justificar financieramente el des involucrimiento de la RSE es de suma importancia para justificar que dichas prácticas son esenciales dentro de la planeación de cualquier empresa.

Para esto, este capítulo realizó una revisión de como la RSC ha evolucionado en el mundo con el objetivo de convertirse en un instrumento que agrega valor a la empresa. Para esto se han creado diversos índices que actualmente cotizan en las Bolsas de Valores alrededor del mundo e incluso forman una clase de elite de empresas que aseguran cuantiosos rendimientos por el solo hecho de confiar en ellas.

Se hace una revisión de los indicadores sustentables alrededor del mundo y se explican los criterios bajo los cuales fueron creados estos fondos de inversión así como su influencia en América Latina y la necesidad de estar al corriente con las tendencias alrededor del mundo.

### 2.1 De la inversión tradicional a la inversión socialmente responsable.

En los últimos años, los mercados financieros se han visto impulsados a valorar la RSC y la ética empresarial. Esto debido a los grandes quebrantos y crisis que se han dado en los últimos años; empresas demasiado grandes para quebrar, empresas demasiado grandes para salvar. Si antes se hablaba de la Inversión Socialmente Responsable<sup>28</sup> (ISR) como una estrategia nicho, hoy existen políticas de BPC que hacen referencia a la introducción de los mercados financieros responsables. Las empresas que incorporan comportamientos sostenibles en políticas de RSC, medioambientales y a la vez, de buen gobierno corporativo son preferidas por los inversionistas. Ya que si no obtienen siempre rendimientos extraordinarios, si mantiene un aumento continuo de las acciones y esto ayuda a la gestión del riesgo.

En este sentido, es más común encontrar cada vez más prácticas corporativas sostenibles, como indicadores para gestionar el riesgo y buscar inversiones a medio y largo plazo. De hecho, la ISR esta considerada como uno de los tipos de inversión más dinámicos e innovadores de la industria de los fondos de inversión alrededor del mundo. A tal grado que el no ser ético puede resultar perjudicial para la cuenta de resultados de la empresa.

<sup>28</sup> Las inversiones socialmente responsables son aquellas que a los tradicionales criterios financieros añaden criterios sociales y medioambientales permitiendo a los inversores combinar objetivos financieros con valores sociales, vinculados a ámbitos de justicia social, desarrollo económico, paz y medio ambiente.

Cada vez es más frecuente que los inversionistas premien con sus decisiones de inversión a las empresas sostenibles<sup>29</sup>. Cuestiones como el buen gobierno, el medio ambiente o factores sociales son ahora tan importantes como la gestión económica en el mercado financiero.

La ISR es la técnica que se ha afianzado con más fuerza en EE.UU. y Europa. Surge en los mercados anglosajones como un movimiento de protesta ante conductas empresariales que los clientes consideraban reprobables. De este modo, los inversores decidían no financiar actividades como el “apartheid” en Sudáfrica o la guerra de Vietnam. Evitando así invertir en compañías que pudieran estar relacionadas con estas prácticas u otras como la producción de armas, alcohol, tabaco o la industria de la pornografía.

Fue una maniobra arriesgada y que causó conmoción. Una noticia de primera página en el *New York Times* encontró la feroz oposición de la comunidad financiera. Los participantes en el plan de pensiones de la ciudad de Baltimore se querellaron contra él, alegando que su política de desinversión en Sudáfrica era ilegal. Se libraron batallas importantes sobre si era o no prudente o legal discriminar negocios en base a este y a otros temas sociales. Durante esa década, la ISR ganó estas batallas y se convirtió en parte aceptada del paisaje financiero.

En los 90's, la ISR comenzó a extenderse lentamente al principio y cada vez más rápidamente después en los últimos cinco años. Su crecimiento en Europa ha sido colosal y está comenzando a despegar en Japón. Actualmente, este movimiento mundial recibe muchos nombres. En el Reino Unido se le llama inversión ética. En Europa se le conoce normalmente como inversión sostenible y como inversión *triple-bottom line*<sup>30</sup> o de triple resultado al igual que en EEUU, en Japón se llama eco-inversión.

Sea cual sea su nombre o la cuestión de interés concreta en la que se centre, son cuatro los aspectos fundamentales que caracterizan este amplio y heterogéneo movimiento (Lydenberg, 2000). Estos cuatro aspectos son inversión, compromiso, transparencia y colaboración los cuales se exponen a continuación.

- La ISR es invertir los activos financieros siguiendo criterios sociales y medioambientales.
  - o Los filtros pueden ser negativos: por ejemplo, no invertir en tabaco porque es nocivo, o en fabricantes de armas nucleares.
  - o Pueden ser positivos: por ejemplo, buscar las empresas con un historial positivo en cuanto a relaciones con los trabajadores o a la diversidad.

<sup>29</sup> Una empresa sostenible es aquella que crea valor económico, medioambiental y social a corto y largo plazo.

<sup>30</sup> Triple Bottom line (inglés = “Triple balance”) refiere a los resultados de una empresa medidos en términos económicos, ambientales y sociales. Se presentan en los reportes corporativos de las empresas comprometidas con el desarrollo sostenible, y son datos y mediciones de carácter voluntario. Surgieron inicialmente en Europa y luego se adoptaron en Estados Unidos. La expresión fue utilizada por primera vez por John Elkington en 1994, quien posteriormente expandió y articuló a fondo en su libro *Cannibals With Forks*.

- Pueden ser filtros del tipo premiar al mejor: por ejemplo, evaluar las prácticas medioambientales de las empresas fabricantes de componentes electrónicos y seleccionar, para invertir en ellas, a las que presenten mejor historial medioambiental.
- Compromiso Social es utilizar al accionariado para implicar a la dirección de las empresas en el diálogo y la comunicación directa que lleven a promover el cambio social positivo.
  - Informar sobre las condiciones laborales de los trabajadores en los países extranjeros donde subcontratan.
  - Adoptar estándares medioambientales globales.
  - Dejar de vender alimentos que contengan ingredientes modificados genéticamente.
  - Congelar el salario de los altos ejecutivos cuando una empresa está despidiendo a sus trabajadores.
  - Eliminar compensaciones excesivas de la dirección.
  - Admitir consejos de administración independientes.
  - Permitir medidas anti-absorción.
- Transparencia Corporativa es recopilar, publicar y evaluar los datos sobre los efectos de las empresas en nuestra vida cotidiana.
  - CSR Europe, anteriormente llamada la Red Empresarial Europea para la Cohesión Social (European Business Network for Social Cohesion) en conjunto con la Comisión Europea, exigió una mayor información corporativa y publicó el perfil social de 46 grandes firmas europeas. Entre estas firmas estaban Renault, Deutsche Bank, Unilever y las españolas Telefónica y Endesa.
  - La Iniciativa de Información Global<sup>31</sup> (GRI por sus siglas en inglés) es un esfuerzo que se está llevando a cabo desde EEUU para desarrollar un estándar aceptable internacionalmente para la presentación de datos sociales y medioambientales por parte de las empresas.
- Colaboración es la cooperación entre el gobierno y las empresas en proyectos sociales y medioambientales. Se trata de que el gobierno utilice medios distintos de las leyes y normativas para influir en que las empresas emprendan el cambio social positivo.

<sup>31</sup> Es un estándar internacional de reporte para el uso voluntario por parte de organizaciones con el fin de reportar sobre las dimensiones económicas, medioambientales y sociales de sus actividades, productos y servicios. Rescatado de <http://www.dircom.org/index.php/RSC/glosario-de-temas-habituales-en-rsc.html> [28/02/2011 13:07]

La transparencia es un componente esencial en el debate sobre la RSC<sup>32</sup>, ya que contribuye a mejorar sus prácticas administrativas y de comportamiento. Al mismo tiempo que permite a las empresas y a terceras partes cuantificar y difundir los resultados obtenidos.

Existen diferentes herramientas o instrumentos de RS que permiten implementar prácticas socialmente responsables. Sin pretender privilegiar ni excluir ninguna, podemos mencionar, sólo a manera de ejemplo, las siguientes<sup>33</sup>:

- **Código de conducta:** es un documento que describe los derechos básicos y los estándares mínimos que una empresa se compromete a respetar en sus relaciones con sus trabajadores, la comunidad y el medio ambiente (respeto a los derechos humanos y a los derechos laborales, entre otros).
- **Código de ética:** contiene enunciados de valor y principios de conducta que norman la relación entre los integrantes de la empresa y hacia el exterior de ésta.
- **Informe o reporte de RS:** es un informe preparado y publicado por la empresa midiendo el desempeño económico, social y medioambiental de sus actividades comunicándolo a sus *stakeholders*.
- **Inversión Socialmente Responsable (ISR):** la ISR reúne todos los elementos para integrar criterios extra-financieros, medioambientales y sociales, en las decisiones de inversión en carteras o portafolios bursátiles.
- **Normas para los sistemas de gestión:** permiten a la empresa tener una visión clara sobre el impacto de sus actividades en los ámbitos social y medioambiental para la mejora continua de sus procesos.
- **Indicadores de resultados económicos:** ante clientes, proveedores, empleados, accionistas y sector público.
- **Indicadores de resultados ambientales<sup>34</sup>:** sobre materiales, energía, agua, emisiones, basura, productos, servicios, y reclamaciones.
- **Indicadores de resultados sociales:** acerca de prácticas laborales y responsabilidad integral sobre el producto.
- **Guías o principios:** principios o lineamientos que orientan a la empresa en la construcción de un marco social, ético y medioambiental que apoye y afiance la gestión de su negocio alineado con valores universalmente reconocidos. (Por ejemplo *UN Global Compact, Sullivan Principles*, etc.)
- **Pacto Mundial:** el Pacto Mundial<sup>35</sup> es una iniciativa del Secretario General de las Naciones Unidas, Kofi Annan. Lanzado en enero de 1999, es un llamado a las empresas del mundo entero para que participen en la construcción de una sociedad

<sup>32</sup> En México, el Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi), la Confederación Patronal de la República Mexicana (Coparmex) y el Consejo Coordinador Empresarial (CCE), así como los demás organismos que conforman AliaRSE, participan activamente en el Comité Nacional del Pacto Mundial, encargado de su promoción y seguimiento en nuestro país ([www.pactomundialmexico.org.mx](http://www.pactomundialmexico.org.mx)). Los indicadores de RS Empresarial propuestos para el proceso de ESR son afines a estos principios, y fueron incorporados en 2003.

<sup>33</sup> "RS en México: situación actual y perspectivas". AliaRSE - GTZ en México. 2003.

<sup>34</sup> "Introducción a la Gestión de la RS". Dante Pesce, Pontificia Universidad Católica de Valparaíso. Chile.

<sup>35</sup> En conjunto con el Pacto son la Organización Internacional del Trabajo (OIT), el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) y la Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos (ACNUDH). El Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) también participa ayudando a estos organismos a formular respuestas y actividades específicas para cada país.



global más justa<sup>36</sup>. La mayoría de los gobiernos nacionales del mundo han aceptado estos principios. Por tanto, se alude a ellos con frecuencia como "principios universales".

Entonces la ISR nace de la participación responsable de las partes integrantes de un negocio, haciendo la cadena de valor más participativa en las decisiones de la empresa. Por una parte tenemos a los accionistas que invierten en capital social con el objetivo de obtener rendimientos, voz y voto en las decisiones de la empresa (normalmente los fondos de inversión). Otro grupo de poder viene dado por los directivos de la empresa y su equipo de consultores que en uso de su voto fiduciario participan en la asamblea de accionistas. Estos asuntos usualmente están regulados por un gobierno corporativo que se encarga de vigilar y salvaguardar los intereses de todas las partes involucradas en el negocio. Juntas, todas estas partes involucradas, impulsan la ISR.

En EEUU como en Europa el público inversionista observa cada vez más un vínculo en la ISR y la correcta gestión de la empresa. Recordemos que la investigación hasta ahora sobre la RSC, la ISR y el gobierno corporativo nace de una creciente búsqueda de alternativas de negocio para cubrir la falta de confianza de los mercados financieros en las empresas. Este resultado principalmente de los escándalos que se han suscitado en los últimos años<sup>37</sup>. Esta vinculación enlaza directamente con los objetivos de beneficios a largo plazo de la ISR y el precio de las acciones (Millar et al., 2005).

Por lo tanto, sería agradable para los inversionistas, agregar un poco de certidumbre a los mercados financieros, mediante herramientas que mejoren la eficiencia de las empresas, la transparencia en la gestión y la resolución de los conflictos de interés surgidos entre los diferentes organismos de gobierno (Salas, 2002). (Por ejemplo el consejo de administración y dirección ejecutiva, accionistas y agentes terceros)

Uno de los aspectos que muestra claramente esta nueva tendencia es la creación de nuevos índices o ratings llamados sustentables o de sostenibilidad. Con el objetivo de medir la rentabilidad de aspectos intangibles como el ser socialmente responsable y el cuidado al medio ambiente (integrando procedimientos alternos de producción y administración de nuevas tecnologías, las llamadas BPC, etc.)

<sup>36</sup> Los diez principios que abarca el Pacto Mundial corresponden al ámbito de los derechos humanos (extraídos de la Declaración Universal de los Derechos Humanos), derechos laborales (extraídos de la Declaración de la OIT relativa a los principios y derechos fundamentales en el trabajo), aspectos medioambientales (extraídos de la Declaración de Río de Janeiro sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo) y acciones de Lucha contra la corrupción (extraídas del Convenio de la ONU contra la Corrupción). El décimo principio, relativo a la corrupción, se agregó en junio de 2004.

<sup>37</sup> Baste recordar, a modo de ejemplo, el caso de Enron en Estados Unidos o de Parmalat en Europa.

Algunos ejemplos de estos índices es el llamado *FTSE Corporate Governance*, que viene a completar la gama de índices *FTSE4Good*<sup>38</sup>, que valoran aspectos éticos, sociales y medioambientales. En esta misma línea, *Standard & Poor's* creó un rating de gobierno corporativo y Core Ratings, llamado también Fitch Ratings que es una de las agencias que se dedica a analizar RSC en empresas que implementan en sus índices.

El *Financial Times Stock Exchange* (FTSE4Good) reúne, desde 2001, un conjunto de índices diferenciados por su cobertura (Reino Unido, Europa, Estados Unidos y Global). Un consejo de administración independiente realiza la gestión del índice y controla los criterios de preselección. Para que una empresa sea incluida en el FTSE4Good debe de mostrar que cumple con las buenas prácticas en cuanto a derechos humanos, relaciones con las partes interesadas (*stakeholders*) y sostenibilidad medioambiental de su actividad.

Por su parte, la división de investigación llamada *Sustainable Asset Management* (SAM por sus siglas en inglés) y que analiza cada año cerca de 1.000 empresas del *Dow Jones World Index* (DJWI, creado en 1999) actualmente cuenta con índices globales analizados de manera anual<sup>39</sup> los cuales se acompañan de un control constante de la sostenibilidad; por lo cual, pueden ser excluidas en cualquier momento si se reduce su calificación. Se tiene en cuenta aspectos como el control sobre la gestión de riesgos o el desmoronamiento del capital humano de una de terminada compañía, hasta la retención de talentos o resultados medioambientales destacados en sus estados financieros.

Algo que debería quedar claro, es que una buena gestión de la empresa atrae inversiones responsables. Esto atrae cada vez más inversiones responsables las cuales se vuelven inversiones comunes en fondos de inversión que promueven la ISR.

### 2.1.1 Rentabilidad vs. Sostenibilidad: ¿están peleados?

La inversión con criterios de RSC o ISR van ganando relevancia en el ámbito financiero, académico y empresarial. Cada vez son más las inversionistas que incorporan criterios sociales, medioambientales o de tipo ético al proceso de confección de carteras de inversión de renta fija o variable.

Tradicionalmente, la ISR consistía por parte de los inversionistas, en la implementación de un portafolio de inversión a empresas que siguen determinados criterios considerados como socialmente responsables. Buenas Prácticas que se pueden clasificar según organismos internacionales como la OCDE o la ONU como responsabilidad medioambiental, social o de gobierno corporativo.

<sup>38</sup> Es un índice elaborado por FTSE (Financial Times Stocks Exchange, identidad independiente que crea y gestiona índices bursátiles en todo el mundo), del que forman parte compañías que ya están en los cuatro grandes índices de FTSE y que, además, cumplen con una serie de requisitos medioambientales, de diálogo con los stakeholders y de respeto a los derechos humanos. Este índice tiene como objetivos alentar las inversiones socialmente responsables (SRI) y al mismo tiempo generar importantes recursos para el Fondo de la infancia de la ONU (UNICEF).

<sup>39</sup> Ejemplos de ello son *DJSI World*, europeos -*DJSI STOXX*, *DJSI STOXX* y asiáticos.

Actualmente los fondos que incorporan la ISR no solo se preocupan por hacer un correcto análisis financiero fundamental, sino que se incorporan también criterios medioambientales, sociales y de gobierno corporativo. Estos son indicadores complementarios a los financieros que intervienen de manera positiva en el control del riesgo.

Por la parte de las empresas, cada vez hay una creciente necesidad de incorporar prácticas que se consideran como intangibles como el de aumentar a sus estados contables la triple partida; es decir, incluyendo aspectos sociales y ambientales. Esto ayuda a los inversionistas a tomar buenas decisiones, siendo empresa líder capaces de atraer clientes por las bondades de su marca y producto que se percibe como buenos según el estudio de Havas Media, *Brands Sustainable Futures 2010*<sup>40</sup> el cual ya se ha mencionado en el capítulo 1.

Ahora, una forma de medir la RSC que ha tenido auge internacionalmente ha sido la creación de una familia de indicadores llamados de sostenibilidad. Estos son parecidos al del IPC de nuestro país, pero con empresas seleccionadas por cumplir cabalmente con una correcta gestión empresarial, ser socialmente responsable, ser ético, et c. Una ventaja de estos índices es que se les está dando mucha publicidad, lo que es bueno para dar a conocer a los inversionistas donde apuntar sus capitales.

Lo ideal es fijarse en un *benchmark* tradicional, como puede ser el *S&P 350 Europa* o el *EuroStoxx 50* y sobre esas empresas introducir criterios y buscar proveedores que den información suficiente para poder parámetro<sup>41</sup> de acuerdo a las necesidades de los inversores, las BPC que se quieran incorporar en la cartera.

Está claro que el *Dow Jones Sustainability World Index*<sup>42</sup> Group, el *Domini 400 Social Index*<sup>43</sup>, el *Ethibel Sustainability Index*<sup>44</sup>, el *FTSE4good*, también son índices importantes para tener una idea. Pero creo que los gestores de activos tienen que empezar a seleccionar la manera de incorporar y complementar el análisis fundamental con estos índices que dan una visión de la empresa en el mediano y largo plazo.

<sup>40</sup> Para mayor información consultar <http://www.havasmedia.com/#/en/BrandSustainableFutures/Home> [01/12/2011 09:46:51 a.m.]

<sup>41</sup> Preparas una aplicación genérica a un cliente específico.

<sup>42</sup> Dow Jones Sustainability Index es una familia de índices bursátiles cuyos constituyentes deben acreditar prácticas avanzadas en las distintas facetas que constituyen la sostenibilidad y la responsabilidad corporativa. Sólo un 10% de los 2.500 valores que forman parte del Dow Jones Global Index, formado por compañías cotizadas de los principales mercados del mundo, forman parte de Dow Jones Sustainability Index, tras ser sometidas a un riguroso proceso de análisis y selección.

<sup>43</sup> En 1990 la KLD (una de las más importantes firmas de ISRs del mundo), cuya misión es “influir el comportamiento empresarial con el objetivo de conseguir una sociedad más justa y sostenible” creó el primer índice bursátil, Domini 400 Social Index, que incorporó cuestiones sociales al seleccionar las empresas que lo forman. La rentabilidad de este índice ha venido superando, desde su creación, la del índice de S & P 500, su índice de referencia. Este índice no admite empresas relacionadas al tabaco, alcohol, juego, armas ni generación de energía nuclear.

<sup>44</sup> El Ethibel Sustainability Index (ESI) provee una perspectiva clásica del desempeño financiero de las empresas líderes en RSC para inversionistas institucionales, inversores en bolsa, bancos e inversiones al menudeo.

## 2.2 Indicadores asociados con la responsabilidad social corporativa.

En esta sección se revisan las principales características y metodologías utilizadas por cada una de las cuatro principales familias de índices globales de sostenibilidad: el *Dow Jones Sustainability Index World Series* (DJSI World), el *Financial Times Stock Exchange for Good Index Series* (FTSE4Good), el *KLD Global Sustainability Index Series* y el *Ethibel Sustainability Index*. Si se desea saber el Top ranking de empresas que cotizan en estos índices, se pueden localizar en el anexo 6 al final de este trabajo.

### 2.2.1 Dow Jones Sustainability Index World Series (DJSI World).

**Nacimiento:** Esta familia de índices de sostenibilidad fue lanzada al Mercado originalmente el 8 de septiembre de 1999

**Objetivo:** Su objetivo es seguir al 10% de las empresas con mejores prácticas de RS a nivel mundial en cada uno de los 18 super-sectores y 57 sectores que analiza.

**Universo:** El universo de empresas es de aproximadamente 2,500 y de allí a través de un proceso de “scoring” obtiene un indicador de sostenibilidad por empresa. El proceso es realizado por la empresa *Sustainable Asset Management* (SAM) y este proceso luego es auditado por *Price Waterhouse Coopers*<sup>45</sup>.

**Proceso:** La metodología para la construcción de este índice pasa por un proceso de siete etapas: 1. Clasificación de sectores; 2. Puntuación de la sostenibilidad de cada empresa por cada sector; 3. Ranking en cada uno de los sectores; 4. Selección de sectores (dependiendo el tipo de índice); 5. Selección de empresas (filtrándolas por liquidez); 6. Determinación de la selección final de empresas, y; 7. Selección de la cobertura de la capitalización de mercado.

**Criterio:** Se utiliza el proceso de puntuación o “scoring”, que permite determinar el grado de sostenibilidad de cada empresa, es realizado utilizando distintas fuentes de información: cuestionarios específicos para cada uno de los sectores, documentos públicos de cada empresa (tales como informes ambientales, sociales, de sostenibilidad, entre otros), información publicada en los medios de comunicación en el último año y el contacto directo con personal de cada empresa en caso fuera necesaria alguna aclaración.

### 2.2.2 Financial Times Stock Exchange (FTSE4Good).

**Nacimiento:** El índice original para el Reino Unido fue lanzado en julio del 2001 y a partir de ese entonces se han lanzado cuatro índices más para Europa, el Global, el de EEUU y el de Japón.

<sup>45</sup> En PwC México, la Responsabilidad Corporativa es un compromiso individual y de la Firma, para usar tiempo, talento y recursos de manera generosa, en ayuda a otros para marcar una diferencia positiva, actual y futura en las comunidades en las que opera.

**Objetivo:** Ayudar a los inversionistas a identificar aquellas empresas que a nivel global cumplen con estándares reconocidos de RSC.

**Universo:** En la actualidad existen más de 18 productos financieros relacionados con la familia de índices de FTSE4Good entre los cuales se incluyen ETF's<sup>46</sup> para inversionistas institucionales y el mercado al menudo (retail), así como productos estructurados. El grupo FTSE trabaja de forma conjunta con el *Ethical Investment Research Service* (EIRiS) y su red de socios a nivel mundial que es la empresa que se encarga de elaborar y revisar semestralmente la familia de índices *FTSE4Good* (en marzo y en septiembre).

**Método:** La metodología para la construcción de los índices de la familia FTSE4Good pasa por un proceso de cuatro etapas: 1. Se recolecta la información de cada empresa mediante la aplicación de una encuesta; 2. Revisión de información pública, página Web de la empresa y sus reportes; 3. En una segunda etapa EIRiS y sus socios a nivel mundial analizan la información a la luz de los criterios establecidos por el FTSE4Good. Los resultados de la segunda etapa son revisados por un comité de política del FTSE4Good en una tercera etapa; 4. Finalmente, el Comité puede autorizar cada medio año la alteración de los títulos que componen alguno de los índices del FTSE4Good.

Nuevamente existen varios sectores que son excluidos a priori de los índices del FTSE4Good tales como empresas productoras de tabaco, empresas involucradas en la fabricación de partes y de armas nucleares, empresas fabricantes de armas y empresas involucradas en la extracción y procesamiento de Uranio.

Es importante notar que la construcción de los índices del FTSE4Good es mucho más subjetiva que la construcción de los índices de sostenibilidad de la familia del Dow Jones, pues el primero le da más importancia a los aspectos sociales que a los aspectos económicos o de gobierno corporativo.

**Criterio:** Se excluye a aquella empresa que posee: 1. Un alto riesgo de corrupción cuando además de operar en un sector y país sensible en términos de corrupción, realice contratos con el sector público; 2. En cuanto a los derechos humanos se clasifica en dos grupos: el sector extractivo global y el grupo de empresas con una relación significativa con empresas de un país donde los derechos humanos no es tan garantizados; 3. El criterio referido al aspecto social y de las buenas relaciones con los *stakeholders* está dividido en siete indicadores relacionados con la política, la gestión y el reporte de cuestiones sociales; 4. Para evaluar el criterio medioambiental, se clasifica a la empresa según el sector en el cual opera en alto, moderado y bajo impacto medioambiental. 5. La cadena de suministro laboral se refiere a determinar qué tan riesgosa es una empresa en términos de no brindar buenas condiciones laborales desde que compra la materia prima hasta que vende el producto terminado.

<sup>46</sup> Los "Exchange Traded Funds" (ETFs) son uno de los instrumentos de inversión de mayor crecimiento a nivel mundial, impulsados por la demanda de los inversionistas y por sus atributos.

### 2.2.3 KLD Global Sustainability Index.

**Nacimiento:** KLD es una empresa norteamericana que se fundó en el año 1988 y que desde el año 1990 lanzó al mercado una serie de índices relacionados con la sostenibilidad tanto a nivel doméstico como a nivel global o mundial. El primer índice sostenible en ser lanzado al mercado por esta empresa fue el denominado “*Domini 400 Social Index*” en el año 1990.

**Universo:** Este es un índice que incluye únicamente empresas norteamericanas y por lo tanto intenta mantener al menos 250 empresas pertenecientes al S & P 500, más 100 empresas con una gran o mediana capitalización de mercado por razones de diversificación y con 50 empresas de capitalización pequeña por cuestiones de empeño social y medioambiental ejemplar; en total 400 empresas. Esta familia de índices está compuesta de la siguiente manera: el *KLD Global Sustainability Index*, el *KLD North America Sustainability Index* (NASI), el *KLD Europe Sustainability Index* (ESI), el *KLD Asia Pacific Sustainability Index* (APSI) y el *KLD Global Sustainability Index Ex-US* (GSIXUS).

**Método:** está compuesta por las siguientes etapas: 1. Determinación del universo de empresas a ser elegidas; 2. Puntuación de las actividades ESG realizadas por cada empresa; 3. Establecimiento de un orden de prelación en cada sector de acuerdo con la puntuación alcanzada; 4. Identificación de los criterios clave en cada sector, y finalmente; 5. Se ponderan de los criterios para seleccionar los sectores. Con la finalidad de mantener la neutralidad en el análisis, el Comité del GSI selecciona a las empresas que pertenezcan al 37.5% de la capitalización de mercado de cada sector elegido en cada región. El universo de títulos elegibles corresponde a 25 mercados de capitales desarrollados.

**Criterio:** Los criterios utilizados por este índice son los relacionados con el gobierno corporativo, el medioambiente y el ámbito social: relaciones con la comunidad, diversidad, relaciones con los empleados, derechos humanos, calidad y seguridad del producto, medioambiente y gobierno corporativo. Al igual que en los índices anteriores, se lleva un monitoreo de las acciones empresariales que pudieran cambiar la composición del índice.

### 2.2.4 Ethibel Sustainability Index.

**Nacimiento:** Ethibel es una agencia consultora independiente en el tema de RS que se fundó en Bélgica en 1992.

**Universo:** En el año 2002 lanzó por primera vez la serie de índices sostenibles y globales de Ethibel: *Ethibel Sustainable Index Global* (ESI Global), *ESI Americas*, *ESI Europe* y *ESI Asia Pacific*. La empresa ha contratado por un lado a *Standard & Poor's* para que mantenga y realice los cálculos del índice, mientras que la empresa “*Stock at Stake*” fue contratada por el otro para realizar la labor de investigación (análisis y recolección de información). Los índices sostenibles de *Ethibel* están diseñados para a proximar las



ponderaciones por sector del S &P Global 1200, aunque la selección de que acciones se deben incluir queda en manos de *Ethibel*.

**Método:** El proceso de construcción del índice atraviesa por cinco etapas claramente definitivas: 1. identificación de posibles ESR; 2. puntuación o “scoring” de cada una de las empresas identificadas en términos de los criterios socialmente responsables establecidos por Ethibel; 3. establecimiento de un orden de prelación entre las empresas por sectores y regiones geográficas en función de su desempeño socialmente responsable; 4. decisión de la inclusión o no de la empresa elegible y cálculo del índice.

**Criterios:** Los criterios cubren el espectro de áreas típicamente incluidas como de RS, sólo que en este caso se están presentando bajo una distinta clasificación, por ejemplo: 1. Política social interna; 2. Política medioambiental; 3. Política social externa; 4. Política ética económica. Asimismo, la composición del índice es revisada anualmente por si existen cambios debido a las actividades de la empresa y cada tres años se realiza una evaluación exhaustiva por empresa.

### 2.3 Metodología ocupada por los índices mundialmente reconocidos en sostenibilidad para crear este índice.

El Índice Dow Jones de Sostenibilidad (DJSI por sus siglas en inglés) fue publicado el 8 de septiembre de 1999 para registrar el funcionamiento de las empresas líderes en materia de RSC. El DJSI consiste en un indicador a nivel mundial que incluye países de diferentes continentes, entre ellos: Europeos, EEUU, Asiáticos del Pacífico y Corea.

Casi todos los indicadores están compuestos por un grupo de empresas de varios ramos de la economía de diferentes países excluyendo las industrias del alcohol, el tabaco, el juego, armamentista y del entretenimiento para adultos. Este indicador es construido con una muestra del 10% de 2,500 compañías que cotizan en las bolsas al rededor del mundo y líderes en RSC. La metodología incluye el índice por segmento de mercado, por región y por moneda de cotización.

El indicador que se usará como una de las referencias a explorar en esta investigación es el compuesto a nivel mundial, es decir el índice de todas las empresas que son y han sido sustentables a través del tiempo.

Según la definición de la metodología aplicada en el DJSI:

“La RSC en una aproximación de negocios para crear valor a los accionistas a largo plazo, aprovechando oportunidades y manejando el riesgo derivado de la economía, cuidando el ambiente y el desarrollo social”.

Este indicador está soportado en la opinión de un número cada vez más grande de inversionistas que perciben la RSC como un potencial indicador de sustentabilidad de la compañía, de la creación de productos exitosos y de una disciplina administrativa férrea la cual es un catalizador de éxito disminuyendo drásticamente costos y riesgo.

Define el campo de investigación de la siguiente forma: 1. Define a las ESR como empresas que practican la RSC y que cotizan en la bolsa de valores a la que estén adscrita según el país donde pertenece la emisora; 2. El criterio de selección es general para cualquier industria excepto las señaladas anteriormente; 3. La fuente de información de esta investigación está basada en cuestionarios, documentos de la compañía (Papel o web), noticias, otros medios de difusión, valoración de los accionistas y contacto directo con las compañías.

La metodología está basada en una aplicación de un cuestionario basado en oportunidades y riesgos derivados de la economía, ambiente y desarrollo social. Este cuestionario se desarrolla de manera individual para cada compañía que participa en el indicador. El indicador está sujeto a ambos criterios “oportunidades y riesgos” para todas las industrias y una encuesta más de criterio específico para cada sector.

El criterio de decisión acerca de que empresas entra dentro de la muestra a tratar, se realiza mediante un marcador en el cual se le asigna un valor a las respuestas que las empresas responden en cada sector. La encuesta se hace en línea con las empresas afiliadas, aparte se toma en cuenta reportes, publicidad e información a los que se pudiera tener acceso para complementar el cuestionario. La información recibida por las empresas es revisada y cotejada con el desempeño actual y administración de riesgo, con reportes para los accionistas y sin la propia interacción con la empresa. El indicador es revisado por organismos independiente como *Price Waterhouse Coopers*<sup>47</sup> (PWC) y *Deloitte*<sup>48</sup>.

<sup>47</sup> PwC es la mayor firma de servicios profesionales del mundo. Ofrecemos a las empresas y a las Administraciones servicios profesionales especializados en cada sector. Más de 169.000 personas en 158 países aúnan sus conocimientos, experiencia y soluciones para mejorar la confianza y el valor de sus clientes y stakeholders.

<sup>48</sup> Deloitte es la marca bajo la cual decenas de miles de profesionales comprometidos alrededor del mundo, se unen para brindar servicios de auditoría, consultoría, asesoría financiera, administración de riesgos y servicios fiscales para sus clientes. Estas firmas son miembros de Deloitte Touche Tohmatsu Limited (DTTL), sociedad privada de responsabilidad limitada en el Reino Unido. Cada firma miembro brinda servicios en un área geográfica específica y está sujeta a las leyes y regulaciones profesionales del país o países en los que opere.

Basado en la identificación de elementos esenciales de la RSC, se crea un criterio general para todas las industrias que coinciden con estos principios. Estos incluyen prácticas estándares de administración como gobierno corporativo, desarrollo de capital humano, riesgo, manejo de crisis, retención de talento y prácticas laborales. Estos criterios generales representan el 40% del peso en la calificación. El otro 60% de la calificación está basado en criterios macroeconómicos específicos de cada industria basado en oportunidades y amenazas propias del sector. Este indicador refleja los esfuerzos hechos por la empresa en el aspecto económico, ambiental y social dirigido hacia la RSC.

Los reactivos están divididos en tres secciones de acuerdo al cuadro 1.1, cubriendo aspectos económicos, medioambientales y sociales incluyendo la respuesta a la pregunta en opción múltiple.

Ahora no todos los sectores pueden entrar en este índice, porque razón, muy sencilla, todos los índices anteriormente mencionados tienen una serie de restricciones en el comportamiento que estas empresas deberían poseer para ser calificadas como ESR. Es decir, no todas contaminan igual por lo tanto no tienen que aportar a la sociedad en iguales cantidades a quienes si lo hacen. El índice de FTSE4Good nos da un estupendo marco de referencia sobre qué sectores tienen mayor relevancia y deben tener un mayor campo de acción dentro de los rubros marcados, según la metodología de inclusión del índice FTSE4Good<sup>49</sup>, se mencionan los sectores con mayor impacto y aquellos, los cuales, se espera una mejor actuación en estos aspectos.

Cuadro 2.1 Sectores de la economía según grado de impacto social y ambiental.

Sectores de alto impacto	Sectores de mediano impacto	Sectores de bajo impacto
Agricultura	Suministros para la construcción	Tecnologías de la información
Transportación aérea	Equipos electrónicos y eléctricos	Telecomunicaciones
Aeropuertos	Distribución de energía y gasolina	Hipotecarias
Materiales de construcción	Equipo para la construcción	Inversionistas
Industria química farmacéutica	Servicios financieros	Desarrollo e investigación
Construcción e infraestructura	Hotelería, hostelería y centros comerciales	Ocio y entretenimiento
Ingeniería mecánica	Productos manufacturados	Servicios de soporte al cliente y marketing
Cadenas de suministro de alimentos	Puertos marítimos	Telecomunicaciones
Deforestación y papel	Impresión de periódicos y publicidad	Comercio al mayoreo
Extracción de minerales	Inmobiliarias	
Petróleo y gas	Comercio al menudeo	
Generación de energía	Renta de vehículos	
Transportación terrestre y marítima	Transporte público	
Supermercados		
Construcción y armado de vehículos		
Desperdicios tóxicos		
Agua		
Controles de plagas		

Fuente: elaboración y adaptación propia en base al *Dow Jones Sustainability World Index Guide Book (Version 11.5, January 2011)*

<sup>49</sup> Rescatado de: [http://www.ftse.com/Indices/FTSE4Good\\_Index\\_Series/Downloads/FTSE4Good\\_Inclusion\\_Criteria.pdf](http://www.ftse.com/Indices/FTSE4Good_Index_Series/Downloads/FTSE4Good_Inclusion_Criteria.pdf)  
05:46:51 p.m.]

[17/04/2010

El primer criterio para seleccionar ESR se empieza en el entorno ambiental. El FTSE4Good da algunos parámetros de referencia los cuales se mencionan a continuación en el cuadro 2.2.

Esta metodología como antes se mencionó funciona de la siguiente manera: 1. Se le añadirá un peso a cada uno de los rubros (política, gerencial, reportes escritos) de acuerdo a si cumple o no con cada uno de los requisitos seleccionados y si estas están clasificadas como empresas de alto, mediano o bajo impacto.

Las acciones que esta implemente en los diferentes niveles, para mejorar sus procesos, o controlar los daños que esta emita, la volverán una empresa confiable y por lo tanto rentable en un futuro más cercano que lejano.

**Cuadro 2.2 Criterio utilizado por el FTSE4Good para medir el impacto medio ambiental.**

	Sectores de alto impacto	Sectores de mediano impacto	Sectores de bajo impacto
	Debe cumplir las siguientes expectativas Los 5 indicadores duros O cumplir 4 indicadores duros más dos indicadores deseables.	Deben cumplir 4 indicadores de los cuales 4 deben de ser duros.	Las compañías deben incluir un reporte escrito y cumplir al menos un compromiso.
<b>Política</b>	Indicadores duros: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Políticas en asuntos de RSC</li> <li>• RS a nivel consejo y departamentos</li> <li>• <i>Compromiso</i> de uso de objetivos de corto y mediano plazo</li> <li>• <i>Compromiso</i> de monitoreo y auditoría</li> <li>• <i>Compromiso</i> de reportar a la sociedad</li> </ul>	Indicadores deseables: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Indicadores de RSC aplicables globalmente</li> <li>• <i>Compromiso</i> con sus inversionistas</li> <li>• Impacto en el servicio y los clientes</li> <li>• Estrategia dirigida a la auto sustentabilidad</li> </ul>	
	Compañías con ISO's y sistemas de gestión ambiental y social.	Compañías cuya RSC cubre un tercio de sus operaciones y cumple con al menos 4 indicadores.	No requerido
<b>Gerencia</b>	En empresas manejadas por sistemas de gestión ambiental y social, deberían poder cuantificar los siguientes indicadores y por lo menos tener 1 o 2 terceras partes de los mismos, empresas certificadas con ISO's tienen todas. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Presencia de una política ambiental</li> <li>• Identificación de impactos significativos según sector de trabajo</li> <li>• Información documental en áreas estratégicas de la RSC</li> <li>• Guías de procesos y manuales de procedimientos</li> <li>• Reportes interno y revisiones administrativas</li> </ul>		
	El reporte debió haberse cubierto en los últimos tres años, haber cubierto todos los indicadores anteriores y cumplir los cuatro indicadores duros o tres duros y dos deseables.	No requerido	No requerido
<b>Reportes escritos</b>	Indicadores duros: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Escrito de políticas ambientales</li> <li>• Descripción de posibles impactos del proyecto o negocio</li> <li>• Datos cuantitativos del impacto</li> <li>• Acciones tomadas contra posibles impactos</li> </ul>	Indicadores deseables: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Escrito de un programa de gestión ambiental</li> <li>• Políticas de Incumplimiento, procesamiento, multas, accidentes</li> <li>• Impacto financiero</li> <li>• Verificación de políticas por terceros</li> <li>• Dialogo con los inversionistas</li> <li>• Crecimiento sostenible</li> </ul>	

Fuente: elaboración y adaptación propia en base al FTSE4Good Index Series Inclusion Criteria

El siguiente criterio es el social mencionado en el cuadro 2.3. Las grandes acciones sociales hacen a las grandes empresas. Si esta afirmación es difícil de aceptar, hay una encuesta

realizada por *Great Places to Work*<sup>50</sup> en el que uno de los criterios más importantes para identificar una ESR son las acciones sociales en cuanto a cuidado de la salud, desarrollo de los empleados, maternidad, realización, etc.

En este contexto es deseable que todas las empresas que participen en el índice tengan la mayor cantidad de elementos posibles que aporten o no evidencia de contaminación ambiental ya que es un punto crítico en la decisión de los inversionistas. Es decir, es deseable que un inversionista desee no invertir en empresas que apoyan al crimen organizado o que violan los derechos humanos al realizar actos de trata de personas o financieramente blanquean fondos de actividades ilícitas como el narcotráfico. En la siguiente tabla se muestran los comportamientos deseables que necesita tener una empresa para poder ser ESR.

**Cuadro 2.3 Criterio utilizado por el FTSE4Good para tabular criterios sociales y de los inversionistas.**

Política	Adoptar una política de igualdad de oportunidades o incluir un compromiso de añadir una política de igualdad o diversidad en el reporte anual o en el <i>website</i> .
	Adoptar un código de ética o de principios éticos empresariales
Gerencia	Proveer evidencia de igualdad de oportunidades incluyendo uno o más de los siguientes aspectos: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Monitorear las políticas y la composición de la fuerza laboral</li> <li>• Flexibilidad en el trabajo en pro de la salud familiar (deben cumplir al menos algunos de estos tópicos: flexibilidad en los horarios de trabajo, servicio de guarderías, años sabáticos, asistencia monetaria por paternidad o maternidad, repartición de trabajo)</li> </ul>
	Proveer evidencia de sistemas de salud y bienestar de los empleados incluyendo: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Premios</li> <li>• Adiestramiento en salud y seguridad en el trabajo</li> <li>• Publicación de indicadores de accidentes</li> </ul>
	Proveer evidencia de sistemas de entrenamiento, desarrollo y capacitación de empleados, incluyendo los siguientes conceptos. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Una revisión anual de capacitaciones y habilidades adquiridas por los empleados</li> <li>• Proveer información significativa de tiempo y dinero invertidos en capacitación</li> </ul>
	Proveer evidencia de sistemas de comunicación con los empleados y de reconocimiento de los mismos
Reportes escritos	Uno de los siguientes tópicos <ul style="list-style-type: none"> <li>• Hacer donaciones caritativas</li> <li>• Esquemas operativos destinados a obras filantrópicas</li> <li>• Horas de trabajo donadas por los empleados a Sociedades Civiles</li> <li>• Asignar responsabilidades a un departamento específico de RSC</li> </ul>

Fuente: elaboración y adaptación propia en base al *FTSE4Good Index Series Inclusion Criteria*

El criterio extra que antes mencionamos son los reconocimientos obtenidos por buena gestión realizada en derechos humanos, los cuales se mencionan en el cuadro 2.4.

Hay que recordar que, aunque sea deseable que todas las empresas se hagan partícipes en la defensa de los derechos humanos, esto no siempre es válido o importante. Tras este argumento se encuentran una serie de reconocimientos y estándares a seguir, muchas veces, de manera obligatoria. Por ejemplo, la implementación de sistemas como seguros, tratamiento a trabajadores indígenas, consultas sociales, gobierno corporativo, etc.

<sup>50</sup> Las Mejores Empresas para Trabajar® ofrecen un profundo conocimiento de su entorno de trabajo en comparación con las mejores empresas para trabajar en su país u otros países.

Esto hace de cualquier empresa un lugar donde tanto el trabajador, como los inversionistas y los proveedores se encuentren satisfechos al colaborar con estas instituciones en la generación de riqueza y desarrollo.

**Cuadro 2.4 Criterio ocupado por el FTSE4Good para tabular derechos humanos.**

	Nuevo criterio	Detalles
Políticas	Política pública	La compañía ha publicado políticas que cubren derechos humanos fundamentales aceptados globalmente.
	Consejo de RSC	La responsabilidad estratégica de la defensa de los derechos humanos recae en uno o varios de los miembros activos del consejo que reporta directamente al CEO.
	ILO Core Labour Standards <sup>51</sup>	Se establece una postura de apoyo a la organización mundial del trabajo (ILO por sus siglas en inglés), las ideas centrales del tema giran en torno a: Igualdad de oportunidades, libertad de asociación, contratos colectivos, trabajo forzado o trabajo infantil. Alternativamente a estos indicadores se encuentra el Convenio Mundial de las Naciones Unidas o SA8000, cuyas políticas respaldan los lineamientos de la Organización Económica para la Cooperación y el Desarrollo las cuales empresas multinacionales deben seguir como estándares casi obligatorios.
	UN Global Compact <sup>52</sup> / SA8000 <sup>53</sup> / OECD Guidelines <sup>54</sup>	
	Declaración universal de derechos humanos (UDHR <sup>55</sup> por sus siglas en inglés)	Oficio por el cual se respalda claramente la declaración de derechos humanos.
Gerencia	Guía de seguridad en materia de guardias armados	Guía gubernamental en la que se regule el uso de la fuerza y armas de fuego a una conducta ética que figure como oficial según los criterios de las Naciones Unidas.
	Indígenas	Un compromiso estatal de respetar Indígenas en el territorio gobernado.
	Implementar criterios en las políticas y en el monitoreo	Monitorear la implementación de políticas de derechos humanos, incluyendo procedimientos ya existentes o cualquier reglamentación ya existente.
	Entrenamiento en Derechos humanos	Conocimiento del personal empleado en materia de derechos humanos.
	Consulta empresarial a los inversionistas	Consultar con inversionistas independientes y locales sobre políticas a aplicar por las empresas que sean de interés de la población adscrita.
Reportes escritos	Administración del riesgo	Evidencia del control del riesgo proveniente de seguir los lineamientos y procedimientos integrados en las políticas de derechos humanos.
	Producir reportes de derechos humanos	Reporte de las políticas que involucran Derechos Humanos en un formato público y abierto.
	Pólizas de seguros y sistemas de administración	Coberturas con seguros y manejo del riesgo con programas administrativos eficientes.

Fuente: elaboración y adaptación propia en base al *FTSE4Good Index Series Inclusion Criteria*

<sup>51</sup> La Organización mundial del trabajo (International Labour Organization - ILO) es un organismo internacional responsable de definir y vigilar los estándares de trabajo alrededor del mundo. Es la única agencia de las Naciones Unidas que es tripartita que trae representantes del gobierno, empleadores y trabajadores con el objetivo de realizar políticas que promuevan el trabajo digno para todos. Este consentimiento colectivo que promueve la ILO le da un conocimiento en tiempo real de las necesidades y circunstancias del empleo y el trabajo.

<sup>52</sup> El contrato universal de las Naciones Unidas (United Nations Global Compact - UNGC) es una política estratégica para negocios que están comprometidos con alinear su operatividad con 10 principios mundialmente aceptados en temas de recursos humanos, trabajo, medio ambiente y anti-corrupción.

