



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE
MÉXICO

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN

**EL ÍNDICE DE PRECIOS Y COTIZACIONES SUSTENTABLE
EN LA BOLSA MEXICANA DE VALORES**

TESIS PROFESIONAL
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

LICENCIADO DE ADMINISTRACIÓN

PRESENTA:

BERISTÁIN MARTÍNEZ GUADALUPE DEL CARMEN

ROCHA GARCÍA JOEL

ASESOR:

MTRA. PAOLA SELENE VERA MARTÍNEZ



MÉXICO, D.F

2012



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 nuestra asesora

Mtra. Paola Selene Vera Martínez por apoyarnos en este camino, por sus conocimientos, comentarios, apreciaciones y críticas que hicieron que esta tesis resultase mejor de lo que se proyectaba inicialmente.

Al Seminario de Industria y Desarrollo Sustentable

Por brindarnos su espacio para retroalimentar nuestro trabajo y apoyarnos con sus aportaciones, críticas, y consejos, en especial a la Dra. Nadima S. Domínguez, por apoyarnos y creer en nosotros.

Agradecimientos de Guadalupe del Carmen

A mis padres: Norma Angélica y José Odilón

Por ser el pilar fundamental de todo lo que soy, por su incondicional apoyo en todo momento, por sus consejos, sus valores, por la motivación constante Gracias a mi mamá por ser mi ejemplo y la persona que más admiro

A mis familiares

A mi hermana Norma por ser el ejemplo de una hermana mayor y de la cual aprendí aciertos y de momentos difíciles; a mis hermanos por estar conmigo y apoyarme en los momentos difíciles y a todos aquellos que participaron directa o indirectamente en la elaboración de esta tesis.

Agradecimientos de Joel

A mis padres: Ma. Gribaud y Joel R. Urrutia

Por brindarme la vida, el cuidado, y la oportunidad de crecer, gracias también por ser mis mentores, mi sostén y mi guía desde que tengo memoria, inclusive con los difíciles obstáculos y tropiezos, gracias por su cariño y por su incondicional comprensión.

A mis familiares

A mi hermano Ladislao por toda su ayuda y madurez mostrada. A mi tía Olga por su respaldo, a tías, primos y amigos por su afecto, por su visión, y por hacer de mi existencia una experiencia de vida llena de alegría y perseverancia.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN

CAPÍTULO 1. VISIÓN INSTITUCIONAL DE LA SUSTENTABILIDAD.....	15
1.1. Definición.....	15
1.2. Sustentabilidad en México.....	18
1.3. Sustentabilidad y las empresas en México.....	27
CAPÍTULO 2. SUSTENTABILIDAD EN EL CONTEXTO EMPRESA.....	31
2.1 Sustentabilidad en el contexto empresa	31
2.2. Triple Bottom Line.....	35
2.2.1. Gestión ambiental	37
2.2.2. Gobierno corporativo.....	39
2.2.3. Responsabilidad social corporativa.....	43
2.3 Stakeholders.....	46
CAPÍTULO 3. IPC SUSTENTABLE.....	50
3.1 Antecedentes de Índices sustentables	51
3.2 IPC Sustentable.....	53
3.3 Comparación de la metodología con otros índices sustentables.....	80
CAPÍTULO 4. ANÁLISIS DE LA MUESTRA.....	88
4.1 Wal-Mart.....	88
4.2 América Móvil.....	99
4.3 Alsea.....	113
4.4 Grupo Televisa.....	129
CONCLUSIONES.....	144
REFERENCIAS.....	152

INTRODUCCIÓN

El desarrollo sustentable, ha sido un concepto sujeto a mucha controversia desde que el informe Brundtland lo extendió en 1987, esto por ser únicamente expuesto como una necesidad humana de desarrollo económico y preservación de recursos naturales para el futuro, pero sin ofrecer las herramientas de evaluación, así como no indicar las medidas que los países adoptarían para alcanzarlo. Desde entonces este concepto abierto a diferentes interpretaciones ha sido acogido en diferentes ámbitos como académicos, ideológicos e institucionales (Membratu, 1998). Innegablemente las empresas también hicieron suyo un discurso sustentable, comenzó entonces una transformación global de lo que un negocio debería de representar para la sustentabilidad.

En México, una de las iniciativas de mayor importancia para lo que la sustentabilidad se refiere, fue la creación de la Ley General de Equilibrio Ecológico y Protección Ambiental (LGEEPA) publicada en el año de 1988, la cual fue creada con el objetivo de preservar el medio ambiente y restaurar el equilibrio ecológico. (Escobar, 2007)

A pesar de ser un avance para la esfera ambiental de nuestro país, la LGEEPA, no sanciona a las empresas que no cumplen con la ley, no audita, deja que los indicadores económicos sean quienes incentiven a las empresas en materia sustentable, que los indicadores sancionen a aquellas empresas que no se preocupen por preservar y restaurar el equilibrio ecológico (LGEEPA, art. 21, 38, 38 Bis; 2012)

En este contexto surge el IPC Sustentable, visto como un indicador económico de mercado de acuerdo a lo que la LGEEPA establece en el artículo 21, que éste sirva para promover en las empresas inscritas en la BMV la sustentabilidad, y para que “haga asumir los costos a aquellas empresas que hagan uso indebido de los recursos naturales o alteren el ecosistema” (LGEEPA, 2012).

En el año 2010 la Bolsa Mexicana de Valores dio inicio a un proyecto para la creación de un índice verde, pero no fue hasta el 2011 que comenzó a cotizar dentro del mercado como el Índice de Precios y Cotizaciones Sustentable (IPC Sustentable).

El IPC Sustentable es un índice que se propone representar a las empresas mexicanas, que se encuentran mejor posicionadas en relación a su compromiso con el medio ambiente, gobierno corporativo y responsabilidad social, el IPC Sustentable dio inicio el 8 de diciembre del 2011, integrado por 23 empresas.

Uno de los principales objetivos del índice es fomentar el compromiso por el medio ambiente, gobierno corporativo y responsabilidad social en las empresas, para así posicionar tanto a México como a la Bolsa Mexicana de Valores dentro de las tendencias en materia sustentable y proyectar a las emisoras sustentables a nivel global. (IPC Sustentable, 2012)

Para evaluar a estas empresas la BMV trabajó en conjunto con las calificadoras Experts in Responsible Investment Solutions (EIRIS) en México Ecovalores y la Universidad Anáhuac del Sur, las cuales evalúan a las empresas bajo tres criterios; medio ambiente, gobierno corporativo y responsabilidad social (BMV, 2012). Hay que destacar que la calificadora EIRIS participa en la evaluación de otras empresas que integran índices sustentables a nivel mundial, utilizando la misma metodología para todos los índices con diferentes criterios de evaluación dependiendo de los requisitos que tenga cada índice. Mientras que la Universidad Anáhuac del Sur sólo ha participado en la evaluación de este índice y no tiene información pública sobre su metodología para la evaluación de las empresas; por lo que el estudio se centra en la metodología hecha por EIRIS.

Durante nuestra investigación preliminar encontramos varias debilidades tanto en la metodología de evaluación por parte de la Calificadora EIRIS como de los criterios de inclusión de la Bolsa Mexicana de Valores, los cuales realmente no fomentan la sustentabilidad en las empresas.

El análisis que realizó EIRIS es de carácter normativo, por lo que se fundamenta en lo que las empresas deberían de hacer en base en lo que ellos consideran como las mejores prácticas internacionales del sector (EIRIS, 2009).

Algunos de los criterios en los que se basa la evaluación de EIRIS, son principios o recomendaciones sobre gobierno corporativo y prácticas sustentables que las empresas deberían de realizar; sin embargo este tipo de criterios no son auditados por las Instituciones que los emiten, por lo que las empresas publican en sus reportes anuales que están trabajando en base a ellos, pero no hay una institución que asegure que realmente lo están cumpliendo.

La metodología de EIRIS se basa en los reportes que las empresas publican en sus páginas de internet, y la información que les llega a proporcionar la misma empresa, sin embargo no se observa ninguna practica que pueda comprobar que las empresas este cumpliendo con los proyectos y la información que publican dentro de sus reportes Esto representaría mayor trabajo para la evaluadora. . Como consecuencia existe la posibilidad de que no todas las empresas que están incluidas en el índice, practiquen lo que están diciendo en sus informes. Si comparamos esto con la metodología que utiliza Sustainability Asset Management (SAM por sus siglas en inglés) dentro del índice Dow Jones observamos que ellos toman en cuenta los comentarios que tengan los grupos de interés sobre las empresas, mientras que en el caso de la metodología, que EIRIS realizó para el IPC Sustentable no se acercan ni muestran interés sobre las partes interesadas. (Fowler y Hope, 2007)

Si realmente el IPC Sustentable fomenta estrategias con orientación sustentable en las empresas, pudo haber incluido a estas empresas: Bio-pappel, Grupo Soriana, Vitro y Grupo Herdez, que obtuvieron el sello de sustentables por la calificadora EIRIS, pero que por no contar con el 30% de nivel de capitalización requerido para su inclusión en el índice quedaron fuera, aun cuando las empresas

Vitro y Grupo Soriana pertenecen a la primera generación de empresas¹ en reportar su compromiso con la sustentabilidad, formando parte de las empresas precursoras en publicar sus prácticas sustentables en México, de esta forma la BMV está dando mayor importancia al nivel de capitalización de las empresas y no favorece en gran medida el hecho de que las empresas presenten practicas sustentables, por lo que podría estar beneficiando a empresas con dudosas prácticas de sustentabilidad, que tienen menor tiempo en mostrar interés en la sustentabilidad.

¹ De acuerdo al análisis que realiza Meyskens, Moriah y Paul, Karen en “The Evolution of Corporate Social Reporting Practices in Mexico”, la primera generación de las empresas en reportar informes de prácticas de responsabilidad social empresarial, comenzó en el 2002.

Justificación

Elegimos este tema debido a que la sustentabilidad ha cobrado cada vez mayor importancia en respuesta a la necesidad de preservar el medio ambiente y mejorar la calidad de vida de los seres humanos, principalmente para un país en vías de desarrollo como México donde no se debe de sacrificar su entorno por crecimiento económico.

En este contexto las empresas juegan un papel importante, siendo ellas las que en ocasiones llegan a provocar gran contaminación, pero asimismo tienen las capacidades para propiciar el desarrollo sustentable en un país. Por lo que la BMV se dio a la tarea de crear un índice que promoviera la implementación y cumplimiento de estrategias con orientación sustentable, un proyecto que si se aplicara eficientemente rendiría muchos frutos en beneficio de todos. Es por ello, que consideramos fundamental estudiar Índice de Precios y Cotizaciones Sustentable para verificar su credibilidad en relación con el tema de sustentabilidad.

Pregunta de investigación

¿Cómo contribuye el Índice de Precios y Cotizaciones Sustentable para promover la implementación y cumplimiento de estrategias con orientación sustentable de las empresas que cotizan en él?

Hipótesis

1. Podría el Índice de precios y Cotizaciones Sustentable, estar promoviendo empresas que no implementan y cumplen estrategias con orientación sustentable.

2. El Índice de Precios y Cotizaciones Sustentable está orientado a profundizar el mercado bursátil, realmente no promueve la sustentabilidad dentro de las empresas que cotizan en la BMV.

Objetivo

- Analizar el marco teórico de la sustentabilidad en el contexto empresa con el fin de comprender los requerimientos que demanda la sustentabilidad en las empresas mediante la revisión de la literatura.
- Analizar la metodología que utiliza la BMV y la calificadora EIRIS para evaluar a las empresas que se incluyen en el IPC Sustentable con la finalidad de averiguar los requisitos que se les exigen a éstas, mediante la revisión de las publicaciones hechas en su página de internet.
- Comparar la metodología de evaluación de IPC sustentable contra los tres principales índices sustentables en el mundo (DJSI, FSTE4Good, ISE Bovespa) con el fin de conocer otras metodologías de evaluación de índices sustentables.
- Describir las estrategias con orientación sustentable de una muestra de cuatro empresas, para conocer qué tan orientadas están sus estrategias con la sustentabilidad.

Metodología

1. Investigación documental

Se ha hecho la revisión de la literatura, detectando, obteniendo y consultando materiales que pueden ser útiles para el propósito de este estudio. Así como también se ha extraído y recopilado la información relevante y necesaria que atañe a nuestra investigación.

Se inició la investigación documental localizando las fuentes de información que se necesitarían. Posteriormente de haber localizado las fuentes de información se

prosiguió a consultarlas y a seleccionar aquellas que fueran de utilidad para el propósito del trabajo y desechando aquellas fuentes que no eran útiles para la investigación.

Una vez seleccionadas las fuentes de información que nos sirvieron para el trabajo, se revisaron cuidadosamente y se extrajo la información necesaria para colocarla en fichas de trabajo, para su fácil manejo y acceso.

Dentro de la investigación se consultaron las siguientes fuentes de información:

- Libros
- Informes de sustentabilidad de las empresas
- Artículos de revistas especializadas
- Artículos de periódicos
- Catálogos de información del Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática, INEGI.
- Publicaciones de la BMV
- Páginas electrónicas

La Investigación Documental nos da un panorama sobre el estado de conocimiento en el que se encuentra nuestra temática de investigación.

2. Investigación Cuantitativa

Para seleccionar a las empresas que serán analizadas se establecieron los siguientes criterios de selección:

- Sus informes deben de estar basados en el Global Reporting Initiative
- Deben de aplicar estrategias sustentables.
- Deben de cotizar en el IPC Sustentable y en el IPC o únicamente en el IPC
- No deben entrar en el sector financiero

Se eligieron 4 empresas de las 16 que cumplieron con los criterios de selección (ver anexo). Dos empresas con sector de alto impacto ambiental, una que cotice

tanto en el IPC Sustentable como en el IPC y otra que solo cotice en el IPC posteriormente se eligieron otras dos empresas que pertenecen a un sector de bajo impacto ambiental y al igual que las empresas seleccionadas de alto impacto se eligió una que cotizara tanto en el IPC Sustentable y en el IPC y otra que solo cotizara en el IPC. Ninguna empresa fue clasificada de impacto medio por lo que no se tomó en cuenta este impacto.²

De las cuatro que se eligieron dos, cotizan en el IPC (Alsea y Televisa), y dos cotizan tanto en el IPC como en el IPC Sustentable (América Móvil y Wal-Mart).

Cuadro 1.1
Muestra de las empresas

Empresa	Índice en el que cotiza	Sector	Impacto del sector	Años reportando	GRI
WALMEX	IPC, IPC Sustentable	Productos de consumo frecuente	Alto	2006	✓
ALSEA	IPC	Servicios y bienes de consumo no básico.	Alto	2007	✓
AMXL	IPC, IPC Sustentable	Servicios de telecomunicaciones	Bajo	2006	✓
TELEVISA	IPC	Telecomunicaciones	Bajo		

Se eligió a Televisa, a pesar de que no cumple con dos de los criterios de selección establecidos para realizar la investigación, porque será parte de la muestra del IPC Sustentable del 2013, por lo que da pie a realizar un estudio sobre esta empresa, la cual no cuenta con reportes públicos de sustentabilidad.

² Clasificados los sectores de las empresas de acuerdo a la tabla de impacto ambiental, hecha por la calificadora EIRIS.

Asimismo se eligió a Alsea porque será parte de la muestra del IPC Sustentable para el año 2013, cumpliendo con todos los criterios establecidos para realizar la investigación.

Se realizó un análisis financiero a las empresas seleccionadas.

Para realizar el análisis financiero, se ocupó el método de análisis vertical y horizontal. En el análisis vertical, ocuparemos las razones financieras para cada ejercicio, basándonos en los datos proporcionados por los estados financieros de cada uno de los años del periodo seleccionado. Dentro del análisis horizontal se analizarán los cambios positivos o negativos que ha sufrido la empresa durante el periodo seleccionado, midiendo los aumentos y disminuciones entre cada periodo.

Se eligió el periodo 2008-2011 para observar si hay cambios en la estructura financiera en las empresas a partir del anuncio de su ingreso al IPC Sustentable, aplicando el mismo periodo para las empresas que aún no se encuentran dentro del IPC Sustentable. Recalcando que el anuncio de las empresas que se incluirían en el índice se hizo en el año 2010.

Resumen Capitular

Capítulo 1. Visión institucional de la sustentabilidad

En este capítulo se analiza los antecedentes y definición de la sustentabilidad en un contexto institucional³. Enfocándonos en lo que dispone la Ley General de Equilibrio Ecológico y Protección Ambiental sobre la sustentabilidad en las empresas. Posteriormente se habla de la principal institución en México enfocada a la sustentabilidad, la Secretaría del Medio Ambiente. Por último se estudia la influencia de la sustentabilidad en las empresas mexicanas y como éstas lo han adoptado a su forma.

Capítulo 2. Sustentabilidad en el contexto empresa

En este capítulo principalmente nos enfocamos en analizar las visiones académicas de la sustentabilidad, su relación con la empresa, exponiendo principalmente los aportes del área administrativa. Analizamos el enfoque Triple Bottom Line, porque ha sido fuertemente considerado como punto de partida para crear estándares en materia de sustentabilidad como el GRI, y metodologías de evaluación de índices sustentables como el DJSI. A continuación se analizan los conceptos que desprenden del TBL y son aplicados en el contexto empresarial; gestión ambiental, gobierno corporativo, responsabilidad social corporativa, y finalmente el concepto de partes de interesadas (stakeholders).

Capítulo 3. IPC sustentable

En este capítulo se analiza los antecedentes al IPC Sustentable, los criterios de inclusión, exclusión y metodología utilizada por la calificadora EIRIS para la evaluación de las empresas. De igual forma se describen los componentes del IPC Sustentable de la muestra del 2011.

Se estudia y compara la metodología de tres índices sustentables reconocidos a nivel mundial (DJSI, FTSE4Good, ISE Bovespa), analizando principalmente las

³Basándonos en la división que hace Membratu (1998) de las visiones de la sustentabilidad, descartando la visión ideológica.

fuentes de información de cada uno de los índices, así como sus pros y contras de cada uno.

Capítulo 4. Análisis de la muestra

En este capítulo se describe; antecedentes, las actividades principales, canales de distribución, gama de productos, estrategias con orientación sustentable, para cada una de las empresas seleccionadas en la muestra de nuestra investigación (Wal-Mart, América Móvil, Alsea, Televisa). Asimismo se les realiza un análisis financiero, para el periodo 2008-2011 a través de razones financieras.

CAPÍTULO 1. VISIÓN INSTITUCIONAL DE LA SUSTENTABILIDAD

Introducción

El desarrollo sustentable posee una carga muy especial en nuestros tiempos, ya que representa uno de los mayores retos que enfrentan los seres humanos en toda su evolución. Existen evidencias de que en el pasado hubo sociedades que enfrentaron problemas debido a la sobreexplotación de recursos en sus ecosistemas, tal como lo expone *Diamon M. Jared (2006). Colapso: por qué unas sociedades perduran y otras desaparecen*. Si bien es cierto que en el pasado distintas civilizaciones experimentaron problemas sociales y medioambientales y en muchos casos los llevó al declive hay muchas otras que continúan coexistiendo en nuestros tiempos. Aun cuando a las enseñanzas que la historia nos sugiere lecciones para entender como prosperar en el futuro, debemos poner especial atención al hecho de que las civilizaciones antiguas no tenían redes comerciales ni de comunicación entre ellas, esto es; no existía la economía global que impera hoy en día, es por ello que nuestro futuro como mundo depende de nuestra capacidad para desarrollar soluciones a los problemas medioambientales y sociales. Esto quiere decir que la complejidad de los problemas ambientales y económicos que vivimos en la actualidad los hace de una magnitud tal que nunca antes había sido enfrentada por la humanidad. No obstante somos optimistas y debemos reconocer que como civilización tenemos muchos puntos a favor tales como acervo de conocimientos, mejores tecnologías y gran capacidad de innovación. Ante el desarrollo sustentable sólo hace falta voluntad y compromiso de todos para llevarlo a cabo.

1.1. Definición

Con frecuencia en los discursos tanto de oratoria como los literarios suele abusarse y distorsionarse la definición de sustentabilidad ó desarrollo sustentable, e inclusive su traducción cambia pues en países como España o argentina, se traduce como desarrollo sostenible, mientras que en América Latina en general es

traducido como desarrollo sustentable, es por eso que para nuestro trabajo hemos considerado necesario desenmarañar de las distintas posibilidades de abordar el concepto para que quede claro y entendible a que nos referimos cuando hablamos de sustentabilidad y desarrollo sustentable, para ello hemos acordado hacer uso de tanto la visión institucional como de la académica dentro de nuestra investigación.

Hablar de sustentabilidad y desarrollo sustentable, es hablar de un término que comenzó a propagarse a finales de la década de los 80's, con el informe Brundtland, dicho informe define al desarrollo sustentable de la siguiente forma:

“El desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer sus propias necesidades” (CMMAD: 41)

Brundtland es importante porque pone a todos bajo un mismo techo, reconociendo los problemas globales y no únicamente de países desarrollados sino también a los países en desarrollo los cuales no deberían cometer los mismos errores de aquellos, Brundtland logra esto debido a que no sólo reconoce problemas ambientales también problemas sociales trazando una guía para el trabajo conjunto entre gobierno, comunidad y empresas. De esta forma se desarrolló un esquema en el cual convergen tres esferas básicas en el concepto de desarrollo sustentable: la económica, la social y la ambiental.

“En esencia, el desarrollo sostenible es un proceso de cambio en el cual la explotación de los recursos, la dirección de las inversiones, la orientación del desarrollo tecnológico y el cambio institucional están en armonía y mejoran el potencial actual y futuro para satisfacer las necesidades y aspiraciones humanas”(CMMAD: 43)

De esto podemos darnos cuenta que el desarrollo sustentable demanda administración en todos los niveles, pues tenemos recursos en proceso que deben ser utilizados de la manera más eficiente posible para lograr un fin común; las necesidades y aspiraciones humanas.

Tabla 1.1
Visiones Institucionales

Año	Autor/Institución	Concepto	Puntos Claves
1987	Informe Brundtland, Comisión Mundial para el Medio Ambiente y Desarrollo (ONU)	El desarrollo sustentable es: “El desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer sus propias necesidades”	Tres pilares: económico, social, ambiental.
1988	Ley General de Equilibrio Ecológico y Protección al Medio Ambiente	El proceso evaluable mediante indicadores de carácter ambiental, político y social que tiende a mejorar la calidad de vida y la productividad de las personas, que se funda en medidas apropiadas de preservación del equilibrio ecológico, protección al ambiente y aprovechamiento de recursos naturales, de manera que no se comprometa la satisfacción de las necesidades de las generaciones futuras	Proceso medible Calidad de vida Generaciones futuras
1989	The Natural Step (NTS)	Comunidad de científicos que argumenta 4 condiciones mínimas para la sustentabilidad en base a las leyes de la termodinámica. ⁴	Causas iniciales (Proactiva) Principios de la ecoesfera
2007	Sustainable Asset Management	(Sustentabilidad es) un enfoque de negocio que crea valor al accionista a largo plazo de abrazar las oportunidades y gestionar los riesgos derivados de la económica, desarrollos ambientales y sociales.	Valor al accionista a largo plazo

Fuente: Elaboración propia con base en: Fowler J. y Hope (2007); LGEEPA (2012); (CMMAD, 1987)

NTS es una organización creada sin ánimo de lucro creada en 1989, por una comunidad de científicos lo cuales argumentan que Brundtland ofreció una

4Los 4 principios del desarrollo sustentable por NTS:

1. Las sustancias extraídas de la litosfera no deben acumularse de forma sistemática en la ecoesfera.
2. Las sustancias producidas por nuestra sociedad no deben acumularse de forma sistemática en la ecoesfera.
3. Las condiciones físicas de producción y de diversidad de la ecoesfera no deben ser deterioradas de forma sistemática.
4. La utilización de los recursos debe ser eficaz y correcta con respecto a las necesidades humanas.

definición muy conmovedora de desarrollo sustentable, pero que no ofrecía claridad de estrategias eficaces para conseguir una planeta sustentable, por ello NTS ofrecen las cuatro condiciones arraigadas en la ciencia que permiten establecer estrategias dirigidas a la sustentabilidad.

1.2 Sustentabilidad en México

El crecimiento económico de los países que hoy son considerados emergentes, se caracterizó por no reconocer el valor de los recursos naturales o el efecto de los procesos de industrialización sobre el medio ambiente. (Varela et al., 2000:34) El crecimiento económico de México se debe en gran parte a la falta de pago por el consumo del stock del capital natural y en consecuencia al deterioro de la calidad de vida de la población. (Escobar, 2007)

México es un país que se encuentra en vías de desarrollo. Por esta razón es mucho más trascendental la sustentabilidad en un país que debe de alinear el desarrollo que está teniendo con todas las esferas del desarrollo sustentable, ya que estos no pueden ni deben ser separados (OCDE, 2012; Naina, 2005), el medio ambiente y el desarrollo no constituyen desafíos separados; están inevitablemente interligados. “El desarrollo no se mantiene si la base de recursos ambientales se deteriora; el medio ambiente no puede ser protegido si el crecimiento no toma en cuenta las consecuencias de la destrucción ambiental” (CMMAD: 40), esta es una de las ideas centrales con las que parte el informe Brundtland, el desarrollo y el medio ambiente pueden trabajar en armonía, sobre todo para los países que están en desarrollo, como es el caso de México.

Para México el desarrollo sustentable implica dos cosas fundamentales: por un lado, mejorar los niveles de vida de la población mediante el desarrollo económico y social y, por otro, asegurar que las pautas de producción y consumo del crecimiento económico no rebasen la capacidades de carga de los ecosistemas que proveen los espacios y las materias primas que lo hacen posible. (SEMARNAT, 2006)

En este contexto el desarrollo sustentable debe de permitir el crecimiento de un país, debe de “integrar una cooperación tecnológica y científica entre países” (OCDE, 2012), no debe de sacrificar los intereses empresariales, gubernamentales o sociales de cada país.

Poco después del informe Brundtland, México participo junto con la Agencia de Protección Ambiental de Estados Unidos (EPA, por sus siglas en ingles) y el Marco de Programa Frontera XXI, para desarrollar una serie de indicadores ambientales para la región fronteriza, los cuales fueron publicados en 1997 (Cepal, 2001). El principal objetivo de estos indicadores era el de contribuir al conocimiento de la problemática de sustentabilidad y al diseño de estrategias y políticas para mitigar esta problemática, los indicadores se enfocaron en los siguientes temas; económico, demográfico, ambiental e institucional. (Hass, Brunvoll, y Hoie 2002). Los indicadores tienen que irse innovando y reflejar nuevos datos que vayan midiendo sus avances (OCDE, 2012)

Los indicadores sin duda demuestran el deterioro ambiental en México, que cada vez se hace más evidente, la necesidad de aplicar una política pública que contribuya de manera decisiva a revertir esta tendencia. La necesidad de la creación de leyes que regulen a la sociedad en materia sustentable, principalmente a las empresas, ya que estas son una de las partes que contaminan más, y que tienen gran impacto dentro del país tanto en cuestión ambiental como social.

Después de la creación de los indicadores el gobierno emprendió acciones que en cierta forma contrarrestaban varios de los efectos negativos de la actividad que tiene la sociedad sobre el ecosistema y sobre ella misma, sin embargo su eficiencia fue limitada en comparación de los problemas por resolver y del tiempo.

Para lograr un desarrollo sustentable en el país se requiere de cambios institucionales sustanciales, cambios en la gobernanza y en las políticas económicas (OCDE, 2012;Naina ,2005). Se necesita que los actores que deben

de regular a la sociedad en materia sustentable dejen de ser participantes pasivos y se vuelvan participantes activos que verdaderamente regulen y sancionen a quienes no cumplan con la ley.

1.2.2. Ley General de Equilibrio Ecológico y Protección al Ambiente

Dentro de las acciones que implemento el gobierno para contrarrestar los efectos negativos de la sociedad sobre el ecosistema fue la creación de la Ley General del Equilibrio Ecológico y Protección Ambiental (LGEEPA), creada el 28 de enero de 1988. Desde su publicación han realizado varias reformas, pero la principal reforma es la de 1996. La LGEEPA está dividida en seis títulos, y cuenta con 204 artículos. La ley cuenta con cuatro reglamentos en materia ambiental, el primero reglamenta la contaminación atmosférica, fija procedimientos administrativos y algunas restricciones que tienen las empresas en materia de contaminación de la atmósfera, el segundo se refiere al manejo y disposición de residuos peligrosos, el tercero reglamenta el ruido y por último el cuarto se ocupa del impacto ambiental de obras y actividades.

La ley principalmente se refiere a la preservación y restauración del equilibrio ecológico, así como a la protección al ambiente, sus disposiciones son de orden público e interés social, de tal manera que cualquier actividad debe sujetarse a las disposiciones contenidas en la misma.

Después de que se realizó un análisis a la LGEEPA se encontró que cuenta con varios puntos débiles, entre ellos es el no establecer auditorías obligatorias de instituciones que verifiquen si realmente están cumpliendo con lo dispuesto en la ley, otro punto débil es la falta de regulación de las instituciones sobre los productores, empresas u organizaciones empresariales en materia ambiental, deja estos puntos clave en las empresas, para que ellas se autorregulen y auditen respecto a la contaminación y riesgos que generan, así como el grado de cumplimiento de la normatividad ambiental. A continuación se encuentran los artículos que citan a estos puntos clave dentro de la LGEEPA

ARTÍCULO 38.- Los productores, empresas u organizaciones empresariales podrán desarrollar procesos voluntarios de autorregulación ambiental, a través de los cuales mejoren su desempeño ambiental, respetando la legislación y normatividad vigente en la materia y se comprometan a superar o cumplir mayores niveles, metas o beneficios en materia de protección ambiental.

ARTÍCULO 38 BIS.- Los responsables del funcionamiento de una empresa podrán en forma voluntaria, a través de la auditoría ambiental, realizar el examen metodológico de sus operaciones, respecto de la contaminación y el riesgo que generan, así como el grado de cumplimiento de la normatividad ambiental y de los parámetros internacionales y de buenas prácticas de operación e ingeniería aplicables, con el objeto de definir las medidas preventivas y correctivas necesarias para proteger el medio ambiente.(LGEEPA, 2012)

Por otra parte, la LGEEPA deja a los indicadores económicos que en cierta forma regulen e impulsen a las empresas a ser sustentables a incorporar información confiable, a otorgar incentivos a aquellas empresas que cumplan con la protección y preservación del equilibrio ecológico, así como también que paguen las empresas que no cuenten con acciones que protejan y preserven el equilibrio ecológico y que al contrario contaminen.

ARTÍCULO 21.- La Federación, los Estados y el Distrito Federal, en el ámbito de sus respectivas competencias, diseñarán, desarrollarán y aplicarán instrumentos económicos que incentiven el cumplimiento de los objetivos de la política ambiental, y mediante los cuales se buscará: ...

III.- Otorgar incentivos a quien realice acciones para la protección, preservación o restauración del equilibrio ecológico. Asimismo, deberán procurar que quienes dañen el ambiente, hagan un uso indebido de recursos naturales o alteren los ecosistemas, asuman los costos respectivos. (LGEEPA, 2012)

En cuanto a instrumentos económicos la LGEEPA establece:

ARTÍCULO 22.- Se consideran instrumentos económicos los mecanismos normativos y administrativos de carácter fiscal, financiero o de mercado, mediante los cuales las personas asumen los beneficios y costos ambientales que generen sus actividades económicas, incentivándolas a realizar acciones que favorezcan el ambiente.

En ningún caso, estos instrumentos se establecerán con fines exclusivamente recaudatorios.

Son instrumentos financieros los créditos, las fianzas, los seguros de responsabilidad civil, los fondos y los fideicomisos, cuando sus objetivos estén dirigidos a la preservación, protección, restauración o aprovechamiento sustentable de los recursos naturales y el ambiente, así como al financiamiento de programas, proyectos, estudios e investigación científica y tecnológica para la preservación del equilibrio ecológico y protección al ambiente.

Son instrumentos de mercado las concesiones, autorizaciones, licencias y permisos que corresponden a volúmenes preestablecidos de emisiones de contaminantes en el aire, agua o suelo, o bien, que establecen los límites de aprovechamiento de recursos naturales, o de construcción en áreas naturales protegidas o en zonas cuya preservación y protección se considere relevante desde el punto de vista ambiental.

Las prerrogativas derivadas de los instrumentos económicos de mercado serán transferibles, no gravables y quedarán sujetos al interés público y al aprovechamiento sustentable de los recursos naturales. (LGEEPA, 2012)

La Ley General del Equilibrio Ecológico y Protección al Ambiente, no establece auditorías obligatorias, deja que ellas se autorregulen y deja que sean incentivadas y limitadas por el mercado e instrumentos fiscales, que el mercado sea un mecanismo de regulación en donde apoye a las empresas que están realizando

acciones a favor del medio ambiente, en el caso de los instrumentos fiscales serían subsidios o exenciones fiscales, y en el caso de los instrumentos de mercado “se ubican los permisos intercambiables de emisiones, los eco etiquetados, los seguros y fianzas, entre otros”. (Belausteguigoitia, et al., 2000:49).

La ley coloca a los estados y municipios como los principales participantes en la prevención y control de todo tipo de contaminación; así como en el manejo de residuos no peligrosos y la administración de parques urbanos y zonas de reserva ecológica (LGEEPA, art. 115). Pero realmente están facultados los estados y municipios para realizar este tipo de función.

Otra observación de la LGEEPA es la ausencia de reglamentos en materia de materiales peligrosos y actividades consideradas como altamente riesgosos, “debe de delimitar con exactitud los alcances de las acciones prohibidas y permitidas para dar certeza jurídica a las autoridades encargadas de su aplicación y a los sujetos obligados a cumplir con este régimen” (SEMARNAT, 2006), puesto que se llega a confundir por no contar con límites claros acerca de las acciones prohibidas

“La normatividad ambiental, más que prohibir, determina nuevas formas o formas distintas de hacer las cosas, observando medidas de previsión o límites que deben respetarse para evitar los daños al ambiente” (Azuela de la Cueva, Antonio, 2006.) Solo cuenta con prohibiciones por realizar acciones particularmente graves, como la disposición final inadecuada de residuos peligrosos o la destrucción de especies en peligro de extinción

Es necesaria la revisión de la LGEEPA, ya han pasado 10 años desde su última reforma integral, y existen diferentes conceptos que ameritan una revisión ya que en algunos casos ha provocado conflictos de aplicación de la ley que se dan; tanto entre la autoridad ambiental y los particulares como entre autoridades de diferentes órdenes. (SEMARNAT, 2006).

1.2.3. Secretaría del Medio Ambiente y Recursos Naturales

La LGEEPA es supervisada por la Secretaría del Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT) la cual se creó en 1994, es la primera Secretaría de Estado que tiene a cargo el cuidado del medio ambiente y el manejo de los recursos naturales. Se creó con la misión de impulsar un cambio, que logre la contención de las tendencias de deterioro del ambiente y los recursos naturales que se han venido gestando y expresando durante muchas décadas, y que permanecen todavía activas. (Varela et al., 2000)

En el 2001 la SEMARNAT estableció el Programa para Promover el Desarrollo Sustentable en el Gobierno Federal, a través del cual 32 secretarías de Estado y dependencias del gobierno federal asumieron el compromiso de promocionar el desarrollo sustentable (Semarnat, 2006). Cada secretaria establece compromisos de acuerdo a los programas sectoriales que promueven el desarrollo sustentable, sin embargo los compromisos no están formulados sobre los problemas ambientales más agudos asociados al sector, si no que están enfocados, con aquellos que las dependencias consideran que pueden alcanzar. Por lo que el impacto real de este tipo de programas ambientales es muy limitado puesto que no resuelve los verdaderos problemas ambientales que cada vez surgen con más intensidad.

La institución que audita a las empresas es la Procuraduría Federal de Protección al Ambiente (PROFEPA) es un órgano desconcentrado de la SEMARNAT, el cual inspecciona y vigila el cumplimiento de la normatividad ambiental, fomenta los esquemas y mecanismos voluntarios (Semarnat, 2006), a través del Programa Nacional de Auditoría Ambiental, el cual comenzó en 1992. En este programa las empresas pueden participar voluntariamente y certificar sus instalaciones (Montiel y Husted W., 2009). De acuerdo a la PROFEPA otorga la certificación de Industria Limpia a las empresas que cumplan con las normas establecidas por la LGEEPA, es un reconocimiento a su compromiso con el medio ambiente. Para el 2012 la

PROFEPA otorgo 1,784 certificados de Industria Limpia en todo México (PROFEPA 2012)

A pesar de la creación de Leyes y de la implementación de programas de las instituciones (principalmente SEMARNAT) que regulen y controlen el manejo de recursos naturales; no se ha podido mitigar la explotación ambiental en nuestro país. De acuerdo al INEGI tan solo en el 2008 el agotamiento de los recursos naturales y la degradación del medio ambiente le costaron a nuestro país \$960 mil 513 millones de pesos, que representa el 7.9% del PIB. Mientras que la contaminación atmosférica represento los mayores costos ambientales en el 2008 al ubicarse en 598 mil 142 millones de pesos⁵.

Tabla 1.2
Costos Totales por Agotamiento y Degradación Ambiental, 2008
(Estructura Porcentual)

Concepto	2008 (millones de pesos)	Porcentajes respecto al PIB
Costos Totales	960,513.4	7.9
Costo por Agotamiento	191,151.6	1.6
Agotamiento de Hidrocarburos	127,696.8	1.1
Agotamiento de Recursos Forestales	21,816.5	0.2
Agotamiento de agua subterránea	41,638.3	0.3
Costos por Degradación	769,361.8	6.3
Degradación del Suelo	67,107.9	0.6
Residuos Solidos	36,218.4	0.3
Contaminación del Agua	67,893.5	0.6
Contaminación Atmosférica	598,142.0	4.9

Fuente: INEGI. Sistema de cuentas económicas y ecológicas de México. 2003-2006

5 Datos del Sistema de Cuentas Económicas y Ecológicas de México, 2003-2008, para mayor información véase en;
<http://www.inegi.org.mx/inegi/contenidos/espanol/prensa/comunicados/scnm-ecologicas10.asp>, consultado 23 de agosto del 2012.

Esto en parte es debido a la falta de sanciones y regulación por parte de las leyes en materia ambiental, las cuales necesitan forzosamente comenzar a sancionar a todas aquellas empresas que no cumplan con lo establecido en la ley, así como hacer obligatorias las auditorías a las empresas y regularlas año con año.

También se debe a que muchas de las autoridades ambientales se encuentran limitadas, puesto que no cuentan con los recursos necesarios para atender apropiadamente los problemas ambientales del país (Franco y Bressers, 2010). Por ejemplo, la Procuraduría Federal de Protección al Ambiente durante el 2011 solo pudo atender 6 mil 238 de los 13 mil expedientes que se le presentaron. (Greenpeace, 2012)

Otras de las limitantes es el reducido presupuesto en materia ambiental, para el 2008 los gastos de protección ambiental realizados por las Actividades del Gobierno ascendieron a 26 mil 916 millones de pesos, representando el 0.2% del Producto Interno Bruto (Escobar 2008). En cuanto al número de proyectos para contrarrestar el impacto ambiental en el mismo año fueron de todos los estados⁶:

- Proyectos Ingresados: 605
- Proyectos Autorizados: 370
- Proyectos Negados: 235

Estos proyectos son los que llegaron a las oficinas centrales de la SEMARNAT y fueron atendidos por esta misma, aunque muchos de estos proyectos fueron ingresados en años anteriores (SEMARNAT, 2011). Los recursos asignados resultan insuficientes frente a las tareas por realizar.

⁶Datos obtenidos por la SEMARNAT en su libro, "El ambiente en números", Selección de estadística ambientales para consulta rápida, 2011, pp. 43-45

1.3. Sustentabilidad en las empresas Mexicanas

El deseo de las empresas de obtener beneficios económicos a corto plazo ha llevado a una falta de planificación y visión hacia el futuro (Escobar, 2008; Naina, 2005) y esto ha dado como resultado un alto costo ecológico y la degradación de la sociedad en la que se encuentran inmersas las empresas. No han comprendido que una empresa que orienta sus estrategias a lograr la sustentabilidad: “logra un balance adecuado entre su objetivo primordial de la empresa, el retorno financiero, y el interés público de las sociedades en las que operan” (GESOC e IPADE, 2011; Rebeil Corella et al., 2008), la sustentabilidad en las empresas es un cambio de paradigma en la administración de la misma.

En el pasado, la cultura empresarial mexicana no había destacado mucho en el tema de la responsabilidad social empresarial, sin embargo durante la última década las empresas mexicanas han cobrado conciencia sobre la importancia del tema de responsabilidad social, así como del desarrollo sustentable. Por lo que se han dado a la tarea de contar con prácticas de responsabilidad social y publicarlas en informes anuales.

La mayoría de las grandes empresas mexicanas son de propiedad familiar, por lo que sus necesidades y normas influyen fuertemente en la actividad empresarial, el nombramiento de los directores de la junta se vuelve un asunto familiar (Husted W. y Serrano 2002; Montiel y Husted W. 2009). El control de la empresa recae en las familias propietarias de estas. Sin embargo, cuando pasan a la segunda o tercera generación, comienzan los conflictos de intereses entre los hijos y nietos, principalmente en las estrategias que deberán de ser implementadas en un futuro en el tema de gobierno corporativo. Aunque, existen empresas mexicanas que han crecido a través de las generaciones, sin llegar a tener conflictos de intereses y llevando a la empresa a un gran crecimiento, un ejemplos es Grupo Televisa, el cual desde hace tres generaciones mantiene el control, la familia propietaria.

Algunas empresas que son manejadas por familias cumplen con buenas prácticas de gobierno corporativo, adoptan nuevas formas de gestión ambiental e inclusive se adhieren a principios y certificaciones internacionales, por cumplir con los requisitos exigidos por la bolsa de New York, para obtener financiamiento en mercados extranjero (Husted W. y Serrano 2002; Montiel y Husted W. 2009). La mayoría de las empresas que están inscritas en la bolsa de New York cuentan con certificaciones internacionales como es la ISO 14,000, y muy pocas cuentan con certificaciones nacionales como es la Industria Limpia.

También las empresas que cotizan en mercados extranjeros han puesto en práctica, estrategias sustentables, ya desde antes del 2003, varias empresas mexicanas emitían informes de responsabilidad social. Meyskens y Paul (2010) dentro de su estudio de la evolución de prácticas de responsabilidad social empresarial en México, identificaron dos generaciones de empresas.

La primera generación, fueron aquellas empresas que buscaban comunicar su compromiso en la responsabilidad social empresarial comenzando en el 2002, en total son diez empresas consideradas las pioneras en adoptar informes de responsabilidad social empresarial.

Aunque está primera generación enfocó la responsabilidad social empresarial hacía un punto de vista local como es la filantropía, esfuerzos de caridad, a la conducta ética de los directivos, a satisfacer las necesidades de las comunidades locales, a recibir premios de organizaciones mexicanas dedicadas al desempeño local corporativo, a no tomar en cuenta a las partes interesadas dentro de su políticas (Meyskens y Paul, 2010; Paul et al., 2006), e inclusive, sus informes de responsabilidad social empresarial eran considerados “subdesarrollados, representativos de los ideales mexicanos” (Paul et al., 2006), no contaban con el formato de Global Reporting Initiative (GRI), a pesar de todo esto, poco a poco lo han estado enfocado a las normas mundiales de responsabilidad social, en la presentación de sus informes de responsabilidad social, agregándoles a estos informes el formato del (GRI), a certificaciones internacionales, cada vez ocupan más el termino de sustentabilidad, les interesa más el tema de las partes

interesadas principalmente por atraer inversionistas internacionales o para obtener financiamiento en mercados extranjeros, para ser más atractivos como socios comerciales, para no deteriorar al medio ambiente, las razones pueden ser muchas, lo importantes es que se están realizando programas sustentables en las empresas mexicanas, claro les falta mucho camino por recorrer.

La segunda generación fueron aquellas empresas mexicanas que a partir del 2006 han desarrollado informes de responsabilidad social empresarial. Conformado por 17 empresas que demuestran la adopción de la responsabilidad social empresarial.” no fueron las pioneras pero están siguiendo muy de cerca a éstas” (Meyskens y Paul, 2010)

Las empresas de la segunda generación han tenido una mayor orientación hacia las normas locales, utilizan más el termino de responsabilidad social⁷, no están muy involucrados con las partes interesadas, no cuentan con muchas certificaciones internacionales, estas empresas no estaban muy inmersos en lo que implica la sustentabilidad y en los cambios que se deberían de tomar en la planeación, dirección y transparencia de su negocio.

Se comportan de la misma manera que en su momento las empresas de la primera generación, se basan en gran medida en normas locales, sin embargo esto indica que poco a poco irán implementando norma internacionales, el término de sustentabilidad y todo lo que conlleva. Hubo un periodo entre estas generaciones de transición, en la utilización del concepto de responsabilidad social dentro de las empresas Mexicanas hacia el termino de desarrollo sustentable que implica para las empresas tres puntos importantes (el medio ambiente, responsabilidad social y gobierno corporativo⁸).

⁷El termino de responsabilidad social, no fue muy conocido por los académicos de la Universidad de Sonora a principios del 2006, de acuerdo al estudio realizado por Velázquez Luis et al., (2009), aunque este término se encontraba cada vez más en las empresas, en la literatura e ingeniería.

⁸ En el siguiente capítulo se hablara más a fondo sobre estos puntos y su importancia dentro de la empresa.

De acuerdo con esta tendencia otras empresas han comenzado a implementar estrategias de negocios desde un enfoque de sustentabilidad. (GESOC e IPADE, 2011)

Estas dos generaciones han evolucionado, mejorando sus prácticas sustentables, enfocándose en los tres puntos fundamentales de la sustentabilidad, sin embargo no todas las empresas han abarcado los tres puntos y los retos que estos implican, algunas empresas siguen fundamentando su sustentabilidad en la filantropía por medio de fundaciones como es el caso de Grupo Televisa.

En este sentido el Centro Mexicano de Filantropía (CEMEFI), juega un papel importante para las empresas ya que ha establecido convocatorias en torno al tema jurídico-fiscal de las organizaciones sin fines de lucro, principalmente fundaciones. Donde la situación fiscal actual permite a este tipo de organizaciones la exención de impuestos en un casi 90% La CEMEFI también proporciona servicios profesionales a todo tipo de fundaciones, tanto comunitarias como empresariales. De acuerdo al estudio realizado por Sanborn y Portocarrero (2003) para el 2003 existían 703 fundaciones en México de las cuales 74 eran exclusivamente para donaciones enfocadas principalmente en la educación, capacitación, desarrollo comunitario y salud.

Después de haber descrito la visión institucional y de haber establecido un panorama de la sustentabilidad en México, se analizará las implicaciones que tiene el desarrollo sustentable en el contexto empresarial desde una perspectiva académica.

CAPÍTULO 2. SUSTENTABILIDAD EN EL CONTEXTO EMPRESA

Introducción

En el contexto de la empresa y la sustentabilidad, encontramos conceptos de gestión, ampliamente discutidos y debatidos de la misma forma como lo ha sido el desarrollo sustentable, estos conceptos son: el triple bottom line, la gestión ambiental, la responsabilidad social corporativa, el gobierno corporativo, y la gestión de los grupos de interés, mismos que examinaremos en este capítulo.

2.1. Sustentabilidad en el contexto empresa

En el mundo de los negocios y en mayor parte en los altos mandos de las empresas; sean líderes o CEOs ha cobrado cada vez mayor importancia el desarrollo sustentable, sin embargo, es fundamental distinguir de su uso como un concepto de simple etiqueta verde, un estrategia de ventas, o una mensuración exclusivamente en términos de mayores utilidades. El termino sustentabilidad exige colocar a la empresa como una entidad que interactúa con el medio ambiente y con grupos de personas.

El concepto desarrollo sustentable puede considerarse análogo a un efecto “torre de babel”, por la multiplicidad de las interpretaciones, definiciones y actores involucrados (Boiral y Croteau, 2004):

Proyecto unificador pero desmesurado, vuelto inaccesible por la confusión de los lenguajes, de los discursos, por la incomprensión y el desorden colectivo, la construcción del desarrollo sustentable se asemeja así a la torre de babel (Boiral y Croteau, 2004: 267).

Con frecuencia en la literatura de los negocios, la justificación para apoyar la sustentabilidad es expresada en términos económicos o administrativos, en términos de ganancias o de creación de ventajas competitivas (Bañon Gomis et al., 2011).

En el contexto del desarrollo sustentable surge entonces la necesidad de desenvolver “empresas sustentables”:

“La búsqueda de una “empresa sustentable va a aparecer, no como una refutación sino como una nueva metamorfosis del mito económico dominante” (Boiral y Croteau, 2004, pág. 264)

A partir de ese este planteamiento surgen diversos académicos de todos los ámbitos del conocimiento, que aportan conceptos para ayudar a comprender el desarrollo sustentable, pero que al trasladarlo a las empresas no signifique más allá de un fin meramente económico. Véase Tabla 1.2.

A causa de la revisión de la literatura, podemos marcar que el desarrollo sustentable cuestiona nuestros modos de producción y administración tradicionales, aunque muy probablemente esto implique reconocer que muchas industrias por su propio giro sean insustentables, esto sugiere que muchas empresas deberán desaparecer en el futuro. Este afirmación al principio nos pareció bastante controvertida porque no podemos ir a la empresa y decirle que cierre, sin embargo no es tan grave si analizamos que muchas empresas en el mundo en principio parecían necesarias más finalmente fracasaron al no adaptarse a la evolución de las industrias (Olivetti o Kodak por ejemplo) y muchas otras que terminan fusionándose con otras (Compaq, Macromedia, Jive Records, etc).

En un escenario del mañana, este acontecimiento, de manera análoga a los casos de rezago en las diferentes industrias, podría ocurrir con las empresas que actualmente prevalecen en el mercado, pues surgirían otras compañías con nuevos giros, con nuevas visiones respecto a lo que una corporación representa, por consecuencia las empresas del mañana serían cada vez más sustentables, y por este hecho desplazarían poco a poco a las firmas con digamos poco o nulo “*grado de sustentabilidad*”, ante esto, la actividad administrativa no tiene mayor remedio que cambiar el paradigma bajo el que se gobierna.

Bajo estos principios de transformación, no hay duda que el desarrollo sustentable es un proceso o evolución (Glavič P. y Lukman R., 2007). Podemos entonces situar en un estado, tiempo y espacio al planeta, en dónde actualmente demanda replantear los principios económicos que se imaginan recursos ilimitados.

El reconocimiento de La ley del crecimiento económico se expresa en la ley de la entropía (segunda ley de la termodinámica⁹) que en planeta se manifiesta en él:

“desbordamiento de las externalidades negativas de la economía en el calentamiento global del planeta. (Leff Enrique, 2008, pág.29)

Los paradigmas económicos y de gestión ponen en peligro los bienes naturales, ante ello primero se intuye construir una “racionalidad ambiental” para después formular las medidas que contribuyan a la eficiencia en la gestión sustentable, dónde las dimensiones políticas, legales, tecnológicas, administrativas y éticas son elementos fundamentales para alcanzar éste (Leff Enrique, 2009)

A pesar ser un gran reto que el que enfrentamos, es aquí donde entra la capacidad humana de usar el vasto acervo de conocimientos para desarrollar innovadoras formas de desarrollo, producción, administración y todas las herramientas que exige la sustentabilidad. Hart S. L. (1997), asevera que las corporaciones son las únicas organizaciones con recursos, tecnología, e investigación para motivar la meta del desarrollo sustentable, esto nos ha hecho deducir que ya es tiempo de exhortar a las organizaciones a moverse más allá de la etiqueta verde.

⁹Segunda Ley de la termodinámica se expresa: La cantidad de entropía del universo tiende a incrementarse en el tiempo, y nos habla de que los procesos son irreversibles.

Cuadro 2.1

Diferentes visiones académicas de la sustentabilidad, esencialmente desde las ciencias de la administración.

Autor	Año	Definición	Puntos claves
Hart S. L. y Milstein M. B.	2003	Una empresa sustentable, es aquella que contribuye al desarrollo sustentable mediante la entrega de beneficios simultáneamente económicos, sociales y ambientales, el llamado TBL.	Creación de valor sustentable
Bañon Gomis.et al.	2011	La Sustentabilidad se refiere a una forma moral de actuar, e idealmente habitual, en el que la persona o grupo tienen la intención de evitar los efectos nocivos sobre los dominios ambiental, social y económico, y la cual es consistente con una relación armoniosa con los dominios que conducen a una vida floreciente.	Ética y moral, racionalidad humana construida a través de la experiencia con el mundo.
Nidumolu R. et al.	2009	La Sustentabilidad obliga a las empresas a cambiar su forma de pensar acerca de los productos, tecnologías, procesos y modelos de negocio, la sustentabilidad siempre será parte integral del desarrollo	La clave es la innovación en el modelo de negocio.
Blewitt, John	2008	Desarrollo Sustentable es la idea de que el futuro deberá ser un sitio más saludable que en el presente, es un concepto dinámico y en proceso.	Dinámico y en proceso Visión holística y sistemática, multidimensional

Glavič P. y Lukman R.	2007	Desarrollo Sustentable puede ser introducido como un proceso o evolución, hace hincapié en la evolución de la sociedad humana desde el punto de vista económico responsable, de acuerdo con el ambiente y los procesos naturales.	Proceso o evolución social Antropocentrista holística
-----------------------	------	---	---

Fuente: Elaboración propia con base en Glavič P. y Lukman R. (2007); Blewitt, John (2008); Nidumolu R. et al (2009), Bañon Gomis. et al. (2011); Hart S. L. y Milstein M. B. (2003)

2.2. Triple Bottom Line

Un aporte sumamente extendido de la administración para la sustentabilidad se le atribuye a John Elkington (Wexler Mark N., 2009 y Mitchell M. et al., 2012) es el popular enfoque conocido con el nombre de “Triple Bottom Line” o 3P (People, Profit, Planet), en español triple resultados. El enfoque TBL son estándares externos que miden el desempeño sustentable (Petros Sebhatu S., 2008) en una organización, de manera que sirvan de base para elaborar informes de sustentabilidad.

Los informes basados en TBL son un enfoque o una expresión que engloba tres dimensiones importantes del rendimiento del negocio: dimensión económica, ambiental y social, incorporando conceptos empresariales como la Gestión Ambiental, Responsabilidad Social Empresarial, Gobierno corporativo y la administración de los *Stakeholders* (Sridhar K., 2012)

El enfoque TBL sugiere incorporar las ideas básicas del desarrollo sustentable a una empresa, este modelo ha servido de base sobre todo al momento de elaborar informes de sustentabilidad, pues principalmente sirve para. El TBL pasó así a ser una metáfora para entender el desarrollo sustentable en las empresas. Una empresa sostenible, será por lo tanto, aquella que contribuye al desarrollo

sustentable ofreciendo al mismo tiempo beneficios en las tres dimensiones del llamado TBL (Hart S. L. y Milstein M. B. 2003)

Sin embargo para realmente crear valor sustentable, se requiere más que estándares externos, por lo que se han creado ya indicadores al interior de la empresa, por ejemplo el Total Responsibility Management (TRM) (Petros Sebhatu S., 2008)

Para Mitchell M. et al. (2012) los Informes TBL son sólo una herramienta. Como cualquier otra herramienta, que es la forma en que se acostumbra hacer las cosas, pero que puede abrir o cerrar las posibilidades de aprendizaje organizacional "doble bucle"¹⁰ y un cambio radical. Para eso sugiere tratar de mejorar siempre dicha herramienta.

El discurso de los directivos ha manipulado el TBL y ha hecho que el concepto significa nada más que una preocupación en términos ambientales, sociales usando el concepto para realzar su propia legitimidad (Sridhar K., 2012)

En este modelo podría existir un paradigma, los principios del TBL son frecuentemente encaminados a facilitar la hipocresía, existe una laguna académica pues no hay muchos artículos científicos que den sustento al enfoque, por lo que podría ser un paradigma ideológico. (Norman W. y MacDonald C., 2004)

EL TBL son árbitros separados y esto crea una peligrosa ilusión de compensación, pues se vuelve un parámetro impreciso, falla al identificar, cuantificar y medir, aunque tal vez fue positivo al principio, ya es tiempo de ir más allá hacer mejores metáforas, (Brown D. et al., 2006)

La noción del TBL es trascendental en nuestro marco teórico, porque ha influido fuertemente en las prácticas de sustentabilidad de las grandes corporaciones alrededor del mundo, además de ayudar a fundamentar diferentes iniciativas

¹⁰ Para mayor conocimiento de la teoría de aprendizaje "doble bucle" puede consultarse Argyris, C. and Schön, D.A. (1978), *Organizational Learning: A Theory of Action Perspective*, Addison-Wesley, Reading, MA.

sustentables como el Down Jones Sustainability Index y el Global Initiative Report (GRI) y por lo tanto en la elaboración de informes sustentables en las empresas.

De esta manera el TBL constituye una parte fundamental de la mayoría de las metodologías que evalúan los índices sustentables en el mercado bursátil internacional y por consecuencia en la metodología del Índice de Precios y Cotizaciones Sustentable de la BMV. De este parámetro se desprenden los enfoques de Responsabilidad Social Corporativa, Gestión ambiental y Gobierno Corporativo, que se abordan a continuación.

2.2.1. Gestión Ambiental

La dimensión ambiental comprende los recursos naturales, los ecosistemas, la biodiversidad; el planeta en sí mismo, por lo que es un aspecto fundamental para la vida del ser humano y su desarrollo. Sin un medioambiente próspero para la producción, las relaciones comerciales como hoy las conocemos dejarían de existir, y por lo tanto las empresas no podrían operar. En el contexto empresa y en el enfoque TBL la dimensión ambiental está relacionada con la gestión que realiza la corporación para disminuir su impacto medioambiental.

La sustentabilidad se ha convertido en la clave para la innovación tanto en el diseño de productos, tecnología, como en modelos de negocio, de manera que se pueda contribuir a la transformación de la vista tradicional de la empresa. (Nidumolu R. et al., 2009)

Cramer, J. (1998) define la gestión ambiental “todas aquellas actividades técnicas y de organización que realizan las empresas para reducir el impacto ambiental como consecuencia de sus operaciones”. Se hace énfasis en la idea de reducir el impacto con el medio ambiente, y es a partir de este enfoque como una compañía debe gestionar estrategias y establecer las medidas para lograr dichos objetivos.

Bettley, A. y Burnley, S. (2008) identifican las herramientas e implicaciones del área operativa de una organización para que la gestión medioambiental pueda contribuir verdaderamente a la sustentabilidad, ellos señalan que son en las

decisiones operativas donde se encuentra el punto clave para responder a las necesidades sustentables, en aspectos como la estrategia, diseño, planeación y control y también integrando a los objetivos, indicadores, costos y todas las demás formas convencionales de medición del desempeño.

El funcionamiento de las empresas debe estar subordinados al de los sistemas naturales, incluso éstos deben ser considerados como una especie de modelo organizacional a imitar (Boiral, O. y G. Croteau 2004)

La gestión ambiental ha cambiado el paradigma académico y empresarial de ser un obstáculo en la búsqueda de beneficios y crecimiento, para convertirse en un aspecto de los más esenciales y prometedores, pues asegura la competitividad de la empresa, del mismo modo que la perennidad de la misma (Boiral, O. y G. Croteau 2004)

La investigación relacionada con la gestión ambiental es un punto decisivo para ayudar a comprender las condiciones necesarias para que las organizaciones puedan lograr disminuir los impactos contaminantes. Sin embargo debido a la complejidad de este tipo de investigaciones, se sugiere considerar los marcos teóricos existentes como la teoría de la organización, la economía evolutiva, la gestión estratégica, la dinámica de la tecnología y estudios de comportamiento, asimismo promover una visión sistemática, y ejercer un enfoque multidisciplinario (Cramer, J., 1998) .En este contexto podemos encontrar por ejemplo una interesante investigación en la que se aplicó la Ley de Ashby¹¹ de la variedad requerida, traducida en como la organización logre disminuir sus costos y riesgos y sugiriendo el uso de modelos de sistemas complejos para medir el desempeño ambiental en las organizaciones (Lewis, J.G. y Stewart, N., 2003).

Debe subrayarse, en lo que concierne a la gestión ambiental no se debe reducir a estrategias de construcción de equipamientos para controlar desechos

¹¹La ley de Ashby nos dice que: “solo la variedad absorbe la variedad”, esto nos habla de que cualquier sistema complejo debe tener un cierto nivel de variedad interna para ser capaz de funcionar y adaptarse a su entorno. Para mayor conocimiento del tema puede consultarse la obra titulada: “An Introduction to Cybernetics”, publicada en el año de 1956 por el autor W. Ross Ashby.

contaminantes. Si no también incluye los métodos, procedimientos y transformaciones organizacionales que proveen un deterioro medioambiental (Boiral, O. y G. Croteau 2004)

Muchas organizaciones han reconocido oportunidades que se traducen en beneficios, y por ello han adoptado estándares reconocidos internacionalmente para evaluar su desempeño ambiental, como la ISO 14000. Sin embargo este tipo de estándar ha sido seriamente cuestionado, pues las acciones para reducir los impactos ambientales se tornan bastante relativas, y la adopción de estas normas podría aventajada por un comportamiento oportunista por parte de las organizaciones en la búsqueda de realzar su legitimidad. (Boiral O., 2006)

Otro estándar muy adoptado por las grandes empresas es el Global Reporting Initiative, que promueven estándares en las empresas de cómo pueden elaborar informes de sustentabilidad, requiriendo información cualitativa y cuantitativa, micro y macro sistémica, e indicadores, conectando tres elementos: económico, ambiental, social. (Blewitt, John 2008). Las guías para elaborar informes sustentables de GRI han evolucionado con el tiempo, motivados por herramientas como el Dow Jones Sustainability Index el Jantzi Social Index, entre otros, proporcionando un importante papel en el desarrollo de indicadores e información relevante a los inversionistas socialmente responsables (Willis Alan, C.A., 2003). Sin embargo el GRI aún no proporciona una visión clara que dé credibilidad a los datos que reportan las empresas, con una verificación externa (Thurm, R., 2006).

El desempeño ambiental es susceptible de análisis científico, desde enfoques multidisciplinarios, asimismo debe ser expresado en números para someterse a análisis estadísticos, pues las empresas tienen el potencial de manipular su estimación sin aumentar su desempeño ambiental en realidad (Emil Morhardt J., 2002)

2.2.2. Gobierno Corporativo

Con el incremento de los grandes fraudes en las corporaciones, inesperados y dudosos comportamientos de los CEOs (por ejemplo WorldCom, Anderson, Merrill Lynch, Enron, Martha Stewart, Global Crossing, Qwest Communications, Tyco International, Adelphia Communications, Computer Associates, Parmalat, Putnam, Boeing, RiteAid, Xerox, etc.) el concepto de gobierno corporativo consiguió una profunda atención por investigadores y empresarios, ya que éste es visto como un instrumento para reforzar la ética de los ilustres directivos que toman substanciales decisiones en las corporaciones. El gobierno corporativo en el contexto empresa y dentro del enfoque TBL correspondería a la parte económica, pues es la que rinde cuentas a los accionistas y propietarios.

Standard & Poor's Governance Services (2002) establecen que el gobierno corporativo "son las interacciones entre la gestión de una empresa, su junta de directores, accionistas y otras partes interesadas financieras". Mientras que Shleifer A. y Vishny W. R., (1997) el gobierno corporativo "es aquel que se ocupa de las formas en que los proveedores de financiación de las empresas se aseguran de obtener un retorno de su inversión".

El gobierno corporativo se refiere a las relaciones entre los proveedores de financiación para las empresas y los gerentes corporativos, y se centra en las prescripciones legales, las prácticas comerciales, las normas sociales, y otras maneras en que los proveedores de financiamiento pueden obtener retorno de su inversión (Wójcik, D., 2009)

Boatright, J.R. (2012) en la enciclopedia de ética aplicada define el gobierno corporativo como "el conjunto de normas jurídicas que especifican las partes que tienen el derecho de tomar las decisiones más importantes en las organizaciones empresariales que constituyen el control corporativo, así como las normas legales que especifican los procesos y procedimientos por los que estos partidos ejercen este poder de decisión o de control".

El término gobierno corporativo se refiere a las normas legales, los acuerdos institucionales y las prácticas que determinan quién controla las sociedades comerciales y quién recibe los beneficios que se derivan de ellas (Blair M.M., 2001).

Cuadro 2.2
Definición de Gobierno corporativo



Fuente: Traducido de Wójcik, D. (2009) Governance, Corporate, International Encyclopedia of Human Geography, pp. 600–605.

Blair M.M. (2001) señala que las cuestiones de gobernanza surgen porque las corporaciones son entidades jurídicas independientes de cualquiera de las personas que participan en ellas. El autor identifica como mecanismos más significativos del gobierno corporativo: los consejos de administración con

responsabilidades fiduciarias, auditores independientes, los requisitos de divulgación de información financiera y las normas que determinan los derechos de voto.