<sup>53</sup> La SA8000 es una certificación voluntaria la cual fue creada por una organización estadounidense llamada RS Internacional (Social Accountability International - SAI), con el propósito de promover mejores condiciones laborales. La certificación SA8000 se basa en los acuerdos internacionales sobre las condiciones laborales, los cuales incluyen temas tales como justicia social, los derechos de los trabajadores, etc. Algunas de las más grandes empresas agrícolas exportadoras de banano, piña, tabaco, vino, frutas enlatadas y café procesado, cuentan con la certificación SA8000.

<sup>54</sup> Explora temas de preocupación general como trabajo infantil, medio ambiente, derechos humanos que ya son tema de conversación en los mercados internacionales. Es por esto que la Organización Económica para la Cooperación y el Desarrollo (Organization for Economic Cooperation and Development - OECD) ha creado una guía con recomendaciones para RSC explicando como el gobierno espera que las compañías se comporten.

<sup>55</sup> La Declaración Universal de Derechos Humanos declara como ideal común por el que todos los pueblos y naciones deben esforzarse, a fin de que tanto los individuos como las instituciones, inspirándose constantemente en ella, promuevan, mediante la enseñanza y la educación, el respeto a estos derechos y libertades, y aseguren, por medidas progresivas de carácter nacional e internacional, su reconocimiento y aplicación universales y efectivos, tanto entre los pueblos de los Estados Miembros como entre los de los territorios colocados bajo su jurisdicción.



La mayor parte de la información de este estudio está basada en reportes que la compañía emite de sus actividades y avances en desarrollo sustentable, algunos de ellos son reportes de sustentabilidad, medioambientales, de salud y seguridad sanitaria, sociales, financieros anuales, especiales (desarrollo de capital social, gobierno corporativo, desarrollo e investigación, relación con los empleados) y otras fuentes de información (documentos internos, folletos, sitios web).

El objetivo de la implementación de la RSC es de medir y verificar el funcionamiento de la sustentabilidad corporativa en las compañías que pertenecen a la muestra. Es importante valorar el peso que se le da a cada uno de los conceptos anteriormente mencionados, con el único objetivo de desarrollar una metodología para seleccionar a aquellas empresas líderes en temas de RSC.

De manera que los rubros a medir serán los siguientes de acuerdo a la metodología ocupada para crear el índice DowJones de la Sostenibilidad<sup>56</sup> mencionados en el cuadro 2.5.

El ejercicio quedará de tal manera:

Cuadro 2.5 Metodología ocupada por el Dow Jones de la sostenibilidad para ponderar el puntaje de las empresas.			
Reactivo	Puntaje obtenido	Peso del reactivo	Peso del criterio
A	25	.05	.042
TS= $\sum(PO*PR*PC)$		TS = Puntaje total	
De tal manera que: $25*.05*.42 = 0.0525$		P = Puntaje obtenido	
		PR = Peso del reactivo	
		PC= Peso del criterio	
Fuente: elaboración y adaptación propia en base al <i>Dow Jones Sustainability World Index Guide Book (Version 11.5, January 2011)</i>			

## 2.4 ¿Son las empresas valuadas bajo este método más rentables que las demás?

Las evidencias son muy diversas con respecto a encontrar —o no— una relación entre un aumento en el valor del precio de la acción y el ser socialmente responsable, ya que este tipo de estudios son muy recientes y los criterios al parecer no están del todo definidos. Sin embargo, hay una cantidad importante de estudios en años recientes de carteras de inversión que usan criterios de selección socialmente responsables y son carteras exitosas.

Tomándose estas afirmaciones como ciertas, revisaremos los principales trabajos realizados sobre este tema en un pequeño apartado que llamaremos “Estado del Arte” con el cual trataremos de definir los pasos a seguir para determinar las BPC destacables en el sector mexicano y si las empresas mexicanas consideran a estas prácticas rentables para su

<sup>56</sup> Rescatado de: [http://www.sustainability-indexes.com/djsi\\_pdf/publications/Guidebooks/DJSI\\_World\\_Guidebook\\_11\\_5.pdf](http://www.sustainability-indexes.com/djsi_pdf/publications/Guidebooks/DJSI_World_Guidebook_11_5.pdf) [13/03/2011 10:36:30 a.m.]

compañía. Con esto me parece válido preguntarse ¿Será viable su aplicación en países latinoamericanos?

(Porter, 1995) considera que el ser verde, es más una ventaja competitiva, que una ventaja financiera. El ser verde no significa en ningún momento productividad, pero tampoco la excluye. En la medida en que la empresa produzca de manera racional los productos o servicios, se obtendrán mejoras significativas en sus mecanismos de producción. Lo contrario pasará con aquellas que renieguen ser actualizadas o mejoradas. Si no hay inversión o es mal utilizada, puede generarse desconfianza en el público inversionista, el cual castigará a la empresa mudando sus capitales usando criterios más responsables.

Este argumento puede sonar lógico, sin embargo, una empresa responsable puede no ser la más productiva. No más productiva como aquellas que lucran con la pobreza, el hambre o el genocidio, aquellas empresas pueden resultar mucho más sustanciosas en recursos. La única diferencia de invertir en estas empresas es que estas no se encuentran en la bolsa de valores. Pero que hay del cigarro, el alcohol, el juego y el entretenimiento para adultos ¿son menos productivos por no ser sociales? Habría que tener reservas en estas afirmaciones.

Como recordaremos en el apartado anterior la ISR surge en los mercados anglosajones como un movimiento de protesta ante conductas empresariales que los inversionistas consideraban reprobables. La ISR significa elegir carteras de inversión en las cuales figuran empresas responsables, sin asumir un coste mayor por ello. Ya que los Fondos de Inversión Socialmente Responsables<sup>57</sup> (FISR) son tan rentables como los fondos convencionales.

Ahora el rendimiento que obtiene una ESR se puede observar desde dos aspectos muy diferentes pero igualmente importantes.

1. La RSC aumenta la rentabilidad, aumentando la transparencia en sus operaciones y mejorando sus procesos de control y eficiencia. Con los cuales se vuelve líder en el mercado, aumentando la confianza del público inversionista.
2. La RSC aumenta la rentabilidad de la empresa al garantizar rendimientos extraordinarios en el precio de las acciones, al comunicar medidas de producción responsables y proyectos sociales. Vendiendo la idea de ESR al público inversionista y consumidor.

No es sino hasta algunos años después de este Boom por las ESR que dio fruto la RSC en la creación de índices e indicadores mejor medidos para valorar y darle precio a la empresa que entran en este criterio. Ya los indicadores antes mencionados demuestran de manera contundente este hecho.

<sup>57</sup> Su funcionamiento en México se basa en la herramienta de EIRIS que es, a su vez, firmante de los Principios de Inversión Responsable de la ONU. Estos principios incluyen criterios de respeto al medioambiente, a los derechos sociales y laborales, relación de la empresa con la sociedad, buen gobierno corporativo y otros criterios sociales.

A partir del 2000 se empezaron a hacer estudios referentes a la valuación de estos activos intangibles, como el “ser bueno” y buscarles una utilidad. Entonces se empezaron a hacer las primeras comparaciones al respecto entre índices no verdes e índices verdes ¿gano algo más sin dar algo a cambio?

Según el FTSE4Good<sup>58</sup> para calcular el desempeño de este mismo índice encontramos lo siguiente:

- Se calculó por medio de una encuesta realizada a los directores de RSC y gobierno corporativo en el que se encontraron los siguientes hallazgos.
  - No se puede pedir que carteras de inversión, que se enfoquen en empresas que tengan poca responsabilidad corporativa; tengan a su vez, un mejor rendimiento que aquellas que si lo tengan. En realidad estas carteras al igual que las otras tendrán amplios rendimientos en algunos periodos y bajos rendimientos en otros.
  - El criterio de inclusión antes mencionado sobre este índice, no puede ser relajado. Esto no permite la entrada a empresas que no representan lo social por la razón de que podría manchar el valor de dicho índice. Por lo tanto, perder la confianza de los inversionistas en este indicador social.
  - El hecho es que las empresas no perciben un valor agregado más allá del cumplimiento de las normas y reglas del país o región donde operan. Sin embargo, ser excluidos de este índice podría representar un fallo en su competitividad que puede llevarlos por mal camino. El temor a dejar de ser parte de este índice es mayor, al temor de no pertenecer a él una vez que se está adentro.
  - Las compañías que están dentro de estos índices tienden a ser más transparentes y a hacer partícipes de su información financiera a todos los sectores parte del negocio (*stakeholders*).
  - Las empresas encuentran en este índice una muy buena forma de publicidad, permitiendo una buena comunicación con sus inversionistas. Sin embargo, hay empresas dentro de este índice que prefieren reportar acciones y no historias de éxito, son mucho más conservadoras.
  - Gracias a este índice, las acciones que realizan estas empresas son más eficientes en el sentido de penetrar nuevos mercados. Son empresas sanas las cuales a masan cualidades para no ser rechazadas en nuevos nichos de negocio.
  - Las empresas socialmente gobernadas no requieren reguladores, ya que sus acciones perse se comportan de acuerdo a los estándares gubernamentales deseados.

<sup>58</sup> Rescatado de: [http://www2.accaglobal.com/pubs/general/activities/research/research\\_archive/r-088-001.pdf](http://www2.accaglobal.com/pubs/general/activities/research/research_archive/r-088-001.pdf) [27/04/2011 01:36:51 p.m.]

Este tipo de afirmaciones son la razón por la cual, este tipo de índices, han tenido relevancia actualmente. Y es la razón por la cual, nosotros también debemos seguir estas tendencias en favor de obtener mejores rendimientos y ser competitivos a nivel internacional.

#### 2.4.1 ESR en fondos de inversión

La tendencia a invertir en fondos socialmente responsables está en franco crecimiento. Incluso existe el suficiente acceso para que inclusive pequeños inversionistas puedan participar en FISR. Sin embargo, queda aún la pregunta de si en estos fondos se obtendrán rendimientos extraordinarios sobre aquellos que no son tan responsables. Se hará una revisión bibliográfica al respecto a manera de exponer las opiniones de diversos autores respecto al tema.

(Statman, 2000) encontró que el *Domini Social Index* ofrecía un rendimiento superior al *S&P 500* (el cual es un indicador de mercado). Por lo tanto, los fondos socialmente responsables ofrecían un rendimiento superior a los fondos convencionales, pero sus resultados no fueron estadísticamente significativos. Posteriormente, el mismo autor incluyó en su análisis a tres índices más: el *Calvert Social Index*, el *Citizens Index* y la parte americana del *Dow Jones Sustainability Index*. (Statman, 2005) encontró en todos los casos periodos en los cuales los cuatro índices lograban rendimientos superiores al *S&P 500*, pero esto no ocurría siempre. Asimismo encontró, que si bien, todas las pruebas eran estadísticamente positivas y altamente correlacionadas con el *S&P 500* los errores de seguimiento (*tracking errors*) eran sustanciales.

(Bauer, et al., 2002) analizó el creciente interés en fondos de inversión éticos. El cual, tuvo un crecimiento constante desde los 60's hasta nuestros días debido al constante interés de incluir ESR a carteras de FISR. Esto a través de un proceso de selección llamado *benchmarking* o para decirlo sencillo las mejores empresas del mercado. Se hizo un estudio con modelos multivariados que calculaban entre otras variables el tamaño del fondo, el precio de la acción, el *momentum*, y variación en las betas. Sin embargo, en este *paper* no se encontró ni algún vestigio de que el armar carteras de inversión éticas resultará en rendimientos constantes y crecientes; tampoco decrecientes, pero en definitiva dentro de los correctos criterios de selección o *benchmarking*.

(Schröder, 2005) en su estudio "*Is there a Difference? The performance Characteristics of SRI Equity Indexes*" intentó relacionar e implementar fondos de ISR en los fondos de pensiones alrededor del mundo. Las principales características incluidas en este estudio las menciono a continuación.

1. Se hace referencia por primera vez a si índices sustentables muestran o no un rendimiento superior a los índices convencionales contruidos con las mejores prácticas de inversión. Ya empieza a existir la preocupación de diversificar el riesgo de los fondos de inversión utilizando estos criterios de ISR;

2. Se hicieron cuestionamientos acerca de si este tipo de índices podrían mitigar el riesgo de mercado y si estos puede ser replicado en otros fondos. Utilizándolos como buenas prácticas en la selección de activos en carteras de inversión. Para esto se hace el siguiente cuestionamiento ¿Las inversiones en ESR tienen los mismos riesgos que aquellas inversiones en fondos convencionales? Es decir, si aplicamos este criterio de selección de activos de inversión, podríamos mitigar o nulificar el riesgo de dicha inversión.

(Edmands, 2007) encontró que un portafolio de acciones con empresas pertenecientes al grupo de las mejores empresas donde trabajar (*best places to work* de la revista *Fortune*) obtuvo un rendimiento de un 14% por año durante el periodo 1995 al 2005 que constituyó más del doble del rendimiento del mercado. Por su parte (Kempf y Osthoff, 2007) utilizaron una simple estrategia de comprar títulos con un elevado rating en RSC y vendiendo títulos con un bajo rating en el mercado americano; obtuvieron rendimientos anormales positivos de hasta un 8.7% anual.

(Derwall y Koedijk, 2007) mostraron que, el rendimiento promedio de los fondos mutuos socialmente responsables americanos de renta fija tuvieron el mismo rendimiento promedio que los fondos mutuos convencionales durante el periodo 1987 al 2003. Pero que el rendimiento promedio de los fondos mutuos socialmente balanceados, tuvo un rendimiento superior al de sus referentes (*benchmarks*) en más del 1.3% anual. Asimismo, estos autores mostraron que los gastos o comisiones cargadas por los fondos socialmente responsables, son comparables a las cargadas por los fondos convencionales y por lo tanto este factor no influye en las diferencias entre los rendimientos.

(Lee and Faff, 2007) construyeron dos portafolios de títulos utilizando la información del *DJSI*. En un portafolio de inversión, en el cual, agruparon a las empresas que poseían el mejor desempeño y en el otro agruparon a las empresas con un desempeño rezagado. De esta manera mostraron que las empresas con un desempeño ostensible rezagado proporcionaban los rendimientos más altos y consecuentemente también el riesgo propio o idiosincrático más elevado. Esto muestra que son precisamente las empresas más rezagadas, pero y a en el camino de la sostenibilidad, quienes pueden ofrecer mayores rendimientos a los inversionistas.

La literatura no solo muestra que existen rendimientos más elevados al aplicar criterios de ISR; sino que existe una mayor lealtad por parte del inversionista que invierte en FISR que en fondos convencionales. (Bollen, 2006 y Benson and Humphrey, 2007) mostraron que los flujos de caja destinados a fondos socialmente responsables poseen una menor volatilidad que los dirigidos a fondos convencionales y son más sensibles a los rendimientos positivos rezagados y menos sensibles a los rendimientos negativos rezagados.

Una preocupación sugerida por (Kurtz, 1997) refiere al hecho de que los fondos socialmente responsables, al concentrarse en invertir en títulos de ESR, pierdan parte de su capacidad de diversificación en el portafolio así constituido. No obstante, (Guerard, 1997; Barnett y Salomón, 2005) han mostrado que la posible pérdida en diversificación, se compensa a medida que se intensifica la selección de títulos. Es decir, se incrementa el número de indicadores de selectividad, pues así se seleccionan mejor las empresas en las cuales invertir. Además, estos autores mostraron que a mayor selectividad se incrementa el rendimiento financiero.

Los hechos hasta ahora son claros en varios trabajos de investigación. Si bien, hay empresas que desean tener características responsables y que la mayoría que tienen estas características, cotiza en las bolsas de valores al rededor del mundo. A través de sus acciones, existen fondos de inversión deseosos de participar en el negocio.

Hasta la fecha no existe una relación clara entre RSC y rendimiento financiero. Sin embargo hay dos puntos muy importantes a destacar: 1. Que las empresas se interesan más en obtener títulos de esta índole; que si bien, no ayuda a su desempeño financiero ni a su administración, ayuda de manera profunda en la confianza del consumidor quien al final de cuentas es la razón principal de que la empresa exista, 2. Las ESR en teoría no es tan ansiosas de dejar de ser ESR; al contrario, el perder dicho título representaría un golpe serio para la empresa. Es decir, existe el temor de dejar de formar parte de esta elite.

Hay dos formas de comprobar esto, uno es la creación de un IPC de sostenibilidad el cual se pudiera comparar con otros índices alrededor del mundo y verificar si estos son rentables o no. La segunda es con una encuesta, en la que se le preguntE a las empresas, si les ha servido de algo financiera o administrativamente, el ser ESR y por la tanto practicar la RSC.

De ambos casos tenemos evidencia a nivel mundial de que a pesar de aplicar modelos econométricos para medir el rendimiento de la acción, el riesgo y la correlación de residuos en el modelo vía *spanning-test*; hay fuerte evidencia de que si no tenemos rendimientos extraordinarios tampoco tenemos pérdidas.

En otras palabras, es un tipo de inversión conservadora generalmente usada en fondos para el retiro, por otra parte tenemos la metodología del *FSTE4Good* el cual promociona índice sostenible al rededor del mundo, pero en sus estudios de performance argumenta que las empresas no sienten un cambio drástico al pertenecer a estos índices. Sin embargo, en ningún momento las empresas, desearían dejar de pertenecer a esta elite de empresas.



## 2.4.2 Indicadores de sostenibilidad ya cotizando en las bolsas de América Latina: ¿Cómo involucrarse?

En la actualidad existen tres formas a través de las cuales los inversionistas pueden involucrarse en ISR: 1. Las inversiones selectivas (*screening*), 2. El activismo accionarial (*shareholder advocacy*) y 3. La inversión en comunidades (*community investing*) (SIF, 2005).

La inversión selectiva (*screening*) consiste en seleccionar portafolios que pertenecen a fondos de inversión y a fondos de pensiones con criterios de RSC. La idea del fondo consiste en seleccionar a aquellas empresas que tengan un excelente desempeño en su RSE. Por ejemplo, empresas que siendo rentables se encuentran comprometidas con un buen desempeño ambiental, a través de mecanismos de producción limpia; mantienen buenas relaciones con sus trabajadores manteniendo buenas condiciones laborales, protege a sus accionistas minoritarios, entre otras.

Activismo accionarial (*shareholder advocacy*), como su nombre lo indica, se refiere a que los inversionistas, una vez que son dueños de una parte de la compañía, emiten resoluciones que presionan y comprometen a la gerencia de la empresa para seguir ciertos patrones de desempeño socialmente responsable. Estas resoluciones son diversas y pueden referirse a proclamaciones sociales (en contra de la discriminación racial y religiosa), ambientales (acogerse a determinados estándares internacionales como la certificación ISO 14001<sup>59</sup> o EMAS<sup>60</sup>), de gobierno corporativo (acogerse a los principios de buen gobierno corporativo establecidos por la OECD), entre otras.

La inversión en comunidades (*community investing*) se relaciona con inversiones solidarias cuyo carácter es más filantrópico; específicamente, los fondos de inversionistas y prestamistas son dirigidos a comunidades que por lo general, son desatendidas por los servicios financieros tradicionales.

Si bien existen muy buenos prospectos en mercados desarrollados y con fondos socialmente responsables en países desarrollados; cabe preguntarse, si existen fondos socialmente responsables que operen en Latinoamérica y si el mayor compromiso sostenible por parte de las empresas en Latinoamérica, favorece a los inversionistas proporcionándoles un mayor rendimiento.

<sup>59</sup> ISO 14001 es una norma aceptada internacionalmente que establece cómo implementar un sistema de gestión medioambiental (SGM) eficaz. La norma se ha concebido para gestionar el delicado equilibrio entre el mantenimiento de la rentabilidad y la reducción del impacto medioambiental.

<sup>60</sup> El EMAS 2001 es el instrumento mediante el que una empresa se adhiere al sistema de gestión medioambiental, la Unión Europea establece este sistema que permite la participación, de forma voluntaria, de empresas para evaluar y mejorar su comportamiento medioambiental y difundir al público la información correspondiente.

En la actualidad solo existe un índice de sostenibilidad empresarial en el mercado de capitales latinoamericano; es el brasileño BM&FBOVESPA<sup>61</sup> y dos índices de gobierno corporativo en Brasil y en Perú. Pero este último, recién se acaba de lanzar el 01 de julio del 2008, ello impide que se pueda dar una respuesta directa a la pregunta anterior. A pesar de ello, se puede mostrar información relacionada con los rendimientos de los fondos socialmente responsables que operan en Europa y resultados asociados al desempeño ambiental y de gobierno corporativo por parte de empresas latinoamericanas.

---

<sup>61</sup> Para mayor información favor de consultar metodología en:  
<http://www.bmfbovespa.com.br/indices/ResumoIndice.aspx?Indice=ISE&Idioma=es-ES> [27/05/2011 03:38:51 p.m.]

### *Bibliografía Capitular.*

---

- Barnett M. y R. Salomon (2005) Beyond Dichotomy: The Curvilinear Relationship Between Social Responsibility and Financial Performance. *Strategic Management Journal*.
- Benson K. y J. Humphrey (2007) Socially Responsible Investment Funds: Investor Reaction to Current and Past Returns, Working Paper, University of Queensland Business School.
- Bollen N. (2006) Mutual Funds Attributes and Investor Behavior. *Journal of Financial and Quantitative Analysis*.
- Derwall J. y K. Koedijk (2007) Socially Responsible Fixed-Income Funds. Working Paper, Erasmus University, Rotterdam.
- Edmands A. (2007) Does the Stock Market Fully Value Intangibles? Employee Satisfaction and Equity Prices. Working Paper, Wharton School, University of Pennsylvania.
- Guerard J. (1997) Additional Evidence on the Cost of Being Socially Responsible in Investing, *Journal of Investing*, Vol. 6, 31-51.
- Institucional Transparency in Emerging Markets”, *Journal of Business Ethics*, 59, 163-174.
- Kempf A. y P. Osthoff (2007) The Effect of Socially Responsible Investing on Financial Performance. Working Paper, University of Cologne, Colonia.
- Kurtz LL. (1997) No effect, or no net effect? Studies on Socially Responsible Investing, *Journal of Investing*, Vol. 6, 37-49.
- Lee D. y R. Faff (2007) The Corporate Sustainability Discount Puzzle. Working Paper, University of Queensland Business School.
- Lee D. y R. Faff (2007) The Corporate Sustainability Discount Puzzle. Working Paper, University of Queensland Business School.
- Lydenberg, Steven D.: (2000) La inversión socialmente responsable: pasado, presente y futuro, *Foro sobre Economía y Responsabilidad Social Empresarial*, Zaragoza, España, 14 págs.
- Millar, C.; Eldomiaty, T.; Choi, C. y Hilton, B.: 2005, “Corporate Governance and Rob, Kees Koedijk, Rogér Otten.: 2002, International evidence on ethical mutual fund performance and investment style, *Limburg Institute of Financial Economics*, Maastrich University, 28 págs.
- Salas, V.: 2002, *El gobierno de la empresa*. Colección de Estudios Económicos de La Caixa, 29.
- Schröter Michael.: 2005, Is there a difference? The performance Characteristics of SRI equity indexes, *Centre for European Economic Research (ZEW)*, Mannheim. Bauer, 25 págs.
- Statman M. (2000) Socially Responsible Mutual Funds. *Financial Analysts Journal*, Vol. 56, 30-50.
- Statman M. (2005) Socially Responsible Indexes: Composition, Performance and Tracking Errors. Working paper, Santa Clara University, California.

### Capítulo 3. Estado del arte de la RS

La RS lleva relativamente poco gestándose dentro de las empresas que cada vez más la consideran como parte fundamental del negocio. Para países avanzados como aquellos integrantes de la Unión Europea, EEUU y Asia oriental han estado formulando teorías en base a experiencias vividas en el Mercado desde hace casi 20 años, llegando a lo que ahora podríamos llamar la bursatilización de lo social.

Hasta hace relativamente poco tiempo en México, se asumía que la responsabilidad de las empresas era únicamente generar utilidades y por lo tanto trabajo. Contribuir con los impuestos y por lo tanto que el gobierno se encargue de lo común. Actualmente el concepto de RSC toma auge en estudios que hasta la fecha revelan hechos interesantes entre las empresas y la sociedad. Hay que tomar en cuenta que estos estudios realmente son muy recientes, si bien la primera publicación “en forma” puede ubicarse en los años ‘80s, esto no se consolida hasta finales de los ‘90s y para México a partir del 2003 se empezaba a rumorear al respecto de lo social y que era importante.

El más reciente estudio se deriva de índices bursátiles actualmente cotizando en la Bolsa de Valores de Tokyo. (Nakajima, 2011) demuestra que tras un análisis de regresión simple entre el *índice Nikkei*<sup>62</sup> y el índice *FTSE4Good* para Japón se encuentra una significancia positiva en las alfas de mostrando que los esfuerzos sociales aplicados en RSC pueden ser apreciados en los mercados bursátiles.

Sería importante descubrir desde donde la RSC ha tomado tanto auge para llegar a estudios tan complejos en la actualidad. Sería obvio y a la vez no tanto, que los primeros interesados en que las empresas sean responsables de sus acciones, no dañen el espacio y la moral humana por el puro interés monetario sería la propia sociedad. Ellos son los principalmente interesados en que, mediante procesos políticos y movimientos sociales, se exijan atención a elementos cada vez más humanos dentro de las empresas (Castillo, 1986).

Más tarde (Porter, M. and C. Van der Linde, 1995) marca la pauta de la RSC calificándola como una ventaja competitiva más que una ventaja financiera. Cabe mencionar que la ventaja financiera de la RSC no se da al interior de la empresa como muchos piensan, sino que es necesaria para ser competitivos en el mercado global. Sin la RSC sería imposible penetrar nuevos mercados y no habría un adecuado control del riesgo que podría causar conflictos entre las filiales en empresas transnacionales (Reinhardt, F, 1999).

<sup>62</sup> Índice de la Bolsa de Tokio elaborado a partir de las cotizaciones de las 225 empresas de mayor contratación. Es el índice de referencia en los contratos de opciones y futuros.

Más adelante en una publicación realizada por (Porter, Michael E.; Kramer, Mark R., 2002) reitera que la sociedad y la empresa deben ir juntos en la generación de valor. He ahí como pocos años antes se empezó a hablar de la RSC como una forma de desarrollar proyectos económicos en conjunto (Vargas, 2006) y no desde el punto de vista de la codicia y la avaricia natural del empresario (Lydenberg, 2000). He ahí el interés de captar la atención de los inversionistas realizando los primeros estudios; relacionando y apropiamente al ser socialmente responsable y tener un buen gobierno corporativo esto aunado a obtener buenos rendimientos financieros (Buer, 2002)

Habría que convencer al empresariado de que ser socialmente responsable contribuye al desarrollo y supervivencia de las comunidades marginadas (Domínguez, 2005) y brinda estrategias que solo las empresas pueden lograr. Esto con el objetivo de generar desarrollo donde no había nada (Newman, et al., 2006). Sin embargo, hasta entonces no se había demostrado mayor valor de estas estrategias; al contrario, podría ser una inversión peligrosa (Albareda y Balague, 2005) y por qué no, hasta un gasto innecesario.

Para el 2008 se concluye en varios documentos que no hay evidencia significativa entre ser socialmente responsable y obtener rendimientos financieros extraordinarios. (Heli Wang; Jaepil Choi; Jiatao Li., 2008) realizó un estudio con una muestra de 817 empresas de las cuales no se encontró ningún cambio entre aquellas que aplican RSC y aquellas que no. Bajo este esquema, en el que la parecer la RSC había fallado como proyecto, se empieza una vez más a sustentar que si hay rendimiento de hacer todo esto. Pero esta vez, desde su implementación administrativa tanto en la pequeña empresa (García, et al., 2009) como a nivel proyecto (Laurila, et al., 2009) se obtuvieron casos exitosos de implementación de RSC. Estas prácticas sociales se implementaron desde el inicio creando una nueva cultura y forma de hacer negocio. No fue impuesta ni añadida, forma parte del sistema.

Tan solo 1 año después (Schroder, 2010) realiza nuevamente un test en el que prueba diferentes carteras Sociales y en las que encuentra hallazgos que le vuelven a dar vida a la RSC. Si bien, no hay prueba de que el aplicar estas políticas sociales genere rendimientos financieros extraordinarios; al fin, son tan rentables como aquellas que no lo son. Al mediano y largo plazo desarrollan componentes importantes de control del riesgo, lo que hace que invertir en ellas sea más seguro y constante su rendimiento.

Actualmente aún existen ciertas divergencias acerca de si las afirmaciones anteriores son ciertas o no. Sin embargo, la concepción de la empresa que solo general utilidades a cualquier costo no es suficiente ni aceptable. La empresa debe tomar en cuenta que sus actividades afectan de manera positiva o negativa la calidad de vida de sus empleados y de las comunidades en las que realizan sus operaciones. Para explicar de forma sencilla como ha evolucionado la RSC a la fecha, se elaboró el cuadro 3.1 en el que se explica brevemente la evolución de la RSC hasta la fecha y aquí es donde cabe hacer una observación muy

importante. Este estudio es tácticamente construido sobre bases metodológicas que no existen en México; por lo que, el primer esfuerzo debe ser exploratorio y por lo tanto dependerá de la percepción que los empresarios tengan acerca de la RSC, como opera y si acaso, tienen o conocen algunas conductas que van de la mano con estos aspectos sociales.

**Cuadro 3.1 Bibliografía relevante para el estudio.**

Año	Autor	Título de estudio	Resultados y Metodología
1986	Castillo C. Iavero, A. M.	La responsabilidad de la empresa en el contexto social: su articulación, gestión y control	Pone de manifiesto, el convencimiento explícito e implícito de las empresas españolas de responsabilidad frente a la sociedad sin llegar a constituir un compromiso operativo.
1995	Porter, M. and C. van der Linde	Green and Competitive: Ending the Stalemate	El ser verde es estratégicamente competitivo en el sentido de que es más fácil prevenir que limpiar, innovar que estandarizar, esto es lo que mantienen a las grandes empresas en el mercado, esto a través claro, de políticas más específicas que ayuden a mejorar la competitividad.
1999	Reinhardt, F.	Bringing environmental Down to earth	Los directivos de las empresas deben ver problemas ambientales como problemas financieros que pueden a la larga causar conflictos.
2000	Lydenberg, Steven D.	La ISR: pasado, presente y futuro	¿Qué se puede hacer en materia de ISR?, esta entrevista insita a invertir en fondos verdes según la experiencia de la Banca Europea. Mientras inviertas en fondos verdes nunca perderás.
2002	Porter, Michael E.; Kramer, Mark R.	The competitive advantage of corporate philanthropy	La estrategia competitiva de ser verde ayuda tanto a las empresas como a la sociedad a ir adelante en el desarrollo de proyectos económicos cuando se pactan objetivos parecidos.
2002	Buer, Rob, Kees Koedijk, Rogér Otten.	International Evidence on Ethical Mutual Fund Performance and Investment Style.	Este estudio revela que las carteras elaboradas bajo principios verdes tienen menor rendimiento en empresas de menor capitalización que en aquellas de mayor capitalización, este tipo de carteras están orientadas a crecimiento más que a la creación de valor, sin embargo presentan una reducción significativa del riesgo.
2005	Fernando, Pérez Domínguez	Instrumentos de la RSE: criterios de clasificación	Una ESR contribuye al desarrollo y superación de las comunidades en donde opera y tiene intereses comerciales.
2005	Albareda, Laura Vivó, María Rosario Blaguer Franch	Los retos de la ISR en España: relación entre los fondos de pensiones y el gobierno corporativo de las empresas	En España, no se observa aún una vinculación entre la ISR y el buen gobierno corporativo. Los representantes de las comisiones de control de los planes y fondos de pensiones de empleo no relacionan los aspectos de gobierno corporativo con los criterios de RSC o sostenibilidad
2006	Van Slyke, David M.; Newman, Harvey K.	Venture philanthropy and social entrepreneurship in community redevelopment	Brinda estrategias en las cuales zonas marginadas y pobres han salido adelante con esquemas filantrópicos corporativos y han desarrollado clúster de mercado importantes donde antes no había nada.
2006	Vargas, Niello José	RS Empresarial (RSE) desde la perspectiva de los consumidores	Indica la necesidad de desarrollar a nivel social una cultura de la RSE. Para ello, el Estado conjuntamente con el sector privado y la SC deben promocionar iniciativas conjuntas.
2008	Heli Wang; Jaepil Choi; Jiatao Li.	Too Little or Too Much? Untangling the Relationship Between Corporate Philanthropy and Firm Financial Performance	Se concluye que no hay evidencia suficiente para afirmar una relación entre filantropía corporativa y desempeño financiero con un estudio cuya muestra fue de 817 firmas.
2009	García de León Campero y otros	RS Empresarial, Proceso de implementación en las PyME's	Es posible implementar políticas verdes en las Pymes y no dejar de ser competitivos, es tarea no solo para las empresas multinacionales sino que permite desarrollar proyectos locales.
2009	Halme, M. & Laurila, J.	Philanthropy, Integration or Innovation? Exploring the Financial and Societal Outcomes of Different Types of Corporate Responsibility	Se analizan a las diferentes formas de filantropía y se pone en tela de juicio si estas realmente generan proyectos económicos exitosos. Se concluye que la mayor parte de los proyectos que incorporan políticas verdes son exitosos y además desarrollan áreas marginadas.
2010	Schroder, Michael	Is there a Difference - The Performance Characteristics of SRI Equity Indexes	Realiza un test en el que prueba diferentes carteras con diferentes índices de sostenibilidad alrededor del mundo, obteniendo hallazgos relacionados con lo siguiente: Este estudio revela que no hay rendimientos adicionales al invertir en una cartera seleccionada bajo términos de la RSC pero que si representa una reducción en el riesgo sin adicionar algún costo extra o bajar el rendimiento del accionista.
2011	Nakajima Kan	Socially Responsible Firms and Stock Returns: Evidence from Japanese Constituents in FTSE4Good Index	El estudio revela que tras un análisis de regresión simple entre el índice Nikkei y el índice FTSE4Good para Japón se encuentra una significancia positiva en las alfas de mostrando que los esfuerzos corporativos aplicados en RSC pueden y repito PUEDEN ser apreciados en los mercados bursátiles.

Fuente: elaboración propia con síntesis de diversos trabajos en RSC y rendimiento.



### Bibliografía capitular

- Albareda, Laura Vivó: 2005, “Los retos de la inversión socialmente responsable en España: relación entre los fondos de pensiones y el Gobierno corporativo de las empresas”, Investigadora Instituto Persona, Empresa y Sociedad, Profesora colaboradora del Departamento de Ciencias Sociales, ESADE - Universidad Ramón Llull, 20 p.
- Bob Bauer, Kees Koedijk, Roger Otten: 2002, “International Evidence on Ethical Mutual Fund Performance and Investment Style”, *Financial Economics*, <http://ideas.repec.org/p/cpr/ceprdp/3452.html>.
- Castillo Clavero, A. M.: 1986, “La responsabilidad de la empresa en el contexto social: su articulación, gestión y control”, Tesis doctoral inédita presentada en la Universidad de Málaga, P. 265.
- Fernando, Pérez Domínguez: 2005, “Instrumentos de la RSE: criterios de clasificación” Observatorio sobre RS de la Empresa y Relaciones Laborales (Observatorio Laboral On-Line del CARL), 8p.
- García de León Campero y otros: 2009, “RS Empresarial, Proceso de implementación en las PYME’s”, *Revista Pyme, Adminístrate hoy*, Edición 200 “Desarrollo económico y social”, diciembre 2010, Año XVII, 36 – 42 p.
- Halme, M. & Laurila, J. (2009), “Philantropy, Integración or Innovation? Exploring the Financial and Societal Outcomes of Different Types of Corporate Responsibility”, *Journal of Business Ethics* DOI 10.1007/s10551-008-9712-5
- Heli Wang; Jaepil Choi; Jiatao Li.: 2008, “Too Little or Too Much? Untangling the Relationship Between Corporate Philanthropy and Firm Financial Performance”, *Organization Science*, Vol. 19 Issue 1, p143-159, 17p, 3 Charts, 4 Graphs; (AN 31167946)
- Lydenberg, Steven D.: 2000, “La ISR: pasado, presente y futuro, Foro sobre Economía y RS Empresarial”, Zaragoza, España, 14 págs.
- Nakajima, Kan: 2011, “Socially Responsible Firms and Stock Returns: Evidence from Japanese Constituents in FTSE4Good Index”, 9 p.
- Porter M, van der Linde C: 1995, “Green and competitive”, *Harvard Business Review* **73**(5): 121–134.
- Porter, Michael E.; Kramer, Mark R.: 2002, “The competitive advantage of corporate philanthropy”, *Harvard Business Review*, Vol. 80 Issue 12, p56-69, 13p, 2 Diagrams, 1 Graph; (AN 8587406)
- Reinhardt, F.: 1999, “Bringing environmental Down to earth”, *Harvard Business Review*, 77(4), 149-157 p.
- Schröter Michael.: 2005, “Is there a difference? The performance Characteristics of SRI equity indexes”, Centre for European Economic Research (ZEW), Mannheim. Bauer, 25 p.
- Van Slyke, David M.; Newman, Harvey K.: 2006, “Venture philanthropy and social entrepreneurship in community redevelopment”, *Nonprofit Management & Leadership*, Vol. 16 Issue 3, p345-368, 24p; DOI: 10.1002/nml.111; (AN 20310701)
- Vargas, Niello José: 2006, “RS Empresarial (RSE) desde la perspectiva de los consumidores” *Santiago de Chile, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL)*, 23 p.

## Capítulo 4. Metodología

### Resumen Capitular

Ya que se ha hecho una revisión exhaustiva de cómo funciona el sistema financiero actual en conjunto con la RSC y como está ha evolucionado a través del tiempo, queda la duda de si sería posible hacer que todo lo revisado funcione para México.

Se ha hecho la revisión de infinidad de artículos que expresan su opinión bajo diversas bases teóricas acerca de si el ser ESR ayuda o no a obtener rendimientos extraordinarios por aumentos en el precio de la acciones que cotiza en la Bolsa de Valores, y a sea dando una excelente imagen corporativa, una correcta administración infra-empresa y/o ayudando a la sociedad.

En este capítulo se intenta abordar la posibilidad de poder evaluar la construcción en algún momento dado de indicadores que nos permitan obtener pruebas fehacientes de que ser socialmente responsable ayuda a la empresa a obtener valor vía precio de la acción que cotiza en las Bolsas de Valores al rededor del Mundo.

Como consecuencia del creciente número de empresas perciben a la RSC en México como un tema que no está restringido solamente a las acciones sociales o ambientales<sup>63</sup> desarrolladas por la comunidad; sino que implica también el diálogo y la interacción con los diversos *stakeholders* relacionados con la empresa.

(Cajiga, 2010)<sup>64</sup> director de RSE del Cemefi entiende a la RSC de la siguiente manera.

“Para que la empresa actúe con RS, desde una perspectiva sistémica y amplia, es necesario que ese concepto sea incorporado a sus procesos de gestión y, por lo tanto, que pase a formar parte integral de sus estrategias de negocio y de su sistema de planeación interna”

Es decir, la RS aunque inherente a cualquier emprendimiento empresarial social. La RS se ha convertido al menos en México.

“En una nueva forma de gestión y de hacer negocios, en la cual la empresa se ocupa de que sus operaciones sean sustentables en lo económico, lo social y lo ambiental, reconociendo los intereses de los distintos grupos con los que se relaciona<sup>65</sup> y buscando la preservación del medio ambiente y la sustentabilidad de las generaciones futuras. Es una visión de negocios que integra el respeto por las personas, los valores éticos, la comunidad y el medioambiente con la gestión

<sup>63</sup> Manual de Contenidos de Forum Empresa. Más información en [www.empresa.org](http://www.empresa.org). [17/06/2010 01:36:51 p.m.]

<sup>64</sup> Rescatado de: [http://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto\\_esr.pdf](http://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf) [17/06/2010 01:36:51 p.m.]

<sup>65</sup> Grupos de relación, grupos de interés, públicos o *stakeholders*.

misma de la empresa, independientemente de los productos o servicios que ésta ofrece, del sector al que pertenece, de su tamaño o nacionalidad”

Todos estos criterios planteados por el CEMEFI y organismos como AliaRSE<sup>66</sup> coinciden en entender a la RS Empresarial<sup>67</sup> como

“El compromiso consciente y congruente de cumplir integralmente con la finalidad de la empresa, tanto en lo interno como en lo externo, considerando las expectativas económicas, sociales y ambientales<sup>68</sup> de todos sus participantes, demostrando respeto por la gente, los valores éticos, la comunidad y el medio ambiente, contribuyendo así a la construcción del bien común”

Según esta definición, las buenas prácticas corporativas deseables a identificar dentro de las empresas estarán relacionadas con:

- **Mejorar la capacidad administrativa interna y externa.** mejora de procedimientos, procesos, costos, operaciones, auditoría, inversiones, adquisiciones, desarrollo, políticas, precio, liquidez, etc.
- **Mejorar la imagen al exterior de la empresa.** Mejora de la capacidad para comunicar los avances en determinadas áreas, publicar mejoras en productos, informar sobre nuevas políticas en marcha, interpretar los movimientos de la empresa, incentivar el consumo, etc.
- **Mejora la capacidad financiera derivado de aplicar RSC.** Mejora mi relación con inversionistas, las acciones, las ventas, los procesos administrativos, de producción y gestión, etc.

¿Qué tan fiables son estos conceptos en contraste con la cantidad de proyectos sociales que tenga una determinada empresa?, ¿es un factor clave en el desempeño de la empresa el ser socialmente responsable?

#### 4.1 Objetivo del estudio

El objetivo de esta investigación es obtener información relevante a la RS, para esto será necesario responder a los siguientes cuestionamientos.

<sup>66</sup> La Alianza por la RS Empresarial en México (AliaRSE), primera en su tipo, agrupa a 19 organizaciones con importantes antecedentes de trabajo en la promoción del tema en nuestro país. En sus propias palabras, la Alianza pretende "lograr que la empresa sea y se perciba como creadora de valor y generadora de un bienestar que promueve el bien común, por medio del ejercicio de su RS, apalancando, coordinando y facilitando la sinergia de los esfuerzos de nuestras organizaciones en beneficio del país y en particular de nuestros miembros". Sus principios han sido reconocidos y adoptados como propios por otras organizaciones regionales con las que el Cemefi (Cemefi) ha establecido convenios para replicar su Programa de RS de forma local —son los casos de UniRSE Jalisco, la Fundación Sinaloa Eco-Región y la Fundación del Empresariado Sonorense (FESAC) —. Cemefi es promotor y miembro fundador de AliaRSE, junto con otros cinco organismos.

<sup>67</sup> La RESPONSABILIDAD es la "obligación de responder ante hechos o situaciones", la RS es la "obligación de responder ante la sociedad en lo general y ante algunos grupos en lo específico". Entonces, la RS EMPRESARIAL es la capacidad de entender y dar respuesta al conjunto de solicitudes que los diversos grupos que constituyen el entorno hacen a la empresa.

<sup>68</sup> Incluye también expectativas de conducta, legales, comerciales, de gestión y públicas.

1. ¿Ayuda el ser socialmente responsable a la administración del riesgo?
2. ¿Es útil el desarrollo de políticas responsables en las finanzas?
3. ¿Es positiva la interacción de las empresas con el tercer sector?
4. ¿El ser ESR ayuda a seguir BPC dentro de la empresa?

Por lo que los objetivos generales y particulares de la metodología aplicada se mencionan en el cuadro 4.1 más desglosados para su mayor comprensión:

**Cuadro 4.1 Objetivos de la investigación.**

Objetivos generales	Objetivos específicos
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proporcionar información adecuada para apoyar la tesis que la RSC ayuda administrativa y financieramente a las empresas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocer las características de la RSC en México.</li> <li>• Delimitar su actuación de acuerdo al tamaño, industria y capacitación de sus empleados.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocer el estado actual de la RSC en México y su desempeño en el área financiera, administrativa y social.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocer la percepción de la RSC según los empresarios que la aplican.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Construir un grupo de indicadores según el impacto que los empresarios perciben en materia de RSC.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apoyar la hipótesis que la RSC ayuda a administrar mejor la empresa.</li> <li>• Evaluar la validez que posee la RSC hoy día en México.</li> <li>• Explorar la capacidad que tiene la RSC de mejorar la calidad y rentabilidad de la empresa en el ámbito administrativo, financiero y social.</li> <li>• Evaluar los patrones que sigue la RSC en las empresas pioneras en la aplicación de negocios, técnicas y procesos socialmente responsables.</li> <li>• Apoyar a la hipótesis que la RSC es un instrumento adecuado para el correcto desarrollo financiero y en una medida al control de riesgo.</li> <li>• Calificar si la interacción de las ESR con las Asociaciones de la SC ayudan de manera positiva a la empresa más que ser un requerimiento necesario para ser ESR.</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia con material en redacción de Lacayo Ojeda Hortensia: 2006, Metodología de la investigación, Material de apoyo para la elaboración de un protocolo de investigación, FCA UNAM, Pág. 23.

## 4.2 Planteamiento de la hipótesis

El interés a nivel mundial en lo que a RS respecta está apuntando hacia el desempeño de las empresas que lo aplican y cotizan en los mercados bursátiles alrededor del mundo como una nueva forma de hacer negocio, en lo general estos estudios mencionan una frase muy alentadora referente a estos rendimientos y cito con mis propias palabras como sigue

“Si bien el invertir en ESR no lleva a obtener ganancias extraordinarias, el invertir en estas tampoco lleva a perder más de la media”

Esto quiere decir que a pesar de que no obtenemos rendimientos extras por ser verdes, si obtenemos un plus en la medida de control de riesgo. La hipótesis como se planteó al principio de este trabajo de tesis se menciona a continuación.

*“El integrar proyectos de negocios empresariales junto con el trabajo social de las AC brinda beneficios financieros y de administración del riesgo importantes a mediano y largo plazo dentro de las empresas haciéndolas más rentables”*

Al principio de la investigación se dejó en términos generales las variables de beneficio financiero y de administración del riesgo, pero será necesario delimitar esto aún más debido a que el instrumento que se quiere analizar es un instrumento de percepción.

Se eligió este instrumento debido a que muchas de las variables que explicarían de manera adecuada a la RSC aún no han sido completamente exploradas, inclusive por los propios usuarios de la RS que son también corporaciones listadas en la BMV. La importancia de este estudio radica, de primera mano, en investigar estas variables antes de validar la creación de un índice sustentable que explique el rendimiento de las empresas usuarias de la RSC en la BMV. A continuación se presenta en el cuadro 4.2 un comparativo en el que se explica la hipótesis principal y secundaria.