Nafragar en el gobierno corporativo es una verdadera amenaza para el futuro de una corporación. Con un gobierno corporativo basada en los valores fundamentales de integridad y confianza las empresas tendrán una ventaja competitiva en la atracción y retención del talento y la generación de reacciones positivas en el mercado, de esta manera no sólo la lealtad de clientes sino también la lealtad de los empleados. (Arjoon S., 2005).

El gobierno corporativo puede entenderse como el elemento clave en la obtención de los resultados económicos y de crecimiento, garantizando una mayor confianza de los inversionistas, abarcando una amplia gama de relaciones entre la gestión de la compañía, los órganos de gobierno, grupos de interés y otras partes con intereses legítimos (Kocmanová A. et al., 2011)

Un buen gobierno es una variable clave en el proceso de valoración de la empresa, así como la mitigación de los conflictos. También daría credibilidad a las cifras contables y la confianza a los inversores. Por ello se espera un renovado interés en la información contable, y en particular su valor contable, que se convierten en un instrumento privilegiado para allegarse de un valor de mercado (Khiari W., et al., 2007).

Para Young S. y Thyil V. (2008) el sistema de gobierno se puede considerar como un sistema vivo y abierto en que, un cambio en una variable afecta a varias variables en el sistema, por ello estos autores proponen una perspectiva holística e integrada con un conocimiento profundo de los vínculos entre las variables, ejerciendo una mirada más profunda hacia el interior de la empresa, en el medio ambiente, y hacia su exterior. Ellos indican que las corporaciones deben pasar de un enfoque regulador que limita acciones, a un medio ambiente de autorregulación y el cumplimiento de las normas éticas y particulares que en realidad demanda acciones pro-activas.

Existe una relación del gobierno corporativo y la estructura del capital de una empresa, además de variables como concentración de la propiedad, la propiedad de los directivos, y la junta directiva. Una correcta atención en la interacción de dichas variables podría proteger la capacidad de crear valor en la firma (La Rocca M., 2007)

Mostovicz E. I. et al., (2011) asegura que los modelos tradicionales de gobierno corporativo son destructivas en la práctica, se argumentan en contra de la opinión de un axioma que los accionistas son los dueños de la empresa, y que cuestiona la forma en que los gerentes son evaluados en base ya sea en el precio de las acciones de las empresas (la opinión de los accionistas) o en un conjunto confuso de medidas que incluyen más partes interesadas (la interesados vista). Su documento propone enfoque más un humanista y psicológico que utiliza el gestor de individuo, permitiéndolo actuar conforme su capacidad, valores, metas, visión del mundo, el autor ilustra cómo este enfoque puede ayudar a construir una mejor gobernanza.

Las empresas requieren de beneficios para subsistir y crecer, sin embargo, la búsqueda de beneficios siempre debe mantenerse dentro de límites éticos. Los aspectos en gestión, liderazgo y la administración son tareas esencialmente éticos. (Arjoon S., 2005).

Un gobierno corporativo eficiente puede conseguirse mediante la adopción de un conjunto de principios y prácticas transparentes. Esto va a depender en gran medida del sistema de valores de los responsables en la toma de decisiones, por eso el principal aspecto de análisis en el gobierno corporativo es la ética de los consejos y directivos.

2.2.3. Responsabilidad Social Corporativa o Responsabilidad Social Empresarial

La dimensión social dentro del contexto empresarial y en el TBL lo podemos encontrar en la Responsabilidad Social Corporativa (RSC), también conocida como Responsabilidad Social empresarial. (RSE)

La literatura en cuanto a RSE es tan diversa y vasta que incluso hay quienes proponen un enfoque que combine la fe y los valores cristianos (Loi Teck Hui, 2008)

La RSE es un concepto dinámico y probablemente necesario pero no siempre suficiente para contribuir al desarrollo sustentable, por ello las empresas deben adoptar enfoques más amplios consistentes con características de nueva gobernanza, la transparencia, compromiso con las partes interesadas y sociedad mercantil (Moon J. (2007)

La RSE es un concepto usado para tratar las relaciones que tiene las empresas con la sociedad, esto implica el reconocimiento y significado por parte la misma para aprobar su comportamiento, por lo tanto el concepto tiene íntima relación con las expectativas de los grupos de interés o *stakeholders* (Branco C. M y Rodríguez L.L 2007). Por tanto, la RSE es un concepto fundamentado en las relaciones de la empresa y su entorno, éste concepto se vuelve efectivo cuando identifica sus grupos de interés específicos y sus expectativas.

Presentar informes es una estrategia para construir la RSE, sin embargo es importante analizar el discurso adoptado en presentación de sus informes, pues un tipo de discurso coherente y bien definido demuestra la capacidad de comunicar un fuerte o débil compromiso social tomando en consideración las expectativas de los accionistas al mismo tiempo que las de sus *stakeholders* (Ellerup N. A. y Thomsen C., 2007)

Debeljak J. et al. (2011) argumentan que la RSE es muchas veces evaluada en la media que una corporación hace una especie de donaciones de caridad, siendo ésta una forma unidimensional de ver la RSE, la RSE se funda en la moral del individuo, y para lograr un modelo más holístico del concepto se requiere un balance entre lo que describen “un modelo ético masculino” y uno “femenino”. Asimismo los autores objetan que para que la teoría de la RSE sea autentica tiene que ser fiel a los valores basados en las respuestas básicas a las influencias externas y no únicamente tomar en cuenta la teoría del accionista, las empresas

deben poner atención a las acciones y relaciones que se enlazan con sus grupos de interés, sin producirles daño ni perjuicios irreparables, de lo contrario cuando una empresa se denomine como socialmente responsable podría ser algo parecido a “un jabón suave para lavarse las manos sucias”.

A pesar de la responsabilidad social es en su mayoría considerada beneficiosa para el desarrollo sustentable, algunas empresas utilizan los anuncios publicitarios de RSE para demostrar la manera en que quieren ser percibidos por la sociedad, pero que hace falta línea de investigación de este tipo de comunicación influye en las estrategias de las empresas y a su vez se relaciona con la teoría de legitimación, siendo la publicidad un medio para crear, restaurar o mantener la legitimidad de la organización (Farache F. y Keith J. P., 2010)

Los enfoques teóricos de la RSE tienen aún serias deficiencias tanto en su propia comprensión como para lograr su efectividad en la práctica, además que debido a la falta de normatividad, las acciones socialmente responsables por las compañías son generalmente voluntarias (Claydon J., 2011).

En consecuencia, Claydon J. (2011) propone un nuevo modelo llamado Consumo Impulsado por la Responsabilidad Corporativa, el cual se basa en la línea de impulso que tiene el consumidor para demandar la RSE, ya que se ha demostrado el aumento en la preocupación que éstos tienen sobre temas ambientales y sociales. Este autor señala que es en la fuerza y demanda del consumidor donde se estriba que las empresas adopten o no, estrategias y comportamientos socialmente responsables en la práctica cotidiana. La demanda de consumo responsable debe ser cumplida para que una empresa continúe siendo rentable, y la probabilidad de que una empresa pueda garantizar su responsabilidad social en mediano y largo plazo, tiene correlación con el fundamento económico de contar con recursos para llevarla a cabo, el cual a su vez depende de la cartera de clientes.

De acuerdo a Lin-Hi N. (2008) la asunción de la RSE puede ser traducida en una inversión para el futuro, entendiendo que dicha inversión no sólo refiere a un beneficio propio de la entidad comercial, sino un beneficio mutuo con la sociedad.

La RSE debe propiciar el desarrollo y mantenimiento de las condiciones esenciales para una cooperación social de ventaja mutua en un largo plazo, en dónde las condiciones puede ser consideradas como un activo para una empresa. Los activos de una inversión responsable requieren una gestión profesional que no ponga en peligro la competitividad de las empresas, adicionando activos como integridad, reputación, credibilidad (Lin-Hi N., 2008)

La responsabilidad social empresarial tiene relación con la capacidad que tiene una empresa de comunicar que acciones a favor del medio ambiente y de sus partes interesadas, por ello el concepto tiene una íntima correspondencia con la noción de stakeholders, pues son ellos los que generan las expectativas a cumplir.

2.4. Stakeholders ó grupos de interés

El concepto de stakeholders, no forma parte del TBL como una dimensión, sin embargo está íntimamente relacionado con la sustentabilidad en el contexto empresarial y lo utilizan muchas empresas en su discurso, además que en muchas ocasiones puede ayudar a dar mayor credibilidad de lo que las empresas dicen en sus reportes, por ello hemos considerado pertinente estudiarlo.

La literatura de los grupos de interés ha evolucionado de manera rápida y continúa en constante desarrollo, por ejemplo Phillips A. R. y Reichart J. (2000), ya extrapolaron el término al medio ambiente como un stakeholder.

Los *Stakeholders* de acuerdo a Freeman R. Edward (1984) pueden ser definidos como “cualquier grupo o individuo que pueda afectar o ser afectado por el logro de los propósitos de una corporación”. En el cuadro 2.3 se muestra el mapa de los stakeholders vista desde la empresa.

Freeman es considerado como uno de los primeros autores que desarrolló un enfoque de las partes interesadas asociado a la administración estratégica de una empresa. Sin embargo las tareas de los administradores respecto al enfoque de stakeholders debe evolucionar e incrustar también las preocupaciones en torno a la sustentabilidad, es decir incluir el medio ambiente también como una parte de interés, ya que normalmente se asocia la sustentabilidad en la dimensión humana, y el medio ambiente suele ser tratado como un tema marginal (Gibson K., 2012).

Los stakeholders poseen el atributo de legitimidad, la cual puede ser entendida como una percepción socialmente construida (Santana A., 2012). La legitimidad de los interesados se compone de tres elementos: Legitimidad de la entidad, de los reclamos, y de comportamiento; dichos elementos actúan como variables interrelacionadas, las relaciones y las dependencias entre esas variables son percibidas por los gerentes, por lo que deben ser sujetas a investigación (Santana A., 2012).

Ramakrishna V.S. y Venkataraman S. (2005), argumentan que las teorías de los accionistas y de las partes interesadas no son necesariamente contradictorias, reconoce que los stakeholders pueden necesitar protección en contra de resultados injustos por parte la empresa; de manera análoga a las protecciones que goza un ciudadano. Sin embargo estas protecciones se tornan complejas debido a que hay ausencia de legislación o códigos de conducta que puedan mitigar efectos negativos en los interesados, que incluyen también a los accionistas. La probabilidad de que los interesados sean protegidos recae en el razonamiento moral y ético de los administradores así como en su capacidad para tomar difíciles decisiones.

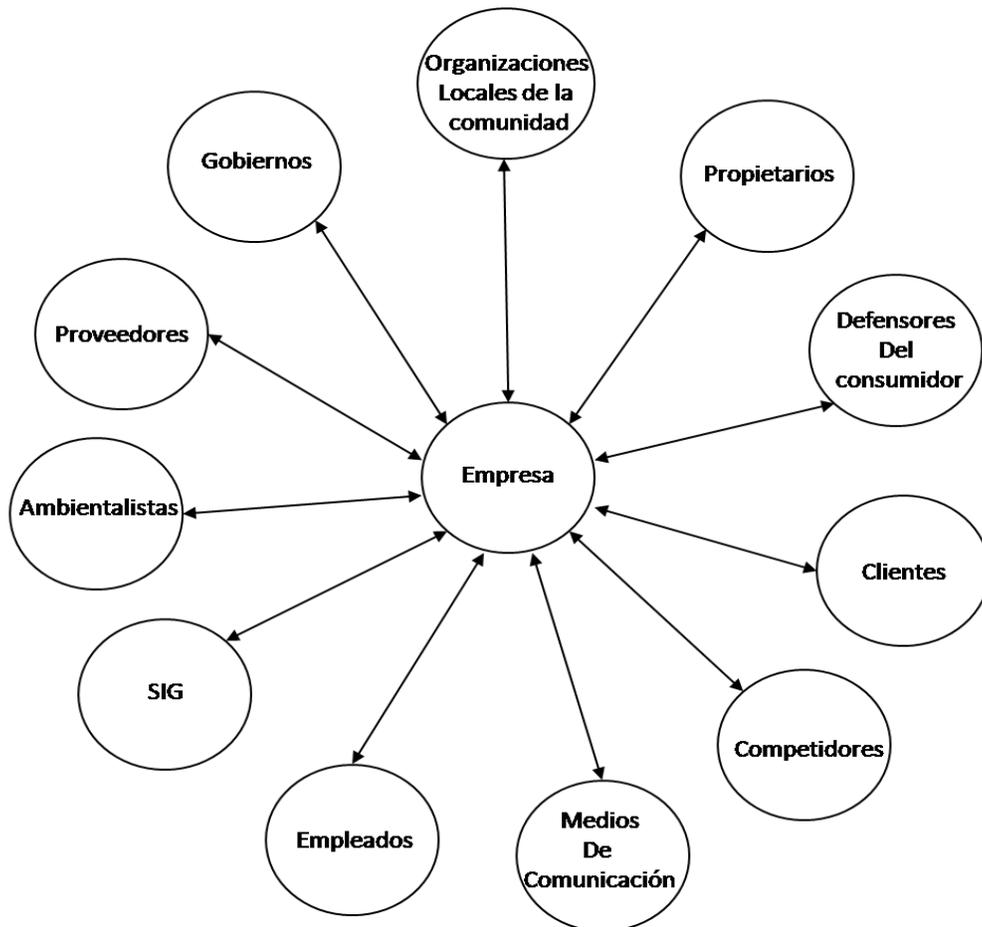
Rasche A. y Esser E. D. (2006) indican que los directivos pueden hacer uso del proceso contable conocido como Contabilidad Ética y Social, Auditoría y Reportes (SEEAR, por sus siglas en inglés), este proceso consta de tres etapas: contabilidad, auditoría y presentación de informes. Sin embargo la publicación de resultados contables en relación con los intereses de los stakeholders, no se debe

como una simple rendición de cuentas, si no considerarlos previamente; para lo que es necesario el diálogo para construir sus estrategias a partir de concesos.

Gil Lafuente A. M. y Luciano B. P. (2011) consideran como elemental la gestión de los grupos de interés y encuentran que las empresas presentan retos en los procesos de identificación, segmentación, priorización y dialogo. Para ello proporcionan un ejemplo de aplicación utilizando como instrumento un algoritmo de agrupación que dicen puede facilitar la toma de decisiones a partir de datos cualitativos mediante el diálogo entre directivos y especialistas acerca de determinadas cuestiones.

Los grupos de interés deben ser integrados como una capacidad estrategia susceptible de actuar como un activo complementario con otras capacidades empresariales. Por lo tanto, integrar los stakeholders en la empresa mejoran su competitividad con el uso de prácticas ambientales, creando una situación tradicionalmente conocida como ganar-ganar, donde la empresa fortalece sus ventajas competitivas mediante la protección del ambiente y la conexión de los interesados, pero encuentran lamentable que muchos directivos no perciben dicha conexión (Plaza Úbeda J. A. et al., 2011)

Cuadro 2.3
Stakeholders, Vista de la empresa.



Fuente: Traducido de Freeman R. Edward (1984) *Strategic Management: A Stakeholder Approach*

Hemos podido observar que el desarrollo sustentable se puede prestar a diferentes interpretaciones, por lo que exige un gran conocimiento del tema por parte de las empresas, pues en ocasiones lo traducen en prácticas filantrópicas, sin tener una visión holística de todo lo que implica la sustentabilidad. Una vez conociendo los requerimientos que exige la sustentabilidad en el contexto empresarial, conoceremos los requerimientos que se exigieron a las empresas para la inclusión del IPC Sustentable, por la calificadora EIRIS.

CAPÍTULO 3. IPC SUSTENTABLE

Introducción

De acuerdo a la encuesta realizada por Deloitte en el 2009 sobre tendencias globales en capital de riesgo, informa que el 63% de los inversionistas encuestados anunciaron un incremento de sus inversiones en tecnologías limpias para los próximos tres años (OCDE 2012). Los inversionistas internacionales cada vez con mayor fuerza están exigiendo a las empresas contar con prácticas sustentables (Husted W. y Serrano 2002; Universidad Anáhuac del Sur, 2010), que cuenten con reportes que estén basados en el GRI el cual “eleva las prácticas de sustentabilidad a un nivel equivalente a la de la información financiera en rigor” (Willis Alan, C.A., 2003)

En la última década el tema de la sustentabilidad ha cobrado mayor importancia dentro de las empresas y por consecuencia dentro de las Bolsas de Valores de cada país (Salgado Beto et al., 2009), ya que los inversionistas están exigiendo índices sustentables que evalúen a las empresas en cuanto a sustentabilidad de acuerdo a estándares internacionales. Que sean utilizados tanto por los inversionistas como por las corporaciones globales para legitimar y autenticar los esfuerzos que realizan en pro de la sustentabilidad, (Cerin y Dohers, 2001; Clacher y Hagendorff, 2011). Es sin duda una herramienta de vanguardia “para participar en el esfuerzo de la comunidad global por transformar el desarrollo económico y asociarlo a la protección ambiental”. (OCDE, 2012)

Por lo que los índices sustentables en la última década han tenido un rápido crecimiento tanto en países desarrollados como en vías de desarrollo, este fenómeno ofrece un amplio tema de estudio para los investigadores académicos. (Fowler J. y Hope C. 2007). Principalmente ofrecen un terreno fértil para el estudio que se realizara en este capítulo, sobre la metodología empleada para la evaluación de las empresas que conforman el índice, así como el análisis comparativo de su metodología contra otros índices de referencia.

3.1 Antecedentes de índices sustentables en el mundo

Los índices de sustentabilidad dan seguimiento al desempeño de ciertas compañías que se eligen con criterios sociales, ambientales y de gobierno corporativo y son utilizados por los inversionistas institucionales para analizar posibles oportunidades de inversión. (Metodología de EIRIS, 2010)

Sin embargo los índices de sustentabilidad no solo sirven para proyectar a las empresas sustentables hacia un mercado global, también sirven como un “parámetro idóneo para conocer el desempeño de las empresas en cuestión ambiental, con el ánimo de construir una economía sólida y acorde a los tiempos modernos” (OCDE 2012). Un parámetro que evalúa la sustentabilidad de la empresa y si esta cumple con los requerimientos establecidos se le premia entrando al índice, en caso contrario tendrá que mejorar sus prácticas sustentables para que al siguiente cambio de muestra participe y vuelva a ser evaluada.

La historia de los índices sustentables es corta en comparación con la de los fondos de inversión sustentables. El primer índice mundial sustentable fue, Domini 400 Social Index lanzado en mayo de 1990 por Kinder, Lydenberg, Domini and Co. (Guerard, 1997).

Posteriormente en septiembre de 1999 en Nueva York fue lanzado el Dow Jones Sustainability Index, una familia de índices que es utilizada para identificar y realizar el seguimiento del rendimiento de empresas con prácticas sustentables (Cerin y Dobers, 2001), el principal índice de esta familia es el Dow Jones Sustainability Index World, integrado por 80 empresas de todo el mundo, las cuales son evaluadas por Sustainable Asset Management (SAM).

Para el año 2000 se crea el índice Jantzi Social Index en Canadá, integrado por 60 empresas canadienses, evaluadas por Sustainalytics, un año después surge en Inglaterra un índice que regula a todas las empresas sustentables a nivel

mundial, FTSE4Good su evaluadora es Experts in Responsible Investment Solutions (EIRIS). No solo los países desarrollados han tenido esta iniciativa, también los países emergentes han creado sus índices para regular principalmente a sus empresas, como es el caso del índice de Sudáfrica el IFC Sustainability, el cual fue lanzado al mercado en el 2004 integrado por 65 empresas (Salgado Beato, et al., 2009) y evaluado por la misma calificadora del índice FTS4Good. Por supuesto Brasil no se podía quedar atrás por lo que en el 2005 lanzó al mercado el Índice de Sustentabilidad Empresarial (ISE), el cual está integrado por 38 empresas brasileñas y es evaluado por el Centro de Estudios de Sostenibilidad de la Escuela de Administración de Empresas de Sao Paulo de la Fundación de Getulio Vargas (FGV-EASP), (Salgado Beato, et al., 2009). El ingreso de las empresas a los índices sustentables es voluntario, sin embargo para el índice de Brasil el primer año se obligó a las empresas a ser parte del índice y por lo tanto a cumplir con los requisitos para pertenecer al ISE.

Cuadro 3.1
Cronograma de Índices Sustentables



Fuente: Elaboración propia con base en:
Dow Jones Sustainability index (2012)
Johannesburg Stock Exchange (2012)
FTSE4Good (2012)

México comenzó con la gestión para tener su propio índice, sobre todo porque cuenta con empresas que desde el 2003 reportan prácticas sustentables, (Meyskens y Paul 2010) solo se necesitaba evaluarlas y reconocer su trayectoria.

3.2 IPC Sustentable

La Bolsa Mexicana de Valores, siguiendo con la tendencia internacional de índices sustentables, creó el IPC Sustentable el cual fue proyectado para el 2010 sin embargo se retrasó un año por no contar con un tamaño de muestra significativa y principalmente porque las empresas contaban con bastantes actividades sustentables que no publicaban en sus informes anuales de sustentabilidad. Por lo cual el proyecto se concretó y fue presentado formalmente el 8 de diciembre del 2011. En su presentación el índice fue integrado por 23 empresas que cumplieron con los requerimientos necesarios por parte de las evaluadoras y de la BMV.

Dicho índice, integra en una canasta a las empresas emisoras listadas en la BMV que mejor se encuentran posicionadas en relación a sus compromisos con el medio ambiente, gobierno corporativo y partes interesadas. Creando programas sustentables con estándares internacionales. (IPC Sustentable, 2012, Ponce 2011)

El IPC Sustentable es el primer producto de la nueva familia de índices que la BMV creó para dar seguimiento al mercado mexicano en temas ambientales, sociales y de gobierno corporativo, dada la creciente importancia que ha cobrado la sustentabilidad a nivel internacional. (BMV, 2012)

De acuerdo a la BMV (2012), son cuatro principales objetivos que persigue el IPC Sustentable:

1. Incentivar la incorporación de procesos sustentables y socialmente responsables en las prácticas de las empresas mexicanas listadas en la BMV.
2. Dar proyección internacional a aquellas empresas mexicanas cuyas prácticas en materia de sustentabilidad cumplen con estándares internacionales.
3. Posicionar a la Bolsa dentro de las tendencias internacionales en materia de sustentabilidad.

- Ofrecer un vehículo de inversión referenciado al índice para aquellos inversionistas interesados en dar seguimiento a las empresas sustentables.

El IPC Sustentable cuenta con beneficios tanto para los inversionistas como para las empresas e incluso para el medio ambiente y la sociedad. Entre los principales beneficios que se pueden observar en el cuadro 3.2, se encuentra el de Prestigio-Licencia Social, el cual es un beneficio para las empresas.

Cuadro 3.2
Beneficios del IPC Sustentable

Inversionistas	<ul style="list-style-type: none">Las empresas listadas son una opción atractiva para inversionistas globales que buscan opciones sustentables en mercados emergentes.Genera mejor capacidad de elección.
Empresas	<ul style="list-style-type: none">Prestigio- Licencia SocialMayor valor de mercado y ventaja competitivaLegitima sus prácticas sustentableUn estandar de responsabilidad social global transparente y alcanzable al que aspirar y superar.
Sociedad y Medio Ambiente	<ul style="list-style-type: none">Propone directrices para asegurar los recursos naturales, ecosistemas y biodiversidad.Mitiga retos del país como desigualdad, desempleo y subdesarrollo.

Fuente: Elaborado con base en Fowler J. y Hope C. (2007); Clacherlain y Hagendorff (2011), Cerin y Dobers, (2001); Universidad Anáhuac del Sur, (2010)

Como se puede ver en el cuadro 3.2 los beneficios de las tres partes ayudan a tener un mejor desarrollo sustentable en México, por lo que el IPC Sustentable es una propuesta que aparentemente deja ganar a todos los involucrados. (Clacherlain y Hagendorff, 2011)

Para determinar la muestra de las empresas que integrarían el IPC Sustentable, la BMV se apoyó de dos calificadoras; la Universidad Anáhuac del Sur y EIRIS (Experts in Responsible Investment Solutions por sus siglas en inglés).

La Universidad Anáhuac del Sur ha participado en la Organización para la Cooperación de Desarrollo Económico (OCDE) como miembro en la Latin American Corporate Governance Roundtable. Evaluó a las empresas desde dos puntos fundamentales, Gobierno Corporativo y Responsabilidad Social (BMV 2012). La Universidad Anáhuac cuenta con seminarios para las empresas, en donde imparten la metodología que se ocupó en el IPC Sustentable. Su información no es transparente en ningún aspecto.

La evaluadora EIRIS cuenta con más de 27 años de experiencia en el análisis ambiental, social y de gobierno corporativo de empresas a nivel mundial, con la metodología que ha desarrollado, analiza más de 300 indicadores de más de 3,000 empresas (BMV, 2012), ha participado en la selección de las empresas en índices internacionales, como el FTSE4Good, en Inglaterra, durante 11 años. (Clacherlain y Hagendorff, 2011) y el IFC (en Sudáfrica) durante 8 años. Evaluó a las empresas mexicanas desde los tres puntos básicos, Gobierno Corporativo, Responsabilidad Social y Medio Ambiente (BMV 2012). Gran parte de su metodología de evaluación es pública.

En México EIRIS está representado por Ecovalores, una organización sin fines de lucro, dedicada al análisis de la sustentabilidad de las empresas listadas en la bolsa, así como al seguimiento de las mismas.

3.2.1 Metodología de EIRIS

Para el análisis de la metodología se utilizara la empleada por EIRIS, puesto que la Universidad Anáhuac del Sur no cuenta con información disponible sobre su metodología para evaluar a las empresas.

La población que evaluó EIRIS parte de las 3,500 emisoras de 26 mercados globales, principalmente evaluó a las 70 emisoras que cotizan en la BMV (IPC Sustentable 2012).

3.2.1.1 Criterio de inclusión y exclusión.

La BMV definió dos criterios de inclusión: el primero fue que todas las empresas que fueran seleccionadas por las calificadoras como empresas sustentables tendrían que cumplir con un mínimo de float del 30% y/o valor de capitalización flotado, al momento de la selección mayor a los 10 millones de pesos (BMV, 2012)

El segundo criterio fue que solo serían incluidas las mejores compañías de cada sector industrial, como lo hace el DJSI, para elegir a sus empresas. (DJSI, 2012)

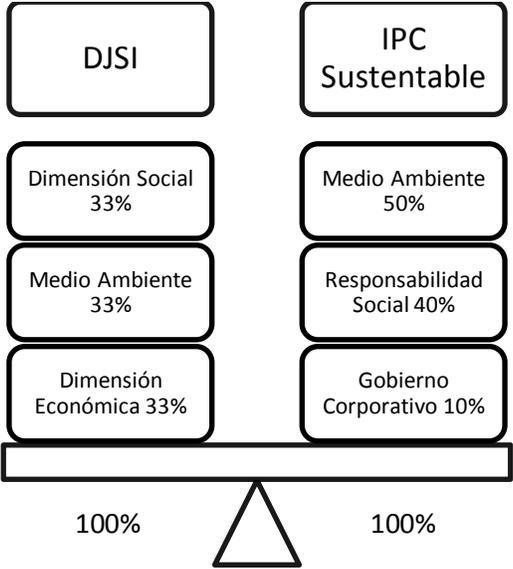
En cuanto a los criterios de exclusión, el IPC Sustentable, excluye a las empresas que tienen un giro armamentista y de energía nuclear. Quedando de acuerdo a la división que realiza Fowler J. y Hope C. (2007) en su estudio, sobre los índices sustentable, en una pantalla positiva, donde acepta a empresas de tabaco, alcohol, siempre y cuando cuenten con altas calificaciones en la evaluación que realiza su calificadora.

3.2.1.2 Factores de evaluación

EIRIS evaluó tres factores importantes de las empresas y a cada uno le dio un peso determinado y de acuerdo a este peso fue como evaluó a las empresas en los diferentes aspectos. El primer factor fue el de Medio Ambiente con un peso del 50%, el segundo fue de Responsabilidad Social con un peso del 40% y el último factor fue el de Gobierno Corporativo el cual le dieron un peso del 10% (BMV 2012), este último factor se le dio poco peso en la evaluación, dado que las empresas que se tomaron en cuenta fueron empresas que ya cotizaban en la BMV, por lo cual tenían que contar con un buen Gobierno Corporativo ya que la BMV evalúa ese punto para que puedan cotizar las empresas y mantenerse dentro de ella. (Metodología de EIRIS, 2010)

Esta ponderación se irá ajustando año con año hasta llegar a los estándares internacionales (BMV, 2011), como es la ponderación que utiliza el índice Dow Jones Sustainability Index, como se aprecia en el siguiente cuadro.

Cuadro 3.3
Factores de Evaluación



Fuente: Elaboración propia con base en el DJSI (2012) y la BMV (2011)

Para la evaluación que realizó EIRIS se ocuparon criterios de medición internacionales, ya que su análisis es normativo; por lo tanto se basa en lo que las empresas deberían de hacer de acuerdo a las mejores prácticas internacionales.

Sus criterios de medición fueron los siguientes:

1. Principios del Pacto Mundial
2. Principios de Inversión UN-PRI
3. Principios de Gobierno Corporativo de la OCDE
4. Recomendaciones del Banco Mundial, quien aborda a nivel mundial la promoción del buen Gobierno Corporativo.
5. ISO 14000/Industria Limpia

Para la elección de algunos criterios de medición EIRIS toma en cuenta un enfoque de inside-out¹², es “el esfuerzo de una empresa para lograr reconocidos estándares de acreditación como es la ISO 14000” (Cerin y Dobers 2001), así como también, la obtención de la certificación de industria limpia. (Montiel y Husted W. 2009)

Casi todos estos criterios de medición son voluntarios y las empresas solo se alinean a ciertas estrategias con base en los principios, aun no existe una auditoria que revise si realmente los están aplicando conforme con lo que debe de ser¹³, a excepción de la ISO 14000 y de la certificación de industria limpia las cuales a pesar de que son voluntarias cuentan con una auditoria para otorgar la certificación.

Dentro de la metodología nos encontraremos con que pueden no cumplir con los criterios de medición, pero si tienen el compromiso de implementarlos, se tome en cuenta para la obtención del sello sustentable por parte de EIRIS y por lo mismo pueden entrar al índice siempre y cuando cumplan con el mínimo de float.

3.2.1.3 Metodología de evaluación Ecovalores

Para comenzar la evaluación de las empresas, Ecovalores realiza un cuestionario de 100 preguntas a cada empresa, cada pregunta tiene un peso determinado, por lo que al finalizar la evaluación tendrá cada empresa una puntuación de su cuestionario.(Metodología de EIRIS,2010)

Posteriormente Ecovalores desarrolla un perfil para cada empresa en el cual les reporta cómo se comparan en cada área con respecto a las mejores prácticas internacionales.

¹²Los autores P. Cerin y P. Dobers, proponen el enfoque de inside-out, (de adentro hacia afuera) para lograr la sustentabilidad es, por definición, iniciada por la corporación y no incluye necesariamente una evaluación de la propia sociedad.

¹³ Basado principalmente en los principios del Pacto Mundial los cuales solo se basan en el compromiso de la empresa, para mayor información consultar United Nations Global Compact <http://www.unglobalcompact.org/Languages/spanish/Implementacixn_y_Compromiso.html> acceso 28 de octubre del 2012

Es decir la sustentabilidad es un proceso de mejora continua dado que las “mejores prácticas internacionales” están evolucionando día con día. Las empresas mexicanas se comparan con sus contrapartes a nivel global, por lo que no se desarrolla un estándar para cada país, se compara con las mejores prácticas internacionales con el fin de que el inversionista puede comparar a las empresas a nivel global. (Metodología de EIRIS para la Evaluación Ambiental, Social y de Gobierno Corporativo de las empresas listadas en la Bolsa Mexicana de Valores, 2010)

El perfil que desarrolla Ecovalores para cada empresa cuenta con una puntuación determinada, dependiendo del grado de cumplimiento de cada área con respecto a las mejores prácticas internacionales.

Después de realizar el análisis del perfil de las empresas, Ecovalores analiza la información pública, que se encuentra en sus portales de Internet (la cual debe de ser pública y accesible) de cada empresa, analiza toda la información que está al alcance del inversionista, como son reportes financieros trimestrales y anuales, así como informes de Sustentabilidad anuales, y cualquier otro tipo de informe extra que tengan en sus portales las empresas y que tenga que ver con los tres elementos conocidos como ESG (Evironmental, Social and Government por sus siglas en inglés).

EIRIS parte de que al momento de que se haga pública la información la empresa entrara en mayor presión por mantener las relaciones públicas y gestionar la percepción del público sobre sus actividades. (Clacher y Hagendorff, 2011)

Ecovalores dividen en tres puntos el análisis de la información pública; en los tres factores de evaluación basados en el TBL, (Medio ambiente, Responsabilidad Social y Gobierno Corporativo) comenzando con el de mayor peso, el cual es medio ambiente.

Evaluación del Medio Ambiente 50%

Para realizar esta evaluación, EIRIS crea una tabla de impacto ambiental de cada sector al que pertenecen las empresas. Existen empresas que cuentan con actividades de diferentes sectores, para la evaluación de estas empresas se analiza el porcentaje de ingresos que tiene cada sector de la empresa, por lo que, el sector que tenga mayor porcentaje de ingresos será el sector ambiental relevante, el impacto de los sectores se divide en alto, medio y bajo de acuerdo a la siguiente tabla que realizó Ecovalores, para la realización de su análisis.

Tabla 3.4
Impacto ambiental de cada sector

Sectores de Impacto Alto	Sectores de Impacto Medio	Sectores de Impacto Bajo
Agricultura Transporte aéreo Aeropuertos Materiales de construcción (incluye la explotación de canteras) Productos químicos y farmacéuticos Construcción Ingeniería civil Cadena de comida rápida Alimentos, bebidas y tabaco. Silvicultura y papel Minería y metales Petróleo y gas Generación de energía Distribución y Logística Supermercados Fabricación de vehículos Manejo de residuos Agua Control de plagas	Materiales de auto-construcción Equipo electrónico y eléctrico Distribución de energía y combustible Ingeniería y maquinaria Financieros no clasificados de otra manera (véase a la derecha) Hoteles, catering y alquiler de instalaciones. Instalaciones Fabricantes diversos Puertos Impresión y publicación de periódicos Minoristas diversos Alquiler de vehículos Transporte público	Tecnología de la información Medios de comunicación Finanzas servicio al cliente/ hipotecario Inversionistas inmobiliarios Investigación y Desarrollo Esparcimiento diverso (gimnasios y juegos) Servicios/soporte técnico Telecomunicaciones Distribución mayorista.

Fuente: Experts in Responsible Investment Solutions, “Metodología de EIRIS para la Evaluación Ambiental, Social y de Gobierno Corporativo de las empresas listadas en la Bolsa Mexicana de Valores,” 26 de agosto del 2010.

El sector al que pertenecen las empresas es determinado por la metodología que se utiliza en el índice FTSE y Dow Jones conocido como ICB (Industry Classification Benchmarking por sus siglas en inglés)¹⁴, este tipo de metodología se implementó en la BMV en el 2008 (BMV, 2011).

Es muy importante conocer el impacto ambiental que tiene cada una de las empresas, puesto que de acuerdo a su impacto deberán de implementar modelos adecuados de gestión ambiental que contrarresten su impacto ambiental (Klassen y McLaughlin, 1996)

De acuerdo a esto EIRIS realiza un análisis sobre los siguientes indicadores ambientales:

1. Política Ambiental

La política ambiental debe de ser pública, Ecovalores calcula el porcentaje de la empresa que aplica la política, si la política se aplica a todas las operaciones de la empresa o del grupo, y si son de aplicación general en las operaciones en el extranjero. La política debe de cubrir todos los aspectos claves del sector, los cuales son:

1. Consumo de agua.
2. Emisiones al aire
3. Agua residual
4. Desechos
5. Energía
6. Biodiversidad

Dependiendo de la clasificación del impacto del sector al que pertenece la empresa, se analiza la cobertura de la política en los seis aspectos claves, por ejemplo; si la empresa está clasificada en un sector de alto impacto, tendrá alto

¹⁴El ICB utiliza un sistema de 10 industrias, se divide en 20 supersectores, que se dividen en 41 sectores, que a su vez contienen 114 subsectores. Para mayor información véase en: <http://www.icbenchmark.com/>

impacto en los seis aspectos claves, por lo que se espera que su política ambiental cubra explícitamente esos aspectos, así como el sector de medio impacto se espera que tenga un impacto medio en los seis aspectos y por último los sectores de bajo impacto se esperan que tengan bajo impacto en los seis aspectos, y dependiendo de esto se determinan pesos específicos en cada aspecto clave: 0 si no tiene impacto, 1 si es bajo, 3 si es medio y 5 si es alto. Por ejemplo, una empresa de construcción tendrá un alto impacto en cada uno de los aspectos claves, mientras que una empresa de ramo financiero tendrá un efecto medio en energía y bajo en residuos.

De acuerdo a esta clasificación y pesos correspondientes en los aspectos claves, se analizan los siguientes elementos, de cada empresa¹⁵:

Responsabilidad de la política ambiental, la cual indica el nivel al que cada empresa dirige la aplicación de la política ambiental, de forma que la responsabilidad a nivel del consejo de administración o de un miembro específico del consejo, demuestra un mayor grado de compromiso que a nivel de una gerencia.

Metas, que deberán de ser específicas en cada uno de los aspectos claves y que serán medibles. Si no cuenta con estas deberá de contar con el compromiso de establecer dichas metas en un tiempo determinado. EIRIS solo evalúa el control que establecen y obtienen a través de sus metas, no evalúa otra parte importante de estas que son las metas enfocadas principalmente a la prevención de la contaminación a reducir, minimizar o eliminar la creación de contaminantes o desechos de esta manera las metas ayudan a fomentar el uso eficiente de las materias primas y reduce los costos de los residuos. (Berry y Rondinelli, 1998),

Verificación/auditoria/monitoreo, tener implementados o el compromiso de implementar sistemas de gestión ambiental ISO 14000 o sistemas internos específicos.

¹⁵ Esta sección se basa en los aspectos claves que propone EIRIS para la evaluación de las empresas, consultado en <<http://www.eiris.org/>> acceso 23, septiembre 2012

Reporte Ambiental que emiten las empresas, el cual debe contener los aspectos claves o como mínimo deberá de tener el compromiso de implementar un reporte ambiental que contenga los aspectos claves antes descritos, en un tiempo específico no mayor a un año.

Estos elementos deben de ser evaluados objetivamente, ya que si cuentan con ellos y los cumplen, formaran parte fundamental de un desempeño ambiental proactivo como lo refiere Berry y Rondinelli, (1998) en su estudio “Proactive Corporate environmental management: A new industrial revolution”.

2. *Elementos Deseables*

Entre los elementos deseables se analiza principalmente cinco puntos:

El primero es *Estándares Operativos*, es el compromiso de operar de acuerdo a estándares internacionales, mejores prácticas del sector y/o participar en iniciativas sectoriales ambientales reconocidas.

El segundo, *Participación de grupos de interés*, es el compromiso que tengan las empresas de dialogar y escuchar a los grupos de interés con respecto a las políticas ambientales.

El tercero, *Tutela del Producto (Product Stewardship)*, el cual son políticas para minimizar el impacto del producto o servicio al medio ambiente, esto se logra a través del análisis de ciclo de vida del producto¹⁶, reduciendo los riesgos ambientales o problemas derivados del diseño, fabricación, distribución uso y eliminación del producto (Berry y Rondinelli, 1998).

El cuarto, *Movimiento estratégicos en pro de la sustentabilidad*, son los movimientos estratégicos que realizan las empresas en pro de la sustentabilidad, estas estrategias dependerán del sector en el que se encuentren las empresas.

¹⁶ Este análisis ha sido utilizado por los Institutos de investigación japoneses, en una gama de productos de aluminio, latas automóbiles, edificios de oficinas, máquinas expendedoras, máquinas de lavar y aleaciones de acero. (Berry y Rondinelli, 1998).

Por último el quinto punto, *Otras Iniciativas*, estrategias o proyectos que realicen las empresas y que se encuentren dentro de sus portales o dentro de sus reportes de sustentabilidad.

3. *Sistemas de Manejo Ambiental (EMS por sus siglas en inglés)*

Se analiza el porcentaje de las operaciones de las empresas que cubren sus sistemas de manejo ambiental, los cuales pueden ser internos de las empresas o ISO 14000 o una combinación de estos (EIRIS, 2009). Las empresas mexicanas pueden optar por certificaciones nacionales, como es la certificación de Industria Limpia o elegir certificaciones internacionales como es la ISO 14,000 e inclusive tener las dos certificaciones, aunque esto sería más costoso (Montiel y Husted W., 2009)

El sistema puede no ser público si se considera información estratégica, pero debe cubrir los impactos significativos y contar con los siguientes elementos:

- Que se base en la política ambiental.
- Que tenga una línea de base.
- Que establezca objetivos claros y medibles (cuantitativos) para todos los impactos significativos.
- Que cuente con un programa de implementación que incluya una descripción del proceso y responsables para cada etapa /área, que se cuente con procedimientos y manuales.
- Que cuente con un plan de monitoreo/auditoría.
- Que haya evidencia de reporte sobre los avances del sistema.

4. *Reporte ambiental*

De acuerdo a la Metodología de EIRIS (2010), el reporte deberá ser publicado en los últimos tres años y debe cubrir la siguiente información.

- El texto de las políticas ambientales.
- Descripción de impactos principales.

- Datos Cuantitativos.
- Desempeño medido frente a los objetivos.
- Elementos Deseables.

Dentro de la evaluación que realizó EIRIS no se encontró un punto en el que evaluara la implementación que sirvan para disminuir el impacto ambiental de cada empresa, punto importante para este tipo de evaluaciones (Berry y Rondinelli, 1998).

Una vez terminado el análisis del Medio Ambiente se realiza el análisis de Responsabilidad Social.

Criterios Sociales y de Grupos de Interés (40%)

Para la evaluación de este punto EIRIS tuvo que tomar en cuenta que las prioridades de un programa de responsabilidad social de una empresa varía de acuerdo a sus diferentes participantes, mercados en los que opera, sector de la industria o sectores en los que opera (Dawkings y Lewis 2003), esto se ve principalmente en la evaluación de partes interesadas, ya que no son las misma para una empresa constructora que para una de servicios.

Con base en esto EIRIS tuvo que evaluar los siguientes puntos

1. Relaciones con los empleados:

En donde se analiza principalmente:

- Las políticas que tiene cada emisora para garantizar condiciones de igualdad dentro de su organización, así como que cuente con un sistema de gestión que verifique el apego a las políticas.
- La empresa debe de contar con un sistema que pueda medir, monitorear y reportar el seguimiento de la práctica de igualdad de oportunidades con apoyos que reflejen un balance sano entre el trabajador, desarrollo personal y familiar.
- Los sistemas que tiene la empresa para asegurar la salud y seguridad de sus empleados.

- Así como el grado de seguridad del que gozan los empleados con respecto a la estabilidad de su trabajo.
- Datos significativos sobre el tiempo y recursos invertidos en capacitación.
- Si cuentan con programas sociales las empresas deberán de especificar el número de personas que fueron beneficiadas con ese programa.

2. Relaciones con clientes y proveedores

Se analizan las políticas de relación con clientes y proveedores. Los Sistemas de Gestión relacionados con clientes como el ISO 9000, TQM (Gestión de calidad Total por sus siglas en inglés) o sistemas similares, si la empresa realiza encuestas de satisfacción a sus clientes y si tiene estadísticas al respecto. (EIRIS, 2009)

3. Relaciones con otros grupos de interés

Se analiza que cuenten con políticas y sistemas de gestión con grupos de interés. Se analiza la capacidad de la empresa de involucrarse y comunicarse con los diversos grupos de interés mediante herramientas prácticas como son; encuestas de satisfacción de los empleados, clientes, sistemas de control de calidad, procedimientos para responder a cuestionamientos de los grupos de interés y su capacidad de comunicarse con ellos. (Metodología de EIRIS, 2010)

Se toma en cuenta la existencia del “Reporte Social” y si este es verificado por instituciones independientes, los reportes sociales son parte importante para estar en contacto con tus partes interesadas, estos deben de tener información cuantificada y establecer indicadores de desempeño (Dawkins y Lewis 2003).

Gobierno Corporativo (10%)

Dentro de la BMV existe la Ley de Mercado de Valores, Reglamento General de la BMV y el Código de Ética Bursátil que regula el tema de gobierno corporativo sobre las empresas (Huster W. y Serrano, 2002), las cuales deberán de cumplirlo para poder operar dentro de la bolsa o para poder listarse. A pesar de estas reglas

el análisis de Ecovalores exige más de lo que pide la ley, puesto que parte de la base de que estas ya se están cumpliendo por el simple hecho de estar cotizando dentro de la bolsa, y que las empresas que formen parte del IPC Sustentable serán aquellas que cuenten con un mayor compromiso sobre gobierno corporativo.

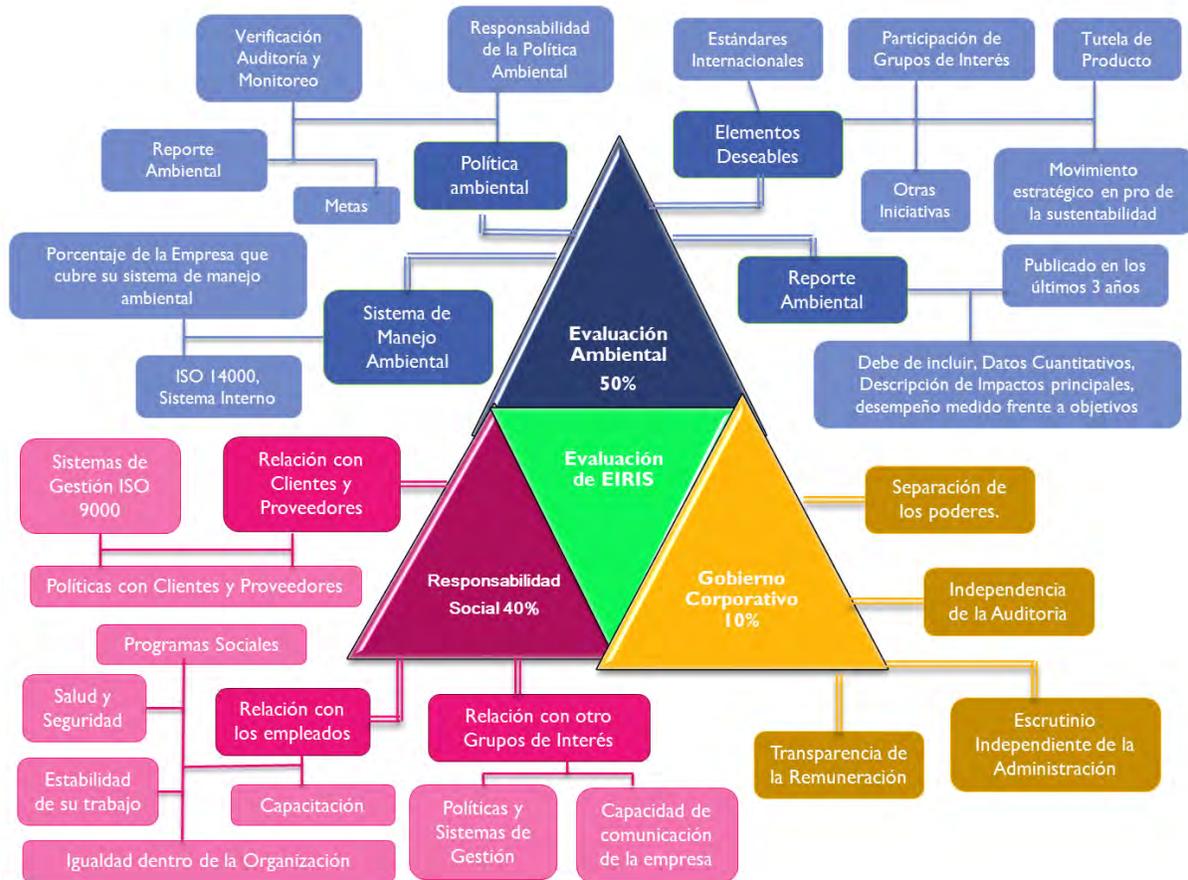
Este punto sin duda, año con año ira teniendo un mayor peso, ya que para los inversionistas es un punto tan importante como lo es el rendimiento financiero corporativo (Coombes y Watson, 2000), dado que, este tipo de información repercute fuertemente en la decisión de los inversionistas, puesto que las causas más comunes de las baja valuación de la empresa están relacionadas a tema de gobierno corporativo, (Universidad Anáhuac del Sur, 2010)

Se revisa principalmente la separación de poderes, escrutinio independiente de la administración, independencia de la auditoria y la transparencia de la remuneración. (Metodología de EIRIS, 2010)

A continuación se muestra una visión integral de la evaluación que realiza EIRIS a los reportes de las empresas.

Cuadro 3.5

Visión Integral de la Evaluación de los reportes



Fuente: Elaboración propia con base en:

Experts in Responsible Investment Solutions, “Metodología de EIRIS para la Evaluación Ambiental, Social y de Gobierno Corporativo de las empresas listadas en la Bolsa Mexicana de Valores,” 26 de agosto del 2010.

Una vez ya teniendo la evaluación del perfil, del cuestionario y de los reportes, cada una con su respectivo puntaje. Se suman y se obtiene la puntuación final de cada empresa.

Por último se le da seguimiento a las empresas que ya integran el índice. Se revisa periódicamente las medidas adoptadas por las empresas y se comparan con las que se han logrado, también se vigilara todos los compromisos que hayan

hecho en materia sustentable los cuales se deberán de cumplir de acuerdo al tiempo que pronosticaron para cada compromiso. (Metodología de EIRIS 2010)

3.2.2.2 Muestra

De acuerdo a la evaluación que realizo Ecovalores a las 70 empresas mexicanas que cotizan en la bolsa en el 2010 solo 27 empresas obtuvieron el sello de empresa sustentable que otorga Ecovalores cuyas calificaciones se colocaron arriba del promedio general. (BMV, 2012)

A pesar de que fueron 27 las empresas seleccionados por Ecovalores como empresas Sustentables, el criterio de inclusión de la BMV saco a cuatro de ellas por no cumplir con el 30% de Float (IPC Sustentable 2012). Ya que son empresas que en su mayoría las acciones se encuentran en manos firmes y por lo mismo no son muy bursátiles como lo exigía la BMV.

Las empresas que quedaron fuera son las siguientes.

- BioPappel
- Grupo Herdez
- Grupo Soriana
- Grupo Vitro

Tanto Grupo Soriana como Grupo Vitro, son parte de la primera generación de empresas en México, en reportar informes de sustentabilidad desde el 2003 de acuerdo al estudio realizado por Meyskens y Paul (2010). Por lo que son empresas que cuentan con una gran trayectoria en cuanto a los aspectos de sustentabilidad.

La muestra, después de eliminar a las empresas que no cumplieron con el criterio de inclusión, quedo en 23 empresas de diferentes sectores, las cuales integran el actual IPC Sustentable. El cambio de muestra se realiza una vez al año, el primer día hábil del mes de febrero (IPC Sustentable, 2012). De las 23 empresas que componen el IPC Sustentable 21 cotizan en el IPC y dos cotizan en el IMC30.

Cada una de las empresas cuenta con un peso relativo dentro del IPC Sustentable, este peso se re balancea cada trimestre, ya que una serie accionaria no puede tener un peso relativo mayor al 15% al inicio de la vigencia del trimestre, así como las cinco series accionarias más importantes de la muestra, no pueden tener un peso relativo en conjunto de más del 60%. (IPC Sustentable 2012; BMV, 2012)

A continuación se presenta una tabla de las emisoras que integran al IPC Sustentables así como su peso relativo.

Cuadro 3.6
Emisoras con sus pesos relativos dentro del IPC Sustentable

SERIE ACCIONARIA	PESO RELATIVO
WALMEXV	16.57
AMXL	14.91
FEMSAUBD	11.11
GMEXICOB	10.6
ALFAA	6.31
GFNORTEO	6.05
PEÑOLES	5.47
CEMEXCPO	4.77
GMODELOC	4.06
BIMBOA	3.91
KIMBERA	2.92
MEXCHEM	2.52
KOFL	2.48
COMPARC	1.63
ASURB	1.59
AC	1.03
ICA	0.85

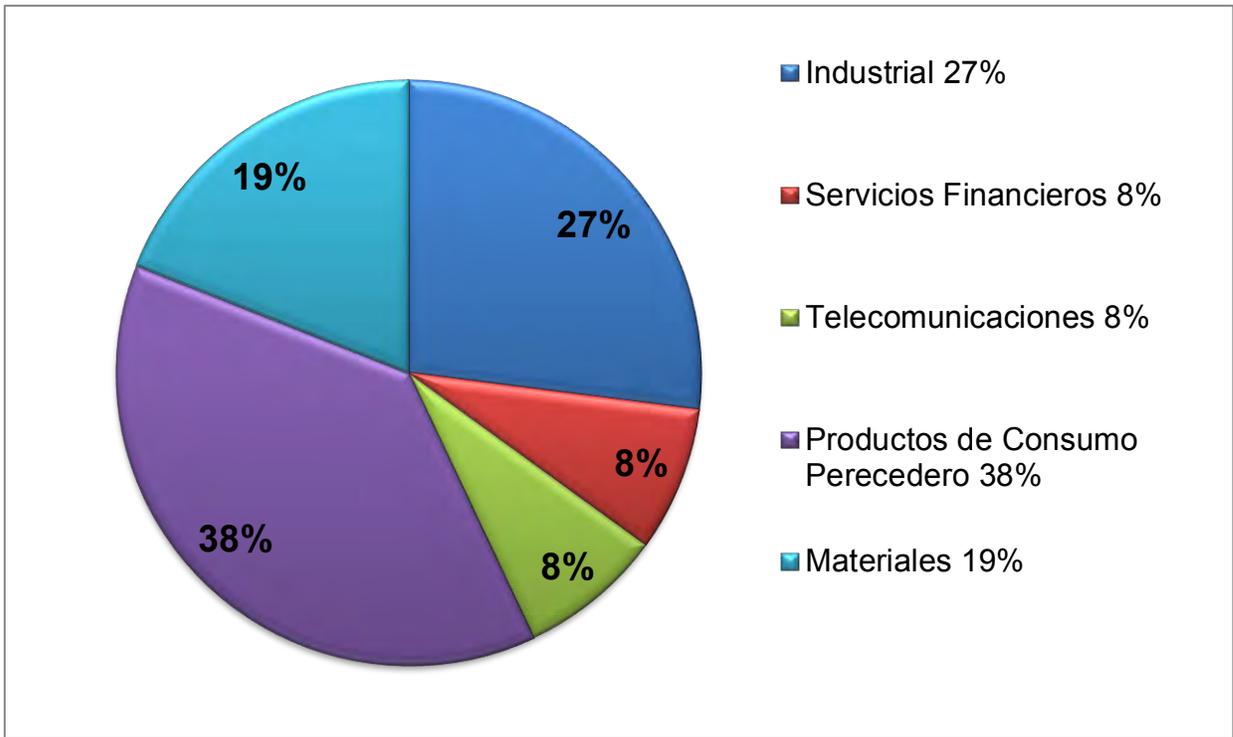
AZTECACPO	0.65
GEOB	0.64
URBI	0.57
COMERCIUBC	0.56
HOMEZ	0.5
OMAB	0.3

Fuente: BMV/al cierre del 30/6/2012

La empresa con mayor peso dentro del IPC Sustentables es Wal-Mart, siendo esta empresa la posible candidata a salir en la siguiente muestra por sus problemas de gobierno corporativo.

De todos los sectores que integran el IPC Sustentable, el que cuenta con mayor porcentaje, es el de producto de consumo Perecedero con 38%, encabezado por Wal-Mart, este sector está dividido de acuerdo a Ecovalores como de alto impacto (véase cuadro 3.7), mientras que los sectores con menor porcentaje dentro del IPC Sustentables son Servicios Financiero con 8%, representado principalmente por Banco Compartamos y el sector de telecomunicaciones, representado por American Móvil, con 8%, estos dos sectores de acuerdo a la tabla de impacto de Ecovalores se encuentran clasificados como de bajo impacto.

Cuadro 3.7 Gráfica de Sector



Fuente: Elaboración propia con base en datos de la BMV

Como se puede observar la mayoría de las empresas que cuentan con un sector de bajo impacto al medio ambiente no se preocupan mucho por implementar prácticas sustentables en sus empresas. Mientras que las empresas que pertenecen a sectores de alto impacto implementan prácticas sustentables para redimir este alto impacto que ocasionan al medio ambiente (Meyskens y Paul, 2010)

3.4 Comparación de la Metodología con otros índices sustentables

Es de vital importancia comparar la metodología que utiliza Ecovalores en la selección de las empresas, con otras metodologías que utilizan los principales índices sustentables como es el índice global Dow Jones Sustainability Index (DJSI) el cual cuenta con 13 años de experiencia y por lo mismo sirve como comparativo para los demás índices sustentables (Cerin y Dobers 2001), el FTSE4Good que cuenta con la misma evaluadora que utiliza el IPC Sustentable pero que a pesar de esto cuenta con diferencias sustanciales y por último

compararemos la metodología con el Índice de Sustentabilidad Empresarial de Bovespa el ISE, el cual es de una economía emergente como lo es México, y su evaluadora es una institución nacional.

3.4.1. Dow Jones Sustainability Index

El Dow Jones Sustainability Index es una familia de índices de la bolsa de Nueva York que evalúa la sustentabilidad del rendimiento de las empresas que se encuentran en el Dow Jones Global Total Stock Market, 2,500 compañías en total (Cerin y Dobers, 2001). El Dow Jones Sustainability Index contiene un índice principal global el Dow Jones Sustainability Index World y varios índices según las regiones geográficas tales como: Europa, América del Norte y Asia Pacífico. El índice que ocuparemos para este trabajo será el Dow Jones Sustainability Index World.

La calificadora que evalúa a las empresas que componen el índice es SAM, Sustainable Asset Management, es una sociedad de inversión global centrada exclusivamente en la inversión sustentable, esta calificadora trabaja en colaboración con el índice Dow Jones. (Fowler J. y Hope C. 2007)

La muestra es determinada por el 10% de las empresas que cotizan en el Dow Jones y que obtienen una calificación mayor al de la media. La muestra tiene un periodo de vigencia de un año, al término de este se revalúan las empresas que integran el índice y se decide si se anexa algún empresa o se da de baja alguna otra. Para el año 2012, se tuvo una muestra de 80 empresas globales. (Dow Jones Sustainability Index, 2012)

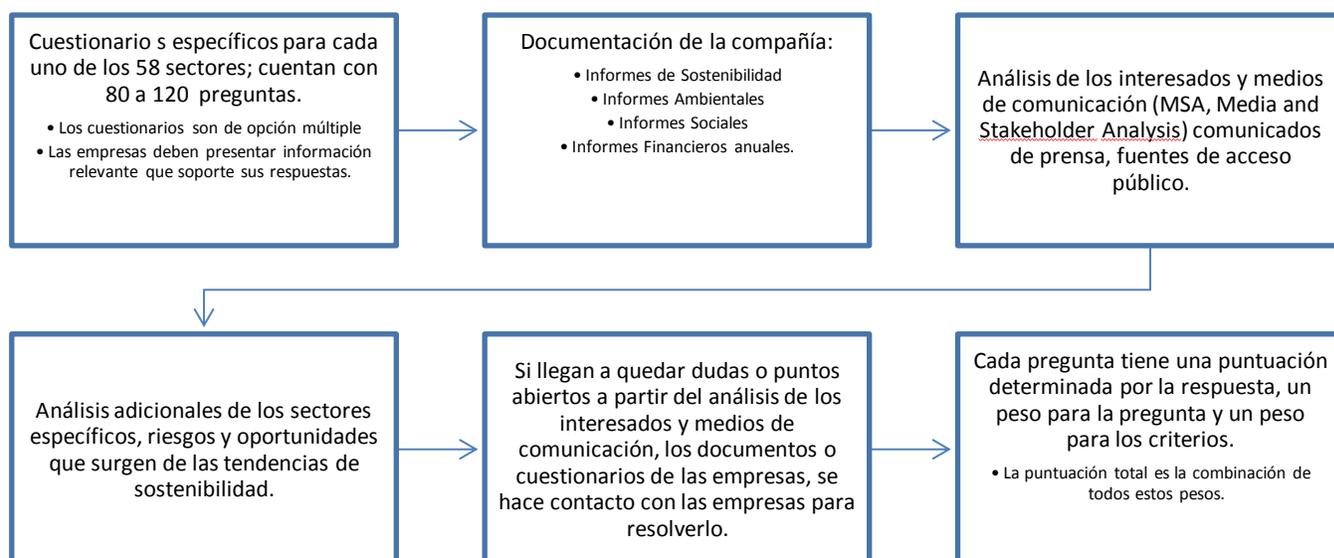
El DJSI ocupa similares conjuntos de criterios sociales éticos y ambientales a los del FTSE4Good e IPC Sustentable (Schroder, 2004). SAM se basó en las tres esferas de la sustentabilidad, la Dimensión Económica con un peso en la evaluación de 33%, la dimensión del Medio Ambiente con 33% y la Dimensión Social con un 33%. (SAM, 2012)

Los criterios de Medición que utiliza son¹⁷:

- Criterios Generales aplicables a todas las industrias (43%)
- Criterios Específicos de la Industria (57%)
- Principios de Pricewaterhouse Coopers
- Principios de Deloitte

La información que analiza SAM para la evaluación de las empresas debe de ser pública y en su mayoría al alcance de las partes interesadas. (Cerin y Dobers 2001), De acuerdo a estos criterios de medición y a los factores de evaluación se realiza la metodología de evaluación, la cual se presenta en el cuadro 3.8

Cuadro 3.8
Metodología de Evaluación del DJSI



Fuente: Elaboración Propia con base en la página de internet del DJSI (2012), Cerin y Dobers (2001), Fowler J. y Hope C. (2007), Sustainable Asset Management, (2012)

En el cuestionario se incluyen atributos intangibles empresariales, como la innovación y la gestión de relaciones con los clientes. Las preguntas están dirigidas tanto a corto plazo (riesgos y oportunidades que tenga o que se le presenten a la empresa) como a largo plazo (creación de valor), (Dow Jones Sustainability Index, 2012; Cerin y Dobers 2001). Para verificar sus respuestas, a

¹⁷ Esta sección se basa en los criterios de medición propuestos por el Dow Jones Sustainability Index, consultado en; < <http://www.sustainability-index.com/>>, acceso 23 Septiembre 2012

parte de los documentos que deben presentar para sustentarlas, son verificadas por Pricewaterhouse Coopers, un recurso externo.

Para obtener la calificación final de las empresas en materia sustentable, se conjugan las calificaciones tanto del cuestionario como de la revisión de documentos y del análisis de los interesados, y con esto se obtiene la calificación final de cada empresa. La calificación media de sustentabilidad total (sobre 100) para el 2009 fue de 48 por lo que las empresas que contaran con una calificación mayor a 48, estarían dentro del índice. (Sustainable Asset Management, 2012)

Si existen incidentes e infracciones graves que arrojen serias dudas sobre los procedimientos de la empresa y su capacidad para manejar la situación, será llevado al comité de diseño, integrado por dos representantes de SAM y dos representantes de Dow Jones, el cual tendrá la responsabilidad de llevar a cabo las siguientes actividades:

- Auditoria de la composición del índice en las revisiones anuales y trimestrales.
- La aprobación de todos los cambios en la metodología del índice
- Revisión continua de todas las acciones corporativas extraordinarias para posibles cambios en la composición del índice

Las empresas son monitoreadas diariamente por si hay problemas críticos derivados, que puedan conducir a la exclusión de la empresa si se considera suficientemente grave (Dow Jones Sustainability Index, 2012). Ejemplo de eventos que conducen a la exclusión: abusos a los derechos humanos, conflictos laborales o desastres catastróficos. Si es suficientemente crítico el evento se realiza un análisis basado en la gravedad del mismo, la cobertura de los medios de comunicación y la gestión de crisis.

3.4.2. FTSE4Good

El FTSE4Good es una familia de índices que contiene a las mejores empresas sustentables a nivel global, creado por la Bolsa de Valores de Inglaterra. El

FTSE4Good al igual que el DJSI cuenta con subíndices por países y por regiones. El índice que ocuparemos para este estudio será el FTSE4Good Global 100 Index

El principal objetivo de este índice es ser utilizado como un parámetro comparativo (benchmarking) sobre los fondos de inversión socialmente responsables. (Clacher y Hagendorff, 2011)

Las calificadoras que evalúan a las empresas que componen al índice son, FTSE International Limited (Dow) y EIRIS la misma evaluadora que se utiliza para el IPC Sustentable.

En cuanto a sus criterios de exclusión, no toma en cuenta a las empresas cuyos giros se basan en la venta del tabaco, alcohol, sistemas nucleares, armamento, y uranio, ubicándose de acuerdo a la división hecha por Fowler J. y Hope C. (2007), en su estudio de índices sustentables en un índice de pantalla negativa, por no tomar en cuenta a estas empresas.