**Cuadro 4.2 Matriz de correlaciones.**

**¿Es rentable para las empresas mexicanas el aplicar políticas socialmente responsables?**

Pregunta principal	Objetivo General	Hipótesis Principal
¿Ayuda la RS al Manejo administrativo, financiero y social de las empresas así como al control de riesgo?	Proporcionar variables adecuadas que validen la hipótesis acerca de que es sano aplicar políticas de RS en apoyo a la administración financiera de la empresa.	El integrar proyectos de negocio empresariales junto con el trabajo social de las A.C. brindan beneficios administrativos y financieros importantes a mediano y largo plazo dentro de las empresas haciéndolas más rentables.
Pregunta Secundaria	Objetivo Específico	Hipótesis Secundaria
¿Tiene relación el ser ESR y tener BPC con obtener beneficios extraordinarios por incremento en el precio de la acción de las empresas que cotizan en la BMV?	Validar que la RS en México ha llegado a la madurez necesaria para poder crear un índice de sustentabilidad que cotice en la BMV.	El ser ESR influye en el incremento del valor de las acciones de las empresas que cotizan en la BMV.

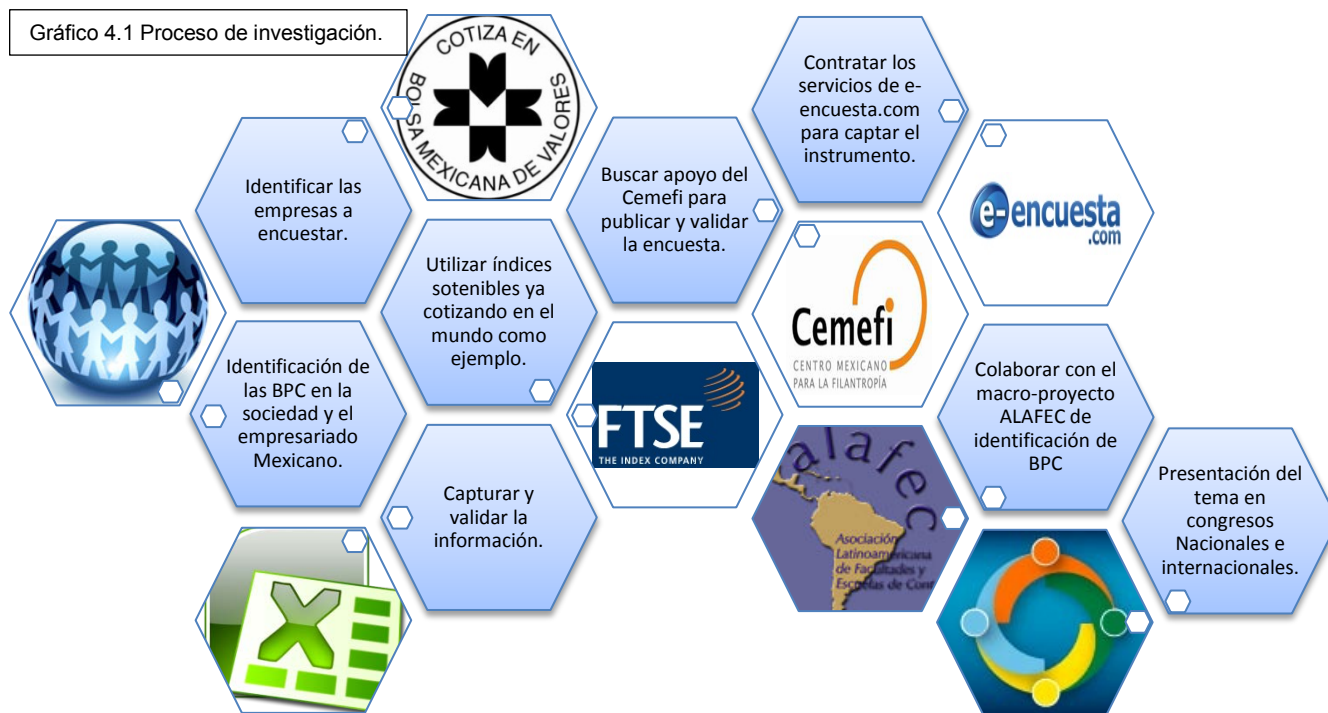
Fuente: Elaboración propia con material en redacción de Lacayo Ojeda Hortensia: 2006, Metodología de la investigación, Material de apoyo para la elaboración de un protocolo de investigación, FCA UNAM, Pág. 45.

### 4.3 Metodología de la investigación

Esta encuesta se realizará a empresas que cotizan en la BMV y ostenten el reconocimiento de ESR otorgado por el Cemefi. El cual, otorgará su ayuda de acuerdo al anexo 3, promocionando dicha encuesta. Después de ser captadas por los servicios otorgados por el portal [www.e-encuestas.com](http://www.e-encuestas.com) se procederá a su tratamiento, depuración y validación; para después, observar los resultados en el capítulo 5.

Para darle vida a esta investigación, una revisión exhaustiva de los indicadores actualmente utilizados en las bolsas del mundo fue necesaria para averiguar por dónde empezar en este vasto tema de la RSC. Luego entonces, se tomó como referencia al FTSE4Good y al DJSI como guías para poder realizar una encuesta que se aplicaría posteriormente a las empresas de la BMV que ostentan el título de ESR.

Debido a que este es un instrumento de opinión, el cual posee muchas desventajas. Es así una herramienta que es indispensable utilizar en esta investigación para poder fijar posteriores alcances. En el gráfico 4.1 hago referencia al procedimiento a seguir para implementar dicha encuesta, ya que al manejar información muy sensible, pasos extras se tuvieron que implementar para realizarla.



Fuente: adecuación metodológica obtenida de los índices de sustentabilidad FTSE4Good y DJSI y que se ve de manera más amplia en el capítulo 2 de este trabajo de tesis.

#### 4.4 Metodología de la encuesta

La encuesta que se planea realizar a las empresas seleccionadas se tomó del estudio de percepción y funcionamiento del índice FTSE4Good en el cual en primera instancia se intentó medir la percepción de los empresarios acerca de si ellos percibían o no beneficios al formar parte de este índice, los siguientes hallazgos fueron encontrados:

- Las empresas entraron en el índice *FTSE4Good*<sup>69</sup> con el objetivo de colgarse el título de ESR a nivel mundial.
- Estas empresas no perciben un incremento en sus utilidades por ser socialmente responsables; pero si perciben un ligero cambio en sus estrategias de negocio al tener una cara amable que cubre todas las áreas de negocio.

<sup>69</sup> Para mayor información consultar [http://www2.accaglobal.com/pubs/general/activities/research/research\\_archive/rr-088-001.pdf](http://www2.accaglobal.com/pubs/general/activities/research/research_archive/rr-088-001.pdf) [20/06/2010 01:36:51 p.m.]



- Hay más temor en dejar de ser parte del índice *FTSE4Good* al temor de no entrar en este selecto grupo de empresas.
- Para la mayoría de las empresas es un trámite más.
- El invertir en este tipo de carteras verdes ayuda a mitigar el riesgo en la selección de empresas para la cartera de inversión; por lo tanto, los empresarios perciben una preferencia por parte de los inversionistas al seleccionar su empresa para invertir.
- El seleccionar empresas verdes entra dentro de los criterios de selección de empresas que debe contener una cartera saludable.
- Las empresas no tan verdes son igual de rentables que aquellas que sí lo son, pero representa más riesgo invertir en estas que en aquellas que llevan criterios y políticas de BPC.

Cabe mencionar que esta encuesta será una adaptación de la realizada para el índice *FTSE4Good* y del *DJSI* para analizar la percepción que las empresas tienen al ser o no ESR y si conocen las prácticas necesarias para poder ostentar este título. El análisis de estas variables ayudará a localizar puntos débiles y fuertes en la RSC mexicana. Y ayudará a incluir variables en la posterior formación de un índice de sustentabilidad para México.

Para esto se propone en una primera etapa realizar una encuesta a las empresas que cotizan en la BMV y que ostentan el título de ESR. La encuesta consiste en 25 preguntas de carácter multi-reactivo. Para hacer llegar las encuestas al entrevistado idóneo se pedirá apoyo al Cemefic con el objetivo de que esta institución realice la promoción de dicha encuesta.

#### 4.4.1 Instrumentos de levantamiento de información

El instrumento utilizado para esta investigación fue el recolectado del estudio que realizaron los creadores del índice *FTSE4Good* y *DJSI*. Así como toda su familia de indicadores para evaluar el desempeño de su indicador en los mercados mundiales. Como un proceso de adaptación se le aumentaron tres grandes temas: 1. El financiero, 2. El social y 3. El de BPC y administración del riesgo, quitándole lo referente al propio índice ya que la intención es medir en primera instancia la percepción de la RSC en México.

El objetivo principal será el indagar el desempeño de la RSC en las empresas mexicanas que cotizan en la BMV y ostentan el título de ESR. La encuesta dura al rededor de 10 min. Y consta de 25 preguntas multi-reactivo.

Se pretende que este trabajo sea una encuesta no probabilística según (Sampieri, 2010). Con esta metodología se suele plantear lo siguiente:

“Suelen utilizarse en investigaciones cualitativas no probabilísticas o rígidas, cuya finalidad no es la generación de datos en términos de probabilidad... también se les llama guiadas... pues la elección de los elementos depende de razones relacionadas con las características de la investigación”

Cabe mencionar que este tipo de muestras también son utilizadas en investigaciones cuantitativas, aunque estén más referenciadas a las cualitativas.

Con la encuesta, se pretende encontrar variables que permitan en un futuro obtener estimadores de desempeño de la RSC en empresas que cotizan en la BMV. Así como la creación de un índice de sustentabilidad.

Y avanzando aún más, debido a que en la BMV coexisten empresas de todos los sectores, existe la posibilidad de que esta se expanda a sectores más pequeños como códigos de Buenas Prácticas e indicadores de sustentabilidad para un sector en específico o a los inversionistas. Esto quiere decir que en posteriores estudios esta encuesta podrá ser aplicada a empresas mexicanas de cualquier sector y tamaño interesadas en la RSC y así obtener un perfil generalizado de ESR mexicana.

La encuesta se realizará en apoyo con el Cemefi el cual cada año otorga el distintivo de ESR a empresas mexicanas de cualquier tamaño, sector y área geográfica (México y algunos países de Latinoamérica) el cual dará facilidades para la correcta aplicación del instrumento.

#### 4.4.2 Cobertura temática del cuestionario

Con el cuestionario sobre RSC se realizarán la medición de las variables que es tan destinadas a la identificarse en las ESR. El cuestionario de RSC estará compuesto por seis secciones que se describen a continuación. Además se muestra en el gráfico 4.1 las buenas prácticas a destacar dentro de la responsabilidad social a manera de resumen.

1. Carátula. En ella se incluyeron los datos necesarios para el control de la muestra y supervisión del trabajo de campo.
2. Datos generales. Incluyó preguntas orientadas a conocer de manera breve las características de la empresa y sus empleados.
3. Área administrativa. Se hicieron preguntas para calcular las implicaciones de aplicar o no RSC sobre todo en la parte administrativa y de imagen con el exterior y al interior de la empresa. Según la evidencia empírica internacional antes mencionada, esta es

la parte donde más se observan los beneficios del RSC. Sobre todo en el marketing social, al tener una buena imagen y un buen desarrollo de marca.

4. Área financiera: Las empresa percibe ganancias en cualquier rubro, ya sea aumento de capital social de los socios, aumento en el precio de la acción, aumento en la confianza o percepción del consumidor, mejores relaciones con inversionistas, etc. La evidencia empírica internacional menciona que la RSC es una variable significativa a la hora de escoger carteras de inversión. Pero, este criterio en ningún momento garantiza rendimientos extraordinarios, tampoco rendimientos bajos o nulos.

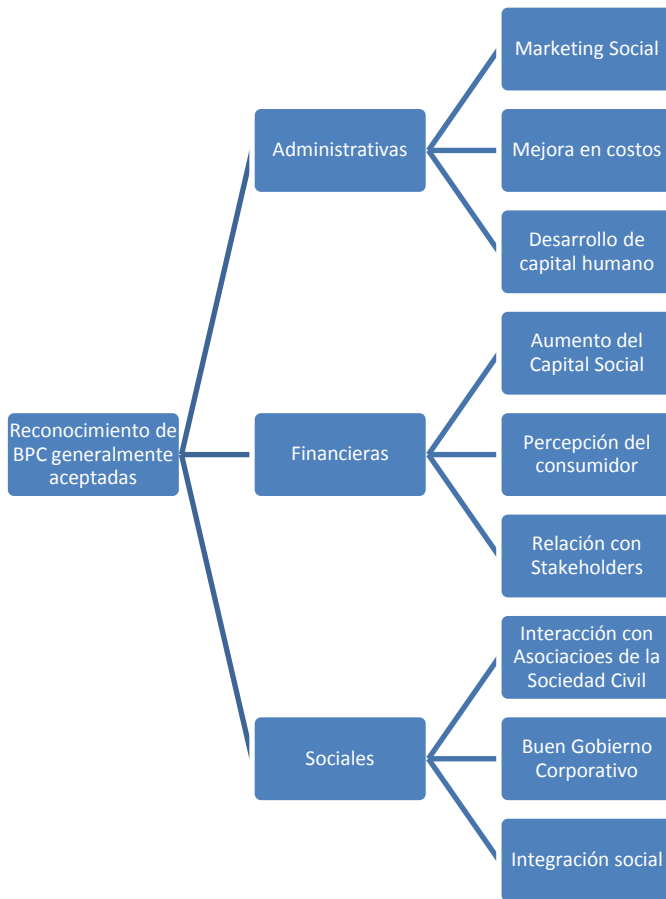


Gráfico 4.2 Resumen de BPC a destacar dentro la encuesta.

garantiza rendimientos extraordinarios, tampoco rendimientos bajos o nulos.

5. Área Social. Se hacen preguntas con el objetivo de determinar el grado de participación de las empresas en fundaciones y en asociaciones. (frecuencia, magnitud y grado) Y como la consolidación como parte del negocio les ha ayudado a tener toda una área operativa exclusivamente para regalar dinero ¿sea suyo o no? Esta es una pregunta fundamental para imponer una afirmación. Si cada vez más fundaciones son soportadas por las empresas, el rendimiento de las empresas será mayor. Me parece una buena afirmación y muy correcta para colocar dentro la entrevista.

6. Área de Buenas Prácticas Corporativas. Las BPC según el Consejo Coordinador Empresarial<sup>70</sup> tiene la siguiente definición “ Los principios del Código van encaminados a establecer las mejores prácticas corporativas que contribuyan a consolidar la integración y el funcionamiento del Consejo de Administración y sus órganos intermedios de apoyo; las cuales, son aplicables a todo

tipo de sociedades públicas y privadas en general. Sin distinguir su tamaño, su actividad o su composición accionaria”. Está en un área muy interesante para detectar variables de desempeño de ser ESR.

<sup>70</sup> Para mayor información, favor de consultar: [http://www.bmv.com.mx/wb3/work/sites/BMV/resources/PDFContent/591/Codigo\\_de\\_Mejores\\_Practicas\\_Corporativas\\_CCE.pdf](http://www.bmv.com.mx/wb3/work/sites/BMV/resources/PDFContent/591/Codigo_de_Mejores_Practicas_Corporativas_CCE.pdf) [20/06/2010 01:36:51 p.m.]

#### 4.4.3 Diseño muestral

Las variables a utilizar en esta investigación metodológicamente están definidas por Cadoche et.al<sup>71</sup> que lo explica de la siguiente manera:

**Variabes:** Categóricas<sup>72</sup>

**Sub-variables:** Variables categóricas nominales<sup>73</sup> y variables categóricas ordinales<sup>74</sup>

**Escala de medición:** Nominal<sup>75</sup>

**Instrumento de medición:** Encuesta

Según (Miles y Huberman, 1994, Creswell, 2009 y Henderson, 2009) la encuesta será no probabilística de tipo homogéneo, por definición cito "en este tipo de muestras, las unidades seleccionadas poseen un mismo perfil o característica, o bien, comparten rasgos similares. Su propósito es centrarse en el tema a investigar o resaltar situaciones, procesos o episodios en un grupo social".

En este caso lo que se planea hacer en esta encuesta es uniformar a las ESR en México bajo un mismo esquema de evaluación; en el que se centrarán los objetivos antes mencionados con una sola premisa.

"El ser socialmente responsable brinda beneficios a mediano y largo plazo a las empresas mexicanas, sin importar tamaño, sector o espacio geográfico".

#### 4.4.4 Delimitación de la muestra

El tipo de muestra de este estudio es no probabilística (Sampieri, 2010) ya que la elección de los elementos no depende de una probabilidad, sino de una serie de lineamientos los cuales son como sigue:

- Empresas que ostenten el título de ESR otorgado por el Cemefi.
- Empresas que coticen en la BMV.

Debido a que la muestra será delimitada bajo dos lineamientos provenientes de dos diferentes instituciones, la muestra que incide dentro de estas especificaciones es la siguiente:

- Por parte del Centro mexicano para la filantropía (Cemefi)

<sup>71</sup>Rescatado de: <http://www.uaq.mx/matematicas/estadisticas/xu2.html> [14/06/2010 12:15:51 p.m.]

<sup>72</sup> Son aquellas cuyos valores son del tipo categórico, es decir, que indican categorías o son etiquetas alfanuméricas o "nombres"

<sup>73</sup> Son las variables categóricas que, además de que sus posibles valores son mutuamente excluyentes entre sí, no tienen alguna forma "natural" de ordenación. Por ejemplo, cuando sus posibles valores son: "sí" y "no". A este tipo de variable le corresponde las escalas de medición nominal

<sup>74</sup> Son las variables categóricas que tienen algún orden. Por ejemplo, cuando sus posibles valores son: "nunca sucede", "la mitad de las veces" y "siempre sucede". A este tipo de variable le corresponde las escalas de medición ordinal

<sup>75</sup> Es la que incluye los valores de las variables nominales, que no tienen un orden preestablecido y son valores mutuamente excluyentes

- De las 572 empresas que cumplieron con los estándares de ESR -calificadas y auditado por el Cemefi- por lo que se hicieron acreedores al Distintivo ESR 2011, solo 43 de las 572 del total del espacio muestral cotizan en la BMV.
- Por parte de la Bolsa Mexicana de Valores (BMV)
  - De un universo de 135 empresas que cotizan en la BMV a agosto del 2011, 1/3 son socialmente responsables. Es decir 43 empresas caen dentro del rango de ser ESR y que cotizen en la BMV.
  - De estas 43 empresas que comprende el universo a muestrear, 23 de 38 forman parte del índice de precios y cotizaciones (IPC) de la BMV, esto representa 2/3 del IPC.

#### 4.4.5 Población objetivo

La población objetivo son las empresas que cumplen con las siguientes características:

- Ostentan el título de ESR otorgado por el Cemefi.
  - El criterio de ESR lo determina el Cemefi y la Alianza por la RSE (AliaRSE), el cual reconocen a las 572 empresas que cumplieron con los estándares de la RSC, por lo que se hicieron acreedores al Distintivo ESR 2011<sup>76</sup>.
- Son empresas que cotizan en la BMV (BMV)
  - Según este criterio y como se muestra en el cuadro 4.3 Un total de 43 empresas de las 135 que están listadas como emisoras en la BMV, durante el periodo septiembre 2010 a agosto 2011, ostentan el título de ESR. Esto representa 1/3 de las empresas que cotizan actualmente.<sup>77</sup>

<sup>76</sup> Para mayor información, favor de consultar: <http://www.cemefi.org/esr/distintivo-esr/esr-2011.html> [24/07/2010 05:15:01 p.m.]

<sup>77</sup> Para mayor información, favor de consultar:

[http://www.bmv.com.mx/wb3/wb/BMV/BMV\\_empresa\\_emisoras/\\_rid/177/\\_mto/3/\\_url/BMVAPP/emisorasList.jsf?st=1](http://www.bmv.com.mx/wb3/wb/BMV/BMV_empresa_emisoras/_rid/177/_mto/3/_url/BMVAPP/emisorasList.jsf?st=1) [24/07/2010 05:36:21 p.m.]

**Cuadro 4.3 Empresas que cotizan en la BMV y ostentan el título de ESR.**

Clave	Razón social	RSC	Clave	Razón social	RSC
<b>ACELSA</b>	ACCEL, S.A.B. DE C.V.	x	<b>GFMULTI</b>	GRUPO FINANCIERO MULTIVA S.A.B.	x
<b>AGRIEXP</b>	AGRO INDUSTRIAL EXPORTADORA, S.A. DE C.V.	o	<b>SANMEX</b>	GRUPO FINANCIERO SANTANDER, S.A.B. DE C.V.	o
<b>ALFA</b>	ALFA, S.A.B. DE C.V.	x	<b>GIGANTE</b>	GRUPO GIGANTE, S.A.B. DE C.V.	o
<b>ALSEA</b>	ALSEA, S.A.B. DE C.V.	x	<b>HERDEZ</b>	GRUPO HERDEZ, S.A.B. DE C.V.	o
<b>AHMSA</b>	ALTOS HORNOS DE MEXICO, S.A. DE C.V.	x	<b>MASECA</b>	GRUPO INDUSTRIAL MASECA, S.A.B. DE C.V.	o
<b>AMX</b>	AMERICA MOVIL, S.A.B. DE C.V.	x	<b>GISSA</b>	GRUPO INDUSTRIAL SALTILLO, S.A.B. DE C.V.	x
<b>AC</b>	ARCA CONTINENTAL, S.A.B. DE C.V.	o	<b>KUO</b>	GRUPO KUO, S.A.B. DE C.V.	x
<b>AXTEL</b>	AXTEL, S.A.B. DE C.V.	o	<b>LAMOSA</b>	GRUPO LAMOSA, S.A.B. DE C.V.	x
<b>BBVA</b>	BANCO BILBAO VIZCAYA ARGENTARIA, S.A.	o	<b>GMACMA</b>	GRUPO MAC MA, S.A.B. DE C.V.	x
<b>COMPART</b>	BANCO COMPARTAMOS, S.A., INSTITUCION DE BANCA MULTIPLE	o	<b>GMARTI</b>	GRUPO MARTI, S.A.B. DE C.V.	x
<b>SAN</b>	BANCO SANTANDER, S.A.	o	<b>GMD</b>	GRUPO MEXICANO DE DESARROLLO, S.A.B.	o
<b>PAPPEL</b>	BIO PAPPEL, S.A.B. DE C.V.	o	<b>GMEXICO</b>	GRUPO MEXICO, S.A.B. DE C.V.	x
<b>BOLSA</b>	BMV, S.A.B. DE C.V.	x	<b>MINSA</b>	GRUPO MINSA, S.A.B. DE C.V.	x
<b>CICSA</b>	CARSO INFRAESTRUCTURA Y CONSTRUCCIÓN, S.A.B. DE C.V.	o	<b>GMODELO</b>	GRUPO MODELO, S.A.B. DE C.V.	o
<b>FINAMEX</b>	CASA DE BOLSA FINAMEX, S.A.B. DE C.V.	x	<b>GNP</b>	GRUPO NACIONAL PROVINCIAL, S.A.B.	o
<b>CEMEX</b>	CEMEX, S.A.B. DE C.V.	o	<b>NUTRISA</b>	GRUPO NUTRISA, S.A.B. DE C. V.	x
<b>C</b>	CITIGROUP INC.	o	<b>GPH</b>	GRUPO PALACIO DE HIERRO, S.A.B. DE C.V.	x
<b>CMR</b>	CMR, S.A.B. DE C.V.	x	<b>POCHTEC</b>	GRUPO POCHTECA, S.A.B. DE C.V.	x
<b>KOF</b>	COCA-COLA FEMSA, S.A.B. DE C.V.	o	<b>POSADAS</b>	GRUPO POSADAS, S.A.B. DE C.V.	x
<b>AUTLAN</b>	COMPAÑIA MINERA AUTLAN, S.A.B. DE C. V.	x	<b>PYP</b>	GRUPO PROFESIONAL PLANEACION Y PROYECTOS, S.A. DE C.V.	x
<b>COMPARC</b>	COMPARTAMOS, S.A.B. DE C.V.	o	<b>GPROFUT</b>	GRUPO PROFUTURO, S.A.B. DE C.V.	x
<b>ARA</b>	CONSORCIO ARA, S.A.B. DE C.V.	o	<b>QUMMA</b>	GRUPO QUMMA, S.A. DE C.V.	x
<b>ARISTOS</b>	CONSORCIO ARISTOS, S.A. DE C.V.	x	<b>RCENTRO</b>	GRUPO RADIO CENTRO, S.A.B. DE C.V.	x
<b>HOGAR</b>	CONSORCIO HOGAR, S.A.B. DE C.V.	x	<b>SIMEC</b>	GRUPO SIMEC, S.A.B. DE C.V.	x
<b>COMERCI</b>	CONTROLADORA COMERCIAL MEXICANA, S.A.B. DE C.V.	x	<b>SPORT</b>	GRUPO SPORTS WORLD, S.A.B. DE C.V.	x
<b>CONVER</b>	CONVERTIDORA INDUSTRIAL, S.A.B. DE C.V.	x	<b>TLEVISA</b>	GRUPO TELEVISA, S.A.	x
<b>ACTINVR</b>	CORPORACION ACTINVER, S.A.B. DE C.V.	x	<b>TMM</b>	GRUPO TMM, S.A.	x
<b>GEO</b>	CORPORACION GEO, S.A.B. DE C.V.	o	<b>VASCONI</b>	GRUPO VASCONIA S.A.B.	o
<b>CIE</b>	CORPORACION INTERAMERICANA DE ENTRETENIMIENTO, S.A.B. DE C.V.	x	<b>HILASAL</b>	HILASAL MEXICANA S.A.B. DE C.V.	x
<b>CMOCTEZ</b>	CORPORACION MOCTEZUMA, S.A.B. DE C.V.	o	<b>MONEX</b>	HOLDING MONEX, S.A.P.I.B. DE C.V.	x
<b>FRAGUA</b>	CORPORATIVO FRAGUA, S.A.B. DE C.V.	x	<b>IDEAL</b>	IMPULSORA DEL DESARROLLO Y EL EMPLEO EN AMERICA LATINA, S.A.B. DE C.V.	x
<b>GBM</b>	CORPORATIVO GBM, S.A.B. DE C. V.	x	<b>IASASA</b>	INDUSTRIA AUTOMOTRIZ, S.A. DE C.V.	x
<b>CYDSASA</b>	CYDSA, S.A.B. DE C.V.	x	<b>BACHOCO</b>	INDUSTRIAS BACHOCO, S.A.B. DE C.V.	o
<b>HOMEX</b>	DESARROLLADORA HOMEX, S.A.B. DE C.V.	o	<b>ICH</b>	INDUSTRIAS CH, S.A.B. DE C.V.	x
<b>FUNO</b>	DEUTSCHE BANK MEXICO, S.A. INSTITUCION DE BANCA MULTIPLE, FIDEICOMISO F/1401	x	<b>PE&amp;OLES</b>	INDUSTRIAS PEÑOLES, S. A.B. DE C. V.	o
<b>DINE</b>	DINE, S.A.B. DE C.V.	x	<b>INCARSO</b>	Inmuebles Carso, S.A.B. de C.V.	x
<b>EDOARDO</b>	EDOARDOS MARTIN, S.A.B. DE C.V.	x	<b>CERAMIC</b>	INTERNACIONAL DE CERAMICA, S.A.B. DE C.V.	x
<b>LIVEPOL</b>	EL PUERTO DE LIVERPOOL, S.A.B. DE C.V.	x	<b>INVEX</b>	INVEX CONTROLADORA, S.A.B. DE C.V.	x
<b>CABLE</b>	EMPRESAS CABLEVISION, S.A. DE C.V.	x	<b>KIMBER</b>	KIMBERLY - CLARK DE MEXICO S.A.B. DE C.V.	x



<b>ICA</b>	EMPRESAS ICA, S.A.B. DE C.V.	o	<b>LASEG</b>	LA LATINOAMERICANA SEGUROS, S.A.	x
<b>BEVIDES</b>	FARMACIAS BENAVIDES, S.A.B. DE C.V.	x	<b>MAXCOM</b>	MAXCOM TELECOMUNICACIONES, S.A.B. DE C.V.	x
<b>FINDEP</b>	FINANCIERA INDEPENDENCIA, S.A.B. DE C.V. SOFOM, E.N.R.	o	<b>MEDICA</b>	MEDICA SUR, S.A.B. DE C.V.	x
<b>FEMSA</b>	FOMENTO ECONÓMICO MEXICANO, S.A.B. DE C.V.	x	<b>MEGA</b>	MEGACABLE HOLDINGS, S.A.B. DE C.V.	x
<b>FRES</b>	FRESNILLO PLC	o	<b>MEXCHEM</b>	MEXICHEM, S.A.B. DE C.V.	o
<b>COLLADO</b>	G COLLADO, S.A.B. DE C.V.	x	<b>MFRISCO</b>	MINERA FRISCO, S.A.B. DE C.V.	x
<b>GENSEG</b>	GENERAL DE SEGUROS, S.A.B.	x	<b>OHLMEX</b>	OHL MEXICO, S.A.B. DE C.V.	x
<b>LAB</b>	GENOMMA LAB INTERNACIONAL, S.A.B. DE C.V.	o	<b>SORIANA</b>	ORGANIZACION SORIANA, S.A.B. DE C.V.	x
<b>GMDR</b>	GMD RESORTS, S.A.B.	o	<b>PROCORP</b>	PROCORP, S.A. DE C.V., SOCIEDAD DE INV. DE CAPITAL DE RIESGO	x
<b>GRUMA</b>	GRUMA, S.A.B. DE C.V.	x	<b>PASA</b>	PROMOTORA AMBIENTAL, S.A.B. DE C.V.	x
<b>CIDMEGA</b>	GRUPE, S.A.B. DE C.V.	x	<b>PINFRA</b>	PROMOTORA Y OPERADORA DE INFRAESTRUCTURA, S.A.B. DE C.V.	x
<b>AEROMEX</b>	GRUPO AEROMÉXICO, S.A.B. DE C.V.	o	<b>TEAK</b>	PROTEAK UNO, S.A.P.I.B. DE C.V.	x
<b>OMA</b>	GRUPO AEROPORTUARIO DEL CENTRO NORTE, S.A.B. DE C.V.	o	<b>QBINDUS</b>	Q.B. INDUSTRIAS, S.A. DE C.V.	x
<b>GAP</b>	GRUPO AEROPORTUARIO DEL PACIFICO, S.A.B. DE C.V.	o	<b>Q</b>	QUALITAS COMPAÑIA DE SEGUROS, S.A. DE C.V.	x
<b>ASUR</b>	GRUPO AEROPORTUARIO DEL SURESTE, S.A.B. DE C.V.	o	<b>REALTUR</b>	REAL TURISMO S.A. DE C.V.	x
<b>GAM</b>	GRUPO AZUCARERO MÉXICO, S.A.B. DE C.V.	x	<b>PATRIA</b>	REASEGURADORA PATRIA, S.A.	x
<b>BAFAR</b>	GRUPO BAFAR, S.A. DE C.V.	x	<b>SANLUIS</b>	SANLUIS CORPORACION, S.A.B. DE C. V.	x
<b>BIMBO</b>	GRUPO BIMBO, S.A.B. DE C.V.	o	<b>SARE</b>	SARE HOLDING, S.A.B. DE C.V.	x
<b>GCARSO</b>	GRUPO CARSO, S.A.B. DE C.V.	x	<b>SAVIA</b>	SAVIA, S.A. DE C.V.	x
<b>SAB</b>	GRUPO CASA SABA, S.A.B. DE C.V.	x	<b>TEKCHEM</b>	TEKCHEM, S.A.B. DE C.V.	x
<b>GCC</b>	GRUPO CEMENTOS DE CHIHUAHUA, S.A.B. DE C.V.	o	<b>TELMEX</b>	TELEFONOS DE MEXICO, S.A.B. DE C.V.	x
<b>CHDRAUI</b>	GRUPO COMERCIAL CHEDRAUI, S.A.B. DE C.V.	x	<b>TS</b>	TENARIS S.A.	x
<b>GOMO</b>	GRUPO COMERCIAL GOMO, S.A. DE C.V.	x	<b>AZTECA</b>	TV AZTECA, S.A.B. DE C.V.	x
<b>ELEKTRA</b>	GRUPO ELEKTRA, S.A. DE C.V.	x	<b>CNCI</b>	UNIVERSIDAD CNCI, S.A. DE C.V.	x
<b>GEUPEC</b>	GRUPO EMBOTELLADORAS UNIDAS, S.A.B. DE CV	x	<b>URBI</b>	URBI DESARROLLOS URBANOS, S.A.B. DE C.V.	o
<b>GFAMSA</b>	GRUPO FAMSA, S.A.B. DE C.V.	x	<b>VALUEGF</b>	VALUE GRUPO FINANCIERO, S.A.B. DE C.V.	x
<b>GFNORTE</b>	GRUPO FINANCIERO BANORTE, S.A.B DE C.V.	o	<b>VITRO</b>	VITRO, S.A.B. DE C.V.	o
<b>GFINBUR</b>	GRUPO FINANCIERO INBURSA, S.A.B. DE C.V.	o	<b>WALMEX</b>	WAL - MART DE MEXICO, S.A.B. DE C.V.	o
<b>GFINTEP</b>	GRUPO FINANCIERO INTERACCIONES, S.A. DE C.V.	x			
	ESR según criterio CEMEFI		43	O	31,85 %
	Empresas que no ostentan dicho distintivo		92	X	68,15 %
	<b>Total</b>		<b>135</b>		<b>100,00 %</b>

Así mismo, las empresas que cotizan en la BMV y que también son parte del IPC durante el periodo septiembre 2010 a agosto 2011 y además fueron galardonadas con el título de ESR representan cerca de 2/3 partes del peso de dicho índice lo que valida aún más este estudio, esto mostrado en el cuadro 4.4.

**Cuadro 4.4 Empresas que cotizan en la BMV, ostentan el título de Empresa Socialmente Responsable y son parte del Índice de Precios al Consumidor**

Clave	Compañía	Premio ESR	Título ESR
AMX L	América Móvil	Telecomunicaciones	x
AXTEL CPO	Axtel	Telecomunicaciones	o
COMPART O	Banco Compartamos	Financiero	o
BOLSA A	BMV	Financiero	x
TELECOM A1	Carso Global Telecom	Telecomunicaciones	o
CEMEX CPO	Cemex	Industrial	o
CHEDRAUI B	Chedraui	Comercial	x
COMERCI UBC	Comercial Mexicana	Comercial	x
ARA	Consortio ARA	Inmobiliaria	o
GEO B	Corporación GEO	Inmobiliaria	o
HOMEX	Desarrolladora Homex	Inmobiliaria	o
ARCA	Embotelladora ARCA	Industrial	o
ICA	Empresas ICA	Construcción e Infraestructura	o
FEMSA UBD	Fomento Económico Mexicano	Bebidas	o
LAB B	Genomma Lab	Farmacéutica	o
GAP B	Grupo Aeroportuario del Pacífico	Turismo	o
ASUR B	Grupo Aeroportuario del Sureste	Turismo	o
ALFA A	Grupo Alfa	Industrial	x
BIMBO A	Grupo Bimbo	Alimentación	o
GCARSO A1	Grupo Carso	Comercial	x
ELEKTRA	Grupo Elektra	Comercial	x
GFNORTE O	Grupo Financiero Banorte	Financiero	o
GFINBUR O	Grupo Financiero Inbursa	Financiero	o
GRUMA B	Grupo Maseca	Alimentación	o
GMEXICO B	Grupo México	Minero	x
GMODELO C	Grupo Modelo	Bebidas	o
TLEVISA CPO	Grupo Televisa	Entretenimiento	x
ICH B	Industrias CH	Industrial	x
PE&OLES	Industrias Peñoles	Minero	x
KIMBER A	Kimberly-Clark	Industrial	x
MEGA	Megacable Holdings S.A.B. De C.V.	Telecomunicaciones	x
MEXCHEM	Mexichem	Industrial	o
SORIANA B	Organización Soriana	Comercial	x
TELMEX L	Telmex	Telecomunicaciones	o
TELINT L	Telmex Internacional	Telecomunicaciones	o
TVAZTCA CPO	TV Azteca	Entretenimiento	x
URBI	Urbi Desarrollos Urbanos	Vivienda	o
WALMEX V	Walmex	Comercial	o
		ESR según criterio CEMEFI	23 o 60,53
		Empresas que no ostentan dicho distintivo	15 x 39,47
		<b>Total</b>	<b>38 100.00</b>

#### 4.4.6 Población excluida

Por cuestiones metodológicas derivadas en las competencias de cada empresa que lista en la BMV, las empresas excluidas serán aquellas que no perfilan junto con los requerimientos que exige el Cemefi para ser ESR.

#### 4.4.7 Cobertura geográfica y de unidades

Debido a que la información de las empresas es una información limitada y en algunos casos confidencial, se han elegido las empresas que cotizan en la BMV y las cuales en su mayoría residen en el Distrito Federal y Estado de México. Lo que facilita el levantamiento de la información en conjunto con el Cemefi, quien otorgó su valioso apoyo en este esfuerzo como se muestra en el anexo 3 en el cual se nos expide una carta en la que nos otorgan dicho apoyo y las condiciones del mismo.

#### 4.4.8 Codificación

El proceso de codificación iniciará una vez que los primeros cuestionarios sean visualizados en los reportes de la página [www.e-encuestas.com](http://www.e-encuestas.com). Posteriormente se llevará a cabo la revisión de los instrumentos de captación por parte del encuestador, con el fin de que la información esté completa y sea consistente.

#### 4.4.9 Captura

El proceso de captura se llevará a cabo utilizando tablas dinámicas en Excel incorporando diversos elementos de validación que proporciona la propia página de [www.e-encuesta.com](http://www.e-encuesta.com).

#### 4.4.10 Depuración de la base de datos

Una vez que se dé por concluida la captura de los cuestionarios se someterá a un proceso de revisión exhaustiva de lo capturado, verificando nuevamente todos los datos y construyendo tablas de contingencia que permitan observar la congruencia de los datos.

### 4.5 Encuesta a realizar

Las empresas que participarán en la encuesta son las que se muestran en el cuadro 4.5, así mismo el cómo se verá la encuesta para los participantes de la misma así como una guía para resolverla se encuentran en los anexos 1 y 2 de este trabajo de tesis.

**Cuadro 4.5 Empresas que participarán en la encuesta.**

1. <b>AGRO INDUSTRIAL EXPORTADORA, S.A. DE C.V.</b>	22. <b>GRUPO AEROMÉXICO, S.A.B. DE C.V.</b>
2. <b>ARCA CONTINENTAL, S.A.B. DE C.V.</b>	23. <b>GRUPO AEROPORTUARIO DEL CENTRO NORTE, S.A.B. DE C.V.</b>
3. <b>AXTEL, S.A.B. DE C.V.</b>	24. <b>GRUPO AEROPORTUARIO DEL PACIFICO, S.A.B. DE C.V.</b>
4. <b>BANCO BILBAO VIZCAYA ARGENTARIA, S.A.</b>	25. <b>GRUPO AEROPORTUARIO DEL SURESTE, S.A.B. DE C.V.</b>
5. <b>BANCO COMPARTAMOS, S.A., INSTITUCION DE BANCA MULTIPLE</b>	26. <b>GRUPO BIMBO, S.A.B. DE C.V.</b>
6. <b>BANCO SANTANDER, S.A.</b>	27. <b>GRUPO CEMENTOS DE CHIHUAHUA, S.A.B. DE C.V.</b>
7. <b>BIO PAPPEL, S.A.B. DE C.V.</b>	28. <b>GRUPO FINANCIERO BANORTE, S.A.B DE C.V.</b>
8. <b>CARSO INFRAESTRUCTURA Y CONSTRUCCIÓN, S.A.B. DE C.V.</b>	29. <b>GRUPO FINANCIERO INBURSA, S.A.B. DE C.V.</b>
9. <b>CEMEX, S.A.B. DE C.V.</b>	30. <b>GRUPO FINANCIERO SANTANDER, S.A.B. DE C.V.</b>
10. <b>CITIGROUP INC.</b>	31. <b>GRUPO GIGANTE, S.A.B. DE C.V.</b>
11. <b>COCA-COLA FEMSA, S.A.B. DE C.V.</b>	32. <b>GRUPO HERDEZ, S.A.B. DE C.V.</b>
12. <b>COMPARTAMOS, S.A.B. DE C.V.</b>	33. <b>GRUPO INDUSTRIAL MASECA, S.A.B. DE C.V.</b>
13. <b>CONSORCIO ARA, S.A.B. DE C.V.</b>	34. <b>GRUPO MEXICANO DE DESARROLLO, S.A.B.</b>
14. <b>CORPORACION GEO, S.A.B. DE C.V.</b>	35. <b>GRUPO MODELO, S.A.B. DE C.V.</b>
15. <b>CORPORACION MOCTEZUMA, S.A.B. DE C.V.</b>	36. <b>GRUPO NACIONAL PROVINCIAL, S.A.B.</b>
16. <b>DESARROLLADORA HOMEX, S.A.B. DE C.V.</b>	37. <b>GRUPO VASCONIA S.A.B.</b>
17. <b>EMPRESAS ICA, S.A.B. DE C.V.</b>	38. <b>INDUSTRIAS BACHOCO, S.A.B. DE C.V.</b>
18. <b>FINANCIERA INDEPENDENCIA, S.A.B. DE C.V. SOFOM, E.N.R.</b>	39. <b>INDUSTRIAS PEÑOLES, S. A.B. DE C. V.</b>
19. <b>FRESNILLO PLC</b>	40. <b>MEXICHEM, S.A.B. DE C.V.</b>
20. <b>GENOMMA LAB INTERNACIONAL, S.A.B. DE C.V.</b>	41. <b>URBI DESARROLLOS URBANOS, S.A.B. DE C.V.</b>
21. <b>GMD RESORTS, S.A.B.</b>	42. <b>VITRO, S.A.B. DE C.V.</b>
	43. <b>WAL - MART DE MEXICO, S.A.B. DE C.V.</b>

Un ejemplo del formato de encuesta que se aplicará a las empresas que cumplen con los requisitos antes mencionados en la población objetivo se muestra a continuación.

**Título:** Capacidad de las ESR de generar ventajas administrativas, financieras, sociales, de BPC y de control del riesgo.

**Nombre del Encuestador:** Angel Gilberto Jiménez Pensado **No. De cuenta:** 51001856-8

**Institución de procedencia:** Posgrado de la facultad de Contabilidad y Administración UNAM,

**Objetivo de la encuesta:** Esta es una encuesta realizada a empresas pioneras en RS con el objetivo de captar información relevante sobre las prácticas sociales aplicadas dentro y fuera de las empresas y la relevancia de estas prácticas en el entorno administrativo, financiero, social, y de control del riesgo. Esta es una investigación para obtener el título de Mtro. en Finanzas Corporativas por parte de la UNAM.

La encuesta está dividida en 5 secciones con el objetivo de captar información en diversas áreas de interés de la RS. Sus respuestas son de carácter confidencial y sólo serán utilizadas para el objeto de esta investigación. **Tiene una duración aproximada de 10 minutos**

**Recomendaciones:** Se recomienda seguir las instrucciones y responder brevemente, responda lo primero que venga a su mente, según su esfera de competencia.

Fecha	Hora
Empresa	
Departamento o área	
Participante	
Lugar	

**Instrucciones:** Por favor, marque con una "X" la respuesta que crea adecuada a las siguientes preguntas. En las preguntas en que se le solicita marcar el grado en la que se cumple con determinada premisa sólo seleccione un valor del 1 al 5 por cada situación.

**Sección A. Información básica de la empresa**

Por favor, responda las preguntas como se indica.

1. Indique su sexo.

Masculino	Femenino
-----------	----------

2. Indique su edad.

Menos de 25 años	De 26 a 35 años	De 36 a 45 años	De 46 a 55 años	Más de 55 años
------------------	-----------------	-----------------	-----------------	----------------

3. Indique el número de años trabajados en su actual puesto.

Menos de 1 año	De 1 a 5 años	De 6 a 10 años	De 11 a 15 años	Más de 15 años
----------------	---------------	----------------	-----------------	----------------

4. Indique su nivel máximo de estudios.

Doctorado	Maestría	Diplomado	Licenciatura	Otro (especificar)
-----------	----------	-----------	--------------	--------------------

5. Defina el área principal de negocio de la compañía.

Industria de la extracción	Comercio al mayoreo	Financiero
Tecnología	Manufacturera	Alimentos y medicamentos
Comercio al menudeo	Servicios	Telecomunicaciones
Industria de la construcción	Consumo final	Otro (especificar)

6. Indique su competencia dentro de la organización y provea una breve descripción de su puesto.

Relación con inversionistas
Relaciones públicas
Miembro del consejo / director
Sustentabilidad o RS
Otro (especificar):



## Sección B. Implicaciones de aplicar RSC

Por favor marque la respuesta correcta según la percepción que cree tener respecto a los siguientes temas:

- Seleccionar 'Sí' o 'No' según corresponda.
- Seleccionar 1 si cree que la respuesta no influye en 'Nada' sobre el tema expuesto o 4 si cree que influye en 'Mucho' en el tema expuesto, recuerde que es una pregunta de grado y solo podrá elegir un valor por cada tema mostrado.

7. ¿En qué medida la RS ha afectado positivamente la relación con los siguientes actores?

	Nada	2	3	Mucho
... inversionistas	1	2	3	4
... gestores de fondos de inversión				
... compañías de pensiones				
... los consumidores				
... la cadena de suministros				
... el público en general				
... grupos ambientalistas				
... grupos de derechos humanos				
... legisladores / gobernantes				
... contadores				
... auditores				
... empleados				
... Imagen de la compañía en general				

8. ¿Ha mejorado la RS de manera positiva los procesos administrativos de su compañía con respecto a los siguientes rubros?

	Nada	2	3	Mucho
... procedimientos y reportes	1	2	3	4
... menos costo en procesos (papeleo)				
... menos costo en procesos (tiempo)				
... auditoría en reportes financieros				
... auditoría en su reporte ambiental				
... costos en la manufactura				
... operaciones en otros países				
... adquisiciones				
... inversiones en tecnología				
... inversiones en seguridad y salud				
... desarrollo de capital humano				
... en personal contratado nuevo				
... políticas de decisión				
... sistemas administrativos				
... precio de la acción				
... liquidez				

9. ¿Encuentra útiles los siguientes instrumentos utilizados por las certificadoras para obtener el título de ESR?