El FTSE4Good no cuenta con amplia información pública acerca de su metodología para evaluar a las empresas, solo se encuentra los criterios en los que se basaron y puntos básicos de su metodología.

Los criterios de Medición que utilizo la calificadora EIRIS para evaluar a las empresas estuvieron basados en códigos de conducta mundialmente conocidos como¹⁸:

- Programa del pacto Global de la ONU
- Criterios generales aplicables a todas las industrias
- Criterios específicos de la industria
- Declaración Universal de Derechos Humanos

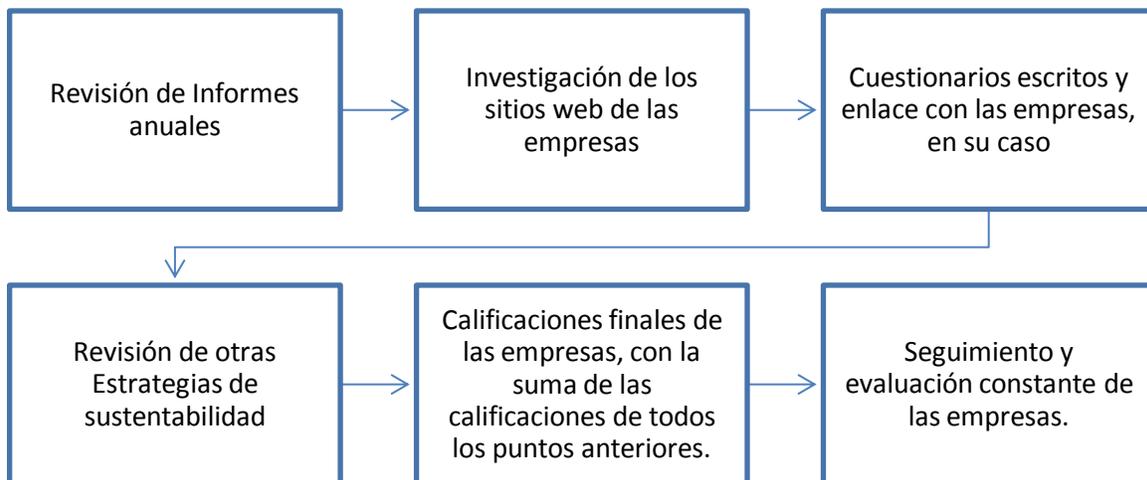
De acuerdo al estudio realizado por Clacher y Hagendorff (2011) las empresas deben de cumplir con tres estándares obligatorios:

¹⁸ Esta sección es en base a los criterios de medición establecidos por FTSE4Good Index, consultado en, <http://www.ftse.com/Indices/FTSE4Good_Index_Series/index.jsp> acceso 28 de septiembre del 2012.

- Trabajar por una sustentabilidad ambiental
- Desarrollar relaciones positivas con las partes interesadas
- Defender y apoyar los derechos humanos universales

Su metodología, a pesar de que es la misma evaluadora que la del IPC Sustentable, no es igual ya que utiliza diferentes criterios de medición. En el cuadro 3.9 se puede ver el proceso de su metodología a grandes rasgos, puesto que su información no está disponible.

Cuadro 3.9
Proceso de la Metodología de evaluación del FTSE4Good



Fuente: Elaboración propia en base a la página de internet del FTSE4Good (2012); Clacher y Hagendorff, (2011)

La información de cada empresa debe de ser pública y disponible para todas las partes interesadas.

3.4.3. ISE Bovespa

El ISE fue lanzado el 1 de diciembre del 2005 por la Bolsa de Valores de Sao Paulo (BOVESPA), para ser una herramienta para la evaluación comparativa del desempeño (Benchmarking) de las empresas listadas en la BM&FBOVESPA bajo el aspecto de la sustentabilidad corporativa, basada en la eficiencia económica, equilibrio ambiental, justicia social y gobierno corporativo (Bovespa, 2012a) Para la

realización de este índice se creó un Consejo Asesor presidido por la Bolsa de Valores de Sao Paulo, este organismo es responsable del desarrollo del índice. El consejo está integrado por varias instituciones como el Instituto de Ética, el Ministerio de medio ambiente, ABRAPP, ANBID, APIMEC, IBGC, IFC¹⁹ y en unos años más el consejo podría contar con el PNUMA. (ISE, 2012; Salgado Beato et al., 2009)

El ISE fue financiado por International Finance Corporation (IFC) y el diseño de la metodología fue responsabilidad del Centro de Estudios en Sustentabilidad (GVCes) de la Escuela de Administración de Empresas de Sao Paulo de la Fundación Getulio Vargas (FGC-EAESP) (Salgado Beato, et al., 2009), esta evaluadora fue elegida por el Consejo Asesor del índice. Su metodología no es pública, solo cuenta con criterios de inclusión exclusión y puntos clave de su cuestionario.

El principal objetivo del ISE es reflejar el retorno de una cartera compuesta por acciones de empresas con reconocido compromiso con la sustentabilidad, y también actuar como un promotor de buenas prácticas en las empresas brasileñas (Bovespa, 2012a)

El Centro de Estudios de Sustentabilidad evalúa a las 200 empresas más negociadas de la BM&FBOVESPA, desde el concepto del TBL, el cual involucra la evaluación de los factores ambientales, sociales y económicos-financieros de forma integrada.

Para que las empresas puedan ser parte del índice deberán de cumplir con los siguientes criterios de inclusión aprobados por el Consejo:

- Ser una de las 150 acciones más bursátiles en el mercado durante los últimos 12 meses.

¹⁹ Instituciones Participantes del Consejo

ABRAPP: Asociación Brasileña de Caja Cerrada de Pensiones, por sus siglas en portugués.

ANBID: Asociación Nacional de Bancos de Inversión.

APIMEC: Asociación de Analistas y profesionales de inversión en Mercado de Capitales.

IBGC: Instituto Brasileño de Gobierno Corporativo.

IFC: Corporación Financiera Internacional

- Cumplir con los criterios de sustentabilidad aprobados por el Consejo del ISE

De acuerdo a Bovespa (2012), serán criterios de exclusión del índice para las empresas los siguientes puntos:

- Si durante el periodo de vigencia, la empresa entra en régimen de recuperación judicial o en bancarrota, las acciones que emita se excluirán de la cartera del índice.
- Si durante el periodo de vigencia de la cartera, ocurre algún acontecimiento que altere en forma considerable sus niveles de sustentabilidad y responsabilidad social.
- Si, en la fecha de revisión anual no cumple con los criterios de sustentabilidad incluidos en el cuestionario

Para comenzar su evaluación GVer aplica cuestionarios de 136 preguntas objetivas (ISE, 2012), a las empresas dependiendo del sector económico al que pertenecen, diferenciándolos principalmente en la parte del medio ambiente, con el fin de considerar las especificaciones de cada sector en lo que se refiere a sus impactos ambientales. El cumplimiento del cuestionario es voluntario.

Los cuestionarios están distribuidos en las siguientes dimensiones: general, naturaleza del producto o servicio, gobierno corporativo, financiero-económico, ambiental, ambiental a las instituciones financieras y sociales. (Salgado Beato, et al., 2009)

De acuerdo a estas dimensiones los cuestionarios, deberán de tener los siguientes indicadores por cada dimensión:

- Políticas: indicadores de compromiso
- Gestión: indicadores de programas, metas y monitoreo
- Desempeño
- Cumplimiento Legal

Las respuestas de las empresas son analizadas por una herramienta estadística, “análisis de clúster”, que identifica grupos de empresas con desempeños similares

y señala el grupo con el mejor desempeño general, este grupo será el que integre la cartera final del ISE, que tendrá un número máximo de 40 empresas, después de la aprobación final del Consejo.

Para el 2012, la muestra del ISE está integrada por 38 empresas, y tiene vigencia de un año. (ISE, 2012)

El sector que más peso tuvo en el ISE en el 2010 fue el de Finanzas con un 54%, seguido del sector de energía eléctrica con un 18%, (Salgado Beato, et al., 2009).

El ISE no excluye a ningún sector, ya sean industrias de fabricación de bebidas o de armas, estas se encontraran dentro siempre y cuando cumplan con los requerimientos necesarios y cuentan con una calificación aprobatoria en el cuestionario (Bovespa, 2012a). Sin embargo a este tipo de empresas se les da un peso mayor, por lo que no clasifican para ser miembros del índice (Salgado Beato, 2009). Lo contrario al FTS4Good el cual si excluyen a este tipo de sectores.

La metodología de evaluación va teniendo cada año mejoras, puesto que la sustentabilidad es un proceso de mejora continua, el comité se pone cada año a la vanguardia en materia sustentable.

A pesar de que el índice cuenta ya con 6 años de cotizar y de realizar la misma metodología todos los años, las empresas siguen teniendo una falta de interés para formar parte de índice, así como para implementar estrategias sustentables o emitir informes de sustentabilidad. (Salgado Beato et al., 2009)

3.4.4 Comparación y Crítica de las metodologías de Evaluación de los Índices

Para realizar el análisis comparativo de los índices sustentables (DJSI, FTS4Good, ISE, IPC Sustentable) se analizaran los criterios de inclusión y de exclusión de cada uno de los índices así como su metodología, utilizada para la evaluación de las empresas y posteriormente se compararon evaluando principalmente su metodología.

Al realizar el análisis de cada índice nos percatamos de varias incongruencias, entre ellas; la falta de información pública sobre su metodología de evaluación, principalmente de los índices FTSE4Good y del ISE en donde solo se encuentra publica la información de sus criterios de evaluación, mientras que en el DJSI y el IPC Sustentable se cuenta con una mayor información tanto de sus criterios de medición como de sus metodología utilizada, aunque hay que destacar que esta información es muy básica y en el caso del IPC Sustentables solo es por parte de una evaluadora (EIRIS), ya que la Universidad Anáhuac del Sur no cuenta con información pública sobre su procedimiento de evaluación de las empresas.

El análisis comparativo comienza con los aspectos básicos de cada índice, como se puede apreciar en el cuadro 3.10, donde comparamos los criterios de inclusión de los índices, que en el caso de las economías emergentes (México y Brasil) este criterio es para escoger a las empresas más líquidas en el mercado, para que el índice tenga mayor representatividad, caso contrario a los índices de economías desarrolladas donde no exigen un mínimo de liquidez para entrar al índice como es el caso del Dow Jones Sustainability Index del FTSE4Good, (Clacherlain y Hagendorff , 2011; Fowler J. y Hope C., 2007)

Cuadro 3.10
Comparación de Aspectos Básicos de los índices (DJSI, FTSE4Good, IPC
Sustentable e ISE)

	DJSI	FTSE4Good	ISE	IPC Sustentable
País	Estados Unidos	Inglaterra	Brasil	México
Bolsa de valores que regula el índice	Bolsa de Valores de Nueva York	Bolsa de Valores de Londres	Bolsa de Valores de Sao Paulo	Bolsa Mexicana de Valores
Consejo Asesor	Cuenta con un consejo Asesor que analiza a las empresas que serán excluidas así como a las que serán incluidas en el índice.	Cuenta con un Consejo Asesor que analiza los criterios de medición que se ocuparan año con año.	Cuenta con un consejo asesor que regula todo el proceso del índice, tanto el ingreso como la exclusión de las empresas en el índice.	No cuentan con un consejo Asesor
Número de empresas en la muestra del 2012	80 empresas		38 empresas	23 empresas
Familia de índices	Forma parte de una familia de índices sustentables, divididos por sectores y regiones	Forma parte de una familia de índices divididos por sectores y por regiones.	Único Índice de Sustentabilidad en la Bolsa de Valores de Sao Paulo	Se propones que será una familia de índices sustentables.
Evaladoras	SAM	EIRIS	GVCes	EIRIS
Factores de Evaluación	Medio Ambiente 33% Responsabilidad Social 33% Gobierno Corporativo 33%	Medio Ambiente Gobierno Corporativo Responsabilidad Social	Naturaleza del Producto y/o servicios Medio Ambiente Responsabilidad Social Gobierno Corporativo	Medio Ambiente 50% Responsabilidad Social 40% Gobierno Corporativo 10%

<p>Criterios de Medición e inclusión</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Criterios Generales aplicables a todas las industrias (43%) • Criterios Específicos de la Industria (57%) • Principios de PricewaterhouseCoopers • Principios de Deloitte 	<p>Las empresas deben de trabajar por una sustentabilidad ambiental. Defender y apoyar los derechos humanos. Mantener relaciones positivas con las partes interesadas. Criterios de Medición:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Programa del pacto Global de la ONU • Criterios Generales aplicables a todas las industrias • Criterios Específicos de la Industria • Declaración Universal de Derechos Humanos 	<ul style="list-style-type: none"> • Cumplir con los criterios de sustentabilidad aprobados por el Consejo del ISE • Deben de ser parte de las 150 acciones más bursátiles en el mercado durante los últimos 12 meses, no entrara dentro del índice. 	<p>Las empresas deben de contar con un mínimo de Float de 30% quedaran fuera del índice. Criterios de Medición:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Principios del Pacto Mundial • Principios de Inversión UN-PRI • Principios de Gobierno Corporativo de la OCDE • ISO 14000/Industria Limpia
<p>Empresas que no pueden participar por su giro</p>	<p>Empresas armamentistas o nucleares</p>	<p>Empresas De Bebidas Alcohólicas, de Tabaco, de armas o Nucleares</p>	<p>Empresas armamentistas o nucleares</p>	<p>Empresas armamentistas o nucleares</p>

Fuente: Elaboración propia con base en: Schroder (2004); BMV (2012); Bovespa (2012a); Índice de Sustentabilidad Empresarial (2012); FTSE4Good, (2012), Fowler J. y Hope C. (2007); DJSI (2012)

El único índice que excluye a las empresas que producen productos que muchos calificarían de irresponsables, pero que dentro de su industria son las que más y mejores prácticas responsables tienen, empresas de tabaco y de licores, es el FTSE4Good, el cual no toma en cuenta a ninguna de estas empresas. Mientras que el DJSI, IPC Sustentable y el ISE incluyen a empresas de este sector, que en su mayoría usan materia prima obtenida con agricultura sustentable, pagando precios justos, con muy buena gestión de recursos humanos, (Fowler J. y Hope C., 2007).

Para la evaluación de las empresas en todos los índices exigen que tengan pública su información, lo cual representa una ventaja tanto para los inversionistas como para las partes interesadas (Schroder, 2004), para tener un mayor conocimiento de sus prácticas sustentables, así como para llevar un mayor control, principalmente las partes interesadas.

Para la comparación de su metodología se analizaron los puntos más importantes de cada índice y la fuente de donde obtienen la información las evaluadoras para calificar a las empresas, ya que esta es muy importante para la credibilidad de cada índice en materia sustentable.

Cuadro 3.11
Comparación de puntos claves de metodología del DJSI, FTSE4Good, IPC Sustentable e ISE

Índices Metodología	DJSI		FTSE4Good		ISE		IPC Sustentable	
	Descripción	Fuente de Información	Descripción	Fuente de Información	Descripción	Fuente de Información	Descripción	Fuente de Información
Revisión de Informes anuales	Se analiza todo tipo de informe, de Sustentabilidad, Ambientales, Sociales y Financieros	Empresa	Los informes que se analizan deben de ser públicos	Empresa	No se encontró información		Los informes deben de ser públicos y estar al alcance de los inversionistas, se analiza todo tipo de informe.	Empresa
Aplicación de cuestionarios	Cuestionario de 80 a 120 preguntas dependiendo de cada uno de los 58 sectores, los cuestionarios son de opción múltiple y las empresas deben de presentar información relevante que soporte sus respuestas.	Empresa	Aplicación de Cuestionarios y si hay alguna duda en cuanto a sus respuestas se consulta directamente con la empresa	Empresa	Cuestionario de 136 preguntas, son aplicados dependiendo del sector al que pertenecen, para su análisis se utiliza la herramienta estadística "análisis de clusters"	Empresa	Cuestionario de 100 preguntas, cada pregunta con un peso determinado.	Empresa
Investigación de los sitios web de las empresas	No se encontró Información		Se analiza los sitios web, buscando que la información sea pública y al alcance de las partes interesadas.	Empresa	No se encontró información		Se investigan los sitios web para ver que la información sea pública, y de ahí toman sus informes sustentables, financieros, para evaluarlos	Empresa

Análisis de los interesados y medios de comunicación	Se realiza una investigación en los medios de comunicación de los que están diciendo las partes interesadas sobre las empresas, comunicados de prensa, fuentes de acceso público	Partes Interesadas	No se encontró información		No se encontró información	No se encontró información	
Contacto directo con la empresa	Si queda algún punto abierto en cuanto al análisis de medio o del cuestionario se realiza una consulta directa con la empresa para aclarar las dudas que puedan surgir	Empresa	Se hace contacto directo con la empresa para aclarar las dudas que puedan surgir en cuanto al cuestionario o a la revisión de los informes.	Empresa	No se encontró información	No se encontró información	
Análisis adicionales de otras estrategias de sustentabilidad	Análisis adicionales de los sectores específicos, riesgos y oportunidades que surgen de las tendencias de sustentabilidad	Empresa	Se realiza un análisis de estrategias sustentables que tengan las empresas adicionales a las exigidas por la evaluadora	Empresa	No se encontró información	Dentro de la evaluación de reportes se analiza si la empresa cuenta con estrategias sustentables adicionales a las exigidas por la evaluadora.	Empresa
Seguimiento a las empresas	Las empresas son monitoreadas por si hay problemas críticos derivados, que puedan conducir a la exclusión. Se evalúan cada año para ver si están cumpliendo con lo prometido.	Empresa y Medios de Comunicación	Se le da seguimiento y evaluación constante de las empresas.	Empresa	No se encontró información	Se le da seguimiento a la empresa para ver si cumple con los proyectos que implemento en su reporte de sustentabilidad, con reportes de sustentabilidad de cada año.	Empresa

Fuente: Elaboración propia con base en:

Schroder (2004); Bovespa (2012b); Índice de Sustentabilidad Empresarial (2012); Fowler J. y Hope C. (2007): DJSI, (2012); Clacher y Hagendorff (2011); Metodología de EIRIS, (2010)

Como se puede ver en el cuadro, el DJSI cuenta con más herramientas para la evaluación de las empresas, dado que en su mayoría son estas últimas la principal fuente de información, también considera a las partes interesadas, que sin duda hace más verosímil el estudio que realiza a las empresas; ya que corrobora si realmente están teniendo prácticas sustentables. Mientras que todos los demás índices no cuentan con una evaluación sobre las partes interesadas, toda su evaluación se centra en los que éstas reportan, siendo su principal fuente de información, por lo que el estudio carece de credibilidad en cuanto a la sustentabilidad de la empresa.

A pesar de que el DJSI cuenta con la mejor metodología de los índices presentados, cuenta con ciertas irregularidades, como es el caso de la empresa BP Deepwater Horizon que en abril del 2010, tuvo una explosión en la plataforma de extracción de petrolera del Golfo de México, matando a 11 tripulantes e hiriendo a decenas más (Zúñiga 2011), por lo que a los 40 días la evaluadora SAM eliminó a la empresa del DJSI. Sin embargo este suceso dañó sustancialmente la credibilidad de la evaluadora.

Cuando una empresa se encuentra inmersa en un escándalo, ya sea de índole social o ambiental, su imagen resulta afectada de manera considerable, e incluso puede llegar a formar parte de una categoría negativa de cualquier índice sustentable (Deloitte 2011)

Podemos observar que la metodología de la calificadora EIRIS que utilizó en el IPC Sustentable está orientada a la sustentabilidad, sin embargo aún son deficientes en comparación con la metodología de otros índices sustentables en el mundo y principalmente en comparación con la metodología del DJSI, en donde toma en cuenta a las partes interesadas para la evaluación de las empresas.

Para poder verificar si el índice verdaderamente está promoviendo la implementación de estrategias con orientación sustentable, se estudiarán las cuatro empresas que seleccionamos en la muestra en el siguiente capítulo.

CAPÍTULO 4 ANÁLISIS DE LA MUESTRA

4.1 Wal-Mart

Walmart de México y Centroamérica es una de las cadenas comerciales más grandes de la región que opera con diferentes formatos. A finales de 2012, operaba 2,989 unidades distribuidas en 6 países (Costa Rica, Guatemala, Honduras, El Salvador, México y Nicaragua), incluyendo tiendas de descuento (Bodega Aurrera Express, Despensas Familiares y Palí), supermercados (Superama, Super tiendas Paiz, La Despensa de Don Juan, La Unión y Más x Menos), bodegas (Bodega Aurrera, Mi Bodega Aurrera y Maxi Bodega), hipermercados (Walmart, HiperPaiz e Hipermás), clubes de precios con membresías (Sam's Club y ClubCo), tiendas de ropa (Suburbia), restaurantes (Vips, El Portón y Ragazzi) y Banco Walmart.

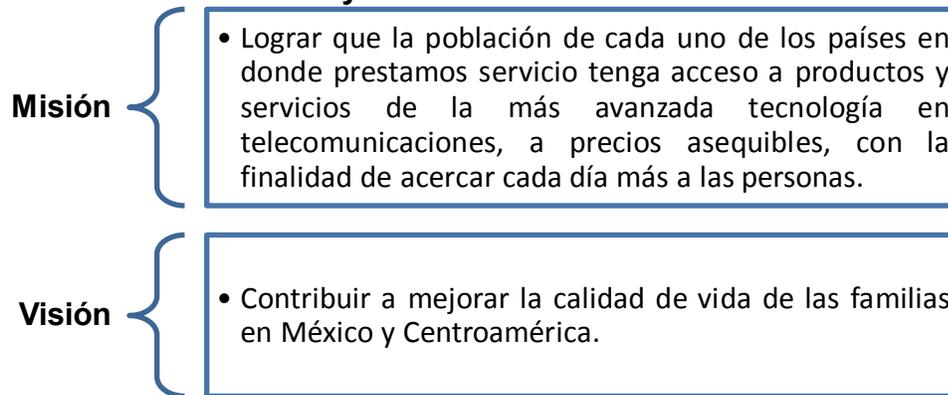
4.1.1 Antecedentes, Visión Misión

Sam Walton abrió su primera tienda Walmart en Rogers, Arkansas en 1962; e introdujo una fórmula para el comercio minorista que impactaría la vida de millones de personas en el mundo.

En 1958: se abrió al público en la ciudad de México la primera tienda Aurrerá.
1960: inicia operaciones Superama
1964: inicia operaciones vips
1970: inician operaciones Suburbia y bodega
1977: la acción de cifra inicia cotizaciones en la bolsa mexicana de valores
1991: se firma un convenio de asociación con Walmart (50%-50%) para la apertura de Sam's Club en México, iniciando operaciones el primer Sam's Club en diciembre del mismo año.
1992: se incorporan a la asociación las nuevas unidades de Aurrerá, bodega Aurrerá, Superama y los Walmart supercenters. Para ello se crean dos compañías cifra-mart y wmhcm de las cuales cifra es dueña del 50% y Walmart del 50%. Cifra mantiene el 100% de sus unidades abiertas antes de mayo de 1992.
1994: se incorporan a la asociación las nuevas unidades de Suburbia y de vips. Cifra detiene por completo su

crecimiento independiente. 1997: las compañías de la asociación se fusionan en cifra, Walmart hace una oferta pública de compra de acciones en la bolsa mexicana de valores, adquiriendo el control de la empresa. Cifra permanece como empresa pública que opera todos los negocios en México (Aurrerá, Bodega Aurrerá, Sam'sClub, Suburbia, Superama, vips y Walmart Supercenter). El 25 de febrero de 2000 se aprobó en la asamblea de accionistas, el cambio de nombre de cifra, S.A. de C.V. a Walmart de México, S.A.B. de C.V., así como la clave de pizarra de cifra por walmex.

Cuadro 4.1
Misión y Visión de Walmart



Fuente: Walmart, Misión y Visión,
<http://www.walmartmexico.com.mx/nuestro_compromiso.html/> acceso 30 de noviembre de 2012

4.1.2 Descripción del negocio

Walmart de México y Centroamérica es una tienda detallista, opera con una estructura multiformato para atender a los consumidores de diferentes segmentos socioeconómicos.

4.1.2.1 Canales de distribución

Los canales distribución de Walmart son del tipo detallista, ya que la tienda compra directamente a fabricantes y productores, para posteriormente ofrecer los productos a sus clientes.

4.1.2.2 Gama de Productos

Cuadro 4.2

Gama de Productos de Walmart

Bodegas y Tiendas de Descuento	Tiendas austeras que ofrecen mercancía básica, alimentos y artículos para el hogar a los mejores precios	Bodega Aurrera, Palí, Maxi despensa, Maxi Palí
Hipermercados	Hipermercados que ofrecen más amplio surtido de mercancía; desde abarrotes y perecederos, hasta ropa y mercancías generales.	Walmart
Clubs de precios	Club de Precios al mayoreo con membrecía, enfocados a negocios y a consumidores que compran a mejores precios.	Sam's Club, Club Co
Supermercados	Supermercados ubicados en zonas residenciales	Superama, La unión, Masx menos
Tiendas de ropa	Tiendas de ropa que ofrecen moda para toda la familia.	Suburbia
Restaurantes	Cadena de restaurantes del segmento restaurante-cafetería.	Vips, el Portón
Banco	Banco comercial, con una oferta básica de productos y servicios financieros.	Banco Walmart

Fuente. Elaboración propia en base Walmart México y Centroamérica <http://www.walmex.mx/es/quienes-somos/fact-sheet.html> acceso 30 de noviembre de 2012.

4.1.3 Análisis Financiero

Cuadro 4.3
Comparativo de Situación Financiera y resultados de operación de Walmart

Miles de pesos	2007	2008	Variación %	2009	Variación %	2010	Variación %	2011	Variación %
Activo	106,744,372	118,464,917	11.0%	133,139,154	12.4%	194,807,568	46.3%	225,026,386	15.5%
Pasivo	40,560,367	44,187,723	8.9%	49,991,376	13.1%	71,947,958	43.9%	91,747,778	27.5%
Capital	66,184,005	74,276,194	12.2%	83,147,778	10.6%	122,859,610	32.3%	133,278,608	8.5%
Ventas Netas	224,172,613	244,029,030	8.9%	269,396,831	10.4%	334,511,085	24.2%	379,021,488	13.3%
Utilidad de Operación	18,670,877	19,751,074	5.8%	22,268,499	12.7%	27,044,474	21.4%	30,078,631	11.2%
Utilidad neta	14,229,006	14,673,828	3.1%	16,806,143	14.5%	19,564,477	16.4%	22,258,487	13.8%
UPA	1.634	1.732	6.0%	1.999	15.4%	1.105	-44.7%	1.250	13.1%

Fuente: Elaboración propia con base en los informes anuales del 2009, 2010 y 2011 de Walmart S.A.B de C.V

Ventas

Las ventas de Wal-Mart han ido creciendo año con año, sin embargo el año con mayor crecimiento del periodo estudiado fue el 2010 con un crecimiento del 24.2% sobre el año anterior, este gran crecimiento es debido a que el 2010 fue el año que realizó la mayor apertura de unidades en lo que va de su historia, 297 en total.

Utilidad Operativa

Durante el periodo estudiado el año con mayor crecimiento sobre su utilidad operativa coincide con el año de mayor crecimiento en ventas, siendo el 2010 el año con el mejor crecimiento con el 21.4% sobre el año anterior, este crecimiento es ligeramente mayor en Centroamérica que en México

Utilidad Neta

Para la utilidad neta el mejor año del periodo estudiado también fue el 2010 con un crecimiento del 16.4%, disminuyendo para este año sus gastos financieros.

UPA

La utilidad por acción ha ido creciendo, sin embargo dentro de sus informes publicados en la página de Wal-Mart, se encuentra que para el informe del año 2009 la utilidad por acción fue de 1.999, mientras que en el informe del año 2010, en el comparativo de sus informe de Estado de Resultados su utilidad del año 2009 se puso en 0.999, por lo que estas cantidades no coinciden entre sus informes por lo que debió de haber un decrecimiento sobre su utilidad para cualquiera de estos años.

4.1.3.1 Bolsas de valores

El 69% de las acciones de Walmart de México y Centroamérica las posee Walmart Stores Inc., mientras que el 31% restante cotiza en la Bolsa Mexicana de Valores. Las acciones de Walmart de México cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores a través de la clave de pizarra WalmexV, siendo una las empresas más bursátiles de la misma.

4.1.3.2 Razones Financieras

Cuadro 4.4
Razones financieras de Walmart

	2008	2009	2010	2011
Índice de Utilidad				
Rendimiento sobre capital invertido (ROIC)	19.8%	20.2%	16.0%	16.7%
Rendimiento sobre activos totales (ROA)	12.4%	12.6%	10.0%	9.9%
Índices de Liquidez				
Índice de activo corriente	1.11691	1.20880	1.21080	1.16310
Índice de rapidez	0.46668	0.64458	0.63870	0.56005
Índices de actividad				
Rotación de inventario	8.40203	9.40736	9.02030	7.40001
Días de Ventas por pagar (DSO)	6.6	7.4	7.4	10.6
Índices de apalancamiento				
Índice de deuda sobre activo	0.37300	0.37548	0.36933	0.40772
Índice de veces cubierta	12.22600	6.82540	6.83420	2.49550

Fuente; Elaboración propia con base en los informes anuales del 2009, 2010 y 2011 de Walmart S.A.B de C.V

Índices de utilidad

- ROIC; El año que obtuvo mayor rendimiento sobre su inversión fue el 2009 con 20.2% con respecto al año anterior, siendo el periodo con menor rendimiento sobre capital invertido en 2010 con 16%.
- Rendimiento sobre activos totales; el 2009 fue el año con mayores rendimientos sobre activo ubicándose en 12.6% con respecto del año anterior, siendo el 2011 el año con menor rendimiento sobre sus activos con 9.9%, ubicándose en una ganancia de \$9.9 por cada peso invertido en activo.

Índice de liquidez

- Índice de activo corriente; Wal-Mart es una empresa que cuenta con la suficiente liquidez para cubrir sus pasivos a corto plazo, ya que durante el periodo estudiado este índice se mantuvo entre 1.1 y 1.2, siendo el 2009 el año con mayor índice, disponiendo de \$1.20880 de activo circulante por

cada peso de pasivo circulante, cubriendo nuestra deuda a corto plazo y dejando muy poco excedente.

- Índice de rapidez; para Wal-Mart los inventarios representan gran parte de su activo puesto que su giro así lo requiere, por lo que en este índice se demuestra la gran dependencia que tiene de su inventario para hacerle frente a sus obligaciones a corto plazo, puesto que durante el periodo estudiado el índice más alto fue el del 2009 con 0.6445, representando que la empresa cuenta con \$0.6445 de activo disponibles rápidamente por cada peso de pasivos circulantes.

Índices de actividad

- Rotación de inventario; su rotación de inventarios se ha mantenido entre 8 y 9 cambios de inventarios sin embargo para el 2011 se ubicó en 7 cambios teniendo un agotamiento de inventarios de 51 días.
- Días de ventas por pagar; Wal-Mart cuenta con periodos de 6 7 días en lo que regresa el efectivo después de realizada una venta, por lo que tiene gran efectividad su otorgamiento de créditos, sin embargo para el 2011 crece a 10 días indicando una ampliación en el periodo de otorgamiento de su crédito.

Índices de apalancamiento

- Índice de deuda sobre activos; la empresa no se encuentra muy apalancada, ya que en promedio del periodo estudiado solo el 38% de sus activos están siendo financiados por los acreedores de corto y largo plazo, por lo que no hay riesgo que pierda autonomía financiera frente a terceros. El único año en el que este índice es mayor es el 2011 con un 40% de activos financiados por terceras personas, aunque esta cantidad sigue indicando la buena estabilidad financiera con la que cuentan.
- Índice de veces cubiertas, este índice durante el periodo fue bajando considerablemente, empezando en el 2008 con un índice de del 12.22,

demostrando la gran solvencia que tenía durante ese año y bajando hasta el 2.49 para el 2011.

4.1.4 Reportes de Sustentabilidad

Walmart pertenece a la segunda generación de la ola de empresas en México que comenzaron a reportar estrategias con orientación socialmente responsable de acuerdo a Meyskens y Paul (2010). En su página cuenta con informes de responsabilidad social corporativa desde 2004. El informe que analizaremos en este estudio corresponde al del año 2010, (siendo el séptimo que publica en su tipo) por ser el que se tomó en cuenta para su inclusión en IPC Sustentable, de acuerdo a su evaluadora EIRIS.

4.1.4.1 Descripción de sus reportes

Gestión Ambiental

Esta dimensión parece tener bastante peso para la empresa, el informe hace referencia a una estrategia global y a largo plazo de sustentabilidad desmenuzando sus objetivos y estrategias para cada aspecto involucrado y contando con un área dedicada a la administración de esta esfera. Un punto positivo de la empresa es su declaración de apoyo hacia la agricultura sustentable para proteger la fertilidad del suelo. Walmart declara tener auditorías ambientales de manera interna para revisar el cumplimiento de sus objetivos.

Energía

Dicen establecer programas para el ahorro de energía y hacer cada vez más eficientes sus operaciones mediante tecnologías de iluminación pero no proporcionan suficientes datos sobre el ramo. También dicen dejar de emitir 15% de gases de efecto invernadero en México y 4% en Centroamérica

Desechos

Enmarcan haber realizado una auditoría de residuos para determinar nuevos topes de desechos, valorizarlos y reciclarlos. Declaran haber disminuido el 16% de

bolsas de plástico en México y 36% en Centroamérica, asimismo reciclan el 68% de sus residuos en México y el 55% en Centroamérica.

Agua

Para el ahorro del agua han instalado sistemas ahorradores, declarando ahorrar 718 millones de litros de agua en México y tratar 1.1 millones de m³ en México

Producto

Poseen un sistema de empaques sustentables para ayudar a la reducción de residuos y buscar una eficiente en la cadena de suministro. Utilizados en alrededor de 700 productos.

Cultura Sustentable

Dan a conocer los retos asociados en materia de ambiental a sus empleados mediante cursos de inducción y comunicación.

Responsabilidad Social

Esta dimensión se podría resumir principalmente en tres ejes de acuerdo a su informe:

Clientes

Ellos dicen buscar ofrecer productos de la mejor calidad y precio para la mejora de la calidad de vida y economía de las familias Mexicanas y Centroamericanas, procurando su satisfacción, ahorro y salud.

Proveedores

La empresa dice trabajar con proveedores de varios sectores, tanto locales como internacionales, pero procurando emplear proveedores dentro México y Centroamérica para fortalecer el desarrollo de empleos y el fortalecimiento de las relaciones comerciales.

Comunidad

Walmart expone estar consciente de la pobreza y hambre del mundo y en específico de los países centroamericanos en los que opera y de México, su fundación en México dice haber canalizado más de 2,000 millones, a través de donativos financieros, en especie, y aportaciones de los clientes. También ha creado programas de apoyo social, ayuda a afectados por desastres naturales, favorecer la subsistencia alimentaria e incremento de ingresos.

Gobierno Corporativo

En lo que se refiere al gobierno corporativo, Walmart declara como la importancia que le da la Ética desde la Presidencia Ejecutiva y Dirección General hasta los niveles operativos de la compañía, asegurando que no tolera comportamiento no ético, para cualquier persona que tenga relación con su empresa. Contando con una línea anónima sin costo para reportar incidencias, y que no tomará represalias sobre cualquier inquietud suscitada, dicen que ofrecen capacitación de su Declaración de Ética, además de que los ejecutivos dicen firmar una carta compromiso de cumplimiento de ella. Adicionalmente difunden su contenido por correo electrónico y con sus proveedores.

Un tema que toca en su informe es el de un programa anticorrupción con acciones para prevenir situaciones de soborno o corrupción en sus procesos, las represalias a la violación de estas declaraciones dicen ir desde acciones disciplinarias hasta la terminación de la relación laboral.

Ellos dicen que la Organización de las Naciones Unidas destacó su política anticorrupción, además dicen llevar a cabo una auditoría de dicho programa.

4.1.5 Conclusiones

El informe de responsabilidad social de Walmart de 2010 (como ellos lo nombran) demuestra la experiencia que ha acumulado para reportar, pues desde hace tres años utiliza los estándares GRI para su elaboración. Algo que pudimos notar en su

discurso es que utilizan la ambigüedad del término sustentabilidad para referirse a la dimensión ambiental.

Es importante tener cuidado al estudiar las estrategias con orientación sustentable, pues algunas prácticas de empresas con giro detallista como Walmart poseen una visión globalizadora de crecimiento en su modelo de negocio, lo cual en ocasiones podría estar atentando contra los valores e identidad de los pueblos y comunidades locales donde operase, contribuyendo al empobrecimiento y la marginación de los mismos, ya que muchas veces los pequeños productores no gozan de un comercio justo (Alvarado Jesús, 2009).

A pesar de parecer todo muy controlado en su gobierno corporativo en su informe 2010, la empresa ha sido puesta en observación por la BMV, pues un hecho público de corrupción dado a conocer a principios del 2011, donde supuestamente un abogado sobornó a funcionarios públicos por supuestos 24 millones de dólares en México para poder abrir tiendas de manera acelerada.

Este acontecimiento pone en duda sobre sus prácticas de declaración de ética, este tipo de acontecimientos nos dan respaldo para cuestionar la evaluación que las calificadoras están realizando, pues las empresas pueden indicar en sus informes cumplir con todo lo necesario para ser incluidas en el índice, pero su información no cuenta con una auditoría externa que de mayor respaldo a sus informes.

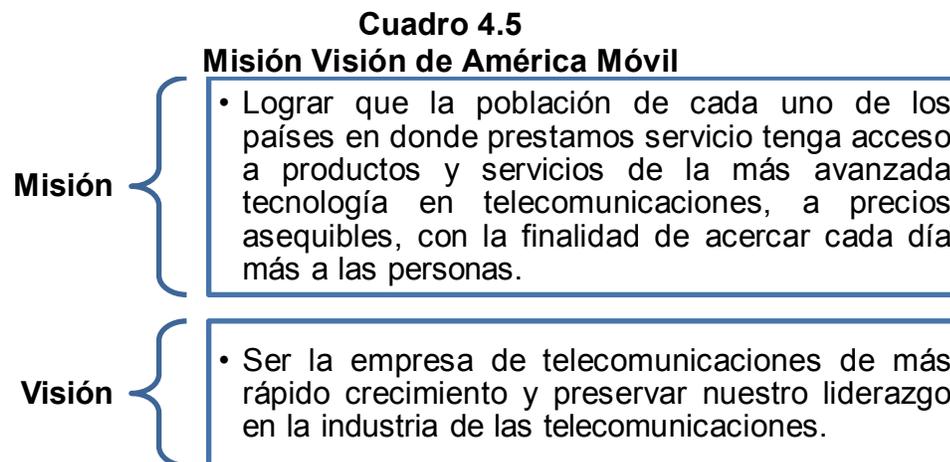
Del mismo modo de poner en cuestionamiento la efectividad de las normas tanto nacionales como internacionales de las cuales muchas veces las empresas se hacen acreedoras al igual que los estándares para elaborar reportes de sustentabilidad como el GRI. Persistimos en que en realidad las organizaciones muchas veces abusan de prácticas como filantropía y donaciones, las cuales brindan soluciones lineales y a corto plazo, pero provocan en realidad un sesgo del desarrollo sustentable

4.2 América Móvil

En el 2011 la empresa América Móvil S.A.de C.V. fue listada en el IPC sustentable de la BMV, ellos declaran haber cumplido con los requisitos de evaluación de la calificadora EIRIS y la Universidad Anáhuac Sur. Para el caso, analizaremos y describiremos principalmente lo que ellos expresan como su primer informe de responsabilidad social corporativa, del mismo modo algunas de sus publicaciones, e información tanto de su página de internet como la de la BMV.

4.2.1 Antecedentes, Visión Misión

América Móvil, S.A. de C.V. es una subsidiaria controladora, resultado de una escisión de negocios de la empresa TELMEX, mismas que a su vez forman parte del colosal conglomerado Grupo Carso, esta decisión estratégica se deliberó a razón de que los expertos señalaban que la telefonía móvil pronosticaba gran desarrollo y como consecuencia oportunidades de grandes beneficios financieros (Martínez Gómez L. A., 2007), por tanto América Móvil se convirtió en una empresa independiente. Su escisión fue oficialmente anunciada el 15 de septiembre del 2000 y aprobada en una asamblea extraordinaria celebrada el 25 de septiembre del mismo año.



Fuente: Políticas de Gobierno Corporativo y Código de Ética

<<http://www.americamovil.com/amx/es/cm/filings/Políticas de Gobierno Corporativo Es.pdf>> acceso 30 de noviembre de 2012

4.2.2. Descripción del negocio

La empresa se encuentra en el sector de comunicaciones ramo, proporcionar servicios de telecomunicaciones inalámbricas a nivel nacional o internacional a clientes residenciales y comerciales que operan en una amplia gama de actividades.

4.2.2.1 Canales de distribución

Los servicios de telecomunicaciones que América Móvil provee, se distribuyen a través de la infraestructura de redes que la empresa posee, con más de 841 millones de personas como consumidor final, en 18 países.

4.2.2.2 Gama de Productos

América Móvil opera bajo varias marcas en función del país dónde tiene representación, sus productos varían de telefonía móvil, teléfonos fijos, banda ancha hasta suscriptores de televisión.

Cuadro 4.6
Cuadro de Marcas de América Móvil

	País	Compañía	Negocio
1	México	Telcel Telmex Sección Amarilla Telvista	celular fija otra otra
2	Argentina	Claro Telmex	celular fija
3	Brasil	Claro Embratel Net	celular fija cable
4	Caribe: Dominicana	Claro	celular/fija
	Puerto Rico	Claro	celular/fija
5	Centroamérica: Costa Rica	Sercotel	celular
6	El salvador	Claro	celular/fija
7	Guatemala	Claro	celular/fija
8	Honduras	Claro	celular/fija
9	Nicaragua	Claro	celular/fija
10	Panamá	Claro	celular
11	Chile	Claro Telmex	celular fija
12	Colombia	Comcel Telmex	celular fija
13	Ecuador	Porta Telmex	celular fija
14	Paraguay	Claro	celular
15	Perú	Claro Telemex	celular fija
16	USA	Tracfone	celular

Fuente: Informe de responsabilidad corporativa 2011

4.2.3 Análisis Financiero

Cuadro 4.7
Comparativo de Situación Financiera y resultados de operación de América Móvil

Miles de pesos	2007	2008	Variación %	2009	Variación %	2010	Variación %	2011	Variación %
Activo	\$349,121,315	\$435,455,470	24.7%	\$453,007,961	4.0%	\$873,515,603	92.8%	\$945,616,861	8.3%
Pasivo	222,263,545	290,530,921	30.7%	275,102,398	-5.3%	537,478,433	95.4%	649,977,166	20.9%
Capital	126,857,770	144,924,549	14.2%	177,905,563	18.5%	336,037,170	88.9%	295,639,695	-12.0%
Ventas Netas	311,579,762	345,654,908	10.9%	394,711,031	14.2%	607,855,678	54.0%	665,301,504	9.5%
Utilidad Operación	85,194,338	95,546,147	12.2%	104,208,955	9.1%	152,321,409	46.2%	154,775,468	1.6%
Utilidad neta	58,697,333	59,575,394	1.5%	76,997,853	29.2%	98,905,423	28.5%	88,124,166	-10.9%
UPA	1.670	1.74	4.2%	2.35	35.1%	1.15	-51.1%	1.05	-8.7%

Fuente: Elaboración propia con base en los informes anuales del 2009, 2010 y 2011 de América Móvil S.A.B de C.V

Ventas

Durante el periodo estudiado las ventas han ido creciendo considerablemente, principalmente en el 2010, donde su crecimiento fue del 54% con respecto del año anterior el mayor crecimiento del periodo estudiado, debido a las altas ventas registradas en Brasil para ese año en telefonía inalámbrica servicios de televisión de paga, teniendo una disminución en los ingresos de línea fija en todo el cono sur.

Utilidad Operacional

La mayor utilidad operacional del periodo estudiado se registró en el 2010 con un incremento del 46.2% con respecto al año anterior mientras que para el 2011 la utilidad operacional solo creció 1.6% el más bajo durante el periodo estudiado en gran parte debido al aumento de los costos de adquisición de los suscriptores, mantenimiento de red y atención a clientes.

Utilidad Neta

La utilidad neta para el 2011 decreció 10.9% con respecto al año anterior, esto debido principalmente al incremento de los costos de financiamiento como resultado de las fluctuaciones cambiarias que afectaron directamente el nivel de deuda que tiene la empresa, incrementando los intereses devengados. A pesar de que el 2010 fue el año que obtuvo mayores ventas, no fue el que mejor resultado obtuvo sobre la utilidad neta durante el periodo estudiado reflejando así los altos costos financieros de ese periodo.

UPA

El año que tuvo mejor utilidad fue el 2009 con una utilidad de \$2.35, mientras que el año con menor utilidad fue el 2011 con \$1.05.

4.2.3.1 Bolsas de valores

La empresa América Móvil cotiza en cuatro bolsas de valores:

Bolsa mexicana de valores,

New York Stock Exchange,

NASDAQ

LATIBEX

4.2.3.2 Razones Financieras

Cuadro 4.8
Razones financieras de América Móvil

	2008	2009	2010	2011
Índice de Utilidad				
Rendimiento sobre capital invertido (ROIC)	41.11%	43.46%	29.43%	29.81%
Rendimiento sobre activos totales (ROA)	13.68%	17.00%	11.32%	9.32%
Índices de Liquidez				
Índice de activo corriente	0.7678	0.7707	1.1426	0.9144
Índice de rapidez	0.5526	0.6171	1.01509	0.784507
Índices de actividad				
Rotación de inventario	7.8637	13.4891	17.4657	14.9533
Días de Ventas por pagar (DSO)	54	51	55	67
Índices de apalancamiento				
Índice de deuda sobre activo	0.67	0.61	0.62	0.69
índice de veces cubierta	14.88	3.1431	6.1188	4.6497

Fuente: Elaboración propia con base en los informes anuales del 2009, 2010 y 2011 de América Móvil, S.A.B de C.V.

Índices de utilidad

- ROIC; El año que obtuvo mayor rendimiento sobre el capital invertido fue el 2009 con 43.46%, mientras que el 2010 a pesar de ser el año con mayor número de ventas fue el que obtuvo menor rendimiento sobre capital invertido del periodo estudiado ubicándose en 29.43%
- Rendimiento sobre activos totales; el 2009 fue el año con mayor rendimiento sobre activo obteniendo una ganancia de \$17 por cada peso invertido en activo, siendo el 2011 el año con el menor rendimiento sobre activo durante el periodo estudiado ubicándose en un ganancia de \$9.32. por cada peso invertido en activo.

Índice de liquidez

- Índice de activo corriente; América Móvil, no cuenta con mucha liquidez, ya que del periodo estudiado durante tres años sus activos no cubrían sus pasivos a corto plazo, el único año en el que apenas logra cubrir el activo al

pasivo es durante el 2010, teniendo por cada peso de pasivo corriente 1.14 de activo corriente para hacerle frente.

- Índice de rapidez; aun con inventarios la empresa no cuenta con liquidez, ahora sin ellos, cuenta con menor liquidez para cubrir sus obligaciones a corto plazo, el año con menor índice de rapidez es el 2008, teniendo \$0.5526 de activo disponible rápidamente por cada peso de pasivo circulante, cubriendo solo la mitad de su pasivo circulante.

Índices de actividad

- Rotación de inventario; la rotación de sus inventarios fue creciendo año con año, sin embargo para el año 2010 su índice de actividad fue el mayor del periodo estudiado ubicándose en 17 cambios de inventarios, teniendo durante ese año un agotamiento de 21 días sobre su inventarios, correspondiendo con las altas ventas que se obtuvieron en ese año. Para el 2011 disminuye a 14 cambios de inventario al año, agotándose el inventario cada 25 días.
- Días de ventas por pagar; América Móvil tiene periodos de 50 a 55 días en lo que regresa el efectivo después de realizar una venta, siendo el 2011 el año con el más largo periodo de 67 lo cual demuestra la poca efectividad en el otorgamiento de sus créditos.

Índices de apalancamiento

El nivel de apalancamiento ha ido aumentando con el paso de los años,

- Índice de deuda sobre activos; durante el periodo estudiado este índice se mantuvo en un 60%, indicando que el 60% de la inversión total en activos ha sido financiada por los acreedores. Siendo mayor en el 2011 con el 69% indicando que en este año se aumentó el financiamiento para la obtención de activos.
- Índice de veces cubiertas; durante el 2008 la empresa conto con el más alto nivel de solvencia con 14.88, del periodo estudiado, mientras que para el 2009 baja a 3.14, el más bajo del periodo estudiado.

4.2.4 Reportes de Sustentabilidad

La página de América Móvil cuenta con mucha información financiera y de interés de los inversionistas, sin embargo localizar su reporte de sustentabilidad, no fue tan sencillo. Pudimos observar un poco de ambigüedad en el discurso de la empresa pues lo nombran informe de responsabilidad corporativa, cuando el índice se denomina sustentable, y como lo hemos estudiado son conceptos relacionados, pero deben ser entendidos con profundidad y minuciosidad, esto pone en duda la comprensión y el estudio de la sustentabilidad por parte de la empresa. No obstante al usar GRI si incluyen su reporte la división en la cuenta triple resultado respectiva: económico, social ambiental.

De acuerdo a Meyskens y Paul (299) América Móvil a través de la marca Telcel pertenece a la segunda ola de empresas que comenzaron a reportar estrategias de responsabilidad social corporativa, Sin embargo a la fecha tiene dos informes de responsabilidad social corporativa publicados, pero básicamente revisamos el primer informe que se supone fue el que envió a la calificadora EIRES, para poder ser incluida dentro del IPC sustentable.

4.2.4.1 Descripción de sus reportes

Gestión Ambiental

América Móvil se encuentra en la clasificación de bajo impacto ambiental de acuerdo a la calificadora EIRIS, por lo que las expectativas para la empresa en la dimensión ambiental podrían ser en un principio muy pequeñas. Ellos declaran tener políticas ambientales, señalan que se han centrado en contaminar menos al establecer sus operaciones y construir su infraestructura. Asimismo declaran apegarse a la legislación ambiental de cada país, mismas que podrían estar sujetas a mucha crítica.

Energía

En lo que respecta a energía sus iniciativas se enmarca en el uso de energías renovables (paneles solares, celdas de hidrogeno, entro otros), con el cual para el 2011 lograron un ahorro del 0.04% del total del consumo de energía y un ahorro con la mejor de eficiencia de equipos del 0.8% y planean seguir reduciendo el consumo de energía no renovable, aunque no trazan el porcentaje a alcanzar.

Otras medidas que sugiere implementar la empresa para ahorrar energía y reducir emisiones de gases CO₂ a la atmósfera son:

- Campañas de concientización para el uso racional de la energía
- Programas de apagado de alumbrado y aire acondicionado
- Instalación de detectores ultrasónicos para el encendido y apagado del alumbrado
- Automatización de los equipos eléctricos para evitar fallas en los consumos

Agua

En lo que agua se refieren declaran únicamente la lectura del 2010 de 3, 182,376.99 m³ y que representa un punto de partida para el conteo futuro.

Emisiones y desechos

En este apartado declaran incluir en su planeación estratégica a la sustentabilidad en base tres consideraciones:

Minimización de riesgos

Necesidad de desarrollar ventajas competitivas y promoción de nuevos nichos de negocio

Posibilidad de generar valor a partir de logros crecientes en materia de eficiencia en uso de la energía, materiales y logística.

Algo positivo que declararon aquí fue la mención de que estaban procurando elegir proveedores con compromiso ecológico y la motivación de patrones de

consumidores responsables. Este tipo de estrategia si es que realmente la llevan a cabo es bastante resaltable pues estarían arrastrando a toda su cadena a disminuir impactos, lo que crea una sinergia de creación de compromiso ambiental a lo largo de la cadena de valor.

Biodiversidad

América Móvil muestra conciencia de que tiene presencia en países con uno de los mayores acervos de biodiversidad de todo el planeta como son México, Brasil y Colombia, expone que es consciente de que la actividad humana tiene muchas repercusiones en la extinción de especies, y que esto causa problemas a los ecosistemas, por ello dice que tiene cuidado y respeto de las áreas naturales protegidas cuando instala infraestructura para sus operaciones. Dice participar en la protección y conservación de los bosques de la Reserva de la Biosfera Mariposa Monarca en los estados de México y Michoacán, al igual que la conservación del Jaguar en México realizando una inversión de 1,200,000 dólares en programas de conservación, al igual que proyectos de protección de 15 especies marinas en el Mar de Cortés y la Península de Baja California, y liberación de tortugas en rio Igapó-Açuen Brasil.

También dice ser consciente de la contaminación visual que la instalación de sus radio bases generan y para disminuir el impacto y afectar el comportamiento de aves y ciclos naturales de vida, ha tomado medidas para camuflar sus instalaciones.

Reducción de consumibles

Declaran tener diferentes prácticas para reducir insumos y consumibles en su operación e involucrar a su cadena de valor: empleados, clientes, proveedores.

Transporte

Dice promover soluciones tecnológicas para reducir los impactos ambientales generador por el transporte de productos, bienes y materiales utilizados para sus

actividades y transporte de personal. Dice reducir el transporte y movilidad por medio de videoconferencias

Al final América Móvil declara no reportar multas significativas por incumplimiento ambiental durante el periodo reportado del su informe 2011.

Responsabilidad Social

La empresa maneja la dimensión social preponderantemente como beneficiar a la sociedad dar acceso varios países de América Latina muchas veces considerados como subdesarrollados, argumentando tener tarifas más bajas para los que “tienen recursos limitados”, y que debido a esto coadyuva al desarrollo económico y social a largo plazo.

Ofrece información sobre la relación con sus empleados, como la distribución por género 59% hombres y 41% mujeres, por edad, el 57% de la plantilla laboral está en una edad productiva entre los 30 y 50 años de edad, 33% tiene menos de 30 años y 10% tiene arriba de 50 años. Aseguran también procurar defender los derechos humanos de sus empleados sin ejercer ningún tipo de discriminación. También ofrece información sobre su relación con los clientes, respecto a la seguridad y seguridad de la que disponen, reconociendo los problemas de carácter delictivo que pueden originarse por ejemplo el robo de equipos móviles.

Ayuda a fundamentar su desempeño social en los siguientes programas en los diferentes países en que opera:

Yo reciclo, yo Soy claro

Programa que tiene como fin educar y promover la educación de reciclado de celulares y baterías para lo cual proveyó 145 puntos para el acopio de dichos residuos.

Programa: Implementación del Proyecto Conectividad Rural de Banda Ancha

Proyecto realizado en República dominicana para incentivar a emprendedores locales a colocar centros que brinden acceso a internet y llamadas telefónicas.

Educación

Casa Telmex

Espacio educativo gratuito en zonas urbanas dedicado a la formación de niños, jóvenes y adultos en ciencia, tecnología y apreciación de la estética.

Biblioteca digital Telmex

Es un proyecto que consiste en dotar de equipos de cómputo a niños de educación básica en algunos países donde opera la empresa.

Cursos en línea

Son lecciones disponibles de auto-aprendizaje para el uso de las TIC's.

TV PuntoCom

Es un canal de televisión a través de internet con contenido cultural, educativo y de salud.

Biblioteca Digital Multimedia

Ofrece contenido digital producido por instituciones educativas.

Ponto Comunidade

Ofrece la oportunidad de tener "identidad digital", por medio de correo electrónico e internet.

123Alô! La voz de los niños y adolescentes.

Servicios con el objetivo de garantizar su derecho a la información y comunicación

Acción social por la música

Programa de entrenamiento musical dirigido a niños y adolescentes que han cometido faltas graves y con apoyo adicional de insumos básicos.

Educación tecnológica para la Educación Superior

“Innovación tecnológica para la Educación Superior”, a través de su portal de acceso, enlaza a Universidades e Instituciones de educación superior, tanto públicas como privadas, en una comunidad digital generadora de conocimiento, investigación e innovación, a través del uso de la tecnología.

Fundación Telmex

Ofrece diversos paquetes en México como; becas, equipos de cómputo, bicicletas lentes, educación inicial en niños a partir de 1 año.

Deporte

Promueve la Copa Telmex, el cual dice ser el torneo amateur de fútbol juvenil más grande del mundo

Salud

En México fundación Telmex ofrece programas de salud que promueven; Cirugías, donaciones y trasplantes de órganos y tejidos, disminución de mortalidad materna, donación de dulces que contienen hierro y zinc, donación de sillas de ruedas.

Finalmente en la dimensión social en el informe de América Móvil nos presenten las estrategias de modernización de su infraestructura para la que ellos llaman disminución de la brecha tecnología en varios de los países donde tiene presencia.

Gobierno Corporativo

En América Móvil desde sus inicios se han preocupado por mantener atractivos los rendimientos a los inversionistas y han poseído un muy buen desempeño en accionario haciendo referencia siempre a su código de ética. El máximo nivel de gobierno corporativo en América Móvil es el Consejo de Administración con el apoyo del Comité ejecutivo, Comité de auditoría y prácticas societarias y Comité de operaciones de Puerto Rico y los Estados Unidos. Declaran poseer un eficiente

proceso de auditoría para evitar fraudes y manipulación de información sobre todo financiera. Declara cosas muy positivas; como formar parte de la Comisión de Valores de los Estados Unidos y realizar revisiones de periódicas de sus valores bajo los estatutos de la misma (informe de responsabilidad corporativa 2011 pág 15). La protección de las acciones muestra ser un asunto eficaz para América Móvil, no obstante dado que el IPC Sustentable está dirigido a los inversionistas que invierten en empresas que se preocupen por la sustentabilidad, su gobierno corporativo deberá sugerir incluir en sus consejos la administración cómo participan los grupos de interés en sus decisiones así como su compromiso con el medio ambiente, en el mismo.

4.2.5 Conclusiones

América Móvil es una gran empresa con diferentes subsidiarias marcas en cada país, lo que hace que sus relaciones con el desarrollo sustentable sean más complejas de lo que de por si la propia naturaleza del concepto lo sugiere, por ejemplo se podría indagar sobre la contaminación que puede estar provocando las telecomunicaciones, como basura espacial que generen para sus operaciones, asimismo la basura electrónica en que pueda producir en la tierra y los daños a la salud que podrían ser invisibles, pero esas cuestiones no fueran abordadas en esta investigación, aunque podemos sugerirlas y cuestionarlas, pues nuestros esfuerzos siempre estuvieron encaminados en realizar un análisis crítico de la empresa, y esforzarnos por tener una visión multidimensional de sus relaciones con la comunidad y medio ambiente.

Su informe es algo efímero y da la impresión de que fue hecho con mucha rapidez, incluso encontramos un pequeño error ortográfico en la pág. 29 la palabra “está” debería estar acentuada pues hace referencia al verbo estar conjugado en tercera persona del singular y no al adjetivo demostrativo “esta”. Además aunque declaran basarse en el GRI para la elaboración de informe, la última tabla de acerca del estándar GRI no está completada en dicho informe.

Al leer el informe en algunas ocasiones da la impresión de que por la simple razón de su giro están contribuyendo al desarrollo sustentable, enmarcan las telecomunicaciones como un indicador de desarrollo sustentable, argumentando más de una vez que contribuyen a la sustentabilidad comunicando personas, dándoles acceso a internet, etc. Los logros tanto en estrategias de expansión como en fortalecimiento financiero de América Móvil son innegables, no obstante, en lo que concierne a la sustentabilidad le falta mucho por trabajar. En este rubro la contrastamos de manera superficial con su actual mayor competidor a nivel global China Móvil, el cual no sólo reporta informes sustentables desde el 2007, sino además ya forma parte del DJSI; al igual que al confrontarla con Korean Telecom la cual fue elegida la mejor empresa de telecomunicaciones por el DJSI por dos años consecutivos. Como podemos observar a América Móvil aún le falta mucho por hacer en cuanto al rubro de sustentabilidad. La retórica de los reportes realmente no tiene un mensaje claro de cuáles son sus estrategias con orientación sustentable y que visión de la sustentabilidad poseen como empresa, es decir holística o unidimensional. Como consecuencia América Móvil deja abiertos algunos puntos que hasta ahora sólo con el tiempo se podrán ratificar.

4.3 AISEA, S.A.B. de C.V. (ALSEA)

Alsea cuenta desde el 2007 con reportes de responsabilidad social, desde ese año ha implementado programas para apoyar la sustentabilidad, a pesar de su trayectoria no entro a la primera muestra del IPC Sustentable, sin embargo tiene altas posibilidades de entrar en la muestra del IPC Sustentable para el 2013.

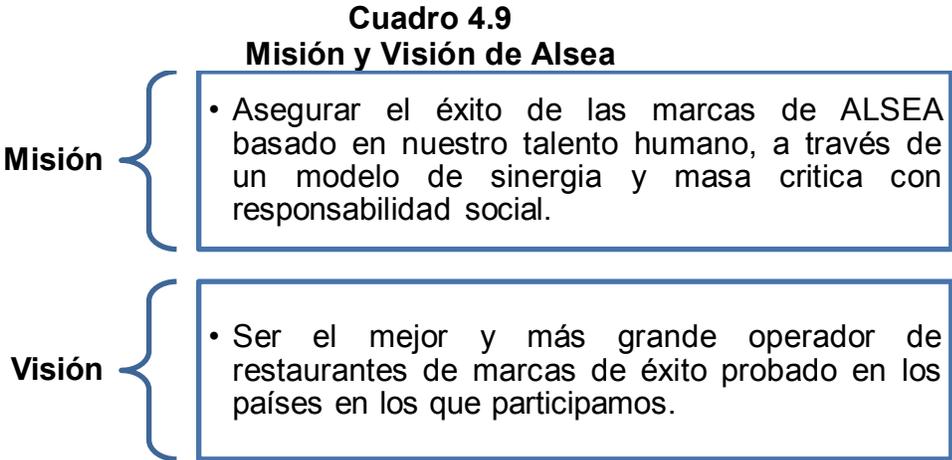
4.3.1 Antecedentes, Visión, Misión

Los antecedentes de Alsea comienzan en 1989 cuando los hermanos Torrado constituyeron la empresa Torriquín con la cual obtuvieron la franquicia maestra de Domino's Pizza en México, la cual iniciaría sus operaciones un año más tarde en el Estado de México. Para la distribución de las materias primas y de los quipos necesarios para cada franquicia. Alsea inauguro en 1992 la Distribuidora Internacional de Alimentos. El 16 de mayo de 1997 fue constituida la empresa

denominada Alsea, S.A. de C.V., con una duración de 99 años. Para 1998 Alsea comienza a extenderse al mercado de Latinoamérica comenzando con Domino's Pizza en Brasil. Posteriormente en 1999 Alsea realiza su oferta pública inicial en la Bolsa Mexicana de Valores.

En el 2002 Alsea inicia operaciones con Burger King y para el 2006 adquiere todas las unidades Burger King de Argentina y Chile, para ese mismo año firma una alianza estratégica con Starbucks para desarrollar la marca en Brasil, logrando un año más tarde extender Starbucks hacia Argentina y Chile. Para el 2010 ya contaba con 1000 unidades en México y Latinoamérica.

Durante el 2012 adquirió la marca Italianni's en México, entro al mercado de comida casual en Sudamérica con P.F. Chang's en Chile.



Fuente; Alsea, Misión y Visión <<http://www.alsea.com.mx/>> acceso 29 de noviembre de 2012

4.3.2 Descripción del negocio

Alsea es una compañía controladora cuyas subsidiarias operan franquicias y establecimientos de comida rápida y casual de reconocido prestigio internacional. Opera en México y toda Latinoamérica con marcas como Domino's Pizza, California Pizza Kitchen, PF Chang's, Burger King, StarbuckCoffe, Popeyes, Chili's Grill Bar, PeiWei e Italianni's.

Actualmente la empresa opera con 1,388 unidades entre México y Latinoamérica, (Asea, 2012)

Su Modelo de Negocios está basado en un Centro de Servicios Compartidos, que incluye la cadena de suministros, servicios inmobiliarios y de desarrollo, así como servicios administrativos, incluyendo aquellos de recursos humanos, financieros y tecnológicos entre otros. (Luna Gallegos et al., 2009). En este centro es donde se respaldan todas las marcas de Asea, se dedica principalmente a las operaciones de las tiendas y al servicio al cliente, ya que siempre tiene un enfoque al cliente. Cuenta con una metodología de medición del nivel de satisfacción de sus clientes en todas sus marcas. (Asea 2012)

Otro punto importante dentro de su modelo de negocio es “Ser el Mejor socio” *estratégico*, Asea cuenta desde hace 15 años con socios internacionales que están constantemente monitoreando sus operaciones. Asea pone particular énfasis en cumplir con todos los estándares y políticas de las marcas que desarrolla y opera, para que de esta manera logre un rápido crecimiento y sea ejemplo para otros países.

Cabe destacar que no cuenta con ninguna dependencia de proveedor ya que tiene la capacidad de tener opciones en los diferentes insumos que utilizan sus marcas. (Asea, 2009).