	Nada				Mucho			
	1	2	3	4	1	2	3	4
Cuestionarios								
Entrevistas								
Seminarios/consultores								
Guías de mejores prácticas corporativas								

10. ¿Qué instrumentos o documentos utiliza su compañía para hacer referencia a la obtención del distintivo de ESR?

	Sí	No
... en los reporte directivo		
... en los reportes financieros		
... en los reportes ambientales		
... en la web institucional		
... en publicaciones internas		
... en la prensa		

11. En qué medida la inclusión de los 4 ejes del distintivo “ESR” otorgado por el Cemefi<sup>78</sup> ¿Le han resultado útiles en la comunicación con los siguientes actores?

	Nada				Mucho			
	1	2	3	4	1	2	3	4
... grupos ambientalistas								
... agrupaciones sociales								
... accionistas								
... empleados								
... organismos que protegen los derechos humanos								
... control de la corrupción								

12. Si obtuvo el distintivo de ESR, ¿Por qué medios comunicó la obtención del distintivo otorgado por el Cemefi?

	Sí	No
... en el reporte directivo		
... los reportes financieros		
... en los reportes ambientales		
... en la web de la compañía		
... publicaciones internas		
... prensa		

<sup>78</sup> Políticas ambientales, de ética en el trabajo, de relación con los empleados y de relación con la comunidad.

13. Con base en su criterio ¿Usted cree que los siguientes actores se vea influenciado en su toma de decisiones al conocer que se ha obtenido el distintivo de ESR?

	Nada			Mucho
	1	2	3	4
... inversionistas				
... gestores de fondos de inversión				
... compañías de pensiones				
... consumidores				
... cadena de suministros				
... público en general				
... grupos ambientalistas				
... grupos de derechos humanos				
... legisladores / gobernantes				
... contadores				
... auditores				
... empleados				
... Imagen de la compañía en general				

### Sección C. Relación con Asociaciones de la Sociedad Civil.

Por favor marque la respuesta correcta según la percepción que cree tener respecto a los siguientes temas:

- Seleccionar 'Sí' o 'No' según corresponda.
- Seleccionar 1 si cree que la respuesta no influye en 'Nada' sobre el tema expuesto o 4 si cree que influye en 'Mucho' en el tema expuesto, recuerde que es una pregunta de grado y solo podrá elegir un valor por cada tema mostrado.

14. ¿En qué grado su empresa mantiene un vínculo de cooperación con las siguientes instituciones?

	Nada			Mucho
	1	2	3	4
... con otra Asociaciones de la Sociedad Civil (S.C.)				
... instituciones de asistencia privada (I.A.P.)				
... organizaciones de SC (A.C.)				
... fideicomisos				
... fundaciones empresariales				

15. Si existe voluntariado corporativo en su empresa, ¿Usted cree que ha ayudado a mejorar la integración de la empresa con los siguientes actores?

	Nada			Mucho
	1	2	3	4
... empleados				
... directivos				
... familias de empleados				
... comunidad donde se ubique la empresa				

16. ¿Ha ayudado en su relación con los siguientes actores el ser ESR?

	Sí	No
... empleados		
... inversionistas		
... proveedores		
... consumidores		
... competencia		
... sector no lucrativo		
... prensa		
... gobierno		

### Sección D. Financiera

Por favor marque la respuesta correcta según la percepción que cree tener respecto a los siguientes temas.

- Seleccionar 'Sí' o 'No' según corresponda.
- Seleccionar 1 si está totalmente en desacuerdo sobre el tema expuesto o 5 si cree que es totalmente de acuerdo con el tema expuesto, recuerde que es una pregunta de grado y solo podrá elegir un valor por cada tema mostrado.

17. Existen beneficios financieros resultado de ser una ESR ¿Sí o no? ¿Por qué vía?

	Sí	No
... precio de la acción		
... aumento en el capital social		
... aumento en las utilidades		
... mejor relación con inversionistas		
... mejora en indicadores financieros		
... mejora en costos		
... captación de fondos éticos		
... donaciones		

18. Por favor, extienda su acuerdo o desacuerdo sobre las siguientes afirmaciones, siendo 1 completamente desacuerdo, 3 neutral y 5 completamente de acuerdo.

	Completamente desacuerdo		Neutral	Completamente de acuerdo	
	1	2	3	4	5
... provee una herramienta útil para que inversionistas alrededor del mundo identifiquen empresas que cumplen con los estándares sociales y de Buenas Prácticas para invertir.					
... provee a los administradores de marca de una herramienta indispensable en la venta de productos					
... contribuye al crecimiento de negocios responsables alrededor del mundo					
... contribuye al desarrollo social y humano de sus participantes					

19. En su opinión: ¿Quién cree que sea el usuario final de los reportes de sustentabilidad emitidos por la empresa?

	Sí	No
... empleados		
... inversionistas		
... proveedores		
... competencia		
... sector no lucrativo		
... prensa		

### Sección E. Buenas Prácticas Corporativas y Administración del Riesgo.

Por favor marque la respuesta correcta según la percepción que cree tener respecto a los siguientes temas. Seleccionar 1 si cree que la respuesta no influye en 'Nada' sobre el tema expuesto o 4 si cree que influye en 'Mucho' en el tema expuesto, recuerde que es una pregunta de grado y solo podrá elegir un valor por cada tema mostrado.

#### 20. Buenas Prácticas sociales

	Nada	1	2	3	Mucho
... vinculación a redes, alianzas y sinergias		1	2	3	4
... perspectivas ciudadanas					
... generación de empleo					
... perspectiva de género					
... Inclusión de personas pertenecientes a grupos vulnerables y cohesión social.					
... perspectiva barrial – local (Principios de autonomía, pertenencia y realidad)					
... formación continua y difusión					
... solución no asistencial a necesidades básicas insatisfechas					
... creación de valor y productividad					

#### 21. Buenas Prácticas en gestión innovadora

	Nada	1	2	3	Mucho
... talento humano		1	2	3	4
... gestión del conocimiento					
... gestión del cambio					
... gestión colaborativa					
... formas innovadoras de producción					
... formas de comercialización y apertura de mercados					

#### 22. Buenas Prácticas en desarrollo organizacional

	Nada	1	2	3	Mucho
... comunicación		1	2	3	4
... liderazgo					
... sentido de pertenencia					
... participación					
... división del trabajo					
... cultura y clima organizacional					
... democratización de las decisiones					
... estructura de propiedad					

#### 23. Buenas Prácticas en proceso de gestión

	Nada	1	2	3	Mucho
... planificación		1	2	3	4
... organización					
... dirección y control					
... gestión de recursos					
... división del trabajo					
... autofinanciamientos					
... influencia en políticas públicas					



## 24. Prácticas relacionadas con el desarrollo sustentable

	Nada			Mucho
	1	2	3	4
... cuidado de los recursos naturales				
... aprovechamiento sustentable de los recursos naturales				
... prácticas de mejora hacia el medio ambiente				
... mejora de la calidad de vida en comunidades con escasos recursos naturales.				

## 25. Prácticas relacionadas con recuperación de tradiciones.

	Nada			Mucho
	1	2	3	4
... empleo de productos artesanales en los procesos de producción				
... recuperación de formas artesanales de producción				
... elaboración de productos con materias primas locales				
... respeto a las tradiciones locales				
... recuperación de espacios públicos y/o preservación de obras de arte				

A nombre de la Universidad Nacional Autónoma de México y del Posgrado en Finanzas de la Facultad de Contabilidad y Administración de la UNAM agradecemos el tiempo brindado en tan honorable causa. Muchas Gracias.

26. Si desea agregar algún comentario adicional, siéntase libre de hacerlo.

---



---



---

### *Bibliografía Capitular*

---

Cajiga Calderón, Juan Felipe: 2010, El concepto de RS empresarial, 35 págs.

Creswell John W: 2009, "Research design qualitative quantitative and mixed methods approaches".

Hernández Sampieri, Roberto, Carlos Fernández Collado, Pilar Baptista Lucio: 2010, "Metodología de la investigación", México: McGraw-Hill Interamericana, 5ta edición, 613 págs.

Miles, M. B. y Huberman, M: 1994, *Qualitative data analysis: an expanded sourcebook* (2a. ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

## Capítulo 5 . Estadística de la encuesta realizada: una ventana hacia la responsabilidad social corporativa mexicana.

### *Resumen Capítular*

En este apartado se analizarán los resultados obtenidos de la aplicación de la encuesta realizada a las empresas que cotizan en la BMV y los intentan el reconocimiento de ESR. Esto con el objetivo de tabular, según la experiencia internacional ya antes mencionada, las buenas prácticas corporativas predominantes en el empresariado mexicano.

Estos resultados construirán la base para calificar la RSC en México. Cuanto ha evolucionado, en donde estamos y hacia donde nos dirigimos. Por eso la relevancia, de realizar esta encuesta con el objetivo de hacer notar el desempeño de la RS en nuestro país.

Amenera de resumir se nota un impacto relevante en las variables administrativas y de gestión social, pero poco impacto en las variables financieras y de gestión del riesgo. Lo que en algún momento puede deberse a la falta de competencias adecuadas delegadas a las personas que manejan la RSC dentro de la empresa. Esto relacionado con los pocos esquemas de medición que hay actualmente para poder reportar este tipo de avances en el hacer social.

La encuesta fue realizada con los siguientes objetivos.

1. Encontrar variables claras en donde la RSC tenga una influencia significativa en el desarrollo de la empresa.
2. Tomar estas variables y proporcionar un modelo de negocios, que influya de manera positiva en la empresa y que incremente precio de la acción.

En esta encuesta, se encontraron los siguientes problemas a la hora de implementarse.

- El ejecutivo encargado de la RSC no estuvo interesado en contestar la encuesta.
- La encuesta les pareció demasiado larga.
- La RSC tiene demasiado alcance y con ella demasiadas competencias; por lo tanto, las atribuciones en el área de sustentabilidad todavía no son las adecuadas para poder contestar todas las preguntas.
- El esquema de negocios es multidisciplinario; ya que, actúa de manera significativa en todas las áreas de la empresa.
- El ejecutivo de Sustentabilidad puede no tener las competencias adecuadas para contestar la encuesta ya que el perfil es muy amplio.

## 5.1 Confiabilidad y validez (alfa de Cronbach y fórmula 20)

Es necesario evaluar la confiabilidad y validez del instrumento de medición. Sólo a través de esto se verificará que la investigación es seria y aporta resultados reales. Además de implicar la seriedad de la investigación, el tener altos índices de confiabilidad y validez permite que el estudio sea profesional y digno de consideración.

La validez se refiere al grado en que el instrumento mide la variable realmente (Sampieri et al., 2010). Para demostrar la validez del instrumento se realizó una prueba piloto en conjunto con el Cemefi. Organismo que otorgó su apoyo en la corrección de esta encuesta, posteriormente se hizo una prueba piloto a 5 empresas las cuales les pareció aceptable. Como resultado se efectuó la corrección de 10 preguntas de las 25 anexadas a la encuesta final, correspondiente al desempeño de la RSC, por haber sido considerada incoherentes por los participantes en la prueba. No se registraron otros problemas relacionados con el entendimiento del cuestionario.

La aplicación de la prueba fue hecha vía internet por [www.e-encuestas.com](http://www.e-encuestas.com). No hubo contacto directo con las empresas, siendo el Cemefi quien promocionó la encuesta a favor de esta investigación; el cual, para garantizar la confidencialidad de sus agremiados, envió el link de la encuesta al directivo que mejor cumplía el perfil.

La confiabilidad de un instrumento de medición es considerada como el grado en que, al aplicarse de manera repetitiva a diferentes objetos de estudio, se producirán resultados iguales o similares.

Para poder estudiar la confiabilidad del instrumento utilizado se aplica la “confiabilidad de consistencia interna”. Esto permite determinar el grado en que los ítems de una prueba están correlacionados entre sí. Si los diferentes reactivos de un instrumento tienen una correlación positiva, y, como mínimo, moderada, dicho instrumento será homogéneo. En consecuencia, se puede definir la homogeneidad como la consistencia en la ejecución en todos los reactivos de la prueba (Loevinger, 1947; Anastasi, 1961). De allí que en una prueba con un alto grado de consistencia interna<sup>79</sup> nos permite predecir cómo lo hará en los demás.

Es importante resaltar que en el caso de la confiabilidad de consistencia interna; el énfasis se pone en las puntuaciones de los sujetos y no en el contenido o el formato de los reactivos. Por lo tanto, si los ítems del instrumento correlacionan positivamente entre sí, éste será homogéneo, independientemente del tipo de contenido que se haya utilizado.

<sup>79</sup> El saber cómo se desempeña una persona en un ítem.

Por el contrario, la prueba será heterogénea si los reactivos no tienen una correlación positiva entre sí, aun cuando aparentemente estén midiendo el mismo rasgo. Como se puede comprender, la distinción entre lo homogéneo y lo heterogéneo no es una dicotomía, sino un continuo.

Por otra parte, la homogeneidad está relacionada con la característica de *unidimensionalidad* de una prueba, la cual indica que el instrumento mide una sola variable (un rasgo) en lugar de una combinación de ellas. Si una prueba es homogénea, podemos suponer que todos los ítems miden una característica común.

Sin embargo, es concebible que cada reactivo pueda medir una misma combinación de rasgos y, de esa manera, pudieran estar recíprocamente intercorrelacionados. A la inversa, si una prueba no es homogénea, los reactivos o algunos subgrupos de ellos medirán características diferentes. Por consiguiente, la homogeneidad es una característica necesaria, pero no suficiente, de una prueba destinada a medir un rasgo unitario (Brown, 1980).

Existen diferentes procedimientos para estimar la confiabilidad de consistencia interna. Algunos de los más conocidos son los siguientes: (a) Kuder-Richardson; (b) Alfa de Cronbach; (c) Dos mitades, corregido por la fórmula de Spearman-Brown; y (d) método de (Hoyt. Kuder y Richardson, 1937) desarrollaron varios modelos para estimar la confiabilidad de consistencia interna de una prueba, siendo uno de los más conocidos la denominada fórmula 20, el cual se representa de la siguiente manera:

$$r_n = \frac{n}{n-1} * \frac{v_t - \sum pq}{v_t}$$

En donde:

$r_u$  = coeficiente de confiabilidad.

$n$  = número de ítems que contiene el instrumento.

$V_t$  = varianza total de la prueba.

$\sum pq$  = sumatoria de la varianza individual de los ítems.

En los casos de la medición de constructos a través de escalas, en los que no existen respuestas correctas ni incorrectas, sino que cada sujeto marca el valor de la escala que mejor representa su respuesta, (Cronbach, 1951) derivó, a partir del modelo de (Kuder-Richardson, 1937), una variante que permite estimar la confiabilidad de consistencia interna en estos casos. La fórmula es como sigue:

$$r_n = \frac{n}{n - 1} * \frac{s_t^2 - \sum s_t^2}{s^2}$$

En donde:

$r_u$  = coeficiente de confiabilidad;

$n$  = número de ítems;

$S_t^2$  = varianza total de la prueba; y

$\sum S_t^2$  es la suma de las varianzas individuales de los ítems.

La alfa de Cronbach y fórmula 20 obtenidas se muestran en el cuadro 5.1 y sus cálculos pueden ser localizarse en el anexo 7. Así mismo se comenta que algunas alfas salieron arriba de la escala mencionada más adelante debido a que no se pudieron obtener los resultados individuales de las preguntas formuladas en la encuesta. Esto debido a que, por confidencialidad de los resultados de las empresas y en acuerdo con el Cemefi, no se pudo acceder a la información por evento u empresa. Aun así las variables en cuestión mantienen niveles aceptables en sus cálculos.

**Cuadro 5.1 Alfas de Cronbach y fórmula 20 para cada variable.**

¿En qué medida la RS ha afectado positivamente la relación con los siguientes actores?	Alfa	1
¿Ha mejorado la RS de manera positiva los procesos administrativos de su compañía con respecto a los siguientes rubros?	K(20)	1.14
En qué medida la inclusión de los 4 ejes del distintivo ESR otorgado por el Cemefi con los siguientes actores? <sup>80</sup>	Alfa	1
Con base en su criterio ¿Usted cree que los siguientes actores se vean influenciados en su toma de decisiones al conocer que se ha obtenido el distintivo de ESR?	Alfa	1.02
¿En qué grado su empresa mantiene un vínculo de cooperación con las siguientes instituciones?	Alfa	0.65
Si existe voluntariado corporativo en su empresa, ¿Usted cree que ha ayudado a mejorar la integración de la empresa con los siguientes actores?	K(20)	0.82
Existen beneficios financieros resultado de ser una ESR ¿Sí o no? ¿Por qué vía?	K(20)	0.99
<b>Enunciados de opinión.</b>		
Buenas Prácticas en gestión innovadora.	Alfa	1.24
Buenas Prácticas sociales.	Alfa	1.11
Buenas Prácticas en desarrollo organizacional.	Alfa	.97
Buenas Prácticas en desarrollo organizacional.	Alfa	1.04
Buenas Prácticas en proceso de gestión.	Alfa	1.09
Prácticas relacionadas con recuperación de tradiciones.	Alfa	1.32
Prácticas relacionadas con el desarrollo sustentable.	Alfa	1.16

Fuente: elaboración propia con metodología planteada en este capítulo, los cálculos pueden observarse con más detenimiento en el anexo 7 para su mayor comprensión.

<sup>80</sup> Políticas ambientales, de ética en el trabajo, de relación con los empleados y de relación con la comunidad.



### 5.1.1 Interpretación del Coeficiente de Confiabilidad

Como ya se ha mencionado anteriormente, la confiabilidad de un instrumento se expresa mediante un coeficiente de correlación:  $r_u$ , que teóricamente significa correlación del test consigo mismo. Sus valores oscilan entre cero (0) y uno (1.00). Una manera práctica de interpretar la magnitud de un coeficiente de confiabilidad puede ser guiada por la escala siguiente:

Rangos	Magnitud
0,81 a 1,00	Muy Alta
0,61 a 0,80	Alta
0,41 a 0,60	Moderada
0,21 a 0,40	Baja
0,01 a 0,20	Muy Baja

Por lo general, un coeficiente de confiabilidad se considera aceptable cuando está por lo menos en el límite superior (0,80) de la categoría “Alta”. No obstante, no existe una regla fija para todos los casos. Todo va a depender del tipo de instrumento bajo estudio, de su propósito y del tipo de confiabilidad de que se trate. (Ver Thorndike, 1989; Magnusson, 1983).

### 5.2 Perfil del ejecutivo de sustentabilidad corporativa

El ejecutivo de RS es un profesionalista menor de 35 años sin distinción completamente de género, que conoce a profundidad la empresa y lleva laborando en ella al menos 10 años, egresado de una licenciatura, al menos la mitad tiene el grado de maestría. La mayoría de las empresas a las que pertenecen estos ejecutivos son pertenecientes al ramo de alimentos y medicamentos así como de Servicios en general. La gran mayoría tiene un área asignada así como colaboradores para poder realizar sus actividades. Todos brindan un informe al Ejecutivo o Director General de la empresa y carecen de facultades para poder realizar cambios significativos dentro de la empresa.

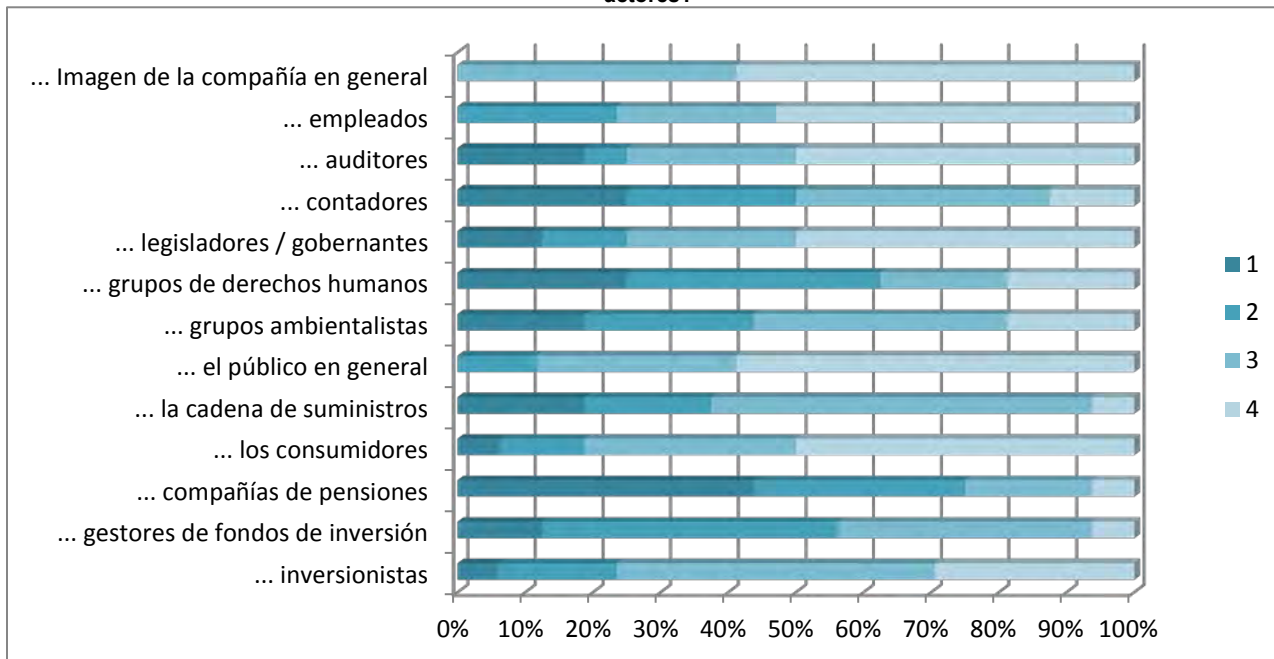
### 5.3 Análisis de la información obtenida por la encuesta

La primera duda que tendría un inversionista que desea invertir en una empresa que practica normalmente esquemas de RSC, sería el desempeño como tal. ¿De qué forma la empresa hace negocios para ser más rentable?, ¿qué áreas la conforman? Se puede notar en el gráfico 5.1 siendo la escala a seguir 1 para aquel rubro mencionado que no tiene o no explica adecuadamente la relación con el tema propuesto y 4 que tiene mucho que ver con el tema propuesto los siguientes supuestos descritos.

En el anexo 4 se podrán valorar los resultados de la encuesta en número absolutos acerca de cómo percibe la empresa valor al ser ESR. Para efectos de mostrar el grado de

percepción de esta encuesta se mostraran a manera de gráficos para facilitar el desarrollo de la información.

**Gráfico 5.1 ¿En qué medida la responsabilidad social corporativa ha afectado positivamente la relación con los siguientes actores?**



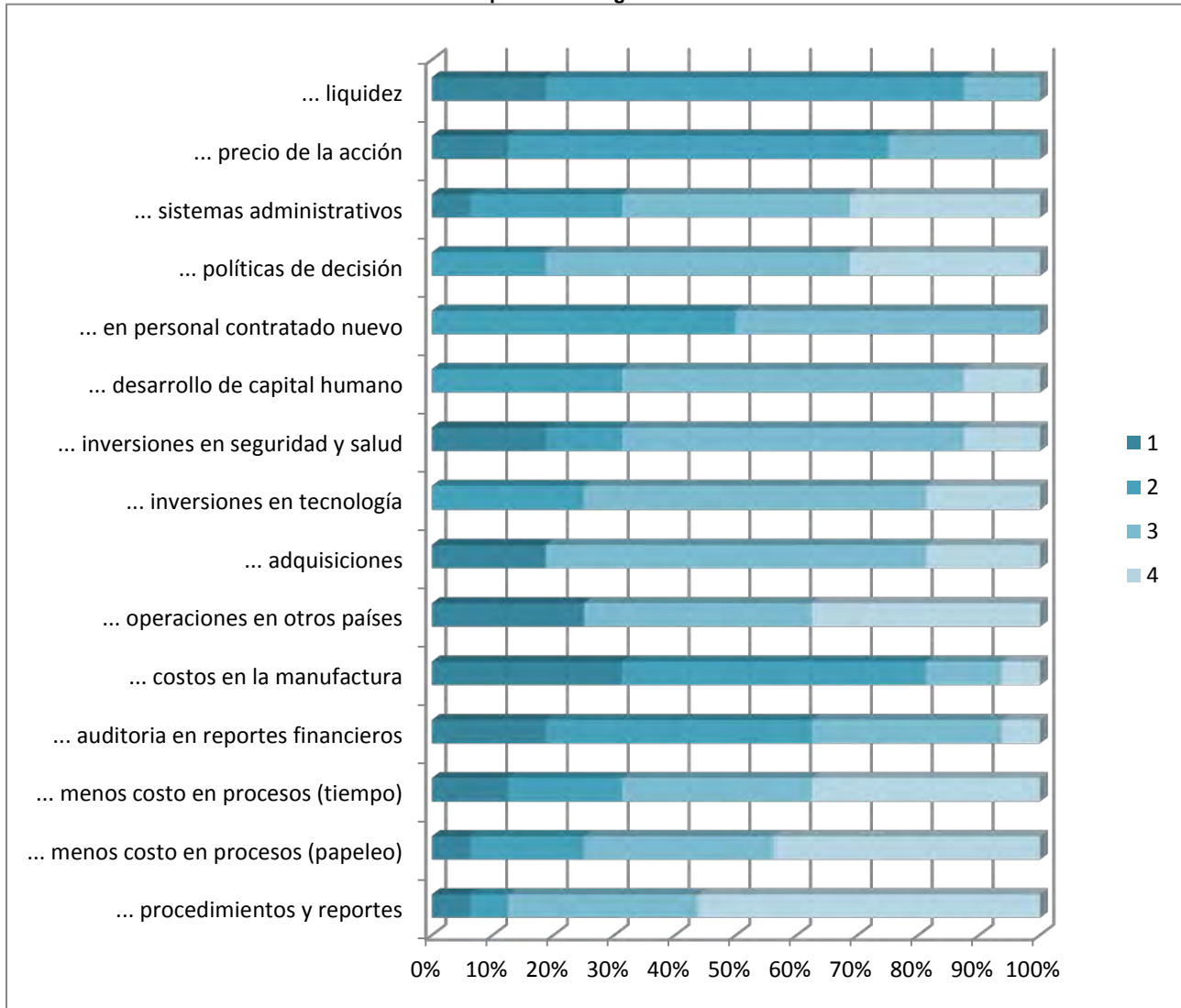
El que una empresa aplique RSC en sus procesos ayuda a tener una mejor relación con los empleados, los inversionistas, los consumidores, con el área de contabilidad y fiscal. Ya que, lo que hagan, afecta de manera significativa los estados contables de la compañía. Una pérdida de prestigio en la marca —por un mal manejo en algún tema social— podría ser una noticia devastadora para el negocio.

Debido a que la RSC mantiene un apego constante con los resultados administrativos y contables de la empresa, lo interesante sería saber en dónde exactamente según la percepción y experiencia de los encuestados; se cree, la RSC tiene mayor impacto. Esto se explica en el gráfico 5.2 del cual se derivan las siguientes conclusiones.

Se encuentran rasgos muy importantes provenientes de una práctica en constante auge. Sin embargo, aún falta mucho por entender y descubrir. Si bien, los directores de la RSC están conscientes de que en muchos de estos rubros la RSC tiene algo que ver; no llegan a elegir el valor 4 en la encuesta o mejor dicho no están completamente seguros de que ayuda; sin embargo, su experiencia dice lo contrario. Las áreas en la que los ejecutivos creen que la RSC es útil, son aquellos relacionados con procedimientos administrativos; tales como, la eficiencia en la elaboración de reportes, tiempos en la elaboración de estos, adquisiciones e

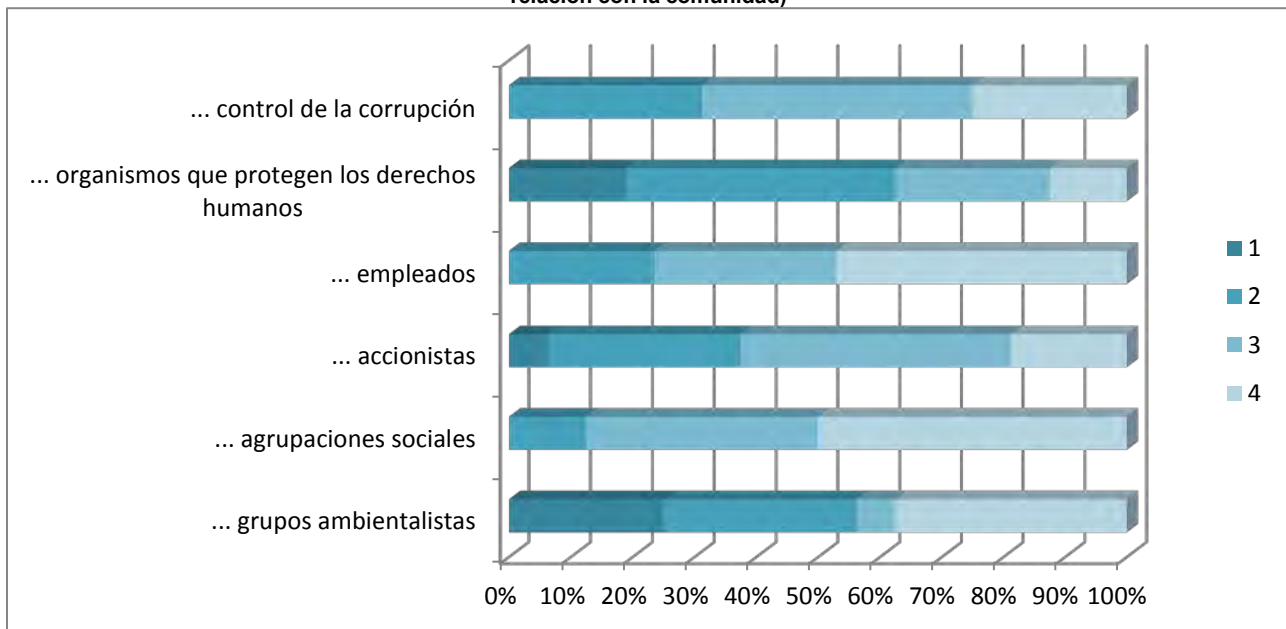
inversión en tecnología así como la relación con otros países. Aunque la experiencia internacional avala mediante índices de sustentabilidad en las bolsas alrededor del mundo que la RSC impacta en el precio de la acción y en la liquidez de las empresas por aumentos en el capital social; esto no se ve en México.

**Gráfico 2 ¿Ha mejorado la responsabilidad social corporativa de manera positiva los procesos administrativos de su compañía con respecto a los siguientes rubros?**



En México, la inclusión de la RSC ha sido gradual y aún queda mucho camino por delante. Sin embargo, el Cemefi, organismo mexicano que otorga este distintivo. Ha propuesto cuatro ejes en los que centra los valores de la RSC. Lo importante aquí sería saber cómo la inclusión de los mismos en las prácticas de la empresa ha resultado útil o no con los distintos actores que intervienen en el proceso de producción, esto se plantea en el gráfico 5.3.

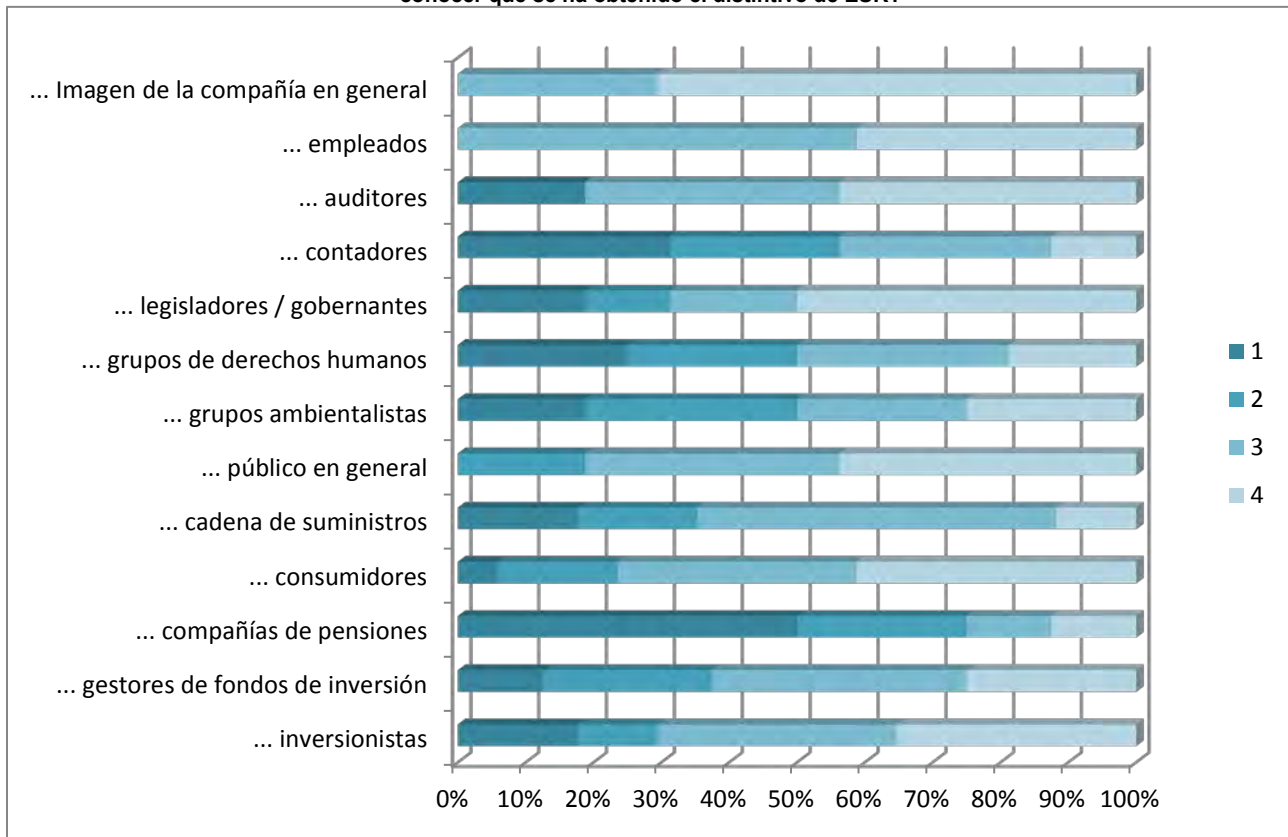
**Gráfico 5.3** En qué medida la inclusión de los 4 ejes del distintivo ESR otorgado por el Cemefi ¿Le han resultado útiles en la comunicación con los siguientes actores? (Políticas ambientales, de ética en el trabajo, de relación con los empleados y de relación con la comunidad)



Se observa que la práctica de los ejes de la RSC aplicados en México ayuda a una mejor cohesión entre los empleados y las agrupaciones sociales. Sin embargo, hay dudas respecto al combate a la corrupción, el respeto a los derechos humanos y el medio ambiente así como las consideraciones de los accionistas; pieza clave del negocio e indispensable según los estándares internacionales de la ONU en materia de RSC y Gobierno Corporativo.

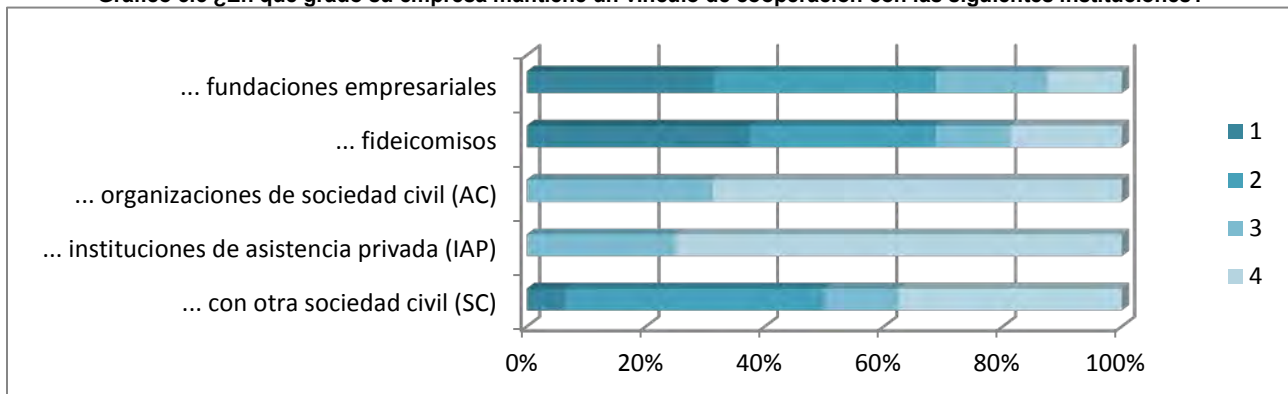
Lo importante —y que sería bueno destacar— es que hay una alta percepción de los ejecutivos de sustentabilidad respecto a que la RSC es realmente útil en la imagen de la compañía y para todos los participantes del negocio. A manera de que podría dar la idea de que el perder dicho distintivo podría ser un golpe muy fuerte para la empresa. En el gráfico 5.4 aparecen los principales rubros por los cuales, se obtiene una percepción positiva respecto a la RSC.

**Gráfico 5.4** Con base en su criterio ¿Usted cree que los siguientes actores se vean influenciados en su toma de decisiones al conocer que se ha obtenido el distintivo de ESR?



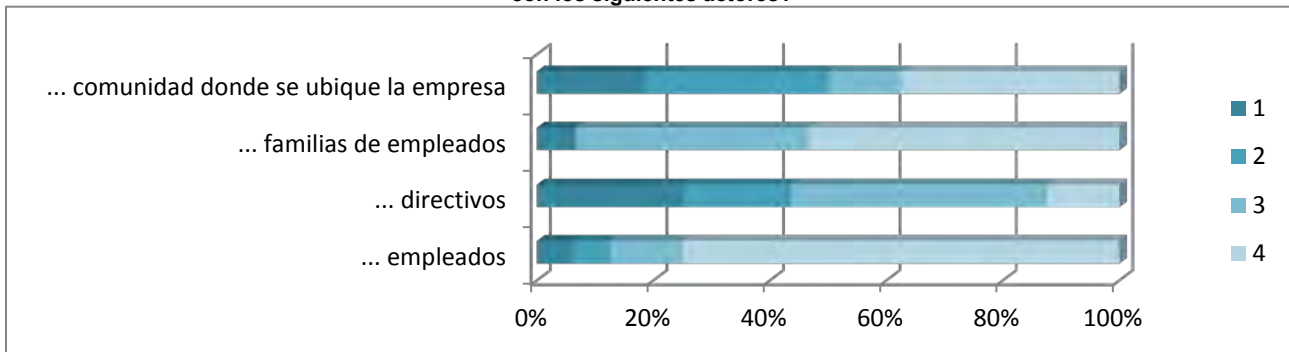
Otro aspecto muy importante a tratar es el respectivo a la relación que mantienen las empresas que practican la RSC con el sector no lucrativo. En el gráfico 5.5 se observa que se mantiene un amplio vínculo con asociaciones de la sociedad civil. Esto es muy importante para el manejo de cualquier empresa en la actualidad ya que es parte del plan de negocio de la empresa.

**Gráfico 5.5** ¿En qué grado su empresa mantiene un vínculo de cooperación con las siguientes instituciones?



Se hace notar que estas empresas ocupan la RSC como un vínculo de cooperación entre las partes internas de la compañía. Mejorando la relación entre las mismas y con ello el sentido de pertenencia a un grupo productivo. En el gráfico 5.6 se observa que este tipo de prácticas promueven la integración de los empleados, sus familias y la sociedad; en su mayoría con programas de voluntariado.

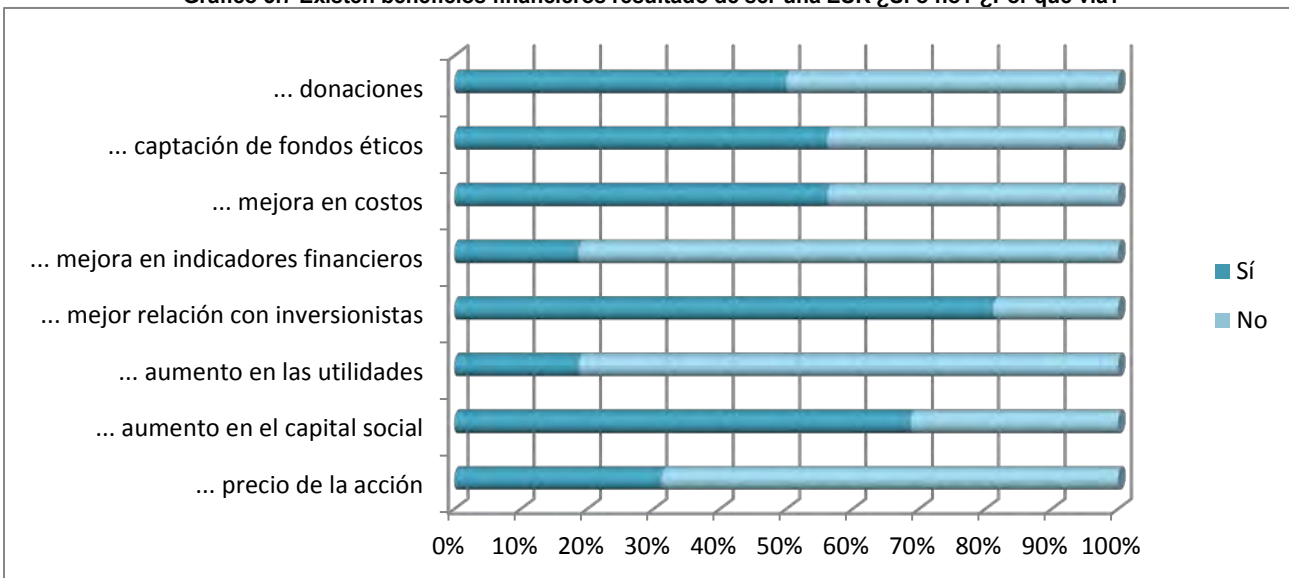
**Gráfico 5.6 Si existe voluntariado corporativo en su empresa, ¿Usted cree que ha ayudado a mejorar la integración de la empresa con los siguientes actores?**



La implementación de este tipo de estrategias ha ayudado a obtener resultados financieros en diferentes áreas. Por ejemplo la mejora de costos al hacer eficientes los programas de producción, mejorando así los costos globales; la relación con inversionistas al hacer más eficientes los programas y reportar buenos rendimientos a sus inversionistas, quienes estarán deseosos de invertir en nuevos productos de la empresa.

En el gráfico 5.7 se muestran estas relaciones en el que por desgracia y una vez más el tema del precio de la acción ni siquiera es traído a colación, así como la mejora en cualquier indicador financiero.

**Gráfico 5.7 Existen beneficios financieros resultado de ser una ESR ¿Sí o no? ¿Por qué vía?**

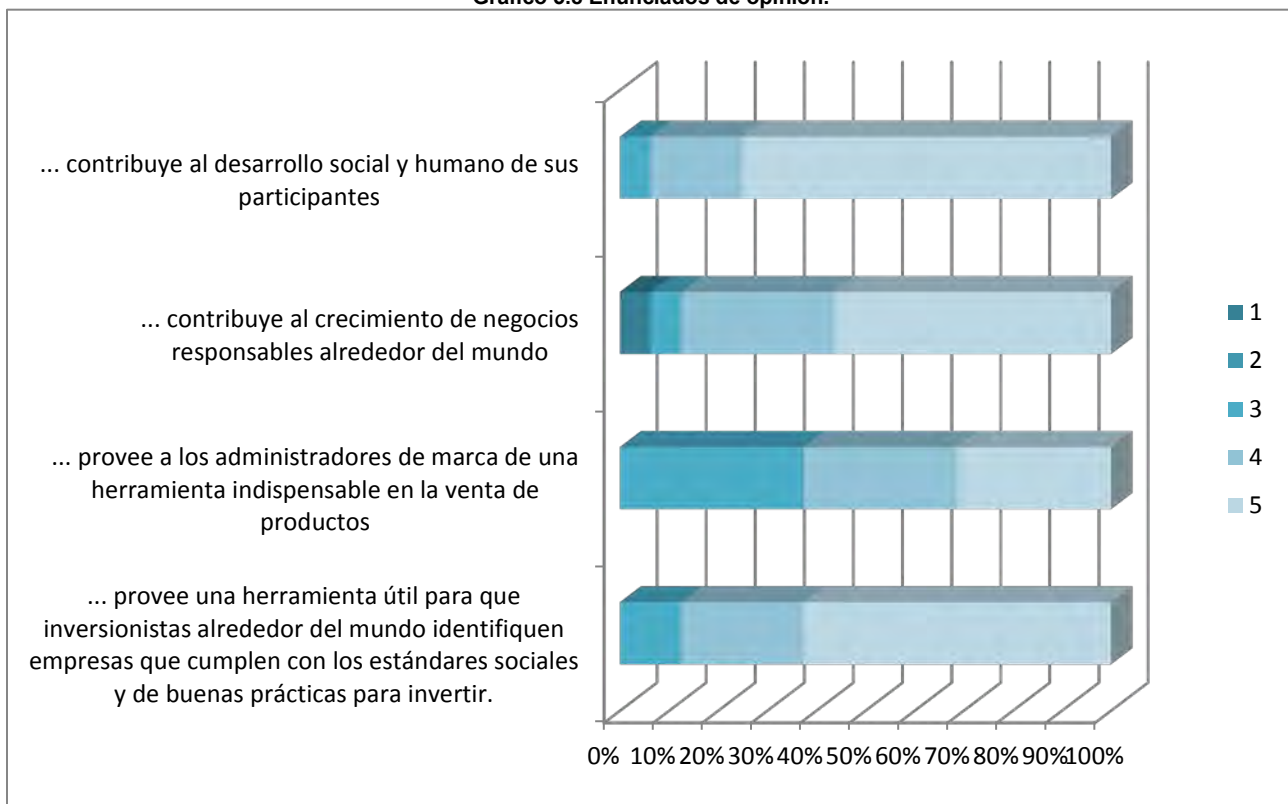


Un problema fundamental que tienen los directores de sustentabilidad va relacionado con una falla en la percepción de lo que se hace o no en RSC alrededor del mundo. Esta falta de comunicación inhibe el uso de prácticas más actualizadas en RSC y por lo tanto su capacidad para implementarlas dentro de la empresa.

El trabajo del directivo de sustentabilidad se ha cerrado únicamente a la relación que las empresas multinacionales tienen con las asociaciones de la sociedad civil y el trabajo filantrópico. Sin saber, que este tema va mucho más allá de esta perspectiva.