El crecimiento obtenido por Asea es principalmente debido a su estructura de distribución que apoya el abastecimiento oportuno para las tiendas en todo el país. La distribuidora e Importadora Asea, S.A. de C.V. (DIA), “es la columna vertebral base y soporte del crecimiento de las marcas que opera ALSEA” (Hernández, 2012)

4.3.2.1 Canales de distribución

Asea tiene presencia tanto en sus operaciones como en sus productos en México y gran parte de Latinoamérica por tal motivo cuenta con la Distribuidora e Importadora Asea, S.A de C.V, que se encarga de administrar la cadena de

suministro de las marcas y establecimientos que opera, se especializa en la compra, importación, almacenamiento y distribución de las materias primas y equipos necesarios para la operación de sus negocios.

Cuenta con 5 centros de distribución ubicados en el Distrito Federal, Hermosillo, Tijuana, Monterrey y Cancún, la base semanal de distribución consiste en²⁰:

- Dos visitas por semana a 139 ciudades
- Atiende 1,277 puntos de venta
- Cuenta con 369 rutas por semana
- 419,881 cajas entregadas por semana.
- 3,500 entregas por semana
- 17.8 millones de kilogramos de masa para Domino's Pizza México
- Más de 9 millones de kilómetros recorridos

Su cadena de suministro cuenta con más de 27,000 colaboradores en cuatro países (México, Argentina, Chile, Colombia). En el siguiente cuadro se puede apreciar cada uno de los países con su número de unidades respecto de cada marca. México es el país que cuenta con mayor número de unidades en todas las marca.

²⁰ Datos obtenidos en el Informe anual 2009 presentado a la BMV por Alsea <http://www.bmv.com.mx/otrosanu/otrosanu_330526_1.pdf> acceso, 30 de noviembre del 2012.

Cuadro 4.10
Unidades por países

País	Marca	Unidades
México 	Domino's Pizza	389 unidades y 191 sub-franquicias
	Burger King	106 unidades
	Starbucks	355 unidades
	Chili's	35 unidades
	California Pizza Kitchen	11 unidades y 2 sub-franquicias
	P.F. Chang's China Bistro	9 unidades
	PeiWei	1 unidad
	Italianni's	40 unidades y 12 sub franquicias
Colombia 	Domino's Pizza	28 unidades
	Burger King	13 unidades
Chile 	Starbucks	41 unidades
	Burger King	34 unidades
	P.F. Chang's	1 unidad
Argentina 	Burger King	62 unidades
	Starbucks	57 unidades

Fuente: Territorios Alsea <<http://www.alsea.com.mx/>> acceso 29 Noviembre del 2012

4.3.2.1 Gama de productos

Alsea es propietaria de ocho marcas que maneja tanto en México como gran parte de Latinoamérica en el siguiente cuadro se observan las marcas que maneja así como su descripción de cada una.

Cuadro 4.11 Gama de marcas de Alsea

	<p>Domino s Pizza</p> <ul style="list-style-type: none"> • Alsea cuenta con la franquisia maestra Domino s Pizza Internacional, para el cuidado, explotación y desarrollo de la marca. • Se dedica al reparto de pizzas a domicilio, esta presente en México, Colombia y Brasil.
	<p>Starbucks Coffe</p> <ul style="list-style-type: none"> • Alsea cuenta con una alianza estrategia entre Starbucks Coffee de México y Starbucks Coffee Int., tiene presencia con Starbucks en Argentina y Chile.. • Sus productos son bebidas, pasteles, sándwiches y prodctos relacionados con el café.
	<p>Burger King</p> <ul style="list-style-type: none"> • Alsea e la mayor franquiciataria de esta cadena y tiene presencia en México, Argentina, Chile y Colombia. • Es una de las cadenas de hamburguesas má grandes del mundo.
	<p>Chili s Grill & Bar</p> <ul style="list-style-type: none"> • Es un contrato de franquicia entre Brinker y Gastro Sur (subsidiaria de Alsea) • Es un restaurante de comida suroeste americano, se encuentra principalmente en la zona centro de la República Mexicana
	<p>California Pizza Kitchen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Alsea cuenta con la franquisia maestra. • Restaurante de comida autentica Californiana presente principalmente en Estados Unidos.
	<p>Pei Wei Asian Diner</p> <ul style="list-style-type: none"> • Alsea cuenta con la franquisia para México desde el 2011 • Restaurante de comida asiatica en la categoría de fast casual.
	<p>P.F. Chan s China Bistro</p> <ul style="list-style-type: none"> • Alsea cuenta con la Franquisia maestra para México, Argentina, Colombia y Chile. • Restaurante lider en el segmento de comida casual china.
	<p>Italianni s</p> <ul style="list-style-type: none"> • Alsea cuenta con los derechos de la marca para México desde el 2012 • Restaurante de comida italiana

Fuente; Elaboración propia con base en Alsea, Nuestras marcas, <<http://www.alsea.com.mx/>> acceso 29 de noviembre del 2012, y Luna Gallegos et al. (2009)

4.3.3 Análisis Financiero

Alsea en cuanto a la cuestión financiera ha tenido en los últimos 5 años grandes inversiones de capital, tanto en la compra de acciones de marcas, como en la reinversión para sus tiendas y expansión de las mismas. Entre las que destacan:

- Para el 2009, Alsea adquiere el 19.9% del capital social de Dominalco, subsidiaria que administra Domino's Pizza en Colombia, alcanzando el 95% del capital de la empresa. Adquisición del 9.9% de Burger King Colombia, alcanzando el 94.8% de participación en el capital de la empresa.
- Para el 2008, Alsea adquiere el 65% de California Kitchen en México,
- Para el 2007, Alsea adquiere el 18% de Starbucks Coffe Chile, adquiere el 100% de Dopisin S. A de C. V. (Sinaloa), subfranquiciatario de Domino's Pizza.

A continuación se presenta una tabla comparativa con los principales indicadores financieros de la empresa para el periodo del 2008-2011. Con esta información se analizará las operaciones más importantes registradas en cada periodo, así como los márgenes de crecimiento o decrecimiento según corresponda.

Cuadro 4.12
Comparativo de Situación Financiera y resultados de operación de Alsea

Miles de pesos	2007	2008	Variación	2009	Variación	2010	Variación	2011	Variación
Activo	\$ 5,300,132	\$ 6,399,733	20.7%	\$ 5,808,809	-9.2%	\$ 6,141,229	5.7%	\$ 9,407,109	53.2%
Pasivo	2,168,043	3,169,940	46.2%	2,676,446	-15.6%	3,030,260	13.2%	6,099,360	101.3%
Capital	3,132,089	3,229,793	3.0%	3,132,363	-3.0%	3,110,969	-1.0%	3,307,749	6.3%
Ventas Netas	7,047,270	7,786,843	10.5%	8,587,081	10.3%	8,995,993	4.8%	10,668,800	18.6%
Utilidad de Operación	700,544	459,087	-34.5%	335,070	-27.0%	328,082	-2.1%	535,677	63.3%
Utilidad neta	489,141	139,531	-71.5%	106,960	-23.3%	158,967	48.6%	230,080	44.7%
UPA	0.769	0.21	-72.7%	0.17	-19.0%	0.2485	46.2%	0.3331	34.0%

Fuente: Elaboración propia con base en los informes anuales del 2009, 2010 y 2011 de Alsea S.A.B de C.V

Ventas Totales

Alsea durante los últimos 5 años ha incrementado sus ventas, sin embargo para el año 2010 solo tuvo un incremento del 4.8% sobre el 2009, el más bajo durante el periodo de estudio, mientras que para el 2011 se recupera con un incremento en ventas del 18.6% sobre el año anterior esto se debe en parte a que el 2011 fue el año con más apertura de tiendas, 77 en total.

Utilidad de Operación

La utilidad de Operación durante el periodo 2008-2010, represento una baja considerable, debido al considerable aumento en la depreciación y amortización como consecuencia de la adquisición de los activos adquiridos en sus respectivos años. Para el 2011 tiene un considerable incremento del 63.3%, equivalente a 207.6 millones de pesos.

Utilidad Neta

La Utilidad Neta Consolidada para el 2008 disminuyó 71.5% con respecto al año anterior y para el 2009 disminuye 23.9% con respecto al año anterior, siendo esta la más baja durante el periodo estudiado. Para el 2010 se recupera con un incremento del 48.6% con respecto del año anterior, esto debidos al incremento de 60.4 millones de pesos en otros productos, a la disminución de 31.9 millones de pesos en operaciones discontinuas y a la disminución de 41 millones de pesos en el resultado integral de financiamiento.

Utilidad por acción

La Utilidad por acción para los años 2008 y 2009 decreció 72,7% y 19%, de acuerdo al año anterior de cada uno, mientras que para el 2010 comenzó a recuperarse incrementando el 46.2% de acuerdo al año anterior, finalmente para el 2011 aumento el 34% quedando en 0.3331 pesos en comparación con los 0.2185 pesos de los doce meses concluidos el 31 de diciembre del 2010.

Como se puede observar durante el periodo del 2008 y gran parte del 2010, Alsea fue afectada por la crisis que se vivió en esos años, otro motivo fue que para el 2008 se descontinuó la marca Popeyes, diseñándose un plan formal de desinversión, para el 31 de diciembre del 2009 este proceso estaba concluido. Para el 2008 Alsea ya había vendido el 50% restante de su participación en DeLibra, compañía operadora de la marca Domino's Pizza en Brasil.

4.3.3.1 Bolsas de valores en las que cotizan

Alsea por el momento solo cotiza en la Bolsa Mexicana de Valores y comenzó a cotizar en 1999 con una emisión de 20, 580,000 acciones ordinarias nominativas de Serie Única. Los recursos obtenidos por la oferta pública primaria de acciones, fueron destinados de la siguiente manera, 55% para apoyar el crecimiento de Domino's Pizza México, el 40% para el crecimiento del negocio de distribución y el 5% para capital de trabajo. (Hernández, 2012)

4.3.3.2 Razones financieras

Aplicaremos los índices o razones financieras para analizar el comportamiento financiero de la empresa y para arrojar diversas interpretaciones y conclusiones para el mismo periodo de tiempo

Grafica 4.13
Razones financieras de Aalsea

	2008	2009	2010	2011
Índice de Utilidad				
Rendimiento sobre capital invertido (ROIC)	9.60%	6.80%	5.70%	8.30%
Rendimiento sobre activos totales (ROA)	2.40%	1.80%	2.60%	2.44%
Índices de Liquidez				
Índice de activo corriente	1.06455	0.75757	1.11958	2.14122
Índice de rapidez	0.82	0.63	0.87	1.93
Índices de actividad				
Rotación de inventario	7.7099	9.31756	8.9844	9.39
Días de Ventas por pagar (DSO)	12	7	8	7
Índices de apalancamiento				
Índice de deuda sobre activo	0.4953	0.3724	0.4908	0.6483
Índice de veces cubierta	8.32	7.3	9.3	8.3

Fuente: Elaboración propia con base en los informes anuales del 2009, 2010 y 2011 de Aalsea, S.A.B de C.V.

Índices de utilidad

- ROIC; el año que tuvo mayor rendimiento sobre el capital invertido del periodo estudiado fue el 2008 con 9.60%, para el 2010 bajo hasta el 5.70% lo que indica que durante este tiempo no utilizo eficientemente los fondos de capital disponible como lo hizo en el 2008, aunque para el 2011 se recupera y el índice sube a 8.30%.
- Rendimiento sobre activos totales; durante el periodo estudiado el índice se mantuvo en 2.4, indicando que por cada peso invertido en activos se ganó 2.4, a excepción del año 2009, donde decreció el índice a 1.80 indicando que apenas generaban ganancia por cada peso invertido en activo.

Índice de liquidez

- Índice de activo corriente; para Alsea durante el 2008 y 2009, no fueron años con mucha solvencia, para el 2008, apenas sus activos circulantes cubrían sus pasivos circulantes, al ubicarse su índice en 1.06, mientras que para el 2008, no cubrían sus activos circulantes su pasivo circulante ubicándose el índice en 0.7575, esto principalmente al vencimiento de deudas y al incremento en la cuenta de proveedores. Para el 2011 se recupera, teniendo por cada peso de pasivo circulante \$2.14 de activo circulante.
- Índice de rapidez; con este índice nos damos cuenta que Alsea durante el periodo del 2008,2010, dependía en gran medida de su inventario para hacerle frente a las obligaciones a corto plazo. Durante el 2011 se recupera y cuenta con un índice de rapidez de, 1.93, lo que indica que ya cuenta con mayores activos que fácilmente se convierten en efectivo, ya no depende tanto de sus inventarios.

Índices de actividad

- Rotación de inventario; durante el periodo estudiado Alsea tubo entre 7 y 9 cambio de inventario al año, lo que indica que se agota su inventario entre 50 y 52 días, es demasiado tiempo para una empresa donde su materia prima son alimentos y bebidas.
- Días de ventas por pagar; el 2008 es el año en el que más días se tardaba en regresar el efectivo después de realizar una venta con un total de 12 días, mientras que para el periodo 2009-2011 se mantuvo entre 7 y 8 días, lo cual demuestra la efectividad en el otorgamiento de diversos créditos.

Índices de apalancamiento

El nivel de apalancamiento ha ido aumentando con el paso de los años,

- Índice de deuda sobre activos; se observó la solidez con la que cuenta la empresa por lo que se comparó la deuda total utilizada para financiar sus

inversiones encontrándose que durante periodo 2007-2010, se mantuvo casi en el 50%, mientras que para el 2011 aumento al 64%, lo que indica que durante este año se aumentó el financiamiento para la obtención de los activos.

- Índice de veces cubiertas; para el 2009 fue de 7.3, el más bajo durante el periodo estudiado, mientras que para el 2010 conto con un nivel de solvencia de 9.3, el más alto del periodo, en promedio se tuvo un nivel de solvencia de 8.3, por lo que demuestra que el nivel de apalancamiento para cubrir el pago de intereses es de 8 veces.

4.3.4 Reporte de Sustentabilidad

En el 2007 Alsea creó un área específica de responsabilidad social que regula coordina y estructura todas las acciones que realiza la empresa y sus marcas, para lograr un mayor impacto en los proyectos sociales que actualmente apoya. Su primer informe de sustentabilidad que público fue en este mismo año. A partir del 2009 sus reportes se basaron en los indicadores del GRI.

Cuenta con el Distintivo de Empresa Socialmente Responsable obtenido en el 2012 por el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI), también se encuentra adherido al Pacto Mundial de las Naciones Unidas desde el 19 de junio del 2011, adoptando los 10 principios universales que dicta este pacto.

En el año 2004 creó la Fundación Alsea A.C. con el objetivo de apoyar la seguridad alimentaria de las comunidades vulnerables y promover el desarrollo humano a través del apoyo a iniciativas a favor de la educación.

4.3.4.1 Descripción de sus reportes

El informe que analizaremos será del 2010, informe que fue utilizado por EIRIS para evaluar a las emisoras para la primera muestra del IPC Sustentable.

Gestión Ambiental

En cuestión ambiental Alsea de acuerdo a la división de impacto ambiental que realiza EIRIS por sectores se encuentra en alto impacto por lo que sus programas deben de estar enfocados a disminuir este impacto y a cubrir los 6 aspectos claves predispuestos por EIRIS, entre los programas que destacan se encuentran los siguientes:

Reforestación

Este programa es realizado por el voluntariado de Alsea (empleados principalmente), reforestan principalmente las comunidades del Estado de México, Doteviare y otros estados de la República con más de 400 mil árboles.

Reciclaje

Cuentan con la campaña de reciclaje Acciones Verdes, reciclan las cajas de cartón para ser utilizadas dentro de la distribución, utilizan productos de materiales reciclados como servilletas, bolsas, cajas de pizza y porta vasos. Domino's Pizza utiliza empaques de productos reciclados.

Energía

Alsea cuenta con el programa de ahorro de energía, a través de focos ahorradores de energía, de la utilización de tecnologías alternativas como son luminarias a base de LED's, uso de focos fluorescentes, sensores de luz en sanitarios, entre otros.

Agua

Este programa solo se encuentra en la planta de distribución de Monterrey, el cual cuenta con la utilización de 200 mil litros de agua reciclada del remojo de sus charolas y reciclan 100 mil litros para el riego en áreas verdes.

Políticas de Compras

Todo proveedor de Alsea debe de cumplir al 100% con los requerimientos de la ley federal así como el cumplimiento de las normas de seguridad e higiene y todas las normas ambientales federales, estatales y municipales que le sean requeridas.

Responsabilidad Social

En el área de responsabilidad social, Alsea se basa mucho en los programas que tiene su fundación entre los que destacan:

Programa Fondo para la paz.

Fundación Alsea trabajo en conjunto con Fondo para la Paz para implementar el programa de erradicación de la desnutrición infantil, el cual para el año del 2010 atendió a 320 niños menores de 5 años en las comunidades indígenas chatinos.

Patronato Prozona Mazahua

Es un programa de desarrollo sustentable mediante el cual se beneficia la comunidad Mazahua con 20 invernaderos, instalados en la comunidad, creando redes de trabajo, capacitando a los trabajadores y dando mantenimiento a los invernaderos.

Banco de Alimentos

Se creó la campaña Por un México sin Hambre 2010, en la que participaron 108 restaurantes de Burger King donando 20% de las ventas de productos seleccionados, recaudando todo ese dinero para apoyar 68 bancos de alimentos en todo el país.

Voluntariado

12,105 colaboradores entregaron voluntariamente 5,000 horas de su tiempo para participar en actividades apoyando a la comunidad como siembra de árbol, limpieza y remodelación de escuelas.

También cuenta con otros programas fuera de la fundación, dirigidos hacia sus trabajadores.

Programa Búsqueda de Talento

Programa que apoya a los estudiantes a que realicen sus prácticas y servicio social dentro del corporativo o en los establecimientos.

Modelo de Capital Humano

Programa que capacita constantemente a sus empleados, así como también evalúa sus desempeño, potencial y clima organizacional. Ofrece programas de becas para estudios de Maestría, Licenciatura, Diplomados y Preparatoria.

Cabe destacar que Starbucks recibió el noveno lugar en Great Place toWork 2010

Gobierno Corporativo

Para Alsea el área de gobierno corporativo no es muy importante, puesto que en su reporte no abarca mucho este punto, solo pone énfasis en la cuestión de seguridad en donde cuida los estándares de ética empresarial. Cuenta con programas de capacitación continua en términos de sanidad, manejo de producto y código de conducta.

Cuenta con su propio código de conducta, entre los puntos que establece se encuentran; prácticas de negocio transparentes y libres de soborno, cuidado de sus herramientas de trabajo, entre otros.

4.3.5 Conclusiones

Alsea sin duda alguna cuenta con un amplio dominio sobre las cadenas de bebidas y alimentos preparados, es por esto que suele ser comparada como el Walmart en el negocio de los restaurantes. (El Semanario 2008)

En cuestión del medio ambiente Alsea es muy reconocida por su alianza con PHILIPS por su proyecto de cambio de iluminación incandescente y fluorescente compacta por iluminación LED para la gran parte de sus marcas en donde invirtió

33 millones de pesos (PHILIPS, 2012), formando parte de un movimiento global sustentable.

Como se puede ver Alsea ha invertido grandes cantidades para revertir el alto impacto de su sector sobre la naturaleza, creando proyectos para los aspectos claves exigidos por la calificadora EIRIS (consumo de agua, agua residual, emisiones al aire, desechos, energía y biodiversidad). Sin embargo ha dejado de lado aspectos igual de importantes para la sustentabilidad como es el interesarse por sus trabajadores. Los proyectos que tiene en el área de responsabilidad social están enfocados hacia terceros, a través de su fundación, solo cuentan con un proyecto hacia sus trabajadores que es el apoyo con becas para sus estudios.

En un estudio realizado por García Villanueva (2008), en donde realizo encuestas a trabajadores de Burger King, se encontró que la mayoría de los empleados de estos establecimientos son jóvenes cuya edad fluctúa entre los 19 y 25 años, donde su salario son percibidos como injustos ya que no remuneran todas las actividades realizadas por el trabajador. En enero del 2007 el salario pagado por Burger King a sus empleados generales fue de \$10.50 la hora. (Villanueva, 2008)

Tampoco cuentan con una estabilidad laboral ya que a pesar de que los contratos son indefinidos, en la realidad cuentan con una temporalidad. No se respetan los horarios establecidos por el contrato. No cuentan con el equipo de seguridad necesario para realizar las actividades que pueden crear algún tipo de riesgo para el trabajador.

La mayoría de los restaurantes de comida rápida son conocidos por sus bajos salarios y mal trato a sus empleados.

Estos puntos son establecidos claramente por EIRIS en su metodología, en donde la empresa debe fomentar todo lo contrario a lo que hace Burger King, marca en México de Alsea.

4.4 Grupo Televisa

Grupo Televisa no cuenta con informes de sustentabilidad públicos, ni con una sección de responsabilidad social dentro de su página de internet, con la única que cuenta es con el acceso a la Fundación Televisa, a pesar de que carece de bastantes criterios establecidos por EIRIS, es muy probable que para la muestra del IPC Sustentable 2013, forme parte de esta.

4.4.1 Antecedentes, Visión, Misión

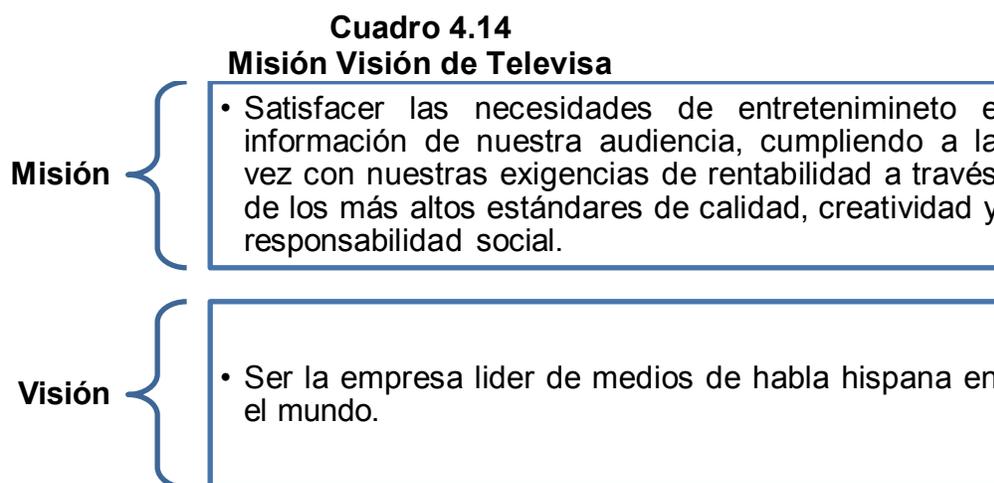
En 1950 el Sr. Rómulo O’Farril otorga la primera concesión para un canal de televisión, siendo este XHTV canal 4, convirtiéndose México en la primera nación de América Latina en instaurar la televisión. Un año después se inicia la trasmisión de un segundo canal de televisión, XEW-TV canal 2, siendo fundado por Don Emilio Azcárraga Vidarrueta, transmitiendo desde las instalaciones de la XEW, “La voz de la América Latina desde México”. En 1952 se crea un tercer canal de televisión XHGC canal 5, para este tiempo ya se había inventado la televisión a color.

Para el primero de mayo de 1955 se unen los canales 2,4 y 5, se crea la empresa Telesistema Mexicano.(Iñiguez y O’Loughlin 2010) En 1968 surge XHTMTV canal 8, con la empresa Televisión independiente de México, empresa que para 1973 se fusiona con Telesistema Mexicano y forman TELEVISA (Televisión vía Satélite), la cual se queda con la operación y transmisión de las señales de los canales 2,4, 5 y 8, este último canal para 1985 se convierte en XEQ canal 9, que para ese tiempo se dedicó a la difusión de la cultura, las ciencias y el arte en México, sin embargo años después se volvió un formato comercial.

En 1997 el Sr. Emilio Azcárraga Jean asume la presidencia de Grupo Televisa hasta la actualidad. En ese tiempo Azcárraga Jean levanto a Televisa de una situación financiera delicada, creando una estrategia de reposicionamiento y cambio en la empresa. (Iñiguez y O’Loughlin, 2010)

Año con año algunos canales fueron cambiando de nombre de acuerdo a la demanda de los consumidores, en el 2001 el canal 9 se convirtió en Galavisión y en ese mismo año el canal 4 se convirtió en 4TV, para cubrir la demanda de noticias ese canal se convierte en ForoTV a partir del 30 de agosto del 2010.

Grupo Televisa en los últimos tres años ha mantenido su liderazgo en la participación de la audiencia a nivel nacional, abarcando entre el 70 y 78% del horario estelar.



Fuente: Televisa, Misión y Visión, <<http://www.televisa.com/quienes-somos/326279/mision-vision-grupo-televisa/>> acceso 30 de noviembre de 2012

4.4.2 Descripción del negocio

Grupo Televisa es una empresa mexicana de medios de comunicación, productora, emisora y distribuidora de material visual, musical, teatral a través de sus distintas filiales. Televisa produce el mayor número de programas de televisión en español, sus programas se distribuyen a nivel mundial y son doblados en varios idiomas

4.4.2.1 Actividades principales

La principal actividad de Televisa es propia de una compañía controladora, sin embargo sus empresas se dedican principalmente a la industria del entretenimiento, a la producción y transmisión de programas de televisión abierta y

de paga. Siendo propietaria de 4 canales de televisión abierta, 2, 4, 5 y 9 los cuales son retransmitidos por 8 estaciones, para cubrir toda el área de televisión abierta. En cuanto a programación de Televisión, Televisa es la empresa que produce mayor número de programas en toda Latinoamérica, con una producción de 72,900 horas en el 2008 (Televisa, 2012a) a través de sus cadenas y estaciones de televisión. Dentro de los programas que produce se encuentran, telenovelas, noticieros, programas cómicos, programas infantiles, programas musicales y de concurso, debates y programas educativos. Estos programas son producidos en 23 estudios ubicados en la Ciudad de México, cuenta con 17 unidades de transmisión a control remoto totalmente equipadas.(Televisa 2012a) Para la elección de los actores que ocupa en sus programas cuenta con una escuela en la Ciudad de México que desarrolla actrices, actores y personal de apoyo técnico. Es una escuela gratuita, ya que la gran parte de sus estudiantes forman parte del elenco de las producciones de la empresa.

Dentro de los canales de televisión abierta que maneja, se encuentra como el canal líder de televisión en México, en canal 2, también conocido como “El canal de las Estrellas”, el cual es transmitido vía satélite a los Estados Unidos, Centro y Sudamérica, Europa y el norte de África. Este canal transmite principalmente, telenovelas, noticieros, programas de concurso, cómicos y de interés general.

Cuenta con licencias para la transmisión de programas producidos por terceros en el extranjero, en su mayoría provienen de Estados Unidos, que incluyen series de televisión, películas y eventos deportivos. Esta programación es doblada o subtitulada por los estudios de Televisa.

Su principal estrategia de Grupo Televisa se basa en el contenido de sus programas, lo que ha llevado a la empresa a ser “líder en el segmento de telenovelas y a desarrollar un proceso exitoso de producción de contenidos” (Íñiguez y O’Loughlin, 2010),

Su segunda estrategia Grupo Televisa utiliza su posición como la empresa líder en comunicaciones en el mundo de habla hispana para generar ingresos por

concepto de publicidad, ventas de programación a nivel internacional, concentrándose en las actividades de distribución.

Grupo Televisa está invirtiendo en la implementación de nuevas tecnologías y en la integración de la empresa dentro de las telecomunicaciones, para tener más canales para distribuir su contenido²¹ En el 2000 Esmas.com presento su división on-line Televisa Interactive Media a través del cual Televisa dispone de 50,000 horas de contenido digitalizado. (Íñiguez y O'Loughlin, 2010),

4.4.2.2 Canales de distribución

Grupo Televisa no cuenta con canales de distribución, ya que por su giro no los necesita.

4.4.2.3 Gama de productos

Grupo Televisa es una empresa controladora que realiza sus operaciones a través de sus subsidiarias, las cuales cuentan con diferente giro en el pueden apreciar las principales empresas y productos con las que cuentan.

Dentro de la Televisión Abierta los canales con los que cuenta son los siguientes:

- Canal de las Estrellas, canal 2; es el canal líder de Grupo Televisa, cuenta con una mezcla de programación general y de estreno, además de noticias.
- Canal 5; cuenta con programación de televisión extranjera, películas programas orientados a adolescentes.
- Galavisión, canal 9; enfocado a telenovelas extranjeras, deportes y comedias.
- ForoTV, canal 4; orientado a las noticias

Una de sus alianzas más importantes que tiene Televisa Network es con Univisión, para la difusión por internet en Estados Unidos y otros países, las

²¹ En noviembre del 2010 hubo una iniciativa en Estados Unidos de la empresa Mobile Content Venture, un joint venture de 12 emisora (incluyendo Fox donde tiene presencia Televisa y NBC) para enviar video en directo a unos dispositivos portátiles.

marcas más conocidas son; De Película/Clásico, Telehit, Bandamax, Ritmoson latino, TLnovelas, Clásico TV, Unicable y Televisa Deportes Network el cual se emite solo en México y América Latina.

En cuanto a Cable y Telecomunicaciones, Televisa cuenta con Cablevisión, la principal empresa de cable en México, Televisa es dueña del 51% de esta empresa (Televisa 2012a), es la única operadora de televisión por cable que cotiza en la Bolsa Mexicana de Valores. También se encuentra Cablemas la cual se incorporó a Televisa en el segundo trimestre del 2009, es la segunda empresa más grande de su giro en México. Por último se encuentra Cablevisión Monterrey o TVI, es una empresa de cable con sede en Monterrey que se incorporó a Televisa en el 2009.

Cuadro 4.15 Gama de productos de Grupo Televisa

	<p>Televisión Abierta</p> <ul style="list-style-type: none"> • Es el producto líder de grupo Televisa • Televisa opera cuatro canales de televisión abierta en México, 2,4,5 y 9.
	<p>Señales de televisión restringida</p> <ul style="list-style-type: none"> • Produce y distribuye 16 canales de televisión de paga; 15 propios y 1 bajo licencia.
	<p>Exportación de programación</p> <ul style="list-style-type: none"> • Exporta sus programas y formatos a televisoras de todo el mundo principalmente a Estados Unidos bajo un acuerdo de Licencia de Programación.
	<p>SKY</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sistema de televisión directa al hogar vía satélite en México, Centro América y República Dominicana.
	<p>Cable y Telecomunicaciones</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cablevisión, Cablemás y TVI ofrecen servicios de televisión de paga, voz y datos en la ciudad de México, Monterrey y otras ciudades.
	<p>Editorial Televisa</p> <ul style="list-style-type: none"> • Maneja revistas en español en más de 20 países como, TVNotas, Vanidades, Cosmopolitan Latinoamérica, entre otras.
	<p>Televisa Radio</p> <ul style="list-style-type: none"> • Maneja estaciones de radio como, La Ke Buena, W Radio, Los 40 principales, Estadio W, Bésame Radio, XEW-AM.
	<p>Otros Negocios</p> <ul style="list-style-type: none"> • TIM: Oferta completa de entretenimiento digital a través de Internet. • Juegos y Sorteos: Salas de bingo y negocios de lotería en línea. • Equipos de fútbol: Club América y Necaxa
	<p>OCESA Posee el 40% de Ocesa Entretenimiento, empresa mexicana que organiza eventos en México</p>

Fuente: Elaboración propia con base en, Grupo Televisa, Televisa en Breve, <<http://i2.esmas.com/documents/2012/05/18/2520/televisa-en-breve-pdf.pdf>> acceso 01 de diciembre del 2012.

4.4.3 Análisis Financiero

Grupo Televisa durante los últimos 5 años ha tenido una gran expansión sobre sus productos a otros países y sobre otras plataformas, como lo es Internet. Por lo mismo durante esos años hubo grandes inversiones y desinversiones como las que se mencionan a continuación.

- Durante el 2011, Grupo Televisa realizó una inversión de US\$1,600 millones de dólares en deuda convertible de Iusacell, como parte de su estrategia móvil. Una vez convertida la deuda la participación de Televisa en el capital de Iusacell será del 50%.
- Televisa Networks, lanza el canal ForoTV, también en ese año Televisa realiza una inversión significativa en Univisión que modificara el Contrato de Licencia de Programación y propagara su vigencia del mismo.
- En el 2009, Sky se expande en Centroamérica y República Dominicana, iniciando operaciones en el Salvador y Honduras. En ese mismo año Sky se expande a Centroamérica y República Dominicana, iniciando operaciones en el Salvador y Honduras.
Lanzan nuevo programa, Televisa Networks y Televisa Deportes, en televisión de paga en México, Centroamérica y el Caribe, el canal nombrado Televisa Deportes Network (TDN).
- En el 2008, Televisa convierte sus obligaciones convertibles a largo plazo en acciones representativas del 99,99% del capital social de Alvafig, sociedad que tiene una participación del 49% de las acciones de voto de Cablemas. En ese mismo año Televisa y Telemundo crean una alianza estratégica para distribuir en México el contenido de Telemundo a través de sus múltiples plataformas.

A continuación se muestra el cuadro comparativo de Grupo Televisa durante el periodo 2008-2011, se observa cada una de las variaciones que ha tenido en cada año.

Cuadro 4.16
Comparativo de Situación Financiera y resultados de operación de Televisa

Miles de pesos	2007	2008	Variación	2009	Variación	2010	Variación	2011	Variación
Activo	\$98,703,476	\$122,851,805	24.5%	\$126,568,376	3.0%	\$136,470,627	7.8%	\$155,061,400	13.6%
Pasivo	58,053,176	75,600,129	30.2%	82,096,229	8.6%	84,612,866	3.1%	96,204,915	13.7%
Capital	40,650,300	47,251,676	16.2%	44,472,147	-5.9%	51,857,761	16.6%	58,856,485	13.5%
Ventas Netas	41,561,526	47,972,278	15.4%	52,352,501	9.1%	57,856,828	10.5%	62,581,541	8.2%
Utilidad de Operación	14,480,896	15,127,807	4.5%	15,156,868	0.2%	15,582,609	2.8%	16,822,046	8.0%
Utilidad neta	9,018,390	8,730,657	-3.2%	6,582,697	-24.6%	8,515,927	29.4%	8,180,141	-3.9%
UPA	14.160	13.87	-2.0%	11.74	-15.4%	13.78	17.4%	14.33	4.0%

Fuente: Elaboración propia con base en los informes anuales del 2009, 2010 y 2011 de Televisa S.A.B de C.V

Ventas

Televisa ha incrementado año con año sus ventas, sin embargo no ha tenido el mismo crecimiento, puesto que para el 2008 creció 15.4% el crecimiento más alto durante el periodo estudiado, para el 2011 tuvo el menor crecimiento de todo el periodo estudiado con 8.2%.

Utilidad de Operación

En cuanto a utilidad operativa, Televisa no obtuvo mucho crecimiento durante el periodo 2008-2010, siendo el 2009 el año en el que no reporta crecimiento. Para el 2011 se comienza a recuperar y obtiene un crecimiento del 8% que a pesar de que no es mucho, es significativo en comparación con los años anteriores.

Utilidad Neta

Durante el periodo estudiado, Grupo Televisa registro altos decrecimientos, principalmente para el 2009, donde obtuvo un decrecimiento del (24.6%), sin embargo para el siguiente año se recupera y obtiene un crecimiento del 29.4%, es el único crecimiento registrado durante el periodo, para el 2011 no ha logrado recuperarse, y continuo con un decrecimiento del (3.9).

UPA

La utilidad por acción disminuyo en el 2008, 2% quedando en 13.87, creciendo en el 2011 a 14.33.

4.4.3.1 Bolsas de valores en las que cotizan

En 1991 Televisa entra a la Bolsa Mexicana de Valores, y para 1993 Grupo Televisa lleva a cabo la colocación de ADR'S en el New York Stock Exchange (NYSE)

En diciembre del 2010 Televisa tuvo una capitalización bursátil en el NYSE de más de 14 mil millones de dólares.

4.4.3.2 Razones financieras

Aplicaremos los índices o razones financieras para analizar el comportamiento financiero de la empresa y para arrojar diversas interpretaciones y conclusiones para el periodo 2008-2011.

Grafica 4.17
Razones financieras de Televisa

	2008	2009	2010	2011
Índice de Utilidad				
Rendimiento sobre capital invertido (ROIC)	26.10%	15.71%	7.75%	13.29%
Rendimiento sobre activos totales (ROA)	7.10%	5.20%	6.24%	5.27%
Índices de Liquidez				
Índice de activo corriente	2.2324	2.1251	1.7945	1.4071
Índice de rapidez	2.1799	2.0733	1.7569	1.3686
Índices de actividad				
Rotación de inventario	13.37	14.26	20.95	20.35
Días de Ventas por pagar (DSO)	136	165	165	164
Índices de apalancamiento				
Índice de deuda sobre activo	0.6153	0.6486	0.62	0.6204
índice de veces cubierta	4.86	3.42	3.57	2.67

Fuente: Elaboración propia con base en los informes anuales del 2009, 2010 y 2011 de Televisa S.A.B de C.V

Índices de utilidad

- ROIC; el año que tuvo mayor rendimiento sobre el capital fue el 2008 con el 26.10%, mientras que para el 2010 solo obtuvo el 7.75% una baja considerable en la utilización del capital para crear ingresos.
- Rendimiento sobre activos totales; el ROA más alto del periodo fue en el 2008 con el 7.10, lo que indica que por cada peso invertido en activos la empresa gana 7.10, sin embargo para el 2011 el índice de rendimiento sobre activos totales desciende a 5.2 lo cual indica que a pesar de que bajo todavía sigue generando utilidades con respecto de la inversión realizada en activos.

Índice de liquidez

- Índice de activo corriente; el 2011 fue el año que tuvo el menor índice de activo corriente, ubicándose en 1.4071 lo que indica que por cada peso de pasivo corriente tenía para hacerle frente 1.4071 de activo circulante,

apenas cubriendo su pasivo circulante, mientras que el año en el que obtuvo mayor índice de activo corriente fue el 2008 con 2.23, cubriendo hasta por 2 veces el pasivo circulante, teniendo suficiente capacidad de pago a corto plazo.

- Índice de rapidez; para Grupo Televisa, los inventarios representan principalmente papel, revistas, materiales y refacciones, por lo que no basan sus activos circulantes en ellos, y por lo mismo el índice no cambia mucho en comparación al índice de activo corriente. El año en el que es menor este índice es justamente el 2011, con un índice de 1.3686, apenas cubriendo las obligaciones a corto plazo y quedándose con pocos activos líquidos.

Índices de actividad

- Rotación de inventario; durante los años 2010 y 2011 Televisa tuvo la mayor rotación de inventario durante el periodo estudiado, ubicando en 20, que fueron las veces en las que se agotó el inventario.
- Días de ventas por pagar; el tiempo promedio que la empresa espera para recibir su efectivo después de realizar una venta es muy largo en general, durante el periodo estudiado, siendo el 2010 y 2011, los años con mayor periodo de tiempo 165 días, para obtener todo el efectivo después de una venta.

Índices de apalancamiento

- Índice de deuda sobre activos; este índice se ha mantenido constante durante el periodo estudiado, indicando que del activo total, el 60% es financiado por recursos externos.
- Índice de veces cubiertas; para el 2011 se contó con un índice de 2.67, siendo el menor durante el periodo estudiado, en tanto que para el 2008 fue de 4.86 indicando que por cada peso que hay de intereses hay 4.86 de utilidad para hacerle frente.

4.4.4 Reportes de Sustentabilidad

Grupo Televisa no cuenta con reportes de sustentabilidad públicos. Cuenta con el reconocimiento de Empresa Socialmente Responsable desde el 2005, otorgado por CEMEFI. También cuenta con la Certificación de Industria Limpia desde el 2006 por la PROFEPA

4.4.4.1 Descripción de sus reportes.

A pesar de que no cuenta con reportes públicos, se investigaran actividades o programas que realiza a favor de la sustentabilidad.

Gestión Ambiental

Grupo Televisa de acuerdo al cuadro de Impacto ambiental por sectores de EIRIS, se encuentra en impacto Bajo. Dentro de sus programas en apoyo al medio ambiente se encuentran los siguientes:

Televisa Verde

Entre las actividades que realiza Televisa Verde se encuentran; capsulas informativas, campañas de concientización, telenovelas con causa, alianzas, programas y contenidos ambientales, contenido editorial, apoyo a eventos y organizaciones verdes, goles verdes de la selección mexicana, entre otros

Los programas de concientización se dan primordialmente a los trabajadores y familiares en temas de agua, reciclado de basura, reforestación entre otros.

Los programas de goles verdes se enfocan a plantar árboles en los diferentes estados de la república.

En el 2007 Televisa Guadalajara sembró 500 mil arboles

Responsabilidad Social

Fundación Televisa

Su responsabilidad social se centra en la filantrópica, principalmente en base a la Fundación Televisa creada en el 2001, la cual establece constantemente alianzas con otras fundaciones y les ayuda a difundir su mensaje a través de su plataforma de comunicaciones. Un ejemplo de esto fue la Fundación ALAS, en el 2008, en donde retransmitió a cerca de 200 millones de personas por medio de canales digitales de Televisa, desde el Zócalo de México. (Íñiguez y O’Loughlin, 2010),

También cuenta con otros programas como, Bécalos, valores, plataforma para maestros, colecciona fotografías, Imaginantes, TV con causa, Mejor en Familia y el Bullyng mata.

Teletón de México

Comenzó en 1997, es un evento anual por medio del cual durante 24 horas se recaudan fondos para la creación de centros de rehabilitación infantil (CRIT). Es producido por Televisa conjuntamente con más de 500 medios de comunicación mexicanos y extranjeros, es patrocinado por miles de empresas.

Iniciativa México

Iniciativa México se realizó con base en el Bicentenario de la Independencia y Centenario de la Revolución Mexicana con el fin de apoyar a aquellas personas que presenten proyectos de acción social o ecológica. Los mejores proyectos recibirían ayuda económica y cursos de capacitación y profesionalización.

Gobierno Corporativo

Grupo Televisa cuenta con el Comité de Mejores Prácticas Corporativas, el cual emitió el Código de Mejores Prácticas donde se establecen recomendaciones para un mejor gobierno corporativo. Cuentan con políticas de transparencia basadas en el código de ética emitido por Grupo Televisa el cual se aplica a todas sus filiales,

principalmente a los directivos, los cuales deben de apegarse al código, también regula las prácticas comerciales. (Televisa 2012b)

4.4.5 Conclusiones

Televisa no ha desarrollado el área de gestión ambiental, posiblemente por el bajo impacto que tiene sobre este²². no cuenta con la certificación de ISO 14,000, su único proyecto es Televisa Verde, el cual es solo informativo no cuenta con acciones que reduzcan el impacto que crea la empresa hacía el medio ambiente, sus programas están enfocados a informar a la audiencia sobre el medio ambiente, biodiversidad en México, acciones para no contaminar, etc. Su portal de Televisa verde no cuenta con la información necesaria, ya que en muchos campos al momento de dar clic para entrar al link, te pone información no disponible.

Grupo Televisa no cuenta con informes públicos de responsabilidad social o sustentable, no reporta a las partes interesadas, no cuenta con un informe anual sobre sus fundaciones.

Fundamenta su sustentabilidad en su fundación, principalmente en el proyecto Teletón, donde todos sus fondos son enfocados a brindar ayuda a los niños con discapacidad. De este modo basa su sustentabilidad en la filantropía.

Esta empresa es parte del duopolio en México sobre medios de comunicación, demostrando el poder que tiene tanto material como ideológico, donde la dinámica de la información en México pertenece en su mayoría a esta empresa (Pérez, 1979) que el estado mexicano no ha podido controlar.

Televisa cuenta con una programación comercial donde lo único que importa es el mercado publicitario, su único control de calidad lo contribuye el rating, un instrumento que evalúa el mensaje no por su contenido si no por el número de personas que lo ve. (Pérez, 1979). Creando de esta manera muy pocos programas que mejoren el nivel cultural de la población, puesto que no cuentan con tanto rating como lo tendría una telenovela.

²² De acuerdo a la división de impactos por sector de la tabla de EIRIS

Durante el 2012 Grupo Televisa se vio envuelto en muchos escándalos entre los que se encuentran; el publicado por la revista Proceso donde se habla acerca del apoyo que tiene Grupo Televisa sobre Enrique Peña Nieto, especialmente el vicepresidente Corporativo de Comercialización de la televisora, el cual tenía un enlace con Peña Nieto para incluir en la programación noticias favorables sobre él y su gobierno en el Estado de México. (Villamil, 2012, Proceso, 2012)

CONCLUSIONES

En esta tesis exploramos el concepto de la sustentabilidad debido a que este concepto ha sido de amplio debate académico, pues en el discurso empresarial a menudo es malinterpretado e incluso distorsionado; la retórica de los grandes líderes empresariales suele estar cargada de mucha ideología y muchas veces sus argumentos en favor de la sustentabilidad carecen de fundamentos, por lo que se decidió estudiarlo desde dos perspectivas; visión institucional y visión académica (Membratu 1998), analizando los requerimientos que exige la sustentabilidad a las empresas desde el contexto administración. Para así poder analizar los criterios que exige la Bolsa Mexicana de Valores y las Calificadoras a las empresas para su inclusión en el IPC Sustentable.

En lo que se refiere la visión institucional, en primera instancia encontramos el informe Brundtland como un acontecimiento importante en la historia del desarrollo sustentable, pues a partir de ello los países comenzaron a dar mayor importancia al concepto creando leyes, indicadores y estrategias con orientación sustentable. Pudimos notar que en lo concierne a la sustentabilidad en el caso particular de México aún le falta mucho por desarrollar, principalmente a nivel gobierno, el cual aún deja muchos puntos abiertos dentro de su legislación como es el caso de la LGEEPA, la cual no establece ninguna sanción rigurosa a las empresas o personas físicas que no cumplan con su disposición, así como también deja que las empresas se autorregulen y presenten de forma voluntaria una auditoría ambiental dejando también la regulación e incentivación por los instrumentos económicos para que las empresas formulen estrategias con orientación sustentable por si sola (LGEEPA art.38, 22, 21). Asimismo otorga muy poco presupuesto a las instituciones como la SEMARNAT que cuentan con proyectos con orientación sustentable y que promueven el cumplimiento de la legislación ambiental como la PROFEPA con programas como el de Certificación de Industria Limpia. No sólo el gobierno necesita desarrollar más sino que también las empresas mexicanas deben mejorar su comprensión del concepto para

desarrollas estrategias que se enfoquen en las tres esferas de la sustentabilidad y no sigan enfocando únicamente en la RSE y la filantropía.

En cuanto a la visión académicas encontró que es necesario moverse más allá de simples estrategias verdes, a una visión más holística y sistémica del desarrollo sustentable, pues muchas veces las organizaciones se confían demasiado en soluciones tecnológicas y se olvidan de otras partes no menos importantes para el desarrollo sustentable, como son la transparencia en sus negocios, el bienestar de sus trabajadores, las relaciones con las partes interesadas, etcétera

En base en el análisis académico de la sustentabilidad en el contexto empresa, se encontró que la calificadora del IPC Sustentable realmente no está evaluado la sustentabilidad en su totalidad, puesto que está dejando fuera la evaluación de las partes interesadas en comparación con la calificadora SAM la cual si está tomando en cuenta a sus stakeholders para la inclusión de las empresas en el DJSI. Otra discrepancia que se encontró fue el que las empresas no cumplen con todos los criterios de medición exigidos por la calificadora EIRIS y a pesar de esto están incluidos en la muestra del IPC Sustentable del 2011, por ejemplo como TVAzteca, entre otras no cuentan con los parámetros GRI para la elaboración de su informe o American Móvil no había publicado ningún informe de sustentabilidad hasta el 2011 y para la evaluación de las empresas EIRIS se basó en el informe de sustentabilidad publicado en el 2010, recalcando que la información de la empresa no estuvo disponible públicamente para ese año.

Dentro del estudio comparativo de tres índices sustentables (DJSI, ISE, FTSE4Good) se encontró que muchas empresas fueron incluidas en ellos, en años posteriores salían de estos índices, algunas debido a acontecimientos públicos que pusieron en duda su sustentabilidad y otras simplemente salieron sin explicación alguna por parte de la calificadora que opera su respectiva bolsa. Mostrando con esto y con el hecho de que sus metodologías no sean públicas, la poca transparencia que tienen cada uno de los índices sustentables principalmente el IPC Sustentable al no publicar su metodología utilizada por la Universidad Anáhuac del Sur.

En el análisis de la muestra se encontró que existen empresas con muy pocas estrategias con orientación sustentable que están y estarán incluidas en la muestra del IPC Sustentable. Estas empresas basan su sustentabilidad principalmente en la filantropía ya que las cuatro le dan un mayor peso a las fundaciones para ser reconocidas como empresas socialmente responsables, principalmente Televisa, la cual basa su sustentabilidad en su Fundación, siendo su principal proyecto el Teletón, el cual se realiza de manera anual para recaudar fondos con el objetivo de ayudar a niños con discapacidad. Sin embargo no emiten ningún informe público a sus partes de interés sobre la utilización de los fondos recaudados para este programa. En la mayor parte de las empresas se observó que le dan mayor peso a la dimensión ambiental, posiblemente porque EIRIS en su primera evaluación le dio mayor peso a esta dimensión, a excepción de Televisa la cual no muestra importancia en esta dimensión, debido al bajo impacto de sus estrategias ambientales. Sin embargo la sustentabilidad no sólo requiere atención del medio ambiente, sino que también del gobierno corporativo y la responsabilidad social, puntos en los que las empresas no están prestando la misma atención, como es el caso de Walmart que estuvo a punto de salir por la falta de transparencia en un posible problema de corrupción dentro de sus marcas o el caso de Alsea la cual es bien conocida por su falta de interés y la baja remuneración sobre sus trabajadores en la marca Burger King.

Con esta investigación damos pie a posteriores investigaciones sobre la verdadera sustentabilidad de las empresas, pues encontramos necesario legitimar lo que las empresas dicen en sus informes de sustentabilidad contra lo que realmente hacen. Ya que la única fuente de información de la calificadora EIRIS fueron las mismas empresas evaluadas, sin tomar en cuenta el testimonio de las partes interesadas que ayudaría a legitimar la sustentabilidad de las empresas. Asimismo proponer mejorar a en la metodología utilizada por la evaluadora.

A pesar de todo ello, el IPC sustentable es una propuesta que en un futuro podría estar promoviendo la implementación y cumplimiento de estrategias con orientación sustentable en las empresas mexicanas, si va perfeccionando cada

uno de sus componentes y logra incentivar a las empresas y a los inversionistas interesados en inversiones sustentables, lo cual esperamos por el bien común.

ANEXOS

Población

Índice en el que cotizan	CLAVE	SECTOR	Años reportando estrategias de sustentabilidad ²³	GRI	Impacto al Medio Ambiente
Cotizan en el IPC y en el IPC Sustentable	ALFA	Industrial	2002	✓	Alto
	AMXL	Servicio de Telecomunicaciones	2006	✓	Bajo
	AC	Productos de Consumo Frecuente	2007	✓	ALTO
	CEMEXCPO	Materiales	2002	✓	Alto
	KOF	Productos de Consumo Frecuente	2008	✓	Alto
	COMPARC	Servicios Financieros	2006	✓	Bajo
	COMERCI	Productos de Consumo Frecuente	2008	✓	ALTO
	GEO	Industrial	2005	✓	Alto
	HOMEX	Industrial	2007	✓	Alto
	ICA	Industrial	2010	✓	Alto
	FEMSA	Productos de Consumo Frecuente	2006	✓	Alto
	OMAB	Industrial	2010	✓	Alto
	ASURB	Industrial	2009	✓	Alto
	BIMBOA	Productos de Consumo Frecuente	2002		Alto
	GFNORTE	Servicios Financieros	2009	✓	Bajo
	GMEXICO	Materiales	2009	✓	Alto
	GMODELO	Productos de Consumo Frecuente	2002	✓	Alto
	PEÑOLES	Materiales	2002	✓	Alto
	KIMBER	Productos de Consumo Frecuente	2008	✓	Alto
	MEXCHEM	Materiales	2010	✓	Alto
	AZTECA	Servicio de Telecomunicaciones	2010		Bajo
	URBI	Industrial	2010		Alto
WALMEXV	Productos de Consumo Frecuente	2006	✓	Alto	

²³Basado en el estudio realizado por Meykens y Paul, y por los informes publicados en las páginas de internet de las empresas

Empresas que pertenecen al IPC

Cotizan en el IPC	ALSEA	Servicios y bienes de consumo no básico	2007	✓	Alto
	ALPEK	Materiales			Alto
	BOLSA	Servicios Financieros			Medio
	CHDRAUI	Productos de Consumo Frecuente			Alto
	ELEKTRA	Servicios y Bienes de Consumo no básico	2012		Alto
	GFINBUR	Servicios Financieros		✓	Bajo
	GAP	Industrial			Alto
	GRUMA	Productos de Consumo Frecuente	2010		Alto
	ICH	Materiales		✓	Alto
	LAB	Equipo medicamento y servicios médicos	2011		Alto
	LIVERPOL	Servicios y bienes de consumo no básico		✓	Medio
	MFRISCO	Materiales			Alto
	OHLMEX	Industrial			Alto
	TELEVISA	Telecomunicaciones			Bajo

Empresas que cumplen los criterios de selección

Índice en el que cotizan	CLAVE	SECTOR	Años reportando	GRI	Impacto al Medio Ambiente
Cotizan en el IPC y en el IPC Sustentable	ALFA	Industrial	2002	✓	Alto
	AC	Productos de Consumo Frecuente	2007	✓	ALTO
	CEMEXCPO	Materiales	2002	✓	Alto
	KOF	Productos de Consumo Frecuente	2008	✓	Alto
	COMPARC	Servicios Financieros	2006	✓	Bajo
	COMERCI	Productos de Consumo Frecuente	2008	✓	ALTO
	GEO	Industrial	2005	✓	Alto
	HOMEX	Industrial	2007	✓	Alto
	FEMSA	Productos de Consumo Frecuente	2006	✓	Alto
	BIMBOA	Productos de Consumo Frecuente	2002	✓	Alto
	GMODELO	Productos de Consumo Frecuente	2002	✓	Alto
	PEÑOLES	Materiales	2002	✓	Alto
	KIMBER	Productos de Consumo Frecuente	2008	✓	Alto
	WALMEXV	Productos de Consumo Frecuente	2006	✓	Alto

Cotizan en el IPC	ALSEA	Servicios y bienes de consumo no básico	2007	✓	Alto
	TELEVISA	Telecomunicaciones			Bajo

ABREVIATURAS Y ACRÓNIMOS

BMV - Bolsa Mexicana de Valores

BOVESPA - Bolsa de Valores de São Paulo

CEMEFI - Centro Mexicano de Filantropía

CEO - Chief Executive Officer (Director ejecutivo)

DJSI - Dow Jones Sustainability Index

EIRIS - Experts in Responsible Investment Solutions

EMS - Environmental Management System

ESG - Environmental, Social, Governance

FGV-EASP - Centro de Estudios de Sostenibilidad de la Escuela de Administración de Empresas de Sao Paulo de la Fundación de Getulio Vargas

GRI - Global Reporting Initiative

IPC - Índice de Precios y Cotizaciones

IPC Sustentable - Índice de Precios y Cotizaciones Sustentable

ISE- Índice de Sustentabilidad Empresarial

LGEEPA - Ley General del Equilibrio Ecológico y Protección Ambiental

OCDE - Organización para la Cooperación de Desarrollo Económico

PNUMA - Programa Ambiental de las Naciones Unidas

PROFEPA - Procuraduría Federal de Protección al Ambiente

ROA - Return on Asset

ROIC - Return on Invested Capital

RSE - Responsabilidad Social Empresarial

SAM - Sustainability Asset Management

SEAAR - Social and Ethical Accounting, Auditing and Reporting

SEMARNAT - Secretaria del Medio Ambiente y Recursos Naturales

TBL - Triple Bottom Line (Triple resultados)

TQM - Gestión de Calidad Total

TRM - Total Responsibility Management

REFERENCIAS

- Alsea, S.A.B. de C.V., "Informe anual del 2008", México, 2008, 110pp.
- Alsea, S.A.B. de C.V., "Informe anual del 2010", México, 2010, 130pp.
- Alsea, S.A.B. de C.V., "Informe anual del 2011", México, 2011, 150 pp.
- Alsea, S.A.B. de C.V., "Informe de Responsabilidad Social 2010", México, 2010, 14pp.
- Alsea, S.A.B. de C.V., "Reporte anual del 2009", México, 2009, consultado en <http://www.bmv.com.mx/otrosanu/otrosanu_330526_1.pdf> (30 de noviembre del 2012) 115 pp.
- Alvarado, Jesus (2009), "Fair Trade in Mexico and Abroad: An Alternative to the Walmartopia?", *Journal of Business Ethics*, Vol., 88, pp. 301-317.
- América Móvil. S.A.B. de C.V., "Informe corporativo de responsabilidad social empresarial 2011", México, 2011, 91 pp.
- Aragón Correa J. A. et al. (2004), "Managerial discretion and corporate commitment to the natural environment", *Journal of Business Research*, Vol. 57, pp. 964–975.
- Arjoon S. (2005), "Corporate Governance: An Ethical Perspective", *Journal of Business Ethics*, Vol. 61, pp. 343-352.
- Azuela de la Cueva, Antonio, (2006), "Visionarios y pragmáticos. Una aproximación sociológica al derecho ambiental". México, UNAM Distribuciones Fontamara
- Bañon Gomis et al. (2011), "Rethinking the Concept of Sustainability", *Business and Society Review*, Vol. 116, pp. 171-191.
- Belausteguigoitia Rius, Juan Carlos, "Avances en la institucionalización del desarrollo sustentable en México", en Ana Citlalic Martínez (comp.), *Economía, sociedad y medio ambiente, Reflexiones y avances hacia un desarrollo sustentable en México*, México, Instituto Nacional de Ecología, Secretaria del Medio Ambiente y Recursos Naturales, 2000, pp. 43-52
- Berns Maurice et al. (2009), "The Business of Sustainability. What it means to managers now", *MIT Sloan Management Review*, USA.

Berry, A. Michael, Rondinelli A. Dennis, (1998), "Proactive Corporate environmental management: A new industrial revolution", *Academy of Management Executive*, Vol. 12, 14pp.

Bettley, A. y Burnley, S. (2008), "Towards Sustainable Operations Management Integrating Sustainability Management into Operations Management Strategies and Practices", *Handbook on Performability Engineering*. London, UK, pp. 875-904.

Blair, M.M. (2001), "Corporate Governance", *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*, pp. 2797-2803.

Blewitt, John, (2008), "Understanding Sustainable Development", London, *Earthscan Publishers*, 288 pp.

Boatright, J.R. (2012), "Corporate Governance", *Encyclopedia of Applied Ethics (Second Edition)* pp. 636-644.

Boiral, O. (2006), "La certification ISO 14001: une perspective néoinstitutionnelle ", *Management International*, Vol. 10, no. 3, p. 67-79.

Boiral, O. y G. Croteau (2004), "Du développement durable à l'entreprise durable, ou l'effet Tour de Babel", *Les enjeux et les défis du développement durable: connaître, décider, agir*, Québec: Les presses de l'Université Laval, pp. 259-281.

Bolsa de Valores de São Paulo (Bovespa) (2012a), "Metodologia del ISE", Sao Paulo, <http://www.bmfbovespa.com.br/Indices/download/ISE_esp.pdf>, (14 de Agosto 2012), 2 pp.

Bolsa de Valores de São Paulo (Bovespa) (2012b), "Informe del Índice de Sustentabilidad Empresarial", São Paulo, <<http://www.bmfbovespa.com.br/Pdf/Indices/ISE.pdf>>, (23 de Septiembre 2012), 14pp.

Bolsa Mexicana de Valores (BMV) (2011), "Emisoras seleccionadas por EIRIS y la Universidad Anáhuac del Sur como las mejor posicionadas en Responsabilidad Social, Ambiental y en Gobierno Corporativo (ESG) según las mejores prácticas internacionales", México, <<http://www.bmv.com.mx/>>, (29 Octubre del 2012), 6 pp.

Bolsa Mexicana de Valores (BMV), (2012), "Nota Metodológica del IPC Sustentable", México, <<http://www.bmv.com.mx/>>, (19 septiembre del 2012), 12 pp.

Brown D. et al. (2006), "Triple bottom line: A business metaphor for a social construct", [Working Paper 200602]. *Department of Business Economics*, Universitat Autònoma de Barcelona.

Callan & Thomas, (1996), "Environmental economics and management: theory, policy, and applications", USA, Irwin, pp. 639 – 674.

Castelo B M. y Lima R. L. (2007), "Positioning Stakeholder Theory within the Debate on Corporate Social Responsibility", *Electronic Journal of Business Ethics and Organization Studies*, Vol. 12, pp. 5-15.

Cepal-Series Manuales, (2001), "Indicadores de sustentabilidad ambiental y de desarrollo sustentable: estado del arte y perspectivas", Pág. 342

Cerin, Pontus, Dobers Peter, (2001), "What does the performance of the Dow Jones Sustainability Group Index tell us?" *Eco-Management and Auditing*, 8:123-133 pp.

ECO, Hill, Charles W., "Strategic management an integrated approach", (trad. Mexicana de Nora Natalia Martínez, México, DF.: McGraw-Hill Interamericana, 2009),493pp.

Clacher, Iain, Hagendorff, Jens, (2011), "Do announcements about corporate social responsibility create or destroy shareholder wealth? Evidence from the UK". *Journal Bus Ethics*, 14 pp.

Claydon J. (2011), "A new direction for CSR: the shortcomings of previous CSR models and the rationale for a new model", *Social Responsibility Journal*, Vol. 7, pp. 405-420

Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente, (CMMAD), (1987), "Informe Nuestro Futuro Común", Naciones Unidas.

Contreras Castro, Bianni Laura, "Análisis e interpretación de Estados Financieros por medio de Razones Financieras", Tesis de licenciatura en contaduría, México, Veracruz, Facultad de Contaduría y Administración, Universidad Veracruzana, 2008, 119pp.

Coombes, P. y M. Watson; (2000), "Three Surveys on Corporate Governance", *The McKinsey Quarterly*, 4, 74-77 pp.

Cramer, J., (1998), "Environmental management: from 'fit' to 'stretch'". *Business Strategy and the Environment*, Vol. 7, pp. 162-172.

Dawkins, Jenny, Lewis, Stewart (2003), "CSR in stakeholder expectations: and their implication for company strategy", *Journal of Business Ethics*, Vol. 44, pp. 185-193

Debeljak J. et al. (2011), "Acquiring CSR practices: from deception to authenticity", *Social Responsibility Journal*, Vol. 7, pp. 5-22

Diamon M. Jared. *Colapso: por qué unas sociedades perduran y otras desaparecen*, España, Debate, 2006, 747 pp.

Dow Jones Sustainability Indexes (DJSI), 2012, Consultado en <<http://www.sustainability-index.com/>>, (30 de septiembre 2012)

Durden C. y Pech R., (2006), "The increasing cost of corporate governance: decision speed-bumps for managers", *Corporate Governance*, Vol. 6, pp. 84-95.

El Semanario, "Asea, el Wal-Mart de los restaurantes en México", D.F. 10 de enero del 2008, consultado en: <http://www.elsemanario.com.mx/news/news_display.php?story_id=4197> (11 de diciembre del 2012)

Ellerup N. A. y Thomsen C., (2007), "Reporting CSR - what and how to say it?", *Corporate Communications: An International Journal*, Vol. 12, pp. 25-40.

Emil Morhardt J. (2002), "Scoring corporate environmental and sustainability reports using GRI 2000, ISO 14031 and other criteria", *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, Vol. 9, pp. 215-233.

Escobar Delgado, Jessica, "El desarrollo sustentable en México (1980-2007)", *Revista Digital Universitaria*, 10 de Marzo del 2007

Experts in Responsible Investment Solution (EIRIS) (2010) "Metodología de EIRIS para la Evaluación Ambiental, Social y de Gobierno Corporativo de las empresas listadas en la Bolsa Mexicana de Valores", México, 26 de agosto 2010<<http://www.eiris.org/>>, (26 de agosto del 2012), 10 pp.

Experts in Responsible Investment Solutions (EIRIS) (2009), "Mexican Stock Exchange Global Sustainability Rating November 2009", 2009, <<http://www.eiris.org/>>, (15 octubre del 2012),

Farache F. y Keith J. P., (2010), "CSR advertisements: a legitimacy tool?", *Corporate Communications: An International Journal*, Vol. 15, pp. 235-248

Fowler, Stephen y Hope, C., (2007) "A critical review of sustainable business indices and their impact", *Journal of Business Ethics*, 76 pp. 243-252

Freeman R. Edward. *Strategic Management: A Stakeholder Approach*, USA, Pittman, 1984, 276 pp.

FTSE4Good Index Series, (2012), consultado en http://www.ftse.com/Indices/FTSE4Good_Index_Series/index.jsp (29 de septiembre del 2012)

García G., Dora Elvira, Ramírez Marín, Juan, (2010), *Problemas Actuales de Derecho Ambiental Mexicano*, México, Editorial Porrúa