En el gráfico 5.8 podemos observar que el enunciado que más convenció a los ejecutivos en tema de RSC es el relacionado con el desarrollo social y humano de los participantes. El área de sustentabilidad se dedica casi exclusivamente a organizar eventos sociales para fomentar el ánimo y reforzar el sentido de pertenencia dentro de una unidad de trabajo. Esto mejora las relaciones con la población donde la empresa realiza sus actividades económicas.

Gráfico 5.8 Enunciados de opinión.





## 5.4 Buenas prácticas corporativas

Por último y para cerrar la etapa de conclusiones haremos un breve espacio para explicar las BPC sugeridas por investigadores de instituciones afiliadas a la ALAFEC los cuales participan en el desarrollo de un macroproyecto de investigación en economía social denominado “Sistematización de Buenas Prácticas en gestión de emprendimientos sociales”<sup>81</sup>, que se realizará en diversos países de América Latina con el objetivo de:

- Promover la constitución de un grupo de investigadores en el campo de la empresa de la economía social y cooperativa.
- Promover la generación de un modelo de análisis de Buenas Prácticas en el campo de Emprendimientos Sociales.

Para esto han dividido las prácticas sociales en 6 ejes a manera de poder crear un sistema de calificación adecuado para poder calificar el rendimiento social.

Así mismo encontramos que estos 6 ejes están estructurados como sigue:

1. Buenas Prácticas sociales
  - a. ... vinculación a redes, alianzas y sinergias
  - b. ... perspectivas ciudadanas
  - c. ... generación de empleo
  - d. ... perspectiva de género
  - e. ... Inclusión de personas pertenecientes a grupos vulnerables y cohesión social.
  - f. ... perspectiva barrial y/o local (Principios de autonomía, pertenencia y realidad)
  - g. ... formación continua y difusión
  - h. ... solución no asistencial a necesidades básicas insatisfechas
  - i. ... creación de valor y productividad
2. Buenas Prácticas de Gestión Innovadora
  - a. ... talento humano
  - b. ... gestión del conocimiento
  - c. ... gestión del cambio
  - d. ... gestión colaborativa
  - e. ... formas innovadoras de producción
  - f. ... formas de comercialización y apertura de mercados
3. Buenas Prácticas de desarrollo organizacional
  - a. ... comunicación
  - b. ... liderazgo
  - c. ... sentido de pertenencia

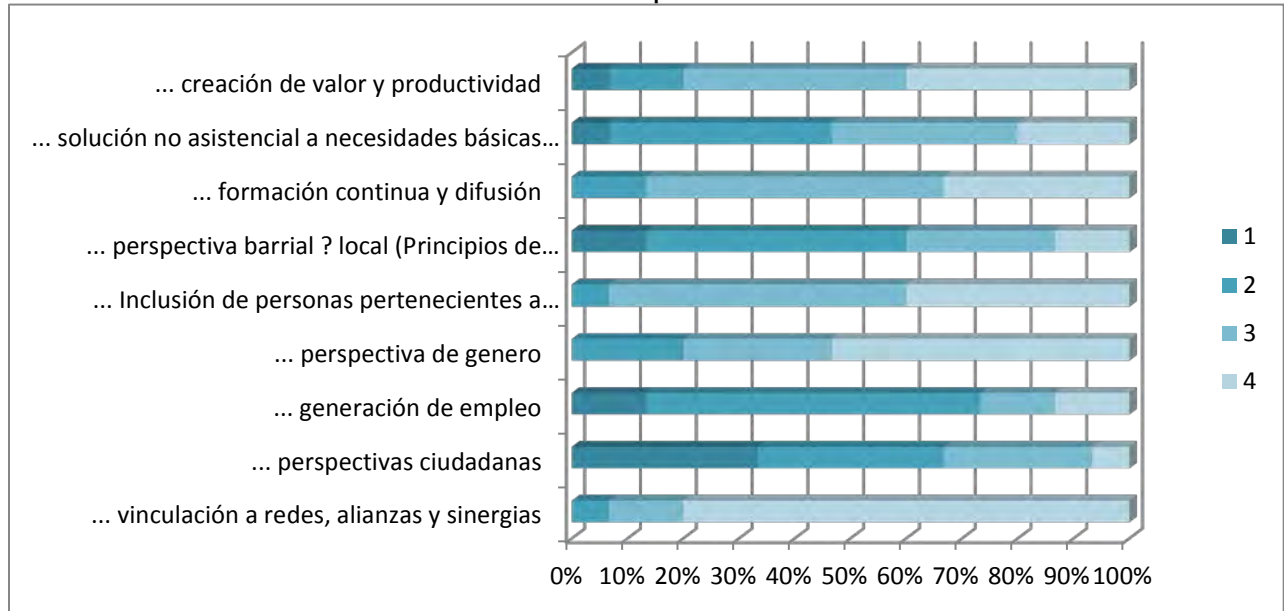
<sup>81</sup> <http://www.alafec.unam.mx/docs/buenaspracticasesemptossoc.pdf> [14/08/2011 18:15:51 p.m.]

- d. ... participación
  - e. ... división del trabajo
  - f. ... cultura y clima organizacional
  - g. ... democratización de las decisiones
  - h. ... estructura de propiedad
4. Buenas Prácticas en proceso de gestión
- a. ... planificación
  - b. ... organización
  - c. ... dirección y control
  - d. ... gestión de recursos
  - e. ... división del trabajo
  - f. ... autofinanciamientos
  - g. ... influencia en políticas públicas
5. Prácticas relacionadas con el desarrollo sustentable
- a. ... cuidado de los recursos naturales
  - b. ... aprovechamiento sustentable de los recursos naturales
  - c. ... prácticas de mejora hacia el medio ambiente
  - d. ... mejora de la calidad de vida en comunidades con escasos recursos naturales.
6. Prácticas relacionadas con la recuperación de tradiciones.
- a. ... empleo de productos artesanales en los procesos de producción
  - b. ... recuperación de formas artesanales de producción
  - c. ... elaboración de productos con materias primas locales
  - d. ... respeto a las tradiciones locales
  - e. ... recuperación de espacios públicos y/o preservación de obras de arte

En lo que respecta a las BPC, la vinculación a redes, alianzas y sinergias es materia de constante trabajo para el área de sustentabilidad. La mayoría de las empresas encuestadas comunicaron que viajar en busca de nuevos proyectos es parte esencial de sus actividades por lo que fue un reto hacer que contestaran la mayor cantidad de personas esta encuesta.

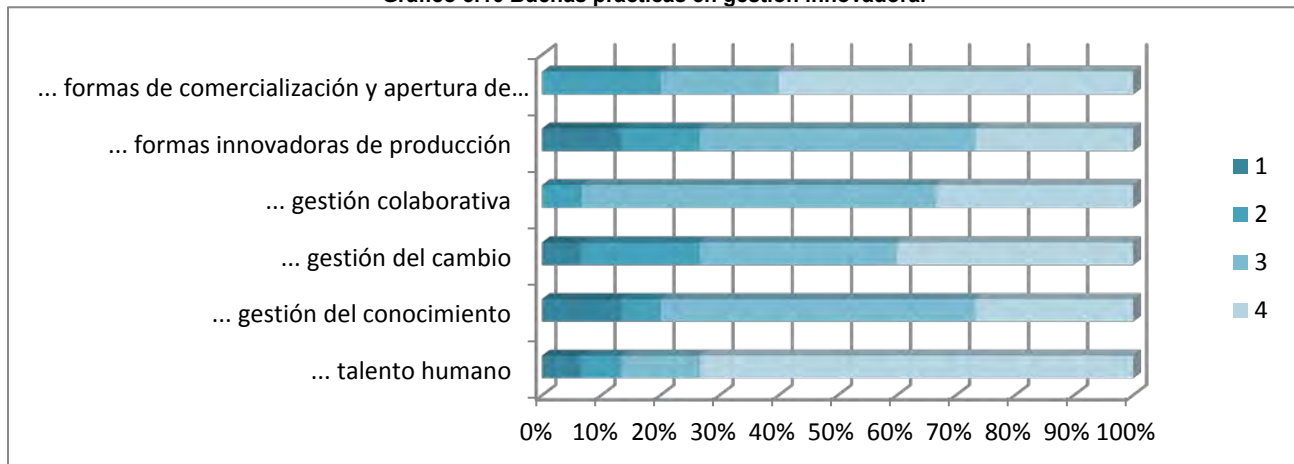
En general se cree que todos los rubros en la tabla agregan valor y son prácticas comunes en el área de sustentabilidad de la empresa; defendiendo principalmente áreas como la creación de valor, productividad de la empresa, la inclusión de grupos vulnerables al proyecto productivo y la defensa de la perspectiva de género como áreas fundamentales. La formación profesional y la generación de empleo no son áreas comúnmente practicadas como se muestra en el gráfico 5.9.

Gráfico 5.9 Buenas prácticas sociales.



Sin embargo a la hora de crear competencias que enriquezcan la innovación en los procesos de la empresa. Las respuestas varían un poco, ya que el área de sustentabilidad cree que la formación de talento es un área fundamental de la RSC. Le siguen temas como la apertura de nuevos mercados y horizontes en la empresa, la gestión del cambio ya sea tecnológica tanto como en procesos administrativos y gestión del conocimiento como áreas importantes de desarrollo como muestra el gráfico 5.10.

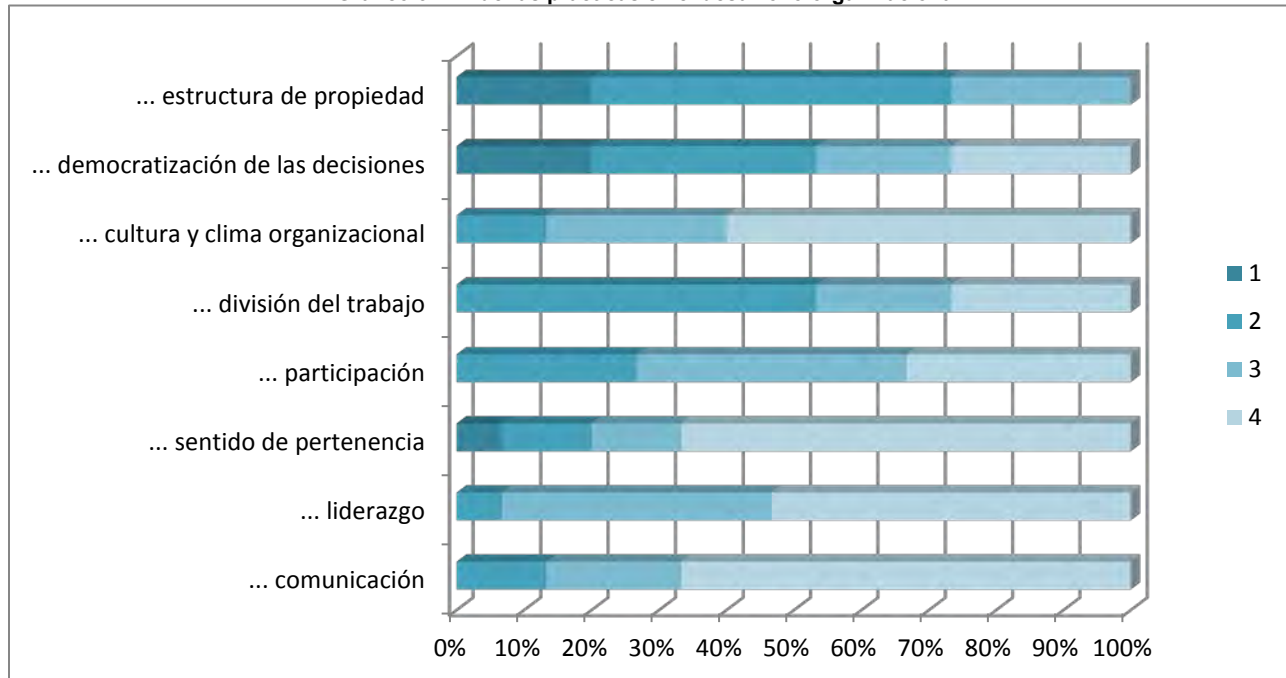
Gráfico 5.10 Buenas prácticas en gestión innovadora.



La inclusión de Buenas Prácticas en los sistemas organizacionales por decirlo así el *Hit* de la RSC dentro de la empresa mexicana. La RSC según directivos en sustentabilidad promueve la cultura organizacional y un clima de trabajo agradable; el cual, fomentando el sentido de pertenencia y la comunicación entre las áreas. Es de cuestionar ¿este tipo de competencias

no va más relacionada con el área de dirección general? Si bien, esta afirmación es cierta. Se comprueba que la RSC en México promueve todos estos conceptos; pero, estas esferas de competencia exigen que el directivo de sustentabilidad tenga la competencia de imponer ciertas reglas en el juego, de lo contrario estas buenas prácticas estarán presentes; pero no correctamente monitoreadas. La esfera de competencia del directivo de sustentabilidad, no llega a poder medir o evaluar estos conceptos dentro de su empresa, como se puede ver en el gráfico 5.11.

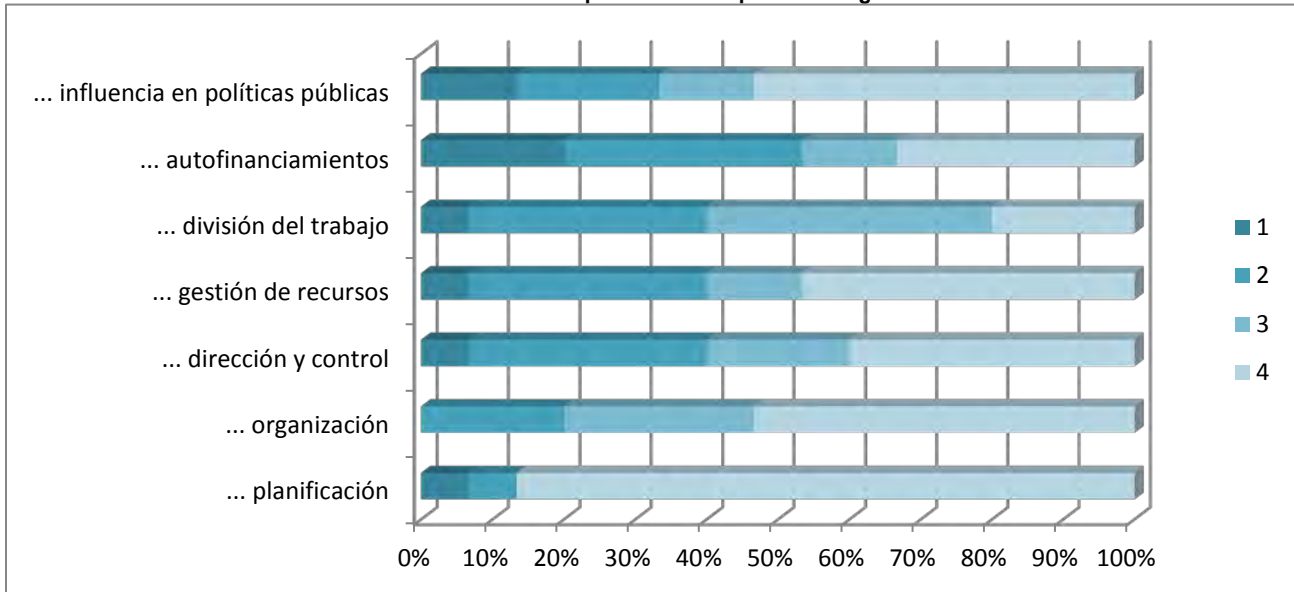
Gráfico 5.11 Buenas prácticas en el desarrollo organizacional.



La RSC en México es una excelente forma de planificar los recursos de manera sustentable para garantizar en un momento dado un futuro a la empresa. Como se puede ver en el gráfico 5.12, las BPC se encuentran presentes en todas las áreas de gestión dentro de la empresa; lo que la hace estratégica para el correcto cumplimiento de las mismas. Pregunta ¿quién debería llevar a cabo la administración y control de la implementación de estas políticas? Este bien podría ser el director general, el cual ejecuta, planifica y por lo tanto, hace las reglas del juego.

También podría estar en un área con la misma fuerza que el director general, capaz de interrumpir la ejecución del mismo. Esto en favor de realizar mejoras significativas en la gestión del negocio. Como se puede ver en los gráficos anteriores, la RSC en México se financia sola, por lo que a la empresa no le pesa en lo absoluto ni recorta sus márgenes de productividad al operar y dar valor a la empresa al utilizar conceptos de RSC en sus procesos. Inclusive se podría ver como un punto de control de la dirección general.

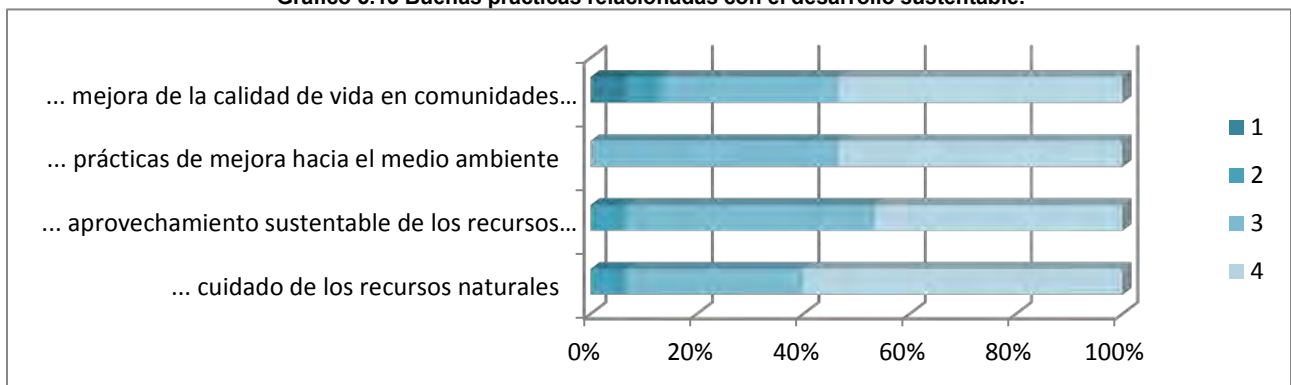
Gráfico 5.12 Buenas prácticas en el proceso de gestión.



Lo que sí es tá d entro de l a esfera d e c ompetencia d el ár ea de sustentabilidad es lo relacionado al medio ambiente. Como se puede observar en el gráfico 5.13, esto es bueno y es malo ya que todo lo relacionado con la RSC se le atribuye a una correcta gestión del medio ambiente. Si bien la aplicación de BPC fuerza a l as empresas a i nnovar y c rear proyectos más sustentables, esta no es de ninguna manera la única esfera de competencia del mismo y por lo tanto, limitante de ninguna forma.

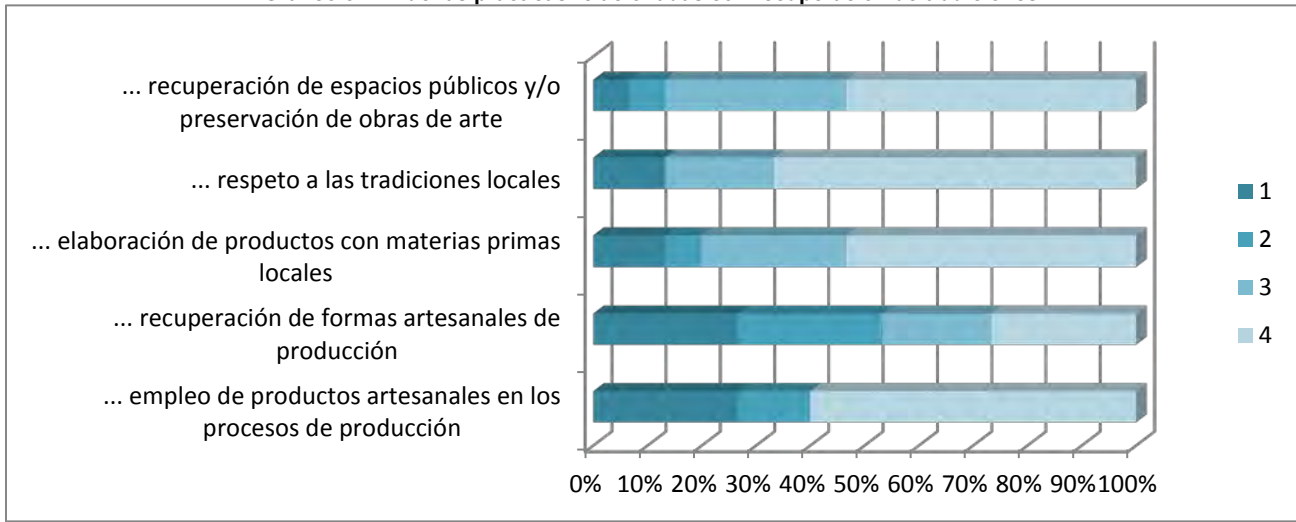
El que la empresa, mejore sus procesos de producción, a manera de ser sustentable renueva su v isión c on el ex terior hac iéndola m ás r entable. E sta es p robablemente l a p rincipal aportación d e es te t rabajo. La p ercepción que el c liente t enga de l a m arca es muy importante, aun utilizando avanzadas herramientas y técnicas en la toma de decisiones, esta no representa la decisión final de los inversionistas; por lo que, estos buscarán apoyarse en otros elementos que los ayuden a c omprender mejor a l a empresa y el mercado donde se desenvuelve.

Gráfico 5.13 Buenas prácticas relacionadas con el desarrollo sustentable.



Otra esfera de competencia según el gráfico 5.14 y que se podría decir que es muy popular en México y probablemente en América Latina es la relacionada con la recuperación de tradiciones. Esto es muy explotado y en algún momento ocurrido por las empresas mexicanas para brindar una cara amable hacia el exterior. Recuperar tradiciones, recuperar cultura, esa es la insignia del área directiva de sustentabilidad. Si bien esto aporta mucho a la imagen de la empresa, todavía queda mucho por aprender.

**Gráfico 5.14 Buenas prácticas relacionadas con recuperación de tradiciones.**



## 5.5 Resultados en Congresos

La RSC ha tenido bastante aceptación tanto en el mundo de los negocios como dentro del sector social, tanto es así que este trabajo se ha presentado en tres congresos con la idea de recabar ideas claras acerca de que es la RSC, las BPC y si estas se llevan bien con el mercado financiero.

Si bien es cierto que la razón social de las instituciones de la sociedad civil son sin fines de lucro y por ello pensar en las finanzas es casi prohibido, ya que implicaría lucrar. Son las empresas quienes retoman la viabilidad de estas asociaciones y consideran apropiado gastar con el objetivo de resolver problemas sociales.

Este estudio se presentó en tres congresos diferentes, uno de estos fue en el alma mater, la UNAM, en el Primer Congreso de Posgrados. En él se intentó dar un primer acercamiento al público académico acerca de lo que se estaba haciendo hoy día para mejorar la relación entre empresa y sociedad junto con muchos diversos programas y proyectos de todas las disciplinas.

El segundo se llevó a cabo en el XV Congreso Internacional en Ciencias Administrativas, A.C.<sup>82</sup> (ACACIA) en coordinación con la Universidad Veracruzana a través del Instituto de Investigaciones y Estudios Superiores de las Ciencias Administrativas<sup>83</sup> (IIESCA) en el cual se le dio un enfoque administrativo a la RSC y las ventajas de implementar acciones sociales y ambientales en los procesos de las empresas a través de la gestión de BPC al interior.

Por último este trabajo se presentó en el XI Congreso de Investigación sobre el Tercer Sector promocionado por el Centro Mexicano para la Filantropía, A.C.<sup>84</sup> (Cemefi) y la Universidad

<sup>82</sup> La Academia de Ciencias Administrativas A.C. tiene como objetivo contribuir a la superación del hombre, fomentando la ciencia, la tecnología y la enseñanza en los aspectos relativos a las ciencias administrativas estimulando la acción de quienes destacan en dicha disciplina en la República Mexicana y en el ámbito mundial, para fomentar el progreso social mediante la investigación técnica y científica con sentido humanístico, propiciando así la solidaridad de los profesionales e especializados en las distintas ramas de las Ciencias Administrativas.

<sup>83</sup> Cristalizando las ideas y esfuerzos de un grupo de académicos especializados en la administración, el día 1 del mes de marzo de 1976 nace en el seno de la Universidad Veracruzana, el Instituto de Investigaciones y Estudios Superiores de las Ciencias Administrativas y se concreta la iniciativa de su creación, teniendo como propósito: 1. Preparar profesionales altamente capacitados en la administración de las instituciones públicas y privadas, proporcionándoles los últimos adelantos de las técnicas administrativas dentro de un marco de investigación, discusión y análisis crítico de la problemática de la administración moderna. 2. Crear una fuente de personal altamente capacitado en diversas áreas de la administración, para enriquecer la docencia y/o la investigación de la Universidad Veracruzana y de otras instituciones del país; 3. Preparar a través de Programas de Posgrado, de Especialidad, Maestría y Doctorado, profesionales de la administración imbuidos de un profundo sentido ético y social, capacitados con los conocimientos técnicos adecuados para contribuir al desarrollo del país, y; 4. Proveer, a través de sus programas de investigación, conocimientos prácticos y alternativas susceptibles de ser adaptados a nuestra realidad nacional. Ubicado en la ciudad de Xalapa, Veracruz, México, el Instituto de Investigaciones y Estudios Superiores de las Ciencias Administrativas I.I.E.S.C.A. es una institución de la Universidad Veracruzana, de carácter académico, preponderantemente orientada a la investigación y al ofrecimiento de estudios de posgrado.

<sup>84</sup> El Centro Mexicano para la Filantropía, A.C. (Cemefi) es una AC sin fines de lucro fundada en 1988, integrada por más de 900 miembros entre organizaciones de la S.C., fundaciones, empresas personas y dependencias gubernamentales que comparten la misión de promover la filantropía, la RS empresarial y la participación ciudadana. Su misión es promover y articular la participación filantrópica, comprometida y socialmente responsable de los ciudadanos, organizaciones y empresas, para alcanzar una sociedad más equitativa, solidaria y próspera.



de Guanajuato como anfitriona. Con la intención de platicar y conocer la experiencia que asociaciones de la sociedad civil y público en general tienen con respecto a estas prácticas sociales y el tipo de fondeo que ellas captan a través de programas sociales. Estos gestionados por el sector gobierno y el sector empresarial; así como el voluntariado y las buenas prácticas que muchas empresas llevan a cabo para sostenerse como ESR.

También se trabajó con diferentes Asociaciones, una de ellas fue el Cemefi el cual abrió sus puertas a esta investigación con el objeto de conocer —actualmente— cuales son las prácticas corporativas más allegadas al sector; la forma más actualizada de practicar BPC, tienen conocimiento de donde impactan y si tienen esquemas de control de las mismas. Esto a través de una encuesta realizada a las empresas que ostentan el título de ESR, distintivo único en México y parte de América Latina, y; que también cotizan en la BMV. Por lo tanto son las que más empapadas están del tema de la RSC y las BPC.

También se contactó a Ecobanca<sup>85</sup> que en conjunto con Eiris<sup>86</sup> y contratados por la BMV<sup>87</sup> intentan lanzar el primer Índice de sostenibilidad que cotice en la BMV. Las pruebas meritorias de la participación que se tuvo con las diferentes instituciones se pueden encontrar en el Anexo 5.

---

<sup>85</sup> Ecobanca A. C. nació en el año 2000 por iniciativa de dos visionarios preocupados por hacer compatible el desarrollo sustentable y las finanzas. Desde entonces ha desarrollado un enlace entre proyectos sustentables e inversionistas conscientes de nuevos problemas ambientales y sociales. En el 2002 Ecobanca A. C. establece un acuerdo de colaboración con la CONANP para incrementar la búsqueda de recursos y su administración para apoyar a los programas de conservación de las ANP. En el 2003 Ecobanca A. C. conforma el primer fideicomiso ambiental con Grupo Financiero Monex. En 2006 Ecobanca A. C., Grupo Financiero Monex y CONANP crean un exitoso instrumento de inversión y ahorro que ayuda a la conservación de la naturaleza: los Fondos Verdes.

<sup>86</sup> EIRIS is a leading global provider of independent research into the environmental, social, governance (ESG) and ethical performance of companies. An independent, not-for-profit organisation, we work to help our clients develop the market in ways that benefit investors, asset managers and the wider world. Our mission is to empower responsible investors with independent assessments of companies and advice on integrating them with investment decisions. EIRIS now provides responsible investment services to more than 100 asset owners, asset managers, banks, stock brokers and governments around the world - as well as major index providers. We have over 28 years experience of promoting responsible investment and helping consumers, charities and advisers invest responsibly.

<sup>87</sup> La BMV, S.A.B. de C.V. es una entidad financiera, que opera por concesión de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, con apego a la [Ley del Mercado de Valores](#). Derivado del seguimiento de las tendencias mundiales y de los cambios que se han dado en la legislación, la BMV concluyó con el proceso de desmutualización, convirtiéndose en una empresa cuyas acciones son susceptibles de negociarse en el mercado de valores bursátil, llevando a cabo el 13 de junio de 2008 la Oferta Pública Inicial de sus acciones representativas de su capital social.

### *Bibliografía*

---

- Anastasi, A. (1961). Psychological test: Uses and abuses. *Teacher College Record*, 62, 389-393.
- Brown, F. G. (1980). *Principios de la medición en psicología y educación*. México: El Manual Moderno.
- Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of the test. *Psychometrika*, 16, 297-334.
- Hernández Sampieri, Roberto, Carlos Fernández Collado, Pilar Baptista Lucio: 2010, "Metodología de la investigación", México: McGraw-Hill Interamericana, 5ta edición, 613 págs.
- Kuder, G. F., y Richardson, M. W: 1937, "The theory of estimation of test reliability" *Psychometrika*, 2, 151-160.
- Loevinger, J. A. (1947). A systematic approach to the construction and evaluation of test of ability. *Psychological Monographs*, 61(4).
- Magnusson, D. (1982). *Teoría de los tests*. México: Trillas.
- Thorndike, R. L. (1989). *Psicometría aplicada*. México: Limusa.

## Capítulo 6. Propuesta de negocios para el área de responsabilidad social corporativa

### Resumen Capitular

Se construye una propuesta de negocio resultado de la encuesta realizada a las empresas que cotizan en la BMV y ostentan el título de ESR observando dos puntos muy importantes.

1. Criterio por el cual se seleccionará una cartera de acciones con ESR en la cual se pueda realizar una inversión. Esta cartera de inversión, resultará óptima, debido a que diversificará el riesgo y contendrá las mejores empresas en las cuales invertir.
2. Se propondrá el modelo RAP el cual prueba mediante los rendimientos pasados, si la cartera está bien diversificada o si es necesario manejar un criterio menos restrictivo en la selección de la cartera socialmente responsable.

Para elegir la cartera socialmente responsable se proponen 12 rubros los cuales debe cumplir la empresa para poder ser seleccionada.

El probar este modelo es un objetivo secundario derivado de este trabajo de investigación por lo que se deja para un posterior estudio. Sin embargo, cabe recalcar, es un método ampliamente utilizado en el Mundo y el cual ha tenido esplendidos resultados en calificar adecuadamente los rendimientos esperados de invertir de manera responsable.

Teniendo esta evidencia en mano acerca de que se entiende por RSC; esto con respecto a su labor frente a los empleados de la empresa, la S.C. y los accionistas. Ya se puede dar una idea respecto a que factores afectan más estas prácticas sociales dentro de las empresas.

En el contexto internacional y explorado en el capítulo 2 y 3 de este trabajo de investigación; se mencionan las áreas de negocio que en conjunto con asociaciones de la sociedad civil, las empresas y los inversionistas —se pueden llevar a cabo— a manera de conseguir fondeo para proyectos y apoyar de manera importante a la economía del país sin dañar el medio ambiente. Así se obtienen una serie de indicadores económicos que mandan señales al mercado, en lo que respecta a que y en donde invertir los recursos mundiales para que las empresas consigan expandirse y crear más empleos.

Siguiendo esta serie de ideas se tiene evidencia de una serie de indicadores que cotizan en las bolsas del mundo y que están formados por ciertos criterios explicados en el capítulo 2. La pregunta es ¿se puede o es pertinente ocupar este tipo de indicadores en México? La respuesta podría ser un sí.

Estudios previos detallan que los inversionistas al invertir su dinero en empresas que siguen criterios socialmente responsables obtienen rendimientos sobresalientes (Guerard, 1997; Diltz, 1995; Hamilton *et al.*, 1993), e incluso extraordinarios (Statman, 2000; DiBartolomeo and Kurtz, 1999; Luck and Pilotte, 1993), sobre carteras de inversión que seleccionan empresas que no siguen los criterios socialmente responsables. Asimismo también hay estudios que indican que las carteras seleccionadas bajo criterios responsables se comportan de manera inferior a aquellas seleccionadas libremente (Geczy, Stambaugh, and Levin, 2003; Teper, 1992; Rudd, 1979). Incluso hay autores que indican que es necesario elegir carteras con empresas sociales que no sean tan estrictamente responsables a favor de aumentar los rendimientos obtenidos.

Pero qué tipo de empresa, que da prestaciones extraordinarias a los empleados, cuida y consiente a su personal clave, realiza obras filantrópicas y tiene programas de apoyo a la sociedad donde reside podría a la vez dar rendimientos extraordinarios a sus accionistas. Esto iría en cierta forma en detrimento del negocio, pues no es negocio de la empresa "X" o de cualquier empresa el dar a la sociedad todo lo que tiene, esto a su vez lo pondría en una desventaja competitiva (Friedman, 1970; McWilliams and Siegel, 1997; Jensen, 2002) hasta el punto de llegar a pensar que el desempeño financiero es cosa aparte del desempeño social y ambiental de una empresa (Friedman, 1970; McWilliams and Siegel, 1997; Jensen, 2002). Pero una vez más uno de los hallazgos que en cierta manera podría ser la piedra principal de todo esto es que el ser Socialmente Responsable representa más que una desventaja, una ventaja competitiva (Porter, 1991; Porter and van der Linde, 1995). Muchos estudios empíricos han producido diversos resultados por lo que ya es difícil resolver este problema en el ámbito internacional, menos dentro del ámbito local (Ullmann, 1985; Griffin and Mahon, 1997; Margolis and Walsh, 2003; McWilliams and Siegel, 2000; Wood and Jones, 1995).

Lo que se pretende en este estudio será proponer un modelo de selección de cartera en el cual se seleccionen variables que si afectan su desempeño al aplicar RSC en México. Desafortunadamente se está lejos de la experiencia internacional, pero esto no significa en ningún momento que este no sea un incentivo para seguir adelante en este tipo de investigaciones.

## 6.1 El costo financiero de la responsabilidad social corporativa

Hasta ahora hemos hablado de la desventaja y, en dado caso, la carga financiera de ser socialmente responsable. Sería increíble pensar que de primera mano, cualquier empresa desee por la buena (sin reglamentaciones ni imposiciones gubernamentales) el realizar este tipo de desembolsos y triples partidas financieras a favor de temas que no son en ningún momento el giro de la empresa.

Esto sin mencionar, que el elegir carteras socialmente responsables, es una restricción muy grande a la hora de conformar carteras de inversión. Ya que, no solo excluyes empresas que en ningún momento podrían ser socialmente responsables; como aquella que vende licor,

sino industrias enteras como la armamentista que es en definitiva una industria muy rentable en países desarrollados. Esto podría en cierta forma dañar la diversificación de una cartera, ya que reduce de manera significativa las empresas que pueda elegir para diversificar el riesgo.

La “regla de los tontos” según (Fisher and Lorie, 1970; Bloomfield, Leftwich, and Long, 1977) dicta que una cartera correctamente diversificada deberá contener al menos 20 o 30 acciones seleccionadas al azar, otros como (Campbell et al., 2001) dicta que dicha diversificación se alcanza al seleccionar al menos 50 acciones diferentes al azar y algunos como (Statman, 1987) señala que esta diversificación es alcanzable arriba de 200 acciones seleccionadas al azar y aun así hay un 5% de probabilidad de obtener un exceso de una desviación estándar en el valor del portafolio.

En las ISR los fondos no son seleccionados de manera azarosa, sino que son seleccionados bajo un grupo de restricciones impuestas de antemano que limitan de manera importante la diversificación de la cartera. Una empresa que es socialmente responsable, puede incurrir en riesgos sistemáticos provenientes de los mercados financieros o cambio de políticas gubernamentales en su país natal o en el extranjero que vayan en detrimento de sus negocios.

En México solo 43 empresas de 135 son ESR y cotizan en la BMV y solo 23 de ellas forman parte del IPC de un total de 38 empresas, eso limita en México de manera significativa una posible diversificación del riesgo.

Entonces ¿cómo es posible que, con estas restricciones, se pueda lograr una cartera eficiente sobre aquellas que tienen un universo más amplio del cual diversificar su riesgo? Según la teoría de cartera, hay ciertas acciones que tienen la posibilidad de empujar o retirar una cartera de la frontera de eficiencia donde el riesgo ajustado es maximizado. Por otro lado la teoría de cartera no toma en cuenta la base en la cual el valor de la acción es creada. Incluso en un mercado eficiente cada acción es tratada de manera homogénea en todo, pero la volatilidad le corresponde totalmente al mercado. Por lo que, no se trata con acciones propiamente, sino tratamos con el mercado donde se está invirtiendo el dinero.

Los defensores de la ISR al contrario de sus detractores argumentan que el grupo de acciones seleccionadas como socialmente responsables es superior a aquellas que no son seleccionadas bajo estos criterios por lo que eventualmente generarán ganancias extraordinarias sobre aquellas que no siguen estos requerimientos (Granovetter, 1985; Scott, 1981). De manera que estas empresas al mantener legitimidad sobre los mercados, estos atraerán mayores recursos y en dado caso la empresa poseerá talento administrativo superior (Alexander and Bucholtz, 1978; Bowman and Haire, 1975). Con el cual se pondrá en

tela de juicio su capacidad para ajustarse al entorno internacional de manera más fácil a través de actividades sociales (Moskowitz, 1972). Así que los principales exponentes de la ISR argumentan que las relaciones sociales importan en el desempeño financiero, la RSC no es un costo, es por decirlo así, una inversión sabia.

Este razonamiento es respaldado por teorías sobre inversionistas (*Stakeholders*) la cual menciona que entre mejor maneje sus relaciones la empresa con el sector que le interesa a la empresa, mejor de desempeño financiero tendrá (Donaldson and Preston, 1995; Freeman, 1984).

## 6.2 Metodología a utilizar en la propuesta

Este trabajo intenta ofrecer una metodología clara de propuesta para México acerca de si es factible en primera instancia el hacer una familia de índices de sostenibilidad para la BMV. Si bien ya tenemos conceptos para identificar a las ESR, ya que el Cemefi exige un reconocimiento a aquellas empresas que con su esfuerzo han logrado sustentar dicho título. Aún no hay una tendencia clara acerca de ocupar este como un indicador para crear carteras socialmente responsables, mucho menos para saber si estas en dado momento son más rentables que aquellas seleccionadas bajo otros criterios.

El primer paso que habría que dar sería conocer los atributos que caracterizan a una ESR y aún mejor, determinar las variables dependientes e independientes para obtener un modelo que sustente dichas afirmaciones. Hay que recordar que como especificamos anteriormente son muy pocas empresas que en México cotizan en la BMV, muchas menos aquellas que entran dentro del concepto de ESR.

### 6.2.1 Variable dependiente.

La variable dependiente será el riesgo ajustado de una cartera dada en un determinado periodo. El riesgo ajustado se explica como el mejor rendimiento mensual obtenido por el fondo, expresado como el cambio porcentual en el precio del fondo a precio de mercado, desde el principio hasta el final de cada mes, ajustado por la Beta del fondo (Sharpe, 1964) utilizando un modelo CAPM.

## 6.2.2 Variable independiente

Ya habiendo recolectado tanta información acerca de si el seleccionar carteras bajo criterios responsables afecta o no al rendimiento a mediano o largo plazo es un tema aún en debate a nivel internacional. Aun así se puede sustentar la idea de que estos criterios de selección no difieren de otros criterios mundialmente reconocidos; ya que estos, seleccionan la cartera a través de criterios sociales los cuales son exigidos por la sociedad y el gobierno local. Estos subsisten de igual manera a mediano y largo plazo, a comparación de otras menos exigentes sobre estos temas (Glassman, 1999). Aun así sería necesario en una futura investigación correr diferentes carteras de inversión escogiendo diferentes tipos de empresas con diferentes formas de selección incluyendo la socialmente responsable.

Existen diferentes criterios para seleccionar una cartera socialmente responsable. En México, la mejor forma de dichas carteras es utilizando empresas valoradas como ESR por el Cemefi. Sin embargo, esta investigación pretende ir un poco más allá aplicando criterios de selección en base a competencias reales de las empresas mexicanas.

En capítulos anteriores se mencionaron propuestas de cómo armar estas variables, entre ellas encontramos criterios de selección creados por la ONU, por el OCDE o por índices de sustentabilidad como el FTSE4Good o el DJSI.

Es aquí mediante la encuesta realizada a empresas que ostentan el reconocimiento de ESR y que cotizan en la BMV, que elijaremos una serie de valores respecto a las competencias básicas que demuestran las empresas mexicanas en RS. Esto, con el objetivo, de lograr un grupo de variables más representativas en la sociedad empresarial mexicana.

Para esto se escogerán una serie de 12 variables con las cuales restringiremos la entrada a empresas que cumplan —o no— con todos los requisitos, si la empresa cumple con los 12 requisitos el criterio para seleccionar empresas se reducirá drásticamente, por lo que será necesario relajarla un poco.

Así mismo se hará un modelo creando variables dicotómicas asociadas al desempeño de dichas variables a manera de hacer un modelo un poco más adecuado. Así mismo en el cuadro 6.1 explicaremos las variables que entrarán dentro de estos criterios. Posteriormente indicaremos algunas variables de control y finalmente el modelo a utilizar.



**Cuadro 6.1 Variables dicotómicas seleccionadas en base a encuesta.**

Variable dependiente	Definición
<b>Relaciones laborales</b>	Excluye firmas con un pobre desempeño en incentivos laborales y creación de capital humano.
<b>Relaciones públicas</b>	Excluye empresas con un pobre desempeño en materia de difusión de trabajo social.
<b>Costos administrativos</b>	Excluye empresas con pobres políticas de uso eficiente en los recursos naturales y humanos de la empresa.
<b>Inversión en tecnología</b>	Excluye empresas con pobre inversión tecnológica y desarrollo de nuevas formas sustentables de producción.
<b>Participación con agrupaciones sociales</b>	Excluye empresas con poca participación o presencia en asociaciones de la SC.
<b>Cadena sustentable de suministro</b>	Excluye empresas con cadenas de suministro ineficientes o que incurran en violación de los derechos humanos internacionales.
<b>Relación con inversionistas</b>	Excluye empresas que tengan pobres políticas de transparencia en su información contable o financiera.
<b>Nuevas formas de comercialización y apertura de mercados</b>	Excluye empresas sin proyectos sustentables que atraigan empleo y desarrollo social de impacto en poblaciones marginadas o poco desarrolladas.
<b>Planeación Social Responsable</b>	Excluye empresas que dentro de su planeación a mediano y largo plazo no incluyan proyectos de implementación de BPC y desarrollo social infra empresa.
<b>Cuidado al medio ambiente</b>	Excluye empresas que no posean un informe de sustentabilidad.
<b>Financiamiento sustentable</b>	Excluye empresas con apalancamientos excesivos y posible riesgo crediticio.
<b>Atención a las tradiciones sociales</b>	Excluye empresas que no posean un departamento exclusivo de atención a la sociedad en la cual se encuentra inmersa sus actividades productivas.

**Elaboración propia en base a encuesta realizada a empresas que cotizan en la BMV y ostentan el reconocimiento de ESR.**

### 6.2.3 Variables de control

A la hora de elegir empresas en el mercado mexicano, se eligen un grupo de variables que nombraríamos como deseables dentro del modelo a manera de eliminar multicolinealidad en las variables y efectos estacionales como depresiones o devaluaciones.

La primera variable a seleccionar será la variable tiempo. Debido a que —año con año— entran y salen empresas de la BMV. Por lo que en la serie de tiempo se marcará “1” si está dentro en el año analizado o “0” sino lo está.

Una empresa con mayor experiencia en el manejo de fondos de inversión es más loable, que una que no lleva tanto tiempo operando. A esta variable le llamaremos vejez de la acción y tomará valor de “1” si tiene operaciones por más de 10 años y “0” sino las tiene.

La siguiente variable será el peso de la acción en el mercado mexicano. Se entiende que una acción de una compañía transnacional que cotiza en la BMV, puede tener mayor estabilidad que una que cotiza en la misma bolsa pero solo tiene operaciones dentro del país. Debido a que no es tan expuestas a los mismos riesgos. Esta se presentará como una variable dicotómica en la que tomará valor de “1” si esta empresa posee acciones en otros países o “0” si esta solo posee acciones en el país.

Aun ajustando el riesgo y los ciclos económicos internacionales queda ajustar el riesgo en los rendimientos que se pueden tener entre un bono y una acción; ya que el bono puede ser más seguro que la acción y por siguen diferentes estrategias de inversión (Elton, Gruber, and

Blake, 1996a). Por lo tanto, se incluirán dos tipos de variables según la estrategia de inversión de la empresa, variables a las que llamaremos porcentaje de bonos y porcentaje de acciones respectivamente.

Finalmente se agregará una variable *dummy* anual para controlar cualquier residual macro económico.

#### 6.2.4 Método estadístico: el modelo RAP.

El M2 o RAP fue desarrollado por Franco y Leah Modigliani en 1997. Estos autores parten de la base de que —independientemente de las preferencias individuales— el mercado ofrece a los inversores la oportunidad de hacer un *trade-off* entre riesgo y rendimiento esperado. En este contexto, cuando un portafolio tiene mayor rendimiento que otro, debe evaluarse cuando ese mayor rendimiento se obtuvo por asumir más riesgo.

Siguiendo los métodos convencionales, los Modigliani proponen medir el desempeño de un portafolio social frente a un portafolio de mercado y lo hacen una vez que las rentabilidades de los portafolios fueron ajustados por riesgo. Para esto se propone en nuestro caso medir un portafolio con pocos criterios en RSC y otro muy restrictivo en el que se ocupen todos los valores de RSC que explicamos anteriormente en el cuadro 6.1. Con el objetivo de construir diversas carteras con las cuales se puede tener una mejor panorámica del rendimiento y el riesgo que se asume al poner en la cartera criterios de ESR.

A efectos de plantear el modelo desarrollado por estos autores se define la siguiente nomenclatura en el cuadro 6.2:

Cuadro 6.2 Definiciones a utilizar en el cálculo del RAP.	
Variable	Definición
Rf	tasa de interés libre de riesgo de corto plazo
Ri	rendimiento promedio del portafolio i
Ra	rendimiento promedio del portafolio ajustado al nivel de riesgo del portafolio de mercado
Rm	rendimiento promedio del portafolio de mercado
Si	desvío estándar de ri
Sa	desvío estándar de ra
Sm	desvío estándar de rm
Si	Razón de Sharpe

El primer paso consiste en hacer el ajuste del portafolio bajo análisis, denominado “portafolio i” con rendimiento total  $r_i$  y desvío  $\sigma_i$ . Para cualquier portafolio es posible construir una nueva versión del mismo obteniendo cualquier nivel de riesgo deseado a través del apalancamiento. Es decir, aumentando la inversión en el portafolio a través de endeudamiento, o vendiendo una parte del portafolio y colocando lo producido de esa venta en el activo libre de riesgo.

Si se supone que el portafolio tiene un exceso de rendimiento positivo, el apalancarlo aumentará el riesgo y la rentabilidad esperada del mismo. Suponiendo que se aumenta la inversión en el portafolio en  $x\%$ , tanto el desvío estándar como el exceso de rendimiento del portafolio sobre el activo libre de riesgo aumentarían en  $x\%$ . Haciendo el mismo supuesto de exceso de rendimiento positivo, al vender parte del portafolio y colocar lo producido de la venta en un activo libre de riesgo caerá el riesgo y también disminuirá la rentabilidad esperada. Si se vende  $x\%$  del portafolio, el riesgo disminuirá en  $x\%$  y el exceso de rendimiento del portafolio también caerá en ese porcentaje.

En función de lo anterior, el rendimiento ajustado por riesgo del portafolio  $i$  o  $RAP_i$ , es el rendimiento del portafolio  $i$  apalancado teóricamente en un monto  $x_i$  (con  $x$  positivo cuando se toma deuda y negativo cuando se vende una parte del portafolio para colocarlo al activo libre de riesgo), donde  $x_i$  se define como el apalancamiento o la venta necesaria que es requerida para que el portafolio  $i$  tenga el mismo riesgo que el portafolio de mercado. Los autores obtienen el valor de  $x_i$  a partir de su definición.

$$\sigma_a = (1 + x_i)\sigma_i = \sigma_m \text{ (Ecuación 1)}$$

Despejando  $x_i$  de la ecuación (1) surge que:

$$x_i = \sigma_m/\sigma_i - 1 \text{ (Ecuación 2)}$$

Por otra parte, considerando el interés pagado en el caso que se toma prestado o cobrado se obtiene la siguiente relación:

$$RAP_i = r_a = (1+x_i) r_i - x_i r_f \text{ (Ecuación 3)}$$

Sustituyendo el valor de  $x_i$  en la ecuación 3, reordenando y utilizando las definiciones del Cuadro 16 se obtiene:

$$RAP_i = r_a = r_f + (r_i - r_f)(\sigma_m/\sigma_i) \text{ (Ecuación 4)}$$

$$RAP_i = r_a = r_f + S_i \sigma_m \text{ (Ecuación 5)}$$

Por último, Modigliani y Modigliani plantean algunos puntos a considerar para el cálculo e interpretación del indicador:

- 1) El RAP se basa en rendimientos históricos que no necesariamente son indicativos del desempeño futuro de los portafolios. Dado que el objetivo de este trabajo es evaluar rentabilidades pasadas esto no sería una restricción.
- 2) El RAP utiliza la desviación estándar como medida de riesgo, pero sería válido también para otras medidas de riesgo siempre que se cumplan dos condiciones: 1) que el apalancamiento o la venta afecte el riesgo y el rendimiento de los portafolios en la misma dirección y 2) que el apalancamiento o la venta no cambie el ranking de los portafolios a cualquier nivel de riesgo.
- 3) Los cálculos y ejemplos presentados en el trabajo de los Modigliani fueron hechos con rendimientos aritméticos, cuando la medida estándar en la industria son los rendimientos geométricos. El cálculo de la desviación estándar de los rendimientos geométricos es más compleja que la de los rendimientos aritméticos y el efecto del apalancamiento o venta en los rendimientos geométricos es menos precisa que en los rendimientos aritméticos. A pesar de esto los autores verificaron los resultados obtenidos usando rendimientos geométricos y fueron muy similares.
- 4) El RAP identifica el mejor portafolio dentro de un conjunto de portafolios pero no considera nuevas combinaciones de estos portafolios que pudieran ser óptimas. Esto implica que la mejor cartera de acuerdo a este criterio no es necesariamente la óptima para agregar a un portafolio ya existente.

## Bibliografía

---

- Guerard J.: 1997, "Additional Evidence on the Cost of Being Socially Responsible in Investing", *Journal of Investing*, Vol. 6, 31-51.
- Hamilton S, Jo H, Statman M.: 1993, "Doing well while doing good? The investment performance of socially responsible mutual funds". *Financial Analysts Journal*, November-December: 62-66.
- Luck C, Pilotte N.: 1993, "Domini Social Index performance". *Journal of Investing* 2: 60-62.
- Statman M. 1987. How many stocks make a diversified portfolio? *Journal of Financial and Quantitative Analysis* 22(3): 353-363.
- Statman M.: 2000, "Socially Responsible Mutual Funds". *Financial Analysts Journal*, Vol. 56, 30-50.
- Statman M.: 2005, "Socially Responsible Indexes: Composition, Performance and Tracking Errors". Working paper, Santa Clara University, California.
- Geczy C, Stambaugh R, Levin D: 2003, "Investing in socially responsible mutual funds". Wharton School of Business working paper.
- Teper J.: 1992, "Evaluating the cost of socially responsible investing. In *The Social Investment Almanac*". (1st edn), Kinder P (ed.). Henry Holt: New York; 340-349.
- Rudd A.: 1979. Divestment of South African equities: how risky? *Journal of Portfolio Management* 5(3): 5.
- Freeman RE.: 1984, "*Strategic Management: A Stakeholder Approach*". Pitman: Boston, MA.
- Jensen M. 2002. Value maximization, stakeholder theory, and the corporate objective function. *Business Ethics Quarterly* 12: 235-256.
- McWilliams A, Siegel D.: 1997, "The role of money managers in assessing corporate social responsibility research". *Journal of Investing* 6(4): 98-107.
- McWilliams A, Siegel D.: 2000, "Corporate social responsibility and financial performance: correlation or misspecification?" *Strategic Management Journal* 21(5): 603-609.
- Porter M.: 1991, "Towards a dynamic theory of strategy". *Strategic Management Journal*, Winter Special Issue 12: 95-117.
- Porter, Michael E.; Kramer, Mark R.: 2002, "The competitive advantage of corporate philanthropy", *Harvard Business Review*, Vol. 80 Issue 12, p56-69, 13p, 2 Diagrams, 1 Graph; (AN 8587406)
- Ullmann A.: 1985, "WData in search of a theory: a critical examination of the relationship among social performance, social disclosure, and economic performance". *Academy of Management Review* 10: 450-477.
- Griffin JJ, Mahon JF.: 1997, "The corporate social performance and corporate financial performance debate: twenty-five years of incomparable research. *Business and Society* 36(1): 5-31.
- Margolis J, Walsh J.: 2003, "Misery loves company: rethinking social initiatives by business". *Administrative Science Quarterly* 48: 268-305. Markowitz H. 1952. Portfolio selection.

Wood D, Jones R.: 1995, "Stakeholder mismatching: a theoretical problem in empirical research on corporate social performance". *International Journal of Organizational Analysis* **3**: 229–267.

Fisher L, Lorie JH: 1970, "Some studies of the variability of returns on investments in common stocks" *Journal of Business* **43**(2): 99–134.

Bloomfield T, Leftwich R, Long J Jr.: 1977, "Portfolio strategies and performance". *Journal of Financial Economics* **5**: 201–218.

Campbell J, Lettau M, Malkiel B, Xu Y: 2001, "Have individual stocks become more volatile? An empirical exploration of idiosyncratic risk". *Journal of Finance* **56**(1): 1–43.

Granovetter M.: 1985. Economic action and social structure: the problem of embeddedness. *American Journal of Sociology* **91**(3): 481–510.

Scott R.: 1981. *Organizations: Rational, Natural, and Open Systems*. Prentice-Hall: Englewood Cliffs, NJ.

Bowman E, Haire M.: 1975. A strategic posture towards CSR. *California Management Review* **18**(2): 49–58.

Alexander G, Buchholtz R.: 1978. Corporate social responsibility and stock market performance. *Academy of Management Journal* **21**: 479–486.

Moskowitz M.: 1972. Choosing socially responsible stocks. *Business and Society Review* **10**: 71–75.

William F. Sharpe: 1964, "Capital Asset Prices - A Theory of Market Equilibrium Under Conditions of Risk". *Journal of Finance*, September 1964, pp. 425-442.

Glassman J K.: 1999. Letting your conscience be your investment guide. *Houston Chronicle* 8 February: 4.

Elton E, Gruber MJ, Blake CR.: 1996b. Survivorship bias and mutual fund performance. *Review of Financial Studies* **9**(4): 1097–1120.

Modigliani F. y Modigliani L. (1997) – "Risk Adjusted Performance, How to measure it and why" – *Journal of Portfolio Management*, Winter 1997, pp. 45 - 54.

## Conclusiones

Este trabajo de tesis surgió como una respuesta financiera a los problemas de liquidez de las asociaciones de la S.C. A las empresas se les exige cada vez más el tomar un papel responsable en sus actos económicos; bloqueándolos en el momento de su vida económica por no cumplir con ciertos estándares de responsabilidad, moralidad y cuidado al medio ambiente siendo el Gobierno quien ya reglamenta estas preocupaciones y las hace respetar con la ley. Es así como nace la actual sinergia entre los tres sectores de la población: el gobierno, la empresa y la S.C., con la necesidad de interactuar entre ellas y sobre todo —llevarse bien— con el objetivo de que todos salgamos ganando, de ahí es donde viene el adagio tan conocido y seguro lo han escuchado Ganar – Ganar<sup>88</sup>.

En el capítulo uno se muestra en una primera etapa evidencia empírica de diferentes trabajos redactados alrededor del mundo, de asociaciones de la sociedad civil que en conjunto con las empresas han construido de zonas devastadas por la marginación y la pobreza, nodos auténticos de desarrollo económico y social. En esta etapa se explican las diferentes sociedades que se pueden formar y por qué la unión es estratégica entre empresa y asociaciones civiles son tan importantes y necesarias para un desarrollo sustentable.

En México, debido a la reglamentación tan insipiente que hay respecto a la formación de las asociaciones de la sociedad civil, les da ventajas y también desventajas, en lo que pueden —o no— hacer juntos los diferentes sectores para lograr desarrollo y bienestar en su población.

Suponiendo que viviéramos en mundo libre de codicia y avaricia; lo cual no pasará. La S.C. puede llegar a ser un freno muy importante para las empresas que mediante prácticas perversas atentan contra la salud de sus instituciones. He aquí donde se plantea la primera premisa que nos permitirá destacar una importante característica de esta asociación estratégica de los tres sectores. La RSC se introduce como un instrumento de control del riesgo moral que surge en la empresa derivado de su actividad normal. Esto puede ser por corrupción o malos manejos, lo que ha llevado a la quiebra a cientos de empresas alrededor del mundo y ha impactado a cientos de miles de hogares.

Esta unión empresa-sociedad ya ha sido reglamentada en muchos países por organismos internacionales como la Organización de las Naciones Unidas (ONU) o el organismo internacional del trabajo (OIT) reflejándose insipientemente en México a partir del 3 de agosto del 2003 como buenas prácticas generalmente aceptadas por las empresas mexicanas; más tarde en el consejo consultivo empresarial destacaría las mejores prácticas corporativas a implementarse en el empresariado mexicano como una guía y recomendación para futuras ESR.

<sup>88</sup> Para mayor información favor de consultar <http://www.ganar-ganar.com.mx/> [01/12/2011 01:16:45 p.m.]



La práctica empírica revela que las ventajas de implementar RSC en una empresa devengan dividendos tanto financieros como sociales, favoreciendo la imagen y confianza de la marca, aumentando la eficiencia administrativa, operativa y obteniendo beneficios financieros como facilidades de crédito o brindando señales adecuadas y transparentes al mercado de una empresa sólida y confiable. Eso claro si se implementa correctamente, he aquí la principal preocupación, ¿Quién debe determinar qué es correcto o no?

Es aquí donde entra el segundo capítulo de este trabajo de tesis, ¿qué debe el inversionista considerar en una empresa para poder invertir en ella? Con esta pregunta nació la ISR. Se mencionan cuatro esferas de competencia en las cuales actuar para definir estas prácticas que servirán para definir a la ESR: 1. La inversión, 2. El compromiso, 3. La transparencia, 4. La colaboración. Es importante reconocer qué filtros se pueden aplicar para reconocer si esta es, o no, una empresa responsable. Para esto, como inversionista, sería deseable invertir en empresas que mantienen una comunicación efectiva con las partes involucradas en su desarrollo y término de la producción, a este grupo de personas que intervienen en la vida económica de la empresa se les llama *Stakeholders*, y cuando todos ellos son atendidos y valorados nace el Gobierno Corporativo. Es decir, si la empresa tiene el flujo de información suficiente como para saber en dónde está y hacia dónde se dirige, también si mantiene lazos de cooperación entre la sociedad y el sector gubernamental.

Como es de darse cuenta, una empresa transparente y colaborativa nos da como resultado una empresa saludable y correcta; la inversión social nace de la participación responsable de todas las partes que integran el negocio.

Ahora volviendo a los negocios ¿será que la rentabilidad y la sostenibilidad estén peleados? La respuesta es no; alrededor del mundo, índices sostenibles cotizan en las bolsas de valores alrededor del mundo participando en los mercados de deuda y capital. Qué mayor recompensa que ser certificada en primer lugar, como ESR tras cumplir con cerca de 500 indicadores a cumplir; en segundo lugar, poder participar de la BMV bajo un índice de sustentabilidad y ser premiadas con tal galardonado valor.

Si bien, apenas se está implementando la RSC y las BPC dentro de la empresa. En México, forma parte fundamental de la estrategia de marketing social y apertura de nuevos mercados más sociales. Esto se contrapone a lo que sería un instrumento de control del riesgo como ya hemos insistido mucho en este trabajo de tesis y —el cual— debe ser medido y auditado para poder participar de estas ventajas competitivas.

La pregunta anterior persiste ¿quién decide que es una buena práctica y que no lo es en el sector empresarial? Bueno, para esto se mencionan las diferentes asociaciones que han dedicado años de investigación a decidir estas variables y algunas inclusive a construir estos

índices los cuales cotizan en las bolsas del mundo. Algunas de ellas son mencionadas como prueba meritoria de que existen y de cómo trabajan en la actualidad.

En el capítulo 4 ya se aplica esta metodología en un estudio práctico y sencillo en el que se propone —en el caso de México— cuáles podrían ser esas buenas prácticas. Para esto, se hace una encuesta a empresas que cumplan con dos requisitos: 1. Que sean ESR (es decir, que ostenten el distintivo de ESR otorgado por el Cemefi) y 2. Que coticen en la BMV.

Como es de saberse solo 135 empresas cotizan actualmente en la BMV y de ellas solo 43 cumplen con ambos requisitos. Se pudo obtener respuesta de 22 empresas de un total de 43, las cuales nos brindaron su opinión acerca de las diferentes bondades de la RSC. La pregunta obligada es ¿Por qué no incluir a más empresas si ya se sabía que no todas podrían contestar la encuesta? La respuesta es muy sencilla. Solo este grupo de empresas manejan la RSC con estándares internacional; así que solo estas empresas podrían entrar dentro de los supuestos de la RSC de una manera deseable. Por lo tanto, el incluir a empresas como la purificadora de Agua “Agua Azul, S.A. de C.V.”<sup>89</sup> y compararla con empresas como Coca-Cola International podría resultar en un sesgo importante en una práctica que no tiene ni 10 años de implementarse en México.

En la encuesta realizada a estas empresas, se obtuvieron hallazgos importantes sobre la RSC. Una de ellas es que la responsabilidad se encuentra prácticamente a nivel preescolar, ya que cualquier empresa es socialmente responsable si planta arbolitos y tiene programas de voluntariado. Cuando la RSC alcanza eco en la parte administrativa de la empresa, desde planificación, hasta procesos y bienes terminados. Esto influye en el marketing social que ya todos conocemos y más ha captado la atención en México; financieramente hablando las empresas obtienen beneficios en cuanto a la obtención de préstamos, competitividad internacional y beneficios en el mercado de deuda y capitales —las cuales— son todavía territorio inexplorado para México tanto en regulación como en metodología para implementarlas.

Sin embargo da una pauta en la cual poder empezar y construir una nueva cultura en la manera de hacer negocios. Para esto es útil la encuesta realizada, ya que no tiene caso hacer una de mayor alcance a todos los sectores y tamaños si las más grandes fallan en ello. Por lo que es necesario estandarizar estas prácticas para lograr su correcta difusión en todos los sectores, gobierno, empresas, asociaciones.

Si bien el ser socialmente responsable es un gasto que en algún momento podría clasificarse como costoso e innecesario, es imprescindible dar a conocer que es una práctica común de

<sup>89</sup> Rescatado de: <http://maps.google.com.mx/maps/place?q=purificadora+de+agua+DF&cid=13241444421096053136>

mercados desarrollados y emergentes; en algunos, ya es ley. Así la importancia de aplicar este tipo de prácticas.

La mayor preocupación hoy día es si el hacer un índice que premie estos conceptos de RS es cada vez más eminente. Se podría concentrar las dudas en dos preguntas eje: 1. ¿Qué pasará cuando se lance un índice de sostenibilidad en un mercado en el cual, muy pocas empresas cotizan y para colmo muchas dependen de las inclemencias que otras bolsas de valores tengan?, 2. ¿Qué pasará con aquellas que no entren en este índice de sostenibilidad? Serán rechazadas por no ser socialmente responsables. Para esto, el último capítulo de tesis propone un modelo que alrededor del mundo se ha utilizado y es la principal arma para identificar rendimientos extraordinarios al seleccionar carteras de inversión con ESR sobre aquellas que no lo son. Por desgracia, esto es una hipótesis secundaria derivada del objetivo principal de esta tesis, que fue identificar —con ayuda de la experiencia internacional— las buenas prácticas corporativas deseables en la empresa al aplicar RSC y si estas perciben rendimientos extraordinarios sobre aquellas que no lo son. Esto quedará como línea de investigación pendiente como un incentivo a investigadores que deseen retomar desde este punto, esta gran labor.

Habiendo explicado los principales puntos de la tesis, reitero que este trabajo trata de construir un esquema de negocios para con la sociedad y las empresas en México, ¿Qué significa esto? Encontrar las principales diferencias entre el truísmo, caridad, filantropía y RSC. Nuestro negocio es regalar por regalar o hacer de este un mundo donde se pueda tener tanto desarrollo económico como social. He aquí donde entra el primer aspecto y la hipótesis principal de este trabajo:

*“La integración proyectos de negocios empresariales junto con el trabajo social de las asociaciones de la sociedad civil brinda beneficios financieros y de administración del riesgo —a mediano y largo plazo— afectando la rentabilidad de las empresas”*

Para buscar áreas de negocio en las cuales tanto las empresas como las asociaciones de la sociedad civil puedan cooperar; se hizo un esbozo metodológico de aquellas instituciones que han logrado concientizar a los inversionistas de no invertir su dinero en ciertas áreas consideradas reprobables para la sociedad y aun así, obtener ingresos por el dinero y la confianza invertida en dichas empresas que a su vez comparten ciertas características de responsabilidad y buenas prácticas. Es así como asociaciones de la sociedad civil han logrado encaminar a las empresas en aspectos sociales que a la larga han sido más productivos y confiables. En experiencia de las instituciones que se mencionan a nivel internacional, las empresas son más rentables en el mediano y largo plazo vs. aquellas que invierten en recursos que dañan el medio ambiente o la moral humana.

Para esto, las bolsas de valores alrededor del mundo en conjunto con el sector empresarial y el social han creado diversos métodos para evaluar estos aspectos sociales que a los inversionistas puede interesar y en algún momento exigir a las empresas para invertir en ellas.

A través de un proceso llamado *Screening* en el cual se seleccionan empresas mediante ciertas reglas o normas sociales que se esperan estas empresas cubran, se obtiene un grupo de empresas líderes con los cuales se hace una cartera de inversión en la cual invertir. Para que esto ocurra, es necesario confrontarlo con un Índice que cotice en la BMV y sea un faro que nos indique hacia dónde va el mercado. Cabe mencionar que en países alrededor del mundo tanto avanzados como emergentes y cuentan con este índice cotizando en las bolsas de valores respectivas por lo que en el capítulo 6 se hace un pequeño ejercicio de cómo se determinarían dichos conceptos para calificar a estas empresas y crear este índice sostenible.

Con todo lo expuesto ¿se logró dar solución a la hipótesis principal? Y realmente el que las empresas colaboren en proyectos sociales en conjunto con las asociaciones de la sociedad civil, brinda beneficios administrativos y financieros. Según la encuesta realizada a las empresas que cumplieron con las condiciones antes mencionadas, se obtuvo, que al menos en las empresas mexicanas si se perciben beneficios administrativos de aplicar RSC. Se percibe una imagen positiva de aquellas con quienes se realiza negocios y los organismos reguladores ven una ventaja competitiva en sus procesos tanto de administración como de producción. Por desgracia, no se molestan en lo absoluto en publicar estos avances al exterior, por lo que se está cambiando poco a poco esta cultura por una más amplia en información.

En cuanto a la parte financiera, ellos observan muy poca retribución económica. Incluso podría parecerles un gasto innecesario, no se crean competencias a partir de la RSC a pesar de que internacionalmente estas prácticas son muy apreciadas en la generación de valor en la empresa; al contrario, la S.C. se preocupa por darle rendimiento a la empresa producto de acciones sociales. Se tiene muy poco conocimiento sobre la RSC en el mundo por parte de los ejecutivos en sostenibilidad, la participación de la empresa en actividades de otras asociaciones es nula, compiten por los recursos como si fuera un negocio más. La RSC se plantea como una actividad que el señor director general y el responsable de sustentabilidad tienen que llevar en conjunto ¿Por qué? Porque de ahí se genera la posibilidad de hacer un cambio real dentro de la misma. Por lo tanto, genera muy poca cohesión entre los diferentes niveles administrativos a pesar de considerarse algo innovativo y productivo para la empresa, creador de vinculación a redes, alianzas y sinergias.

El beneficio financiero que si les queda claro está localizado en el área de comunicación; todos aquellos logros que se obtengan en lo social son susceptibles de venderse. Por lo tanto, no se tiene certeza de que es lo bueno o lo malo, que son buenas prácticas y cuáles van en detrimento de la propia sociedad donde está inmersa la empresa. Se le da más valor a la creación de “fama empresarial” por medio de campañas y programas de culturización y a pesar de que se considera como una parte importante en la planificación, las áreas de sustentabilidad se encuentran muy limitadas en lo que pueden o no hacer.

Entonces ¿se cumplió la hipótesis planteada? lo que puedo decir es que vamos por buen camino, donde ya se probaron diversos métodos para justificar que sí, aún queda en México mucho camino por recorrer y hay esfuerzos conjuntos tras de ello.

En el capítulo 5 se analizan los resultados de la entrevista y se proponen algunas ideas referentes a lo que se ha hecho hasta ahora y lo que deberíamos estar haciendo; esto sería un complemento para abordar la hipótesis secundaria la cual dicta así:

“El ser ESR influye en el incremento del valor de las acciones de las empresas que cotizan en la BMV.”

Para esto se implementa un ejemplo del proceso de *Screening* tal y como se haría en campo a una empresa que le paguen millones por hacerlo. Debido a que esto es un ejemplo práctico —debo dejar claro— no importa si fuesen 10 o 100 empresas, la principal aportación de esta investigación es marcar el rumbo que se tiene que transitar en algo que lleva en el país no más de dos años gestionándose (ISR e índice sustentable de la BMV) con el objetivo de proponer ideas que le brinden al sector respuestas claras de lo que se quiere hacer y cómo se quiere hacer.

En el marco financiero de esta investigación se propone junto con la hipótesis secundaria un modelo para ejemplificar que el desempeño de ser socialmente responsable, el cual afecta directamente y de manera bursátil en el valor de las acciones que cotizan en la BMV. Por tiempo y recursos este es un tema que queda para posteriores investigaciones. Sin embargo, debo puntualizar que se está avanzando a la par y en concreto con asociaciones como Eiris, la cual piensa lanzar en breve este índice de sustentabilidad que cotizará en la BMV. ¿Cómo? Haciendo el proceso de *Screening* con empresas que actualmente coticen en la BMV y con información netamente pública en la cual irán palomeando —sí o no— según cumplan o no con los requisitos deseados con los 500 indicadores a observar, después se hará una selección del 10% de ellas. En México, todavía no hay instrumentos que garanticen la supervivencia de este índice y mientras no haya un estudio en concreto, es poco probable que se lance en breve.

Entonces se prueba la segunda hipótesis con el propio lanzamiento de este índice de sostenibilidad en la BMV. Falta mucho metodológicamente, para saber qué repercusiones tendría la creación de dicho índice al ser lanzado al mercado; no se sabe cómo responderán todas las partes involucradas. Esto amerita una investigación más profunda a nivel de Doctorado.

Como líneas de investigación futuras es posible considerar las siguientes:

1. Incorporar las mejores prácticas seleccionadas por el “Código de Mejores Prácticas Corporativas” creado por el consejo coordinador empresarial<sup>90</sup> en México. Así como integrar los hallazgos encontrados por el Forum Empresas<sup>91</sup> el cual es una red para América que articula y fortalece a las organizaciones empresariales comprometidas con la RSC y apoya el establecimiento de nuevas organizaciones afines en lugares donde no las hay.
2. Incorporar dichas prácticas socialmente responsables al índice de sustentabilidad de la BMV y comparar si estas son compatibles con las buenas prácticas comúnmente seguidas en México y las prácticas en RSC reconocidas a nivel internacional por los “Principios de inversión responsable”<sup>92</sup> (PRI por sus siglas en inglés).

---

<sup>90</sup> Para mayor información favor de consultar <http://www.cce.org.mx/publicaciones/> [04/12/2011 02:27:32 p.m.]

<sup>91</sup> Para mayor información favor de consultar <http://www.empresa.org/> [04/12/2011 02:28:16 p.m.]

<sup>92</sup> Para mayor información favor de consultar <http://www.unpri.org/> [04/12/2011 02:36:48 p.m.]

## Anexo 1. Encuesta subida a internet

Encuesta subida a internet por el proveedor de servicios <http://www.e-encuesta.com/> en la que pego capturas de pantalla de la encuesta completa como la resolvieron los encuestados.

### Página 1

Encuesta de Encuesta de desempeño de Responsabilidad Social en empresas que cotizan en la BMV | www.e-encuesta.com - Mozilla Firefox

http://www.e-encuesta.com/preview.do?VISTA\_PRELIMINAR=NO\_COPIAR\_ESTO\_ENLACE&testid=299293&chk=1

VISTA PRELIMINAR [Responderé más tarde](#)

### Encuesta de desempeño de Responsabilidad Social en empresas que cotizan en la BMV

#### 1. Bienvenido!!!

Nombre del Encuestador: Angel Gilberto Jiménez Pensado No. De cuenta: 51001856-8

Institución de procedencia: Posgrado de la facultad de Contabilidad y Administración UNAM

Objetivo de la encuesta: Esta es una encuesta realizada a empresas pioneras en Responsabilidad Social con el objetivo de captar información relevante sobre las prácticas sociales aplicadas dentro y fuera de las empresas y la relevancia de estas prácticas en el entorno administrativo, financiero, social, y de control del riesgo. Esta es una investigación para obtener el título de Mtro. en Finanzas Corporativas por parte de la UNAM.

La encuesta está dividida en 5 secciones con el objetivo de captar información en diversas áreas de interés de la Responsabilidad Social. Sus respuestas son de carácter confidencial y sólo serán utilizadas para el objeto de esta investigación. Tiene una duración aproximada de 10 minutos

Recuerde que para pasar a la siguiente página de la encuesta es necesario que todas las preguntas marcadas con un \* estén contestadas ya que son obligatorias y que todos los ítems de la pregunta estén respondidas, esta encuesta no puede realizarse de manera parcial, por lo que habrá de realizarse de corrido hasta pulsar finalizar la encuesta.

14%

[Siguiente >>](#)

Powered by: e-encuesta.com

Versión básica gratuita: ¡Envíe una e-encuesta hoy! Con plantillas o a medida

### Página 2.

Encuesta de Encuesta de desempeño de Responsabilidad Social en empresas que cotizan en la BMV | www.e-encuesta.com - Mozilla Firefox

http://www.e-encuesta.com/saveAnswerPrev.do

VISTA PRELIMINAR [Responderé más tarde](#)

### Encuesta de desempeño de Responsabilidad Social en empresas que cotizan en la BMV

#### 2. Sección A. Información básica de la empresa

Por favor, responda las preguntas como se indica.

1. Indique su sexo. (\*)

Masculino

Femenino

2. Indique su edad. (\*)

menos de 25 años

de 26 - 35 años

de 36 - 45 años

de 46 - 55 años

más de 55 años

3. Indique el número de años trabajados en su actual puesto. (\*)

Menos de 1 año

de 1 - 5 años

de 6 - 10 años

de 11 - 15 años

más de 15 años



4. Indique su nivel máximo de estudios. (\*)

- Doctorado
- Maestría
- Diplomado
- Licenciatura
- Otro (por favor, especifique)

5. Defina el área principal de negocio de la compañía. (\*)

- Industria de la extracción Comercio al mayoreo Financiero
- Tecnología
- Manufacturera
- Alimentos y medicamentos
- Comercio al menudeo Servicios Telecomunicaciones
- Industria de la construcción Consumo final
- Otro (por favor, especifique)

6. Indique su competencia dentro de la organización y provea una breve descripción de su puesto. (\*)

- Relación con inversionistas
- Relaciones públicas
- Miembro del consejo / director
- Sustentabilidad o Responsabilidad Social
- Otro (por favor, especifique)

22%

[<< Anterior](#)    [Siguiente >>](#)



Página 3.

VISTA PRELIMINAR

[Responderé más tarde](#)

### Encuesta de desempeño de Responsabilidad Social en empresas que cotizan en la BMV

#### 3. Sección B. Implicaciones de aplicar Responsabilidad Social Corporativa

Por favor marque la respuesta correcta según la percepción que cree tener respecto a los siguientes temas:

1. Seleccionar 'SI' o 'No' según corresponda.  
 2. Seleccionar 1 si cree que la respuesta no influye en 'Nada' sobre el tema expuesto o 4 si cree que influye en 'Mucho' en el tema expuesto, recuerde que es una pregunta de grado y solo podrá elegir un valor por cada tema mostrado.

7. ¿En qué medida la Responsabilidad Social ha afectado positivamente la relación con los siguientes actores? (\*)

	1	2	3	4
... inversionistas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... gestores de fondos de inversión	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... compañías de pensiones	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... los consumidores	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... la cadena de suministros	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... el público en general	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... grupos ambientalistas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... grupos de derechos humanos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... legisladores / gobernantes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... contadores	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... auditores	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... empleados	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... Imagen de la compañía en general	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

8. ¿Ha mejorado la Responsabilidad Social de manera positiva los procesos administrativos de su compañía con respecto a los siguientes rubros? (\*)

	1	2	3	4
... procedimientos y reportes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... menos costo en procesos (papeleo)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... menos costo en procesos (tiempo)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... auditoría en reportes financieros	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... auditoría en su reporte ambiental	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... costos en la manufactura	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... operaciones en otros países	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... adquisiciones	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... inversiones en tecnología	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... inversiones en seguridad y salud	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... desarrollo de capital humano	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... en personal contratado nuevo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... políticas de decisión	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... sistemas administrativos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... precio de la acción	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... liquidez	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

9. ¿Encuentra útiles los siguientes instrumentos utilizados por las certificadoras para obtener el título de Empresa Socialmente Responsable? (\*)

	1	2	3	4
Cuestionarios	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Entrevistas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Seminarios/consultores	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Guías de mejores prácticas corporativas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Otros	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

10. ¿Qué instrumentos o documentos utiliza su compañía para hacer referencia a la obtención del distintivo de Empresa Socialmente Responsable? (\*)

	Sí	No
... en el reporte directivo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
... en los reportes financieros	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
... en los reportes ambientales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
... en la web institucional	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
... en publicaciones internas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
... en la prensa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

11. En qué medida la inclusión de los 4 ejes del distintivo Empresa Socialmente Responsable otorgado por el Cemefi ¿Le han resultado útiles en la comunicación con los siguientes actores? (Políticas ambientales, de ética en el trabajo, de relación con los empleados y de relación con la comunidad) (\*)

	1	2	3	4
... grupos ambientalistas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... agrupaciones sociales	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... accionistas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... empleados	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... organismos que protegen los derechos humanos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... control de la corrupción	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

12. Si obtuvo el distintivo de Empresa Socialmente Responsable, ¿Por qué medios comunicó la obtención del distintivo otorgado por el Cemefi?

	Sí	No
... en el reporte directivo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
... los reportes financieros	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
... en los reportes ambientales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
... en la web de la compañía	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
... publicaciones internas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
... prensa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

13. Con base en su criterio ¿Usted cree que los siguientes actores se vea influenciado en su toma de decisiones al conocer que se ha obtenido el distintivo de Empresa Socialmente Responsable? (\*)

	1	2	3	4
... inversionistas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... gestores de fondos de inversión	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... compañías de pensiones	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... consumidores	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... cadena de suministros	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... público en general	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... grupos ambientalistas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... grupos de derechos humanos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... legisladores / gobernantes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... contadores	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... auditores	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... empleados	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... Imagen de la compañía en general	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

93%

<< Anterior    Siguiente >>



Versión básica gratuita: ¡Envíe una e-encuesta hoy! Con plantillas o a medida

## Página 4.

Encuesta de Encuesta de desempeño de Responsabilidad Social en empresas que cotizan en la BMV | www.e-encuesta.com - Mozilla Firefox

http://www.e-encuesta.com/saveAnswerPrev.do

VISTA PRELIMINAR

[Responderé más tarde](#)

### Encuesta de desempeño de Responsabilidad Social en empresas que cotizan en la BMV

#### 4. Sección C. Relación con Asociaciones de la Sociedad Civil.

Por favor marque la respuesta correcta según la percepción que cree tener respecto a los siguientes temas:  
 1. Seleccionar 'Sí' o 'No' según corresponda.  
 2. Seleccionar 1 si cree que la respuesta no influye en 'Nada' sobre el tema expuesto, o 4 si cree que influye en 'Mucho' en el tema expuesto, recuerde que es una pregunta de grado y solo podrá elegir un valor por cada tema mostrado.

14. ¿En qué grado su empresa mantiene un vínculo de cooperación con las siguientes instituciones? (\*)

	1	2	3	4
... con otra sociedad civil (SC)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... instituciones de asistencia privada (IAP)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... organizaciones de sociedad civil (AC)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... fideicomisos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... fundaciones empresariales	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

15. Si existe voluntariado corporativo en su empresa, ¿Usted cree que ha ayudado a mejorar la integración de la empresa con los siguientes actores?

	1	2	3	4
... empleados	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... directivos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... familias de empleados	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... comunidad donde se ubique la empresa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

16. ¿Ha ayudado en su relación con los siguientes actores el ser Empresa Socialmente Responsable? (\*)

	Sí	No
... empleados	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
... inversionistas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
... proveedores	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
... consumidores	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
... competencia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
... sector no lucrativo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
... prensa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
... gobierno	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

37 de 40

[<< Anterior](#) [Siguiente >>](#)



Versión básica gratuita! ¡Envíe una e-encuesta hoy! Con plantillas o a medida

## Página 5.

Encuesta de Encuesta de desempeño de Responsabilidad Social en empresas que cotizan en la BMV | www.e-encuesta.com - Mozilla Firefox

http://www.e-encuesta.com/saveAnswerPrev.do

VISTA PRELIMINAR

[Responderé más tarde](#)

### Encuesta de desempeño de Responsabilidad Social en empresas que cotizan en la BMV

#### 5. Sección D. Financiera

Por favor marque la respuesta correcta según la percepción que cree tener respecto a los siguientes temas.  
 1. Seleccionar 'Sí' o 'No' según corresponda.  
 2. Seleccionar 1 si está totalmente en desacuerdo sobre el tema expuesto o 5 si cree que está totalmente de acuerdo con el tema expuesto, recuerde que es una pregunta de grado y solo podrá elegir un valor por cada tema mostrado.

17. Existen beneficios financieros resultado de ser una Empresa Socialmente Responsable ¿Sí o no? ¿Por qué vía? (\*)

	Sí	No
... precio de la acción	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
... aumento en el capital social	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
... aumento en las utilidades	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
... mejor relación con inversionistas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
... mejora en indicadores financieros	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
... mejora en costos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
... captación de fondos éticos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
... donaciones	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

18. Por favor, extienda su acuerdo o desacuerdo sobre las siguientes afirmaciones, siendo 1 completamente desacuerdo, 3 neutral y 5 completamente de acuerdo. (\*)

	1	2	3	4	5
... provee una herramienta útil para que inversionistas alrededor del mundo identifiquen empresas que cumplen con los estándares sociales y de buenas prácticas para invertir.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... provee a los administradores de marca de una herramienta indispensable en la venta de productos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... contribuye al crecimiento de negocios responsables alrededor del mundo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... contribuye al desarrollo social y humano de sus participantes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

19. En su opinión: ¿Quién cree que sea el usuario final de los reportes de sustentabilidad emitidos por la empresa? (\*)

	Sí	No
... empleados	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
... inversionistas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
... proveedores	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
... competencia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
... sector no lucrativo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
... prensa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4 de 4

[<< Anterior](#) [Siguiente >>](#)

Powered by e-encuesta.com

Versión básica gratuita! ¡Envíe una e-encuesta hoy! Con plantillas o a medida

Página 6.

Encuesta de Encuesta de desempeño de Responsabilidad Social en empresas que cotizan en la BMV | www.e-encuesta.com - Mozilla Firefox

http://www.e-encuesta.com/saveAnswerPrev.do

VISTA PRELIMINAR

[Responderé más tarde](#)

### Encuesta de desempeño de Responsabilidad Social en empresas que cotizan en la BMV

#### 6. Sección E. Buenas prácticas corporativas y administración

Por favor marque la respuesta correcta según la percepción que cree tener respecto a los siguientes temas, seleccionar 1 si cree que la respuesta no influye en 'Nada' sobre el tema expuesto o 4 si cree que influye en 'Mucho' en el tema expuesto, recuerde que es una pregunta de grado y solo podrá elegir un valor por cada tema mostrado.

20. Buenas prácticas sociales (\*)

	1	2	3	4
... vinculación a redes, alianzas y sinergias	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... perspectivas ciudadanas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... generación de empleo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... perspectiva de género	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... Inclusión de personas pertenecientes a grupos vulnerables y cohesión social.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... perspectiva barrial ? local (Principios de autonomía, pertenencia y realidad)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... formación continua y difusión	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... solución no asistencial a necesidades básicas insatisfechas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... creación de valor y productividad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

21. Buenas prácticas en gestión innovadora (\*)

	1	2	3	4
... talento humano	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... gestión del conocimiento	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... gestión del cambio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... gestión colaborativa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... formas innovadoras de producción	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... formas de comercialización y apertura de mercados	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

22. Buenas prácticas en desarrollo organizacional (\*)

	1	2	3	4
... comunicación	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... liderazgo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... sentido de pertenencia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... participación	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... división del trabajo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... cultura y clima organizacional	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... democratización de las decisiones	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... estructura de propiedad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

23. Buenas prácticas en proceso de gestión (\*)

	1	2	3	4
... planificación	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... organización	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... dirección y control	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... gestión de recursos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... división del trabajo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... autofinanciamientos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... influencia en políticas públicas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

24. Prácticas relacionadas con el desarrollo sustentable (\*)

	1	2	3	4
... cuidado de los recursos naturales	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... aprovechamiento sustentable de los recursos naturales	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... prácticas de mejora hacia el medio ambiente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... mejora de la calidad de vida en comunidades con escasos recursos naturales.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

25. Prácticas relacionadas con recuperación de tradiciones. (\*)

	1	2	3	4
... empleo de productos artesanales en los procesos de producción	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... recuperación de formas artesanales de producción	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... elaboración de productos con materias primas locales	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... respeto a las tradiciones locales	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... recuperación de espacios públicos y/o preservación de obras de arte	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

[<< Anterior](#)   [Siguiente >>](#)


  
Powered by: e-encuesta.com

Versión básica gratuita: ¡Envíe una e-encuesta hoy! Con plantillas o a medida

## Página 7.

Encuesta de Encuesta de desempeño de Responsabilidad Social en empresas que cotizan en la BMV | www.e-encuesta.com - Mozilla Firefox

http://www.e-encuesta.com/saveAnswerPrev.do

VISTA PRELIMINAR

Encuesta de desempeño de Responsabilidad Social en empresas que cotizan en la BMV [Responderé más tarde](#)

26. Si desea agregar algún comentario adicional, siéntase libre de hacerlo.

100%

<< Anterior Fin

Powered by:  
e-encuesta.com

Versión básica gratuita: ¡Envíe una e-encuesta hoy! Con plantillas o a medida

## Anexo 2. Soporte a empresas para resolver la encuesta.

### Página 1.

Tutorial para contestar la encuesta.

Buenos días, debido a que han surgido algunas dudas me he permitido hacer un breve tutorial para mostrar de manera más gráfica como se debe responderse esta encuesta electrónica.

En la primera sección marque un Ítem por cada pregunta como crea conveniente, en caso de que marque otros, no olvide poner la razón por la cual señala esta opción tal como muestra el siguiente ejemplo.

3. Indique el número de años trabajados en su actual puesto. (

- Menos de 1 año
- de 1 - 5 años
- de 6 - 10 años      Correcto
- de 11 - 15 años
- más de 15 años

4. Indique su nivel máximo de estudios. (\*)

- Doctorado
- Maestría
- Diplomado      Incorrecto
- Licenciatura
- Otro (por favor, especifique)

5. Defina el área principal de negocio de la compañía. (\*)

- Industria de la extracción Comercio al mayoreo Financiero
- Tecnología
- Manufacturera
- Alimentos y medicamentos
- Comercio al menudeo Servicios Telecomunicaciones
- Industria de la construcción Consumo final
- Otro (por favor, especifique)  Otro      Correcto

## Página 2.

Para avanzar a la siguiente sección, por favor pulse el botón siguiente ubicado en la esquina inferior derecha de la encuesta.

En las secciones subsecuentes de la encuesta se encontrará con dos tipos de preguntas:

### 1. Preguntas de GRADO

9. ¿Encuentra útiles los siguientes instrumentos utilizados por las certificadoras para obtener el título de Empresa Socialmente Responsable? (\*)

	1	2	3	4	
Cuestionarios	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Correcto
Entrevistas	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Correcto
Seminarios/consultores	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	Correcto
Guías de mejores prácticas corporativas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	Incorrecto
Otros	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Incorrecto

Debido a que la respuesta a la pregunta es de GRADO, usted debe seleccionar por cada tema mostrado un número del 1 al 4, es incorrecto dejar de contestar uno de los temas así como contestar dos números por un tema, el sistema no le dejará hacer esto.

Habrà una pregunta que mostrarà una numeración del 1 al 5, está también se contesta con las mismas reglas.

### 2. Aquellas que son de SÍ y de NO

10. ¿Qué instrumentos o documentos utiliza su compañía para hacer referencia a la obtención del distintivo de Empresa Socialmente Responsable? (\*)

	Sí	No	
... en los reporte directivo	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Correcto
... en los reportes financieros	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Correcto
... en los reportes ambientales	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Incorrecto
... en la web institucional	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Incorrecto

No está permitido selección dos opciones "sí" y "no" a la vez ni dejar sin responder uno de los ítems de lo contrario no podrá avanzar.

Recuerde que para pasar a la siguiente página de la encuesta es necesario que todas las preguntas marcados con un \* estén contestados ya que son obligatorias y que todos los ítems de la pregunta estén respondidas, esta encuesta no puede realizarse de manera parcial, por lo que habrá de realizarse de corrido hasta pulsar finalizar la encuesta.



### Anexo 3. Carta de apoyo del Cemefi.



México D.F. a 20 de junio del 2011

Asunto: Apoyo del CEMEFI en encuesta nivel posgrado en Finanzas

Dr. Arturo Morales Castro  
Investigador de tiempo completo de la FCA Posgrado UNAM  
P R E S E N T E

Estimado Dr. Morales;

Por medio de la presente le envío un cordial saludo, al tiempo de comunicarle la intención de apoyar al Lic. Angel Gilberto Jiménez Pensado -alumno de posgrado en finanzas de la UNAM con número de cuenta 510018568- en su investigación de maestría a través de una carta informativa a las empresas que él ha seleccionado en su estudio, con el fin de facilitar la realización de una encuesta a las empresas que cubren con los requisitos del marco muestral de su investigación; ello está sujeto a la previa autorización del instrumento metodológico que el alumno desea aplicar.

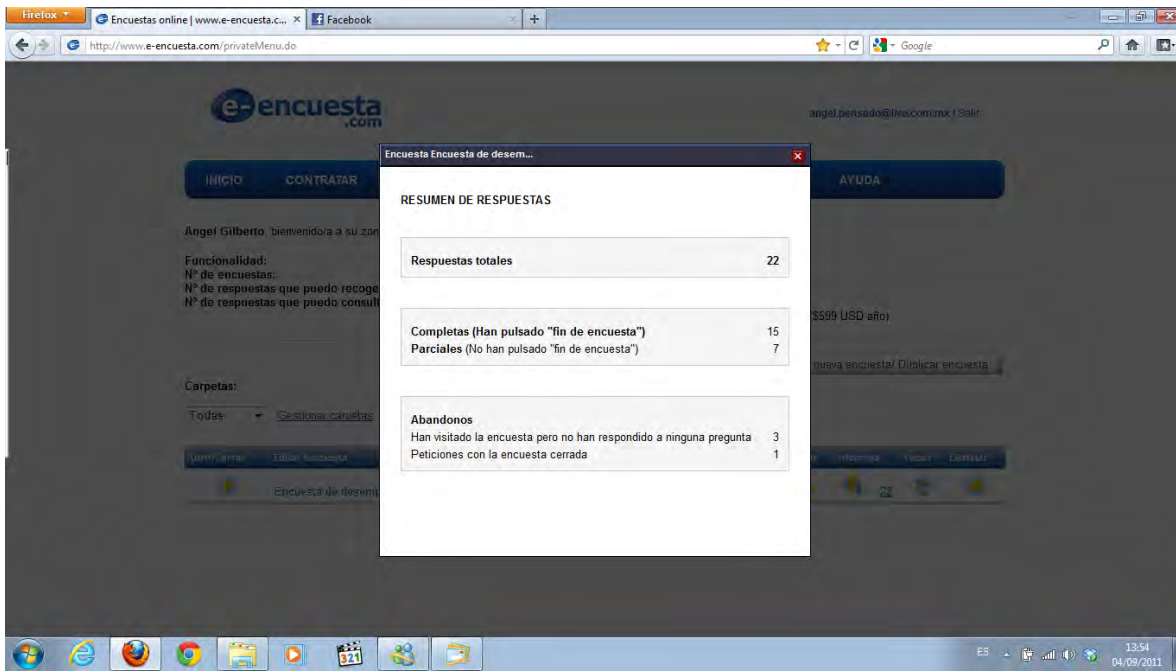
Se extiende la presente para los fines que al interesado convengan.

Atentamente

Mtra. Lorena Cortés Vázquez  
Directora de Investigación y Política Pública  
5276 8530, ext. 119  
[lorena.cortes@cemefi.org](mailto:lorena.cortes@cemefi.org)

C.C.P. Mtra. María Del Rosario Higuera Torres - Coordinadora de la Maestría en Finanzas  
campos de conocimiento Corporativas y Bursátiles, 5622-8456, [mafin@fca.unam.mx](mailto:mafin@fca.unam.mx)

Anexo 4. Anexo estadístico al [02/09/2011 10:10:12 a.m.]



## Informe de resultados: Encuesta de desempeño de Responsabilidad Social en empresas que cotizan en la BMV

[Imprimir informe de resultados](#)



[Ver cuestionario a cuestionario](#)

### Sección A. Información básica de la empresa

1. Indique su sexo. Gráficos

	Porcentaje	Respuestas totales
Masculino	27,27%	6
Femenino	72,73%	16
<b>Total Respondentes</b>		<b>22</b>
<b>Filtros aplicados</b>		<b>0</b>

2. Indique su edad. Gráficos

	Porcentaje	Respuestas totales
menos de 25 años	13,64%	3
de 26 - 35 años	45,45%	10
de 36 - 45 años	27,27%	6
de 46 - 55 años	13,64%	3
más de 55 años	0%	0
<b>Total Respondentes</b>		<b>22</b>
<b>Filtros aplicados</b>		<b>0</b>

3. Indique el número de años trabajados en su actual puesto. Gráficos

	Porcentaje	Respuestas totales
Menos de 1 año	13,64%	3
de 1 - 5 años	36,36%	8
de 6 - 10 años	31,82%	7
de 11 - 15 años	13,64%	3
más de 15 años	4,55%	1
<b>Total Respondentes</b>		<b>22</b>
<b>Filtros aplicados</b>		<b>0</b>

4. Indique su nivel máximo de estudios. Gráficos

	Porcentaje	Respuestas totales
Doctorado	0%	0
Maestría	45,45%	10
Diplomado	9,09%	2
Licenciatura	50%	11
Otro (por favor, especifique)	0%	0
<b>Total Respondentes</b>		<b>22</b>
<b>Filtros aplicados</b>		<b>0</b>

5. Defina el área principal de negocio de la compañía. Gráficos

	Porcentaje	Respuestas totales
Industria de la extracción Comercio al mayoreo Financiero	9,09%	2
Tecnología	4,55%	1
Manufacturera	13,64%	3
Alimentos y medicamentos	22,73%	5
Comercio al menudeo Servicios Telecomunicaciones	9,09%	2
Industria de la construcción Consumo final	9,09%	2
Otro (por favor, especifique) <a href="#">Ver</a>	31,82%	7
<b>Total Respondentes</b>		<b>22</b>
<b>Filtros aplicados</b>		<b>0</b>

6. Indique su competencia dentro de la organización y provea una breve descripción de su puesto. Gráficos

	Porcentaje	Respuestas totales
Relación con inversionistas	0%	0
Relaciones públicas	4,55%	1
Miembro del consejo / director	0%	0
Sustentabilidad o Responsabilidad Social	95,45%	21
Otro (por favor, especifique) <a href="#">Ver</a>	18,18%	4
<b>Total Respondentes</b>		<b>22</b>
<b>Filtros aplicados</b>		<b>0</b>

**Sección B. Implicaciones de aplicar Responsabilidad Social Corporativa**

7. ¿En qué medida la Responsabilidad Social ha afectado positivamente la relación con los siguientes actores?

Gráficos

	1	2	3	4	Media Aritmética
... inversionistas	5,88% (1)	17,65% (3)	47,06% (8)	29,41% (5)	3
... gestores de fondos de inversión	12,5% (2)	43,75% (7)	37,5% (6)	6,25% (1)	2,38
... compañías de pensiones	43,75% (7)	31,25% (5)	18,75% (3)	6,25% (1)	1,88
... los consumidores	6,25% (1)	12,5% (2)	31,25% (5)	50% (8)	3,25
... la cadena de suministros	18,75% (3)	18,75% (3)	56,25% (9)	6,25% (1)	2,5
... el público en general	0% (0)	11,76% (2)	29,41% (5)	58,82% (10)	3,47
... grupos ambientalistas	18,75% (3)	25% (4)	37,5% (6)	18,75% (3)	2,56
... grupos de derechos humanos	25% (4)	37,5% (6)	18,75% (3)	18,75% (3)	2,31
... legisladores / gobernantes	12,5% (2)	12,5% (2)	25% (4)	50% (8)	3,12
... contadores	25% (4)	25% (4)	37,5% (6)	12,5% (2)	2,38
... auditores	18,75% (3)	6,25% (1)	25% (4)	50% (8)	3,06
... empleados	0% (0)	23,53% (4)	23,53% (4)	52,94% (9)	3,29
... Imagen de la compañía en general	0% (0)	0% (0)	41,18% (7)	58,82% (10)	3,59
<b>Total Respondentes</b>					<b>17</b>
<b>Filtros aplicados</b>					<b>0</b>

8. ¿Ha mejorado la Responsabilidad Social de manera positiva los procesos administrativos de su compañía con respecto a los siguientes rubros?

Gráficos

	1	2	3	4	Media Aritmética
... procedimientos y reportes	6,25% (1)	6,25% (1)	31,25% (5)	56,25% (9)	3,38
... menos costo en procesos (papeleo)	6,25% (1)	18,75% (3)	31,25% (5)	43,75% (7)	3,12
... menos costo en procesos (tiempo)	12,5% (2)	18,75% (3)	31,25% (5)	37,5% (6)	2,94
... auditoría en reportes financieros	18,75% (3)	43,75% (7)	31,25% (5)	6,25% (1)	2,25
... auditoría en su reporte ambiental	31,25% (5)	18,75% (3)	25% (4)	25% (4)	2,44
... costos en la manufactura	31,25% (5)	50% (8)	12,5% (2)	6,25% (1)	1,94
... operaciones en otros países	25% (4)	0% (0)	37,5% (6)	37,5% (6)	2,88
... adquisiciones	18,75% (3)	0% (0)	62,5% (10)	18,75% (3)	2,81
... inversiones en tecnología	0% (0)	25% (4)	56,25% (9)	18,75% (3)	2,94
... inversiones en seguridad y salud	18,75% (3)	12,5% (2)	56,25% (9)	12,5% (2)	2,62
... desarrollo de capital humano	0% (0)	31,25% (5)	56,25% (9)	12,5% (2)	2,81
... en personal contratado nuevo	0% (0)	50% (8)	50% (8)	0% (0)	2,5
... políticas de decisión	0% (0)	18,75% (3)	50% (8)	31,25% (5)	3,12
... sistemas administrativos	6,25% (1)	25% (4)	37,5% (6)	31,25% (5)	2,94
... precio de la acción	12,5% (2)	62,5% (10)	25% (4)	0% (0)	2,12
... liquidez	18,75% (3)	68,75% (11)	12,5% (2)	0% (0)	1,94
<b>Total Respondentes</b>					<b>16</b>
<b>Filtros aplicados</b>					<b>0</b>

9. ¿Encuentra útiles los siguientes instrumentos utilizados por las certificadoras para obtener el título de Empresa Socialmente Responsable?

Gráficos

	1	2	3	4	Media Aritmética
Cuestionarios	0% (0)	29,41% (5)	29,41% (5)	41,18% (7)	3,12
Entrevistas	5,88% (1)	17,65% (3)	35,29% (6)	41,18% (7)	3,12
Seminarios/consultores	5,88% (1)	0% (0)	47,06% (8)	47,06% (8)	3,35
Guías de mejores prácticas corporativas	0% (0)	0% (0)	17,65% (3)	82,35% (14)	3,82
Otros	50% (8)	18,75% (3)	25% (4)	6,25% (1)	1,88
<b>Total Respondentes</b>					<b>17</b>
<b>Filtros aplicados</b>					<b>0</b>

10. ¿Qué instrumentos o documentos utiliza su compañía para hacer referencia a la obtención del distintivo de Empresa Socialmente Responsable?

	Sí	No	Respuestas totales
... en los reportes directivo	64,71% (11)	35,29% (6)	17
... en los reportes financieros	70,59% (12)	29,41% (5)	17
... en los reportes ambientales	68,75% (11)	31,25% (5)	16
... en la web institucional	88,89% (16)	11,11% (2)	18
... en publicaciones internas	70,59% (12)	29,41% (5)	17
... en la prensa	64,71% (11)	35,29% (6)	17
<b>Total Respondentes</b>			<b>17</b>
<b>Filtros aplicados</b>			<b>0</b>

11. En qué medida la inclusión de los 4 ejes del distintivo Empresa Socialmente Responsable otorgado por el Cemefi ¿Le han resultado útiles en la comunicación con los siguientes actores? (Políticas ambientales, de ética en el trabajo, de relación con los empleados y de relación con la comunidad)

Gráficos

	1	2	3	4	Media Aritmética
... grupos ambientalistas	25% (4)	31,25% (5)	6,25% (1)	37,5% (6)	2,56
... agrupaciones sociales	0% (0)	12,5% (2)	37,5% (6)	50% (8)	3,38
... accionistas	6,25% (1)	31,25% (5)	43,75% (7)	18,75% (3)	2,75
... empleados	0% (0)	23,53% (4)	29,41% (5)	47,06% (8)	3,24
... organismos que protegen los derechos humanos	18,75% (3)	43,75% (7)	25% (4)	12,5% (2)	2,31



... control de la corrupción	0% (0)	31,25% (5)	43,75% (7)	25% (4)	2,94
<b>Total Respondentes</b>					<b>17</b>
<b>Filtros aplicados</b>					<b>0</b>

12. Si obtuvo el distintivo de Empresa Socialmente Responsable, ¿Por qué medios comunicó la obtención del distintivo otorgado por el Cemefi?

	Si	No	Respuestas totales
... en el reporte directivo	64,71% (11)	35,29% (6)	17
... los reportes financieros	64,71% (11)	35,29% (6)	17
... en los reportes ambientales	81,25% (13)	18,75% (3)	16
... en la web de la compañía	94,12% (16)	5,88% (1)	17
... publicaciones internas	82,35% (14)	17,65% (3)	17
... prensa	52,94% (9)	47,06% (8)	17
<b>Total Respondentes</b>			<b>17</b>
<b>Filtros aplicados</b>			<b>0</b>

13. Con base en su criterio ¿Usted cree que los siguientes actores se vea influenciado en su toma de decisiones al conocer que se ha obtenido el distintivo de Empresa Socialmente Responsable?

Gráficos

	1	2	3	4	Media Aritmética
... inversionistas	17,65% (3)	11,76% (2)	35,29% (6)	35,29% (6)	2,88
... gestores de fondos de inversión	12,5% (2)	25% (4)	37,5% (6)	25% (4)	2,75
... compañías de pensiones	50% (8)	25% (4)	12,5% (2)	12,5% (2)	1,88
... consumidores	5,88% (1)	17,65% (3)	35,29% (6)	41,18% (7)	3,12
... cadena de suministros	17,65% (3)	17,65% (3)	52,94% (9)	11,76% (2)	2,59
... público en general	0% (0)	18,75% (3)	37,5% (6)	43,75% (7)	3,25
... grupos ambientalistas	18,75% (3)	31,25% (5)	25% (4)	25% (4)	2,56
... grupos de derechos humanos	25% (4)	25% (4)	31,25% (5)	18,75% (3)	2,44
... legisladores / gobernantes	18,75% (3)	12,5% (2)	18,75% (3)	50% (8)	3
... contadores	31,25% (5)	25% (4)	31,25% (5)	12,5% (2)	2,25
... auditores	18,75% (3)	0% (0)	37,5% (6)	43,75% (7)	3,06
... empleados	0% (0)	0% (0)	58,82% (10)	41,18% (7)	3,41
... Imagen de la compañía en general	0% (0)	0% (0)	29,41% (5)	70,59% (12)	3,71
<b>Total Respondentes</b>					<b>17</b>
<b>Filtros aplicados</b>					<b>0</b>

Sección C. Relación con Asociaciones de la Sociedad Civil.

14. ¿En qué grado su empresa mantiene un vínculo de cooperación con las siguientes instituciones?

Gráficos

	1	2	3	4	Media Aritmética
... con otra sociedad civil (SC)	6,25% (1)	43,75% (7)	12,5% (2)	37,5% (6)	2,81
... instituciones de asistencia privada (IAP)	0% (0)	0% (0)	25% (4)	75% (12)	3,75
... organizaciones de sociedad civil (AC)	0% (0)	0% (0)	31,25% (5)	68,75% (11)	3,69
... fideicomisos	37,5% (6)	31,25% (5)	12,5% (2)	18,75% (3)	2,12
... fundaciones empresariales	31,25% (5)	37,5% (6)	18,75% (3)	12,5% (2)	2,12
<b>Total Respondentes</b>					<b>16</b>
<b>Filtros aplicados</b>					<b>0</b>

15. Si existe voluntariado corporativo en su empresa, ¿Usted cree que ha ayudado a mejorar la integración de la empresa con los siguientes actores?

Gráficos

	1	2	3	4	Media Aritmética
... empleados	6,25% (1)	6,25% (1)	12,5% (2)	75% (12)	3,56
... directivos	25% (4)	18,75% (3)	43,75% (7)	12,5% (2)	2,44
... familias de empleados	6,67% (1)	0% (0)	40% (6)	53,33% (8)	3,4
... comunidad donde se ubique la empresa	18,75% (3)	31,25% (5)	12,5% (2)	37,5% (6)	2,69
<b>Total Respondentes</b>					<b>16</b>
<b>Filtros aplicados</b>					<b>0</b>

16. ¿Ha ayudado en su relación con los siguientes actores el ser Empresa Socialmente Responsable?

	Si	No	Respuestas totales
... empleados	93,75% (15)	6,25% (1)	16
... inversionistas	81,25% (13)	18,75% (3)	16
... proveedores	37,5% (6)	62,5% (10)	16
... consumidores	81,25% (13)	18,75% (3)	16
... competencia	50% (8)	50% (8)	16
... sector no lucrativo	93,75% (15)	6,25% (1)	16
... prensa	81,25% (13)	18,75% (3)	16
... gobierno	81,25% (13)	18,75% (3)	16
<b>Total Respondentes</b>			<b>16</b>
<b>Filtros aplicados</b>			<b>0</b>

Sección D. Financiera

17. Existen beneficios financieros resultado de ser una Empresa Socialmente Responsable ¿Sí o no? ¿Por qué vía?

	Si	No	Respuestas totales
... precio de la acción	31,25% (5)	68,75% (11)	16

... aumento en el capital social	68,75% (11)	31,25% (5)	16
... aumento en las utilidades	18,75% (3)	81,25% (13)	16
... mejor relación con inversionistas	81,25% (13)	18,75% (3)	16
... mejora en indicadores financieros	18,75% (3)	81,25% (13)	16
... mejora en costos	56,25% (9)	43,75% (7)	16
... captación de fondos éticos	56,25% (9)	43,75% (7)	16
... donaciones	50% (8)	50% (8)	16
<b>Total Respondentes</b>			<b>16</b>
<b>Filtros aplicados</b>			<b>0</b>

18. Por favor, extienda su acuerdo o desacuerdo sobre las siguientes afirmaciones, siendo 1 completamente desacuerdo, 3 neutral y 5 completamente de acuerdo. Gráficos

	1	2	3	4	5	Media Aritmética
... provee una herramienta útil para que inversionistas alrededor del mundo identifiquen empresas que cumplen con los estándares sociales y de buenas prácticas para invertir.	0% (0)	0% (0)	12,5% (2)	25% (4)	62,5% (10)	4,5
... provee a los administradores de marca de una herramienta indispensable en la venta de productos	0% (0)	0% (0)	37,5% (6)	31,25% (5)	31,25% (5)	3,94
... contribuye al crecimiento de negocios responsables alrededor del mundo	6,25% (1)	0% (0)	6,25% (1)	31,25% (5)	56,25% (9)	4,31
... contribuye al desarrollo social y humano de sus participantes	0% (0)	0% (0)	6,25% (1)	18,75% (3)	75% (12)	4,69
<b>Total Respondentes</b>						<b>16</b>
<b>Filtros aplicados</b>						<b>0</b>

19. En su opinión: ¿Quién cree que sea el usuario final de los reportes de sustentabilidad emitidos por la empresa?

	Si	No	Respuestas totales
... empleados	50% (8)	50% (8)	16
... inversionistas	87,5% (14)	12,5% (2)	16
... proveedores	31,25% (5)	68,75% (11)	16
... competencia	56,25% (9)	43,75% (7)	16
... sector no lucrativo	81,25% (13)	18,75% (3)	16
... prensa	70,59% (12)	29,41% (5)	17
<b>Total Respondentes</b>			<b>16</b>
<b>Filtros aplicados</b>			<b>0</b>

**Sección E. Buenas prácticas corporativas y administración**

20. Buenas prácticas sociales Gráficos

	1	2	3	4	Media Aritmética
... vinculación a redes, alianzas y sinergias	0% (0)	6,67% (1)	13,33% (2)	80% (12)	3,73
... perspectivas ciudadanas	33,33% (5)	33,33% (5)	26,67% (4)	6,67% (1)	2,07
... generación de empleo	13,33% (2)	60% (9)	13,33% (2)	13,33% (2)	2,27
... perspectiva de genero	0% (0)	20% (3)	26,67% (4)	53,33% (8)	3,33
... inclusión de personas pertenecientes a grupos vulnerables y cohesión social.	0% (0)	6,67% (1)	53,33% (8)	40% (6)	3,33
... perspectiva barrial ? local (Principios de autonomía, pertenencia y realidad)	13,33% (2)	46,67% (7)	26,67% (4)	13,33% (2)	2,4
... formación continua y difusión	0% (0)	13,33% (2)	53,33% (8)	33,33% (5)	3,2
... solución no asistencial a necesidades básicas insatisfechas	6,67% (1)	40% (6)	33,33% (5)	20% (3)	2,67
... creación de valor y productividad	6,67% (1)	13,33% (2)	40% (6)	40% (6)	3,13
<b>Total Respondentes</b>					<b>15</b>
<b>Filtros aplicados</b>					<b>0</b>

21. Buenas prácticas en gestión innovadora Gráficos

	1	2	3	4	Media Aritmética
... talento humano	6,67% (1)	6,67% (1)	13,33% (2)	73,33% (11)	3,53
... gestión del conocimiento	13,33% (2)	6,67% (1)	53,33% (8)	26,67% (4)	2,93
... gestión del cambio	6,67% (1)	20% (3)	33,33% (5)	40% (6)	3,07
... gestión colaborativa	0% (0)	6,67% (1)	60% (9)	33,33% (5)	3,27
... formas innovadoras de producción	13,33% (2)	13,33% (2)	46,67% (7)	26,67% (4)	2,87
... formas de comercialización y apertura de mercados	0% (0)	20% (3)	20% (3)	60% (9)	3,4
<b>Total Respondentes</b>					<b>15</b>
<b>Filtros aplicados</b>					<b>0</b>

22. Buenas prácticas en desarrollo organizacional Gráficos

	1	2	3	4	Media Aritmética
... comunicación	0% (0)	13,33% (2)	20% (3)	66,67% (10)	3,53
... liderazgo	0% (0)	6,67% (1)	40% (6)	53,33% (8)	3,47
... sentido de pertenencia	6,67% (1)	13,33% (2)	13,33% (2)	66,67% (10)	3,4
... participación	0% (0)	26,67% (4)	40% (6)	33,33% (5)	3,07
... división del trabajo	0% (0)	53,33% (8)	20% (3)	26,67% (4)	2,73
... cultura y clima organizacional	0% (0)	13,33% (2)	26,67% (4)	60% (9)	3,47
... democratización de las decisiones	20% (3)	33,33% (5)	20% (3)	26,67% (4)	2,53
... estructura de propiedad	20% (3)	53,33% (8)	26,67% (4)	0% (0)	2,07
<b>Total Respondentes</b>					<b>15</b>
<b>Filtros aplicados</b>					<b>0</b>

23. Buenas prácticas en proceso de gestión Gráficos

	1	2	3	4	Media Aritmética
... planificación	6,67% (1)	6,67% (1)	0% (0)	86,67% (13)	3,67
... organización	0% (0)	20% (3)	26,67% (4)	53,33% (8)	3,33
... dirección y control	6,67% (1)	33,33% (5)	20% (3)	40% (6)	2,93
... gestión de recursos	6,67% (1)	33,33% (5)	13,33% (2)	46,67% (7)	3
... división del trabajo	6,67% (1)	33,33% (5)	40% (6)	20% (3)	2,73
... autofinanciamientos	20% (3)	33,33% (5)	13,33% (2)	33,33% (5)	2,6
... influencia en políticas públicas	13,33% (2)	20% (3)	13,33% (2)	53,33% (8)	3,07
<b>Total Respondentes</b>					15
<b>Filtros aplicados</b>					0

**24. Prácticas relacionadas con el desarrollo sustentable** Gráficos

	1	2	3	4	Media Aritmética
... cuidado de los recursos naturales	0% (0)	6,67% (1)	33,33% (5)	60% (9)	3,53
... aprovechamiento sustentable de los recursos naturales	0% (0)	6,67% (1)	46,67% (7)	46,67% (7)	3,4
... prácticas de mejora hacia el medio ambiente	0% (0)	0% (0)	46,67% (7)	53,33% (8)	3,53
... mejora de la calidad de vida en comunidades con escasos recursos naturales.	6,67% (1)	6,67% (1)	33,33% (5)	53,33% (8)	3,33
<b>Total Respondentes</b>					15
<b>Filtros aplicados</b>					0

**25. Prácticas relacionadas con recuperación de tradiciones.** Gráficos

	1	2	3	4	Media Aritmética
... empleo de productos artesanales en los procesos de producción	26,67% (4)	13,33% (2)	0% (0)	60% (9)	2,93
... recuperación de formas artesanales de producción	26,67% (4)	26,67% (4)	20% (3)	26,67% (4)	2,47
... elaboración de productos con materias primas locales	13,33% (2)	6,67% (1)	26,67% (4)	53,33% (8)	3,2
... respeto a las tradiciones locales	13,33% (2)	0% (0)	20% (3)	66,67% (10)	3,4
... recuperación de espacios públicos y/o preservación de obras de arte	6,67% (1)	6,67% (1)	33,33% (5)	53,33% (8)	3,33
<b>Total Respondentes</b>					15
<b>Filtros aplicados</b>					0

Muchas Gracias!!!

**26. Si desea agregar algún comentario adicional, siéntase libre de hacerlo.**

	Respuestas totales
	0
<b>Total Respondentes</b>	0
<b>Filtros aplicados</b>	0



**Anexo 5.** Congresos asistidos a exponer tema de tesis.





El Primer Congreso de Alumnos de Posgrado otorga la presente constancia a:

**Angel Gilberto Jiménez Pensado**

por su participación con el proyecto académico:

**Altruismo, filantropía, caridad: ¿responsabilidad social corporativa?**

Ciudad Universitaria, mayo de 2011.

**Dr. Héctor Hiram  
Hernández Bringas**  
Coordinador de Estudios de Posgrado





UNIVERSIDAD DE GUANAJUATO



XI CONGRESO DE INVESTIGACIÓN SOBRE EL TERCER SECTOR



Guanajuato, Gto., 26 de agosto de 2011

A quien corresponda:

Quienes suscribimos la presente hacemos constar que **Ángel Gilberto Jiménez Pensado** presentó el trabajo titulado *"Altruismo, filantropía, caridad: ¿Responsabilidad Social Corporativa?"* durante el *XI Congreso de Investigación sobre el Tercer Sector* celebrado del 24 al 26 de agosto del presente año en el Campus Guanajuato de la Universidad de Guanajuato.

Se extiende la presente en la ciudad de Guanajuato, Guanajuato; a los veintiséis días del mes de agosto del año dos mil once.

Atentamente,

Dr. Luis Felipe Guerrero Agripino  
Rector del Campus Guanajuato  
Universidad de Guanajuato

Lic. Jorge Villalobos Grzybowicz  
Presidente Ejecutivo  
Centro Mexicano para la Filantropía A.C.

## Anexo 6. Listado de empresas que cotizan en Índices sustentables en el Mundo.

### 1. Lista de empresas mejor calificadas y que cotizan en el Dow Jones Sustainability World Index <sup>SM</sup>.

Company	Country	ISIN/Ticker	Industry	Supersector	Float Factor	Adjusted Weight (%)
Nestle S.A.	Switzerland	CH0038863350	Consumer Goods	Food & Beverage	1.00	2.67%
International Business Machines Corp.	U.S.	IBM	Technology	Technology	1.00	2.61%
Johnson & Johnson	U.S.	JNJ	Health Care	Health Care	1.00	2.24%
General Electric Co.	U.S.	GE	Industrials	Industrial Goods & Services	1.00	2.17%
Novartis AG	Switzerland	CH0012005267	Health Care	Health Care	1.00	2.00%
HSBC Holdings PLC (UK Reg)	U.K.	GB0005405286	Financials	Banks	1.00	1.94%
Coca-Cola Co.	U.S.	KO	Consumer Goods	Food & Beverage	0.92	1.87%
BHP Billiton Ltd.	Australia	AU000000BHP4	Basic Materials	Basic Resources	1.00	1.78%
Vodafone Group PLC	U.K.	GB00B16GWD56	Telecommunications	Telecommunications	0.91	1.70%
Roche Holding AG Part. Cert.	Switzerland	CH0012032048	Health Care	Health Care	1.00	1.53%

© CME Group Index Services LLC. 2011 Data calculated in USD as of August 31, 2011.

Rescatado de: [http://www.sustainability-index.com/djsi\\_pdf/publications/Factsheets/SAM\\_IndexesMonthly\\_DJSIWorld.pdf](http://www.sustainability-index.com/djsi_pdf/publications/Factsheets/SAM_IndexesMonthly_DJSIWorld.pdf) [08/09/2011 08:46:51 p.m.]

### 2. Lista de empresas mejor calificadas y que cotizan en el Financial Times Stock Exchange.

Sectores I.G.B.M.	Petroleo/Energ.	Mat./Industria/Constr.	Consumo	IBEX 35	Ibex TOPDiv	Latibex TOP
	Serv.Consumo	Serv.Finan./Inmob.	Tech./Teleco.	Corros	2º Merc.	M. Continuo
						Latibex

ACCIONES DEL FTSE4GOOD IBEX						
Miércoles, 7 de Septiembre de 2011 (17:37)						
Índice	Anterior	Último	Dif. (%)	Máximo	Minimo	
▲ FTSE4Good IBEX	7.293,20	7.496,00	2,78	7.496,00	7.389,70	

Nombre	Út.	Dif. (%)	Máx.	Mín.	Volumen	Efectivo (miles)	Fecha	Hora
▲ ABENGOA	16.6900	3,79	16.6900	16.3600	860.862	10.929.15	07/09/2011	Cierre
▲ ACCIONA	61.8700	3,29	62.0000	60.7200	174.059	10.692.05	07/09/2011	Cierre
▲ ANTENA 3 TV.	4.6700	3,55	4.7400	4.5300	600.723	2.805.08	07/09/2011	Cierre
▲ ARCELORMIT.	13.8350	6,10	13.8500	13.3750	669.950	9.094.78	07/09/2011	Cierre
▲ BA.PASTOR	2.9200	1,74	2.9200	2.8350	99.268	286,91	07/09/2011	Cierre
▲ BA.POPULAR	3.3900	3,16	3.3900	3.2880	2.697.745	8.986,17	07/09/2011	Cierre
▲ BA.SABADELL	2.6160	1,24	2.6160	2.5750	2.439.902	6.353,85	07/09/2011	Cierre
▲ BA.SANTANDER	5.7610	1,96	5.8390	5.6530	65.676.992	378.882,30	07/09/2011	Cierre
▲ BANESTO	4.7490	2,55	4.7500	4.5000	73.039	340,14	07/09/2011	Cierre
▲ BANKINTER	3.7620	1,95	3.7980	3.7210	526.175	1.974,67	07/09/2011	Cierre
▲ BBVA	5.7200	2,23	5.7790	5.5850	48.616.790	277.236,38	07/09/2011	Cierre
▲ BME	19.7200	2,68	19.8900	19.4000	208.716	4.087,88	07/09/2011	Cierre
▲ CAIXABANK	3.3360	1,03	3.3500	3.2720	3.294.889	10.917,66	07/09/2011	Cierre
▲ CAMI	1.9000	9,20	2.0000	1.8200	200.491	378,84	07/09/2011	Cierre
▲ DEOLEO	0.3150	3,28	0.3200	0.3050	889.394	278,55	07/09/2011	Cierre
▲ ENAGAS	13.7600	1,74	13.9300	13.6600	1.618.938	22.270,79	07/09/2011	Cierre
▲ FCC	17.1650	0,41	17.5950	16.9300	495.317	8.496,79	07/09/2011	Cierre
▲ FERROVIAL	8.3800	1,81	8.3800	8.2580	3.106.518	25.884,32	07/09/2011	Cierre
▲ GAMESA	3.7250	2,45	3.7470	3.6550	2.359.619	8.737,43	07/09/2011	Cierre
▲ GAS NATURAL	11.8550	2,02	11.9300	11.6800	1.925.070	22.742,41	07/09/2011	Cierre
▲ GR.EMPENCE	2.2850	2,47	2.2850	2.2250	313.062	705,95	07/09/2011	Cierre
▲ IBERDROLA	4.7810	3,71	4.7810	4.6850	27.598.130	130.816,47	07/09/2011	Cierre
▲ INDITEX	59.0800	3,41	59.2000	58.3000	2.231.337	131.401,31	07/09/2011	Cierre
▲ MAPFRE	2.2610	6,40	2.2690	2.1600	4.045.279	8.957,44	07/09/2011	Cierre
▲ MEDIASET	4.5980	4,38	4.6000	4.4710	1.705.871	7.735,35	07/09/2011	Cierre
▲ MELIA HOTELS	5.1700	4,44	5.2400	5.0100	326.284	1.672,84	07/09/2011	Cierre
▲ OHL	18.1200	2,46	18.2600	17.7950	1.088.628	19.643,88	07/09/2011	Cierre
▲ PRISA	0.9600	3,23	0.9700	0.9400	495.685	474,66	07/09/2011	Cierre
▲ PROSEGUR	30.7000	1,52	31.1200	30.1800	102.454	3.141,34	07/09/2011	Cierre
▲ R.E.C.	33.1200	2,11	33.4300	32.7650	748.609	24.742,85	07/09/2011	Cierre
▲ REPSOL YPF	19.1500	3,74	19.1600	18.7050	7.854.110	148.640,24	07/09/2011	Cierre
▲ TELEFONICA	13.5900	2,64	13.6600	13.3800	35.406.594	479.106,51	07/09/2011	Cierre

Rescatado de: [http://www.bolsamadrid.es/esp/mercados/acciones/accind13\\_1.htm](http://www.bolsamadrid.es/esp/mercados/acciones/accind13_1.htm) [08/09/2011 09:30:21 p.m.]

3. Lista de empresas mejor calificadas y que cotizan en el FTSE KLD Global Climate 100.

FTSE KLD Global Climate 100 Index Review

June 2010

FTSE KLD Global Climate 100 Index



Additions

-

No Changes

Deletions

No Changes

Reserve List

Rank	Company Name	Sedol	Themes
1	Google Inc.	B020QX2	Clean Technology & Efficiency
2	Wacker Chemie AG	B11Y568	Renewable Energy
3	Continental Airlines Inc. (CL B)	2220527	Clean Technology & Efficiency
4	Owens Corning	B1FW7Q2	Clean Technology & Efficiency
5	Hewlett-Packard	2424006	Clean Technology & Efficiency
6	ITC Holdings	B0F7FR7	Clean Technology & Efficiency
7	Asahi Glass Co. Ltd.	6055208	Clean Technology & Efficiency
8	Atmos Energy	2315359	Future Fuels
9	Clean Energy Fuels	B1Y1PC2 06043	Future Fuels
10	Wm. Morrison Supermarkets PLC	16	Clean Technology & Efficiency

Rescatado de: [http://www.ftse.com/tech\\_notices/2010/Q2/29018\\_20100609\\_FTSE\\_KLD\\_Global\\_Climate\\_2010.jsp](http://www.ftse.com/tech_notices/2010/Q2/29018_20100609_FTSE_KLD_Global_Climate_2010.jsp) [08/09/2011 10:05:10 p.m.]

4. Lista de empresas mejor calificadas y que cotizan en el Ethibel Sustainability Index.



© Forum ETHIBEL, 1992-2011  
Rue du Progrès 333/7, B-1030 Brussels  
[info@ethibel.org](mailto:info@ethibel.org)

Disclaimer: [EN](#) [FR](#) [NL](#)

Last update:  
Ethibel PIONEER & EXCELLENCE: 07/04/2011  
ESI Europe & Global: 08/29/2011

#	Stock name	ISIN	ISO	Sector	ETHIBEL Pioneer	ETHIBEL Excell.	ESI Europe	ESI Global	Short Profile	Alert
1	3M Co.	US88579Y1010	US	Chemicals	■	■	□	■	□	□
2	4Energy Invest	BE0003888089	BE	N/A	■	■	□	□	□	□
3	77 Bank	JP3352000008	JP	Banks	□	■	□	□	□	□
4	ABB	CH0012221716	CH	Electric Components & Equipment	■	■	■	■	□	□
5	Abbott Laboratories	US0028241000	US	Pharmaceuticals & Biotechnology	□	■	□	■	□	□
6	Abengoa	ES0105200416	ES	Small & Mid Caps - Industrials	■	■	□	□	□	□
7	Abertis Infraestructuras	ES0111845014	ES	Transport & Logistics	■	■	■	□	□	□
8	Accell Group	NL0000350106	NL	Business Support Services	□	■	□	□	□	□
9	Accor	FR0000120404	FR	Hotel, Leisure Goods & Services	■	■	■	□	□	□
10	Adecco	CH0012138605	CH	Business Support Services	□	■	■	□	□	□
11	Adidas	DE000A1WWW0	DE	Specialised Retail	■	■	□	□	□	□
12	ADP	FR0010340141	FR	Transport & Logistics	□	■	■	□	□	□
13	Advantest Corp.	JP3122400009	JP	Technology-Hardware	■	■	□	□	■	□
14	Aeon Co. Ltd.	JP3388200002	JP	Supermarkets	□	■	□	□	□	□
15	Agfa Gevaert	BE0003755692	BE	Technology-Hardware	□	■	□	□	□	□
16	AGL Energy Ltd.	AU000000AGK9	AU	Electric & Gas Utilities	■	■	□	□	□	□
17	Air Energy	BE0003865822	BE	Industrial Goods and Services	□	■	□	□	□	□
18	Air France-KLM	FR0000031122	FR	Travel & Tourism	■	■	■	□	■	□
19	Air Liquide	FR0000120073	FR	Chemicals	□	■	■	■	■	□
20	Air Products & Chemicals Inc.	US0091581068	US	Chemicals	■	■	□	■	□	□
21	Ajinomoto Co. Inc.	JP3119600009	JP	Food	■	■	□	□	■	□
22	Akzo Nobel	NL0000009132	NL	Chemicals	■	■	■	■	■	□
23	Alcoa Inc.	US0138171014	US	Mining & Metals	□	■	□	□	□	□
24	Alfa Laval	SE0000695876	SE	Mechanical Components & Equipment	□	■	■	□	□	□

Rescatado de: [http://www.ethibel.org/pdf/ESI\\_E\\_constituents.pdf](http://www.ethibel.org/pdf/ESI_E_constituents.pdf), también <http://www.ethibel.org/v2/companies.php?lang=EN> e puede encontrar en: [08/09/2011 10:15:45 p.m.]



1 - Indique su sexo.		
	Respuestas Total	Porcentaje
Masculino	6	27,27%
Femenino	16	72,73%
Total	22	

2 - Indique su edad.		
	Respuestas Total	Porcentaje
menos de 25 años	3	13,64%
de 26 - 35 años	10	45,45%
de 36 - 45 años	6	27,27%
de 46 - 55 años	3	13,64%
más de 55 años	0	0%
Total	22	

3 - Indique el número de años trabajados en su actual puesto.		
	Respuestas Total	Porcentaje
Menos de 1 año	3	13,64%
de 1 - 5 años	8	36,36%
de 6 - 10 años	7	31,82%
de 11 - 15 años	3	13,64%
más de 15 años	1	4,55%
Total	22	

4 - Indique su nivel máximo de estudios.		
	Respuestas Total	Porcentaje
Doctorado	0	0%
Maestría	10	45,45%
Diplomado	2	9,09%
Licenciatura	11	50%
Otro (por favor, especifique)	0	0%
Total	22	

5 - Defina el área principal de negocio de la compañía.		
	Respuestas Total	Porcentaje
Industria de la extracción	2	9,09%
Comercio al mayor	1	4,55%
Tecnología	3	13,64%
Manufacturera	5	22,73%
Alimentos y medicamentos	2	9,09%
Comercio al menor	2	9,09%
Servicios	7	31,82%
Industria de la construcción	2	9,09%
Consumo final	7	31,82%
Otro (por favor, especifique)	22	

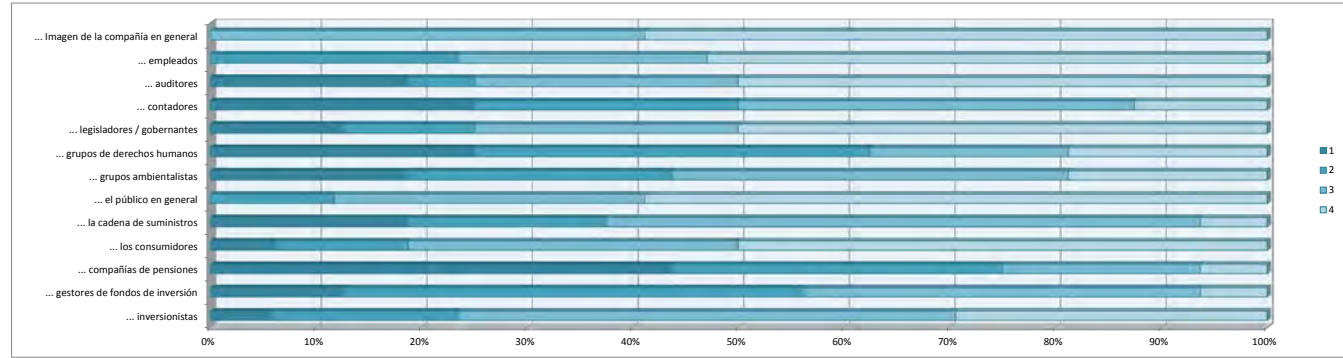
6 - Indique su competencia dentro de la organización y provea una breve descripción de su puesto.		
	Respuestas Total	Porcentaje
Relación con inversionistas	0	0%
Relaciones públicas	1	4,55%
Miembro del consejo / director	0	0%
Sustentabilidad o Responsabilidad Social	21	95,45%
Otro (por favor, especifique)	4	18,18%
Total	22	

7 - ¿En qué medida la Responsabilidad Social ha afectado positivamente la relación con los siguientes actores?		
	Respuestas Total	Porcentaje
... inversionistas	1	5,88%
	2	17,65%
	3	47,06%
	4	29,41%
... gestores de fondos de inversión	1	11,76%
	2	41,18%
	3	35,29%
	4	5,88%
... compañías de pensiones	1	41,18%
	2	29,41%
	3	17,65%
	4	5,88%
... los consumidores	1	5,88%
	2	11,76%
	3	29,41%
	4	47,06%
... la cadena de suministros	1	17,65%
	2	17,65%
	3	52,94%

Valor/Item	... inversionistas	... gestores de fondos de inversión	... compañías de pensiones	... los consumidores	... la cadena de suministros	... el público en general	... grupos ambientales	... grupos de interés	... legisladores	... contadores	... auditores	... empleados	... imagen de la empresa	Total	Varianza	Desv. Est.
1	1	2	7	1	3	0	3	4	2	4	3	0	0	30	3,75147929	1,93687359
2	3	7	5	2	3	2	4	6	2	4	1	4	0	43	3,59763314	1,89674277
3	8	6	3	5	9	5	6	3	4	6	4	4	7	70	3,15976331	1,77757231
4	5	1	1	8	1	10	3	3	8	2	8	9	10	69	12,0591716	3,4726318
														212	22,5680473	9,08382046
														293,5	Total muestra	17
															Total Items	13
															Alfa	1,00



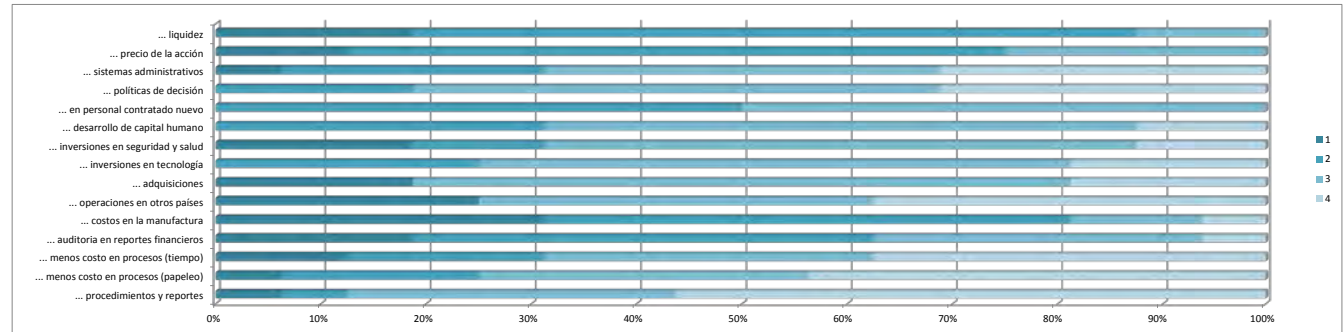
...	el público en general	4	1	5,88%
1		0	0%	
2		2	11,76%	
3		5	29,41%	
4		10	58,82%	
...	grupos ambientalistas	1	3	17,65%
2		4	23,53%	
3		6	35,29%	
4		3	17,65%	
...	grupos de derechos humanos	1	4	23,53%
2		6	35,29%	
3		3	17,65%	
4		3	17,65%	
...	legisladores / gobernantes	1	2	11,76%
2		2	11,76%	
3		4	23,53%	
4		8	47,06%	
...	contadores	1	4	23,53%
2		4	23,53%	
3		6	35,29%	
4		2	11,76%	
...	auditores	1	3	17,65%
2		1	5,88%	
3		4	23,53%	
4		8	47,06%	
...	empleados	1	0	0%
2		4	23,53%	
3		4	23,53%	
4		9	52,94%	
...	Imagen de la compañía en general	1	0	0%
2		0	0%	
3		7	41,18%	
4		10	58,82%	
Total		17		



8 - ¿Ha mejorado la Responsabilidad Social de manera positiva los procesos administrativos de su

	Respuestas	Total	Porcentaje
...	procedimientos y reportes	1	6,25%
1		1	6,25%
2		3	18,75%
3		5	31,25%
4		9	56,25%
...	menos costo en procesos (papeleo)	1	6,25%
2		3	18,75%
3		5	31,25%
4		7	43,75%
...	menos costo en procesos (tiempo)	1	6,25%
2		2	12,50%
3		3	18,75%
4		5	31,25%
...	auditoria en reportes financieros	1	6,25%
2		3	18,75%
3		7	43,75%
4		5	31,25%
...	auditoria en su reporte ambiental	1	6,25%
2		1	6,25%
3		5	31,25%
4		3	18,75%
...	costos en la manufactura	1	6,25%
2		5	31,25%
3		8	50%
4		2	12,50%
...	operaciones en otros países	1	6,25%
2		4	25%
3		0	0%
4		6	37,50%
Total		6	37,50%

Valor/tem	... procedime	... menos cos	... menos cos	... auditoria e	... costos en l	... operacione	... adquisicio	... inversione	... inversione	... desarrollo	... en persona	... politicas de	... sistemas a	... precio de t	... liquidez	Total	Varianza	Desv. Est.
1	1	1	1	2	3	5	4	3	0	3	0	0	1	2	3	28	2,38	1,54
2	1	3	3	7	8	0	0	4	2	5	8	3	4	10	11	69	11,31	3,36
3	5	5	5	5	2	6	10	9	9	9	8	8	6	4	2	93	6,03	2,45
4	9	7	6	1	1	6	3	3	2	2	0	5	5	0	0	50	7,56	2,75
Var. Total																240	27,27	10,11
Total																573,5	Total muestr	16
Alfa																	Total Items	15
																		1,02



... adquisiciones	1	3	18,75%
	2	0	0%
	3	10	62,50%
	4	3	18,75%
... inversiones en tecnología	1	0	0%
	2	4	25%
	3	9	56,25%
	4	3	18,75%
... inversiones en seguridad y salud	1	3	18,75%
	2	2	12,50%
	3	9	56,25%
	4	2	12,50%
... desarrollo de capital humano	1	0	0%
	2	5	31,25%
	3	9	56,25%
	4	2	12,50%
... en personal contratado nuevo	1	0	0%
	2	8	50%
	3	8	50%
	4	0	0%
... políticas de decisión	1	0	0%
	2	3	18,75%
	3	8	50%
	4	5	31,25%
... sistemas administrativos	1	1	6,25%
	2	4	25%
	3	6	37,50%
	4	5	31,25%
... precio de la acción	1	2	12,50%
	2	10	62,50%
	3	4	25%
	4	0	0%
... liquidez	1	3	18,75%
	2	11	68,75%
	3	2	12,50%
	4	0	0%
Total		16	

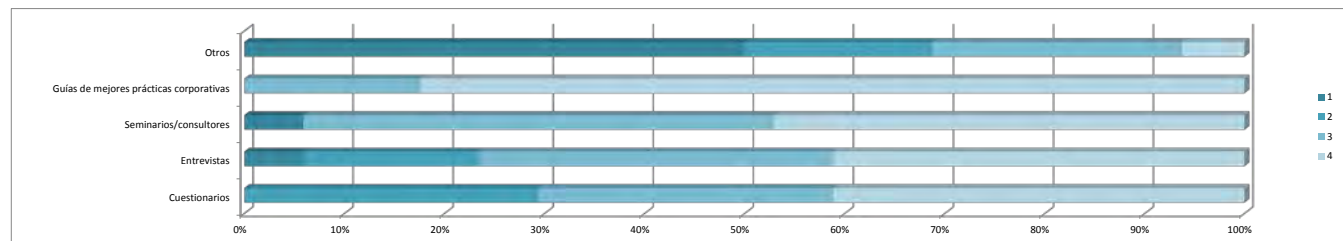
9 - ¿Encuentra útiles los siguientes instrumentos utilizados por las certificadoras para obtener el título de...

	Respuestas Total	Porcentaje	
Cuestionarios	1	0	0%
	2	5	29,41%
	3	5	29,41%
	4	7	41,18%
Entrevistas	1	1	5,88%
	2	3	17,65%
	3	6	35,29%
	4	7	41,18%
Seminarios/consultores	1	1	5,88%
	2	0	0%
	3	8	47,06%
	4	8	47,06%
Guías de mejores prácticas corporativas	1	0	0%
	2	0	0%
	3	3	17,65%
	4	14	82,35%
Otros	1	8	47,06%
	2	3	17,65%
	3	4	23,53%
	4	1	5,88%
Total		17	

10 - ¿Qué instrumentos o documentos utiliza su compañía para hacer referencia a la obtención del distintivo de Empresa Socialmente Responsable?

	Respuestas Total	Porcentaje
... en los reporte directivo		

Valor/Item	Cuestionarios	Entrevistas	Seminarios/c	Guías de mej	Otros	Total	Varianza	Desv. Est.
1	0	1	1	0	8	10	9,2	3,03315018
2	5	3	0	0	3	11	3,76	1,93907194
3	5	6	8	3	4	26	2,96	1,72046505
4	7	7	8	14	1	37	17,04	4,12795349
						84	32,96	10,8206407
Var. Total						125,5	Total muestr	16
							Total Items	5
							Alfa	0,92



Anexo 7. Alfa de Cronbach y Fórmula 20

Sí	11	64,71%
No	6	35,29%
... en los reportes financieros		
Sí	12	70,59%
No	5	29,41%
... en los reportes ambientales		
Sí	11	64,71%
No	5	29,41%
... en la web institucional		
Sí	16	94,12%
No	2	11,76%
... en publicaciones internas		
Sí	12	70,59%
No	5	29,41%
... en la prensa		
Sí	11	64,71%
No	6	35,29%
Total	17	

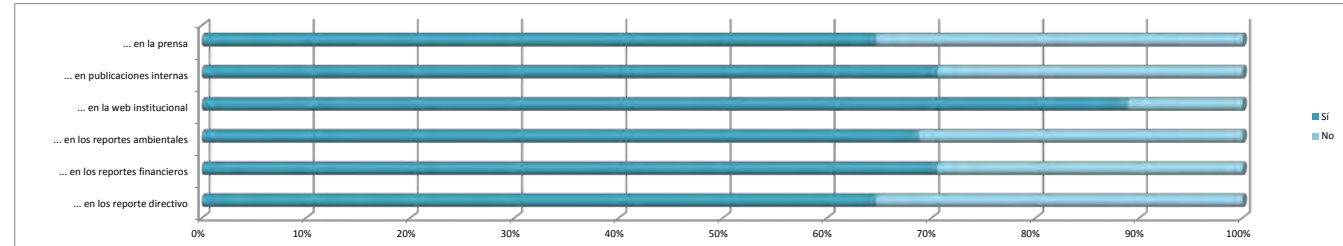
11 - En qué medida la inclusión de los 4 ejes del distintivo Empresa Socialmente Responsable otorgado por el Cemefi ¿Le han resultado útiles en la comunicación con los siguientes actores? (Políticas ambientales, de ética en el trabajo, de relación con los empleados y de relación con la comunidad)

	Respuestas Total	Porcentaje
... grupos ambientalistas		
1	4	23,53%
2	5	29,41%
3	1	5,88%
4	6	35,29%
... agrupaciones sociales		
1	0	0%
2	2	11,76%
3	6	35,29%
4	8	47,06%
... accionistas		
1	1	5,88%
2	5	29,41%
3	7	41,18%
4	3	17,65%
... empleados		
1	0	0%
2	4	23,53%
3	5	29,41%
4	8	47,06%
... organismos que protegen los derechos humanos		
1	3	17,65%
2	7	41,18%
3	4	23,53%
4	2	11,76%
... control de la corrupción		
1	0	0%
2	5	29,41%
3	7	41,18%
4	4	23,53%
Total	17	

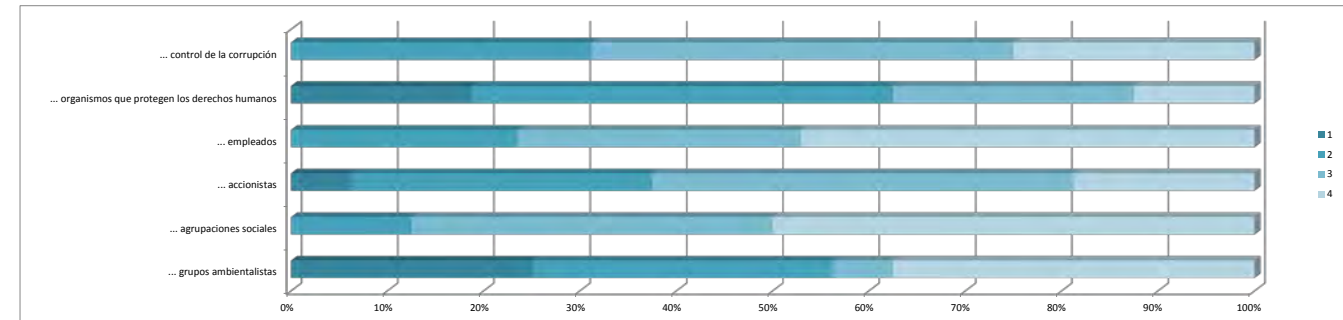
12 - Si obtuvo el distintivo de Empresa Socialmente Responsable, ¿Por qué medios comunicó la obtención del distintivo otorgado por el Cemefi?

	Respuestas Total	Porcentaje
... en el reporte directo		
Sí	11	64,71%
No	6	35,29%
... los reportes financieros		
Sí	11	64,71%
No	6	35,29%
... en los reportes ambientales		
Sí	13	76,47%
No	3	17,65%
... en la web de la compañía		
Sí	16	94,12%
No	1	5,88%
... publicaciones internas		
Sí	14	82,35%
No	3	17,65%
... prensa		
Sí	9	52,94%
No	8	47,06%
Total	17	

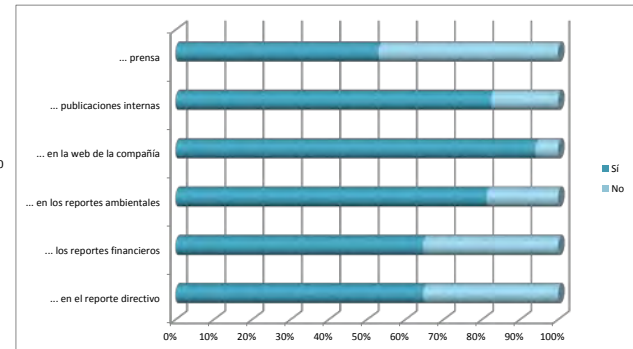
Valor/Item	... en los repc	... en los repc	... en los repc	... en la web	... en publicad	... en la prensa	Total
Sí	11	12	11	16	12	11	73
No	6	5	5	2	5	6	29
p	0,6875	0,75	0,6875	1,0	0,75	0,6875	484
q	0,3125	0,25	0,3125	0,0	0,25	0,3125	6
P*q	0,21484375	0,1875	0,21484375	0	0,1875	0,21484375	1,01953125
Total	17						1,20



Valor/Item	... grupos am	... agrupacion	... accionistas	... empleados	... organismo	... control de	Total	Varianza	Desv. Est.
1	4	0	1	0	3	0	8	2,5555556	1,59861051
2	5	2	5	4	7	5	28	2,2222222	1,49071198
3	1	6	7	5	4	7	30	4,3333333	2,081666
4	6	8	3	8	2	4	31	5,4722222	2,33927814
							97	14,5833333	7,51026663
Var. Total							89,1875	Total muestr	16
								Total Items	6
								Alfa	1,00



Valor/Item	... en el repor	... los reporte	... en los repc	... en la web d	... publicacion	... prensa	Total
Sí	11	11	13	16	14	9	74
No	6	6	3	1	3	8	27
p	0,64705882	0,64705882	0,76470588	0,94117647	0,82352941	0,52941176	552,25
q	0,35294118	0,35294118	0,23529412	0,05882353	0,17647059	0,47058824	6
P*q	0,2283737	0,2283737	0,1799308	0,05536332	0,14532872	0,24913495	1,08650519
Total	17						1,20



Anexo 7. Alfa de Cronbach y Fórmula 20

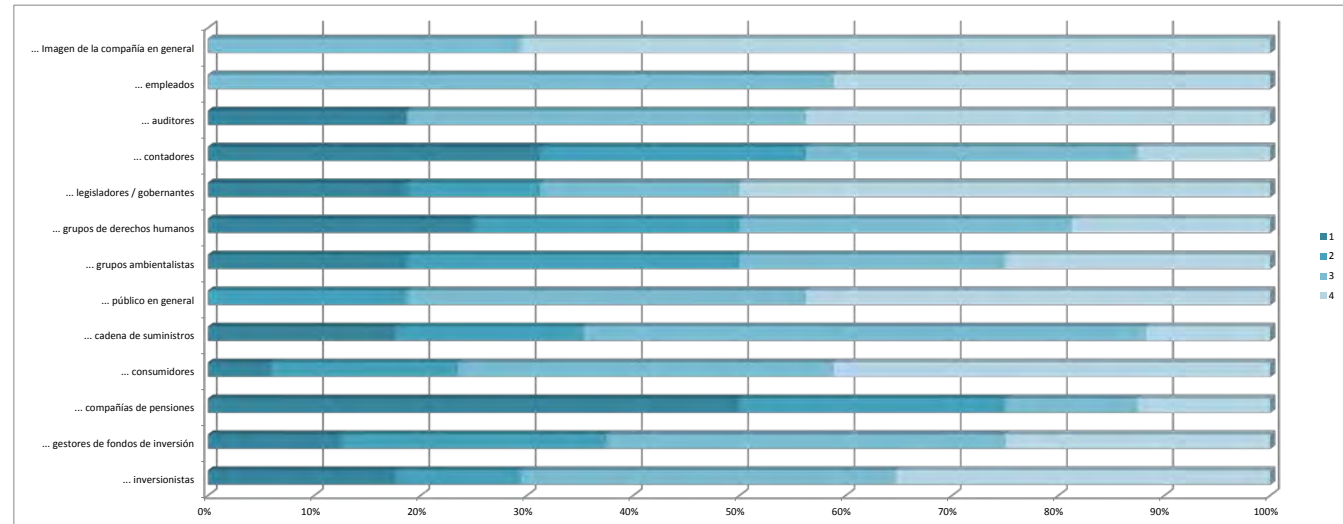
13 - Con base en su criterio ¿Usted cree que los siguientes actores se vea influenciado en su toma de decisiones al conocer que se ha obtenido el distintivo de Empresa Socialmente Responsable?

	Respuestas Total	Porcentaje
... inversionistas		
1	3	17,65%
2	2	11,76%
3	6	35,29%
4	6	35,29%
... gestores de fondos de inversión		
1	2	11,76%
2	4	23,53%
3	6	35,29%
4	4	23,53%
... compañías de pensiones		
1	8	47,06%
2	4	23,53%
3	2	11,76%
4	2	11,76%
... consumidores		
1	1	5,88%
2	3	17,65%
3	6	35,29%
4	7	41,18%
... cadena de suministros		
1	3	17,65%
2	3	17,65%
3	9	52,94%
4	2	11,76%
... público en general		
1	0	0%
2	3	17,65%
3	6	35,29%
4	7	41,18%
... grupos ambientalistas		
1	3	17,65%
2	5	29,41%
3	4	23,53%
4	4	23,53%
... grupos de derechos humanos		
1	4	23,53%
2	4	23,53%
3	5	29,41%
4	3	17,65%
... legisladores / gobernantes		
1	3	17,65%
2	2	11,76%
3	3	17,65%
4	8	47,06%
... contadores		
1	5	29,41%
2	4	23,53%
3	5	29,41%
4	2	11,76%
... auditores		
1	3	17,65%
2	0	0%
3	6	35,29%
4	7	41,18%
... empleados		
1	0	0%
2	0	0%
3	10	58,82%
4	7	41,18%
... imagen de la compañía en general		
1	0	0%
2	0	0%
3	5	29,41%
4	12	70,59%
Total	17	

14 - ¿En qué grado su empresa mantiene un vínculo de cooperación con las siguientes instituciones?

	Respuestas Total	Porcentaje
... con otra sociedad civil (SC)		
1	1	6,25%
2	7	43,75%
3	2	12,50%
4	6	37,50%
... instituciones de asistencia privada (IAP)		

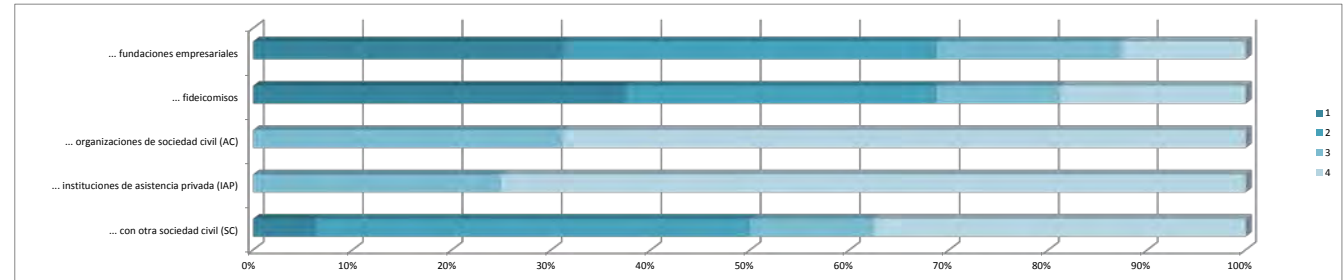
Valor/Item	... inversionistas	... gestores de fondos de inversión	... compañías de pensiones	... consumidores	... cadena de suministros	... público en general	... grupos ambientalistas	... grupos de derechos humanos	... legisladores / gobernantes	... contadores	... auditores	... empleados	... imagen de la compañía en general	Total	Varianza	Desv. Est.
1	3	2	8	1	3	0	3	4	3	5	3	0	0	35	4,67455621	2,1620722
2	2	4	4	3	3	3	5	4	2	4	0	0	0	34	2,69822485	1,64262742
3	6	6	2	6	9	6	4	5	3	5	6	10	5	73	4,23668639	2,05832126
4	6	4	2	7	2	7	4	3	8	2	7	7	12	71	8,09467456	2,84511416
Var. Total														213	19,704142	8,70813504
Total muestra														352,1875		17
Total Items																13
Alfa																1,02



Valor/Item	... con otra sociedad civil (SC)	... instituciones de asistencia privada (IAP)	... organizaciones	... fideicomisos	... fundaciones	Total	Varianza	Desv. Est.
1	1	0	0	6	5	12	6,64	2,57681975
2	7	0	0	5	6	18	9,04	3,00665928
3	2	4	5	2	3	16	1,36	1,16619038
4	6	12	11	3	2	34	16,56	4,06939799
Var. Total						80	33,6	10,8190674
Total muestra						70		16
Total Items								5
Alfa								0,65

Anexo 7. Alfa de Cronbach y Fórmula 20

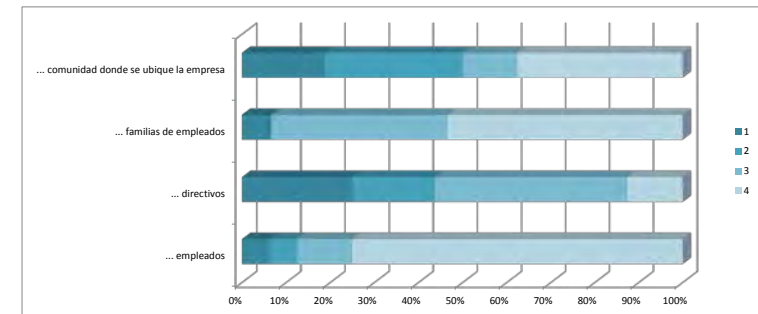
	Respuestas Total	Porcentaje
1	0	0%
2	0	0%
3	4	25%
4	12	75%
... organizaciones de sociedad civil (AC)		
1	0	0%
2	0	0%
3	5	31,25%
4	11	68,75%
... fideicomisos		
1	6	37,50%
2	5	31,25%
3	2	12,50%
4	3	18,75%
... fundaciones empresariales		
1	5	31,25%
2	6	37,50%
3	3	18,75%
4	2	12,50%
Total	16	



**15 - Si existe voluntariado corporativo en su empresa, ¿Usted cree que ha ayudado a mejorar la integración de la empresa con los siguientes actores?**

	Respuestas Total	Porcentaje
1	1	6,25%
2	1	6,25%
3	2	12,50%
4	12	75%
... empleados		
1	4	25%
2	3	18,75%
3	7	43,75%
4	2	12,50%
... directivos		
1	1	6,25%
2	0	0%
3	6	37,50%
4	8	50%
... familias de empleados		
1	3	18,75%
2	5	31,25%
3	2	12,50%
4	6	37,50%
... comunidad donde se ubique la empresa		
1	3	18,75%
2	5	31,25%
3	2	12,50%
4	6	37,50%
Total	16	

Valor/Item	... empleados	... directivos	... familias de	... comunidad	Total	Varianza	Desv. Est.
1	1	4	1	3	9	1,6875	1,29903811
2	1	3	0	5	9	3,6875	1,92028644
3	2	7	6	2	17	5,1875	2,27760839
4	12	2	8	6	28	13	3,60555128
					63	23,5625	9,10248421
Var. Total					60,6875	Total muestra	16
						Total Items	4
						Alfa	0,82

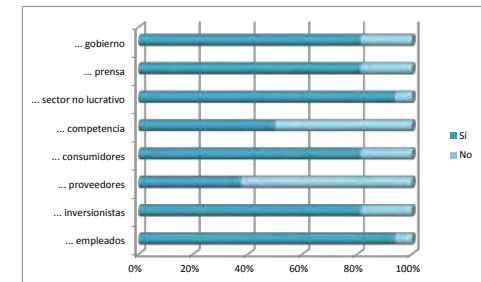


**16 - ¿Ha ayudado en su relación con los siguientes actores el ser Empresa Socialmente Responsable?**

	Respuestas Total	Porcentaje
15	15	93,75%
1	1	6,25%
... empleados		
13	13	81,25%
3	3	18,75%
... inversionistas		
6	6	37,50%
10	10	62,50%
... proveedores		
13	13	81,25%
3	3	18,75%
... consumidores		
8	8	50%
8	8	50%
... competencia		
15	15	93,75%
1	1	6,25%
... sector no lucrativo		
13	13	81,25%
3	3	18,75%
... prensa		
13	13	81,25%
3	3	18,75%
... gobierno		
13	13	81,25%
3	3	18,75%
Total	16	

Valor/Item	... empleados	... inversionis	... proveedores	... consumido	... competenc	... sector no l	... prensa	... gobierno	
15	15	13	6	13	8	15	13	13	96
1	1	3	10	3	8	1	3	3	32
p	0,88235294	0,76470588	0,35294118	0,76470588	0,47058824	0,88235294	0,76470588	0,76470588	1024
q	0,11764706	0,23529412	0,64705882	0,23529412	0,52941176	0,11764706	0,23529412	0,23529412	8
P*q	0,10380623	0,1799308	0,2283737	0,1799308	0,24913495	0,10380623	0,1799308	0,1799308	1,40484429
Total	16								K(20)

1,14



**17 - Existen beneficios financieros resultado de ser una Empresa Socialmente Responsable ¿Sí o no? ¿Por qué vía?**

	Respuestas Total	Porcentaje
5	5	31,25%
... precio de la acción		
Sí		

Anexo 7. Alfa de Cronbach y Fórmula 20

No	11	68,75%
... aumento en el capital social		
Sí	11	68,75%
No	5	31,25%
... aumento en las utilidades		
Sí	3	18,75%
No	13	81,25%
... mejor relación con inversionistas		
Sí	13	81,25%
No	3	18,75%
... mejora en indicadores financieros		
No	13	81,25%
... mejora en costos		
Sí	9	56,25%
No	7	43,75%
... captación de fondos éticos		
Sí	9	56,25%
No	7	43,75%
... donaciones		
Sí	8	50%
No	8	50%
Total	16	

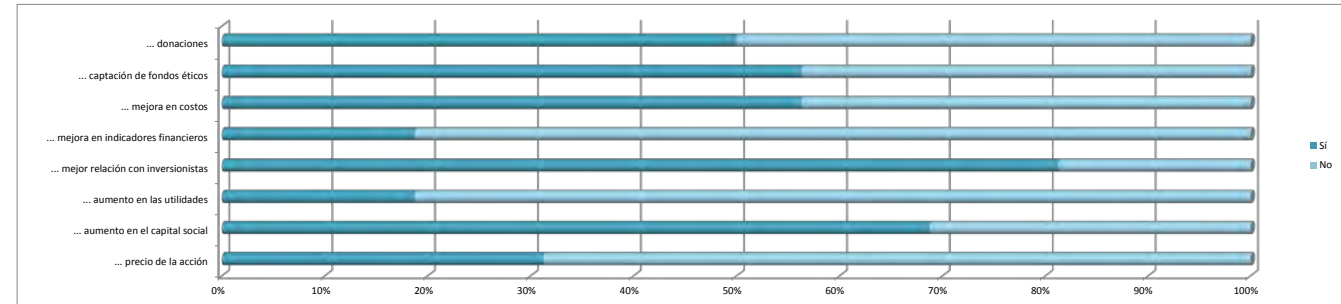
18 - Por favor, extienda su acuerdo o desacuerdo sobre las siguientes afirmaciones, siendo 1 completamente desacuerdo, 3 neutral y 5 completamente de acuerdo.

	Respuestas Total	Porcentaje
... provee una herramienta útil para que inversionistas alrededor del mundo identifiquen empresas que cumplen con los estándares sociales y de buenas prácticas para invertir.		
1	0	0%
2	0	0%
3	2	12,50%
4	4	25%
5	10	62,50%
... provee a los administradores de marca de una herramienta indispensable en la venta de productos		
1	0	0%
2	0	0%
3	6	37,50%
4	5	31,25%
5	5	31,25%
... contribuye al crecimiento de negocios responsables alrededor del mundo		
1	1	6,25%
2	0	0%
3	1	6,25%
4	5	31,25%
5	9	56,25%
... contribuye al desarrollo social y humano de sus participantes		
1	0	0%
2	0	0%
3	1	6,25%
4	3	18,75%
5	12	75%
Total	16	

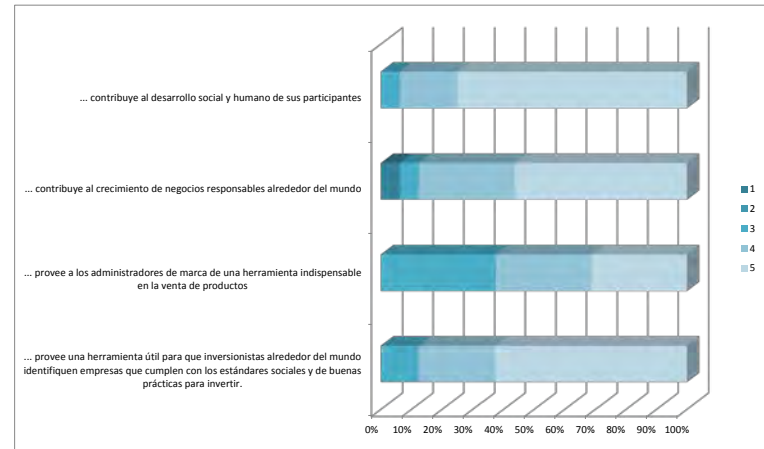
19 - En su opinión: ¿Quién cree que sea el usuario final de los reportes de sustentabilidad emitidos por la empresa?

	Respuestas Total	Porcentaje
... empleados		
Sí	8	50%
No	8	50%
... inversionistas		
Sí	14	87,50%
No	2	12,50%
... proveedores		
Sí	5	31,25%
No	11	68,75%
... competencia		
Sí	9	56,25%
No	7	43,75%
... sector no lucrativo		
Sí	13	81,25%
No	3	18,75%
... prensa		
Sí	12	75%
No	5	31,25%

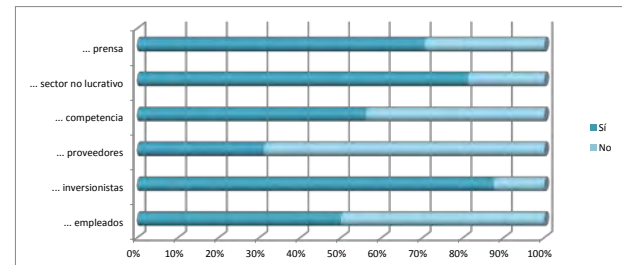
Valor/tem	... precio de la	... aumento e	... aumento e	... mejor relac	... mejora en	... mejora en	... captación d	... donaciones	
Sí	5	11	3	13	3	9	9	8	61
No	11	5	13	3	13	7	7	8	67
p	0,29411765	0,64705882	0,17647059	0,76470588	0,17647059	0,52941176	0,52941176	0,47058824	9 Var. Total
q	0,70588235	0,35294118	0,82352941	0,23529412	0,82352941	0,47058824	0,47058824	0,52941176	8 Total Items
P*q	0,20761246	0,2283737	0,14532872	0,1799308	0,14532872	0,24913495	0,24913495	0,24913495	1,21799308 K(20)
Total	16								0,99



Valor/tem	... provee a una herramienta útil para que	... provee a los administradores de	... contribuye al crecimiento de negocios	... contribuye al desarrollo social y	Total	Varianza	Desv. Est.
1	0	0	1	0	1	0,1875	0,4330127
2	0	0	0	0	0	0	0
3	2	6	1	1	10	4,25	2,06155281
4	4	5	5	3	17	0,6875	0,8291562
5	10	5	9	12	36	6,5	2,54950976
Var. Total					64	11,625	5,87323147
Total muestra					173,1875		16
Total Items					4		1,24
Alfa							



Valor/tem	... empleados	... inversionis	... proveedori	... competenc	... sector no l	... prensa	
Sí	8	14	5	9	13	12	61
No	8	2	11	7	3	5	36
p	0,47058824	0,82352941	0,29411765	0,52941176	0,76470588	0,70588235	156,25 Var. Total
q	0,52941176	0,17647059	0,70588235	0,47058824	0,23529412	0,29411765	6 Total Items
P*q	0,24913495	0,14532872	0,20761246	0,24913495	0,1799308	0,20761246	1,23875433 K(20)
Total	16						1,19

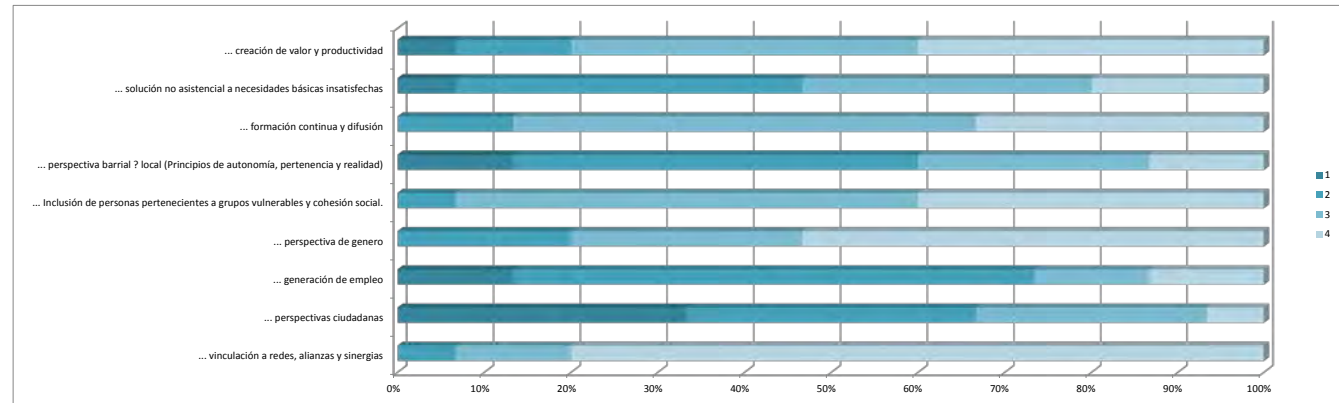


Anexo 7. Alfa de Cronbach y Fórmula 20

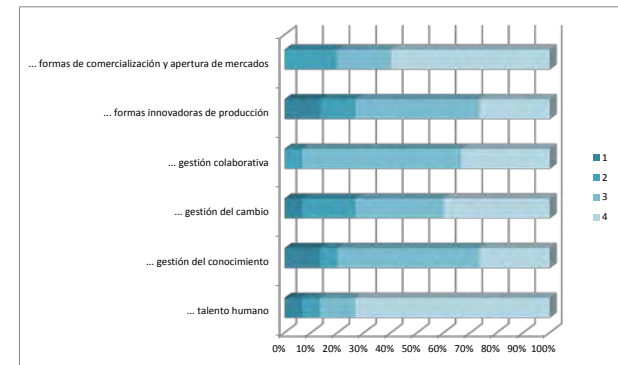
20 - Buenas prácticas sociales		Respuestas Total	Porcentaje
... vinculación a redes, alianzas y sinergias			
1	0	0	0%
2	1	6,67%	
3	2	13,33%	
4	12	80%	
... perspectivas ciudadanas			
1	5	33,33%	
2	5	33,33%	
3	4	26,67%	
4	1	6,67%	
... generación de empleo			
1	2	13,33%	
2	9	60%	
3	2	13,33%	
4	2	13,33%	
... perspectiva de genero			
1	0	0%	
2	3	20%	
3	4	26,67%	
4	8	53,33%	
... Inclusión de personas pertenecientes a grupos vulnerables y cohesión social.			
1	0	0%	
2	1	6,67%	
3	8	53,33%	
4	6	40%	
... perspectiva barrial ? local (Principios de autonomía, pertenencia y realidad)			
1	2	13,33%	
2	7	46,67%	
3	4	26,67%	
4	2	13,33%	
... formación continua y difusión			
1	0	0%	
2	2	13,33%	
3	8	53,33%	
4	5	33,33%	
... solución no asistencial a necesidades básicas insatisfechas			
1	1	6,67%	
2	6	40%	
3	5	33,33%	
4	3	20%	
... creación de valor y productividad			
1	1	6,67%	
2	2	13,33%	
3	6	40%	
4	6	40%	
<b>Total</b>	<b>15</b>		

21 - Buenas prácticas en gestión innovadora		Respuestas Total	Porcentaje
... talento humano			
1	1	6,67%	
2	1	6,67%	
3	2	13,33%	
4	11	73,33%	
... gestión del conocimiento			
1	2	13,33%	
2	1	6,67%	
3	8	53,33%	
4	4	26,67%	
... gestión del cambio			
1	1	6,67%	
2	3	20%	
3	5	33,33%	
4	6	40%	
... gestión colaborativa			
1	0	0%	
2	1	6,67%	
3	9	60%	
4	5	33,33%	
... formas innovadoras de producción			
1	2	13,33%	
2	2	13,33%	
3	7	46,67%	
4	4	26,67%	

Valor/Item	... vinculación	... perspectiva	... generación	... perspectiva	Inclusión d	... perspectiva	formación	... solución no	creación de	Total	Varianza	Desv. Est.
1	0	5	2	0	0	2	0	1	1	11	2,39506173	1,5475987
2	1	5	9	3	1	7	2	6	2	36	7,33333333	2,7080128
3	2	4	2	4	8	4	8	5	6	43	4,39506173	2,09644025
4	12	1	2	8	6	2	5	3	6	45	10,8888889	3,29983165
<b>Var. Total</b>	<b>183,6875</b>	<b>25,0123457</b>	<b>9,6518834</b>	<b>15</b>	<b>15</b>	<b>15</b>	<b>15</b>	<b>15</b>	<b>15</b>	<b>183,6875</b>	<b>Total muestra:</b>	<b>15</b>
											<b>Total Items</b>	<b>9</b>
											<b>Alfa</b>	<b>0,97</b>



Valor/Item	... talento hu	... gestión del	... gestión del	... gestión col	... formas inn	... formas de	Total	Varianza	Desv. Est.
1	1	2	1	0	2	0	6	0,66666667	0,81649658
2	1	1	3	1	2	3	11	0,80555556	0,89752747
3	2	8	5	9	7	3	34	6,55555556	2,56038192
4	11	4	6	5	4	9	39	6,91666667	2,62995564
<b>Var. Total</b>	<b>202,25</b>	<b>14,9444444</b>	<b>6,9043616</b>	<b>15</b>	<b>15</b>	<b>15</b>	<b>202,25</b>	<b>Total muestra:</b>	<b>15</b>
								<b>Total Items</b>	<b>6</b>
								<b>Alfa</b>	<b>1,11</b>





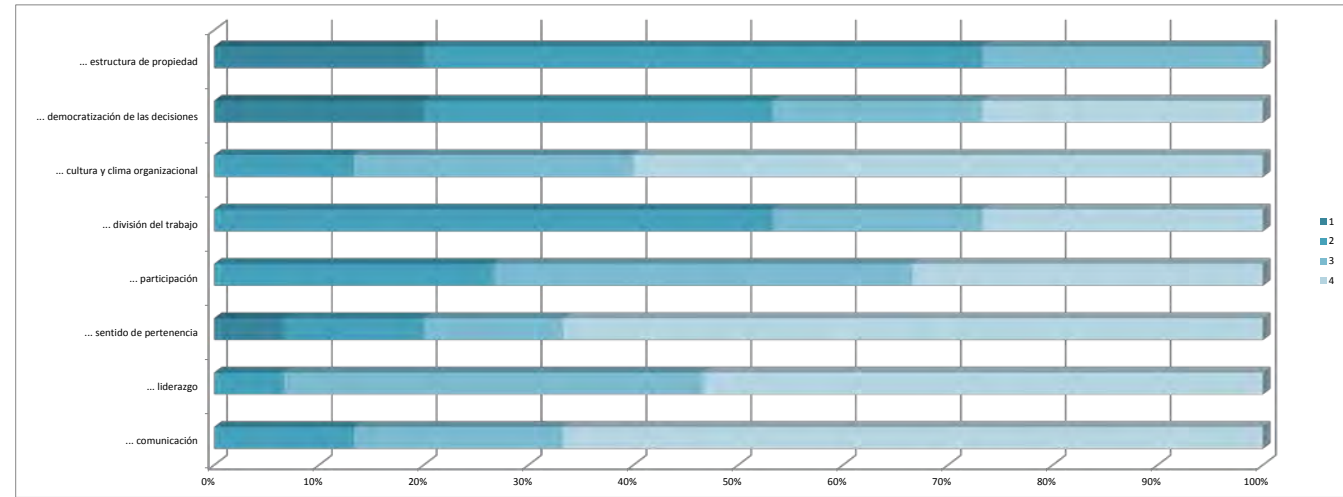
Anexo 7. Alfa de Cronbach y Fórmula 20

... formas de comercialización y apertura de mercados	1	0	0%
	2	3	20%
	3	3	20%
	4	9	60%
<b>Total</b>		<b>15</b>	

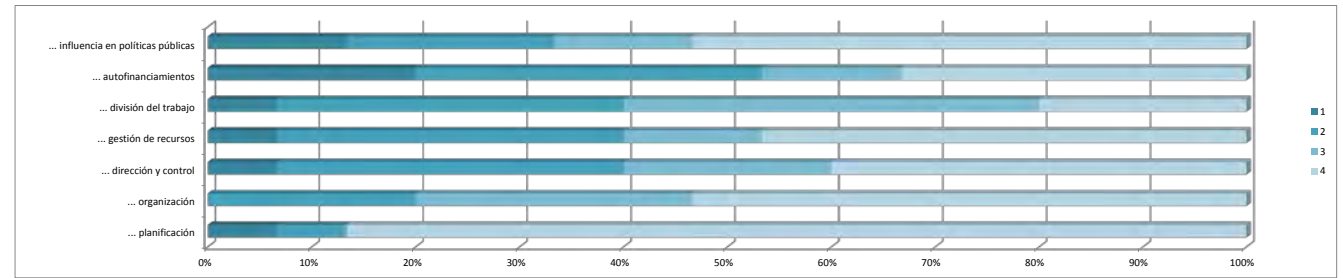
22 - Buenas prácticas en desarrollo organizacional			
	Respuestas Total	Porcentaje	
... comunicación	1	0	0%
	2	2	13,33%
	3	3	20%
	4	10	66,67%
... liderazgo	1	0	0%
	2	1	6,67%
	3	6	40%
	4	8	53,33%
... sentido de pertenencia	1	1	6,67%
	2	2	13,33%
	3	2	13,33%
	4	10	66,67%
... participación	1	0	0%
	2	4	26,67%
	3	6	40%
	4	5	33,33%
... división del trabajo	1	0	0%
	2	8	53,33%
	3	3	20%
	4	4	26,67%
... cultura y clima organizacional	1	0	0%
	2	2	13,33%
	3	4	26,67%
	4	9	60%
... democratización de las decisiones	1	3	20%
	2	5	33,33%
	3	3	20%
	4	4	26,67%
... estructura de propiedad	1	3	20%
	2	8	53,33%
	3	4	26,67%
	4	0	0%
<b>Total</b>		<b>15</b>	

23 - Buenas prácticas en proceso de gestión			
	Respuestas Total	Porcentaje	
... planificación	1	1	6,67%
	2	1	6,67%
	3	0	0%
	4	13	86,67%
... organización	1	0	0%
	2	3	20%
	3	4	26,67%
	4	8	53,33%
... dirección y control	1	1	6,67%
	2	5	33,33%
	3	3	20%
	4	6	40%
... gestión de recursos	1	1	6,67%
	2	5	33,33%
	3	2	13,33%
	4	7	46,67%
... división del trabajo	1	1	6,67%
	2	5	33,33%
	3	6	40%
	4	3	20%
... autofinanciamientos	1	3	20%

Valor/Item	... comunicac	... liderazgo	... sentido de	... participaci	... división de	... cultura y cl	... democratiz	... estructura	Total	Varianza	Desv. Est.
1	0	0	1	0	0	0	3	3	7	1,609375	1,26861145
2	2	1	2	4	8	2	5	8	32	6,75	2,59807621
3	3	6	2	6	3	4	3	4	31	1,859375	1,36358901
4	10	8	10	5	4	9	4	0	50	11,1875	3,34477204
<b>Var. Total</b>									<b>120</b>	<b>21,40625</b>	<b>8,57504871</b>
									<b>233,5</b>	<b>Total muestrs</b>	<b>15</b>
										<b>Total Items</b>	<b>8</b>
									<b>Alfa</b>		<b>1,04</b>



Valor/Item	... planificac	... organizaci	... dirección y	... gestión de	... división de	... autofinanc	... influencia	Total	Varianza	Desv. Est.
1	1	0	1	1	1	3	2	9	0,7755102	0,88063057
2	1	3	5	5	5	5	3	27	2,12244898	1,45686272
3	0	4	3	2	6	2	2	19	3,06122449	1,74963553
4	13	8	6	7	3	5	8	50	8,40816327	2,8996833
<b>Var. Total</b>								<b>105</b>	<b>14,3673469</b>	<b>6,98681212</b>
								<b>228,6875</b>	<b>Total muestrs</b>	<b>15</b>
									<b>Total Items</b>	<b>7</b>
								<b>Alfa</b>		<b>1,09</b>

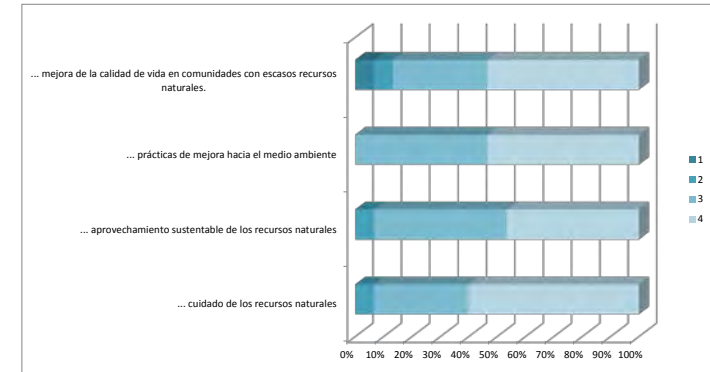


2	5	33,33%
3	2	13,33%
4	5	33,33%
... influencia en políticas públicas		
1	2	13,33%
2	3	20%
3	2	13,33%
4	8	53,33%
Total	15	

24 - Prácticas relacionadas con el desarrollo sustentable

	Respuestas Total	Porcentaje
... cuidado de los recursos naturales		
1	0	0%
2	1	6,67%
3	5	33,33%
4	9	60%
... aprovechamiento sustentable de los recursos naturales		
1	0	0%
2	1	6,67%
3	7	46,67%
4	7	46,67%
... prácticas de mejora hacia el medio ambiente		
1	0	0%
2	0	0%
3	7	46,67%
4	8	53,33%
... mejora de la calidad de vida en comunidades con escasos recursos naturales.		
1	1	6,67%
2	1	6,67%
3	5	33,33%
4	8	53,33%
Total	15	

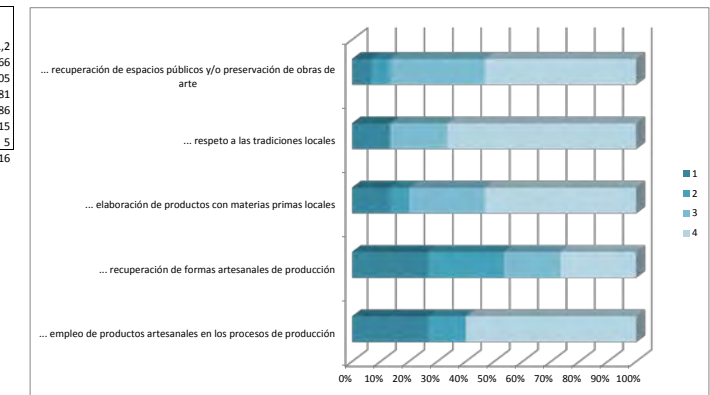
Valor/Item	... cuidado de	... aprovecha	... prácticas d	... mejora de	Total	Varianza	Desv. Est.
1	0	0	0	0	1	0,1875	0,4330127
2	1	1	1	0	3	0,1875	0,4330127
3	5	7	7	5	24	1	1
4	9	7	8	8	32	0,5	0,70710678
Var. Total					60	1,875	2,57313218
					177,5	Total muestr	15
						Total Items	4
						Alfa	1,32



25 - Prácticas relacionadas con recuperación de tradiciones.

	Respuestas Total	Porcentaje
... empleo de productos artesanales en los procesos de producción		
1	4	26,67%
2	2	13,33%
3	0	0%
4	9	60%
... recuperación de formas artesanales de producción		
1	4	26,67%
2	4	26,67%
3	3	20%
4	4	26,67%
... elaboración de productos con materias primas locales		
1	2	13,33%
2	1	6,67%
3	4	26,67%
4	8	53,33%
... respeto a las tradiciones locales		
1	2	13,33%
2	0	0%
3	3	20%
4	10	66,67%
... recuperación de espacios públicos y/o preservación de obras de arte		
1	1	6,67%
2	1	6,67%
3	5	33,33%
4	8	53,33%
Total	15	

Valor/Item	... empleo de	... recuperaci	... elaboración	... respeto a l	... recuperaci	Total	Varianza	Desv. Est.
1	4	4	4	2	2	13	1,44	1,2
2	2	2	4	1	0	8	1,84	1,356466
3	0	3	4	4	3	15	2,8	1,67332005
4	9	4	8	10	8	39	4,16	2,03960781
Var. Total					75	10,24	6,26939386	
					143,1875	Total muestr	15	
						Total Items	5	
						Alfa	1,16	



26 - Si desea agregar algún comentario adicional, siéntase libre de hacerlo.

Respuestas Total	Porcentaje
0	0%
0	
Total	



UNIVERSIDAD NACIONAL  
AUTÓNOMA DE  
MÉXICO

Programa de Posgrado en Ciencias de la  
Administración  
Oficio: PPCA/GA/2011

**Asunto:** Envío oficio de nombramiento de jurado de Maestría.

**Coordinación**

**Dr. Isidro Ávila Martínez**  
**Director General de Administración Escolar**  
**de esta Universidad**  
**Presente**

At'n.: Dr. Manuel Enrique Vázquez Valdés  
Coordinador de la Unidad de Administración del Posgrado

Me permito hacer de su conocimiento, que el alumno **Angel Gilberto Jiménez Pensado**, presentará la tesis dentro del Plan de **Maestría en Finanzas** toda vez que ha concluido el Plan de Estudios respectivo, por lo que el Subcomité de asuntos académicos y administrativos de Maestrías, tuvo a bien designar el siguiente jurado:

Dr. Ricardo Alfredo Varela Juárez	Presidente
Dr. José Antonio Morales Castro	Vocal
Dr. Arturo Morales Castro	Secretario
M.A. María Cristina Ordoñez Luna	Suplente
M.F. María del Rosario Higuera Torres	Suplente

Por su atención le doy las gracias y aprovecho la oportunidad para enviarle un cordial saludo.

Atentamente  
"Por mi raza hablará el espíritu"  
Ciudad Universitaria, D.F., 24 de noviembre de 2011.

**El Coordinador del Programa n**

**Dr. Ricardo Alfredo Varela Juárez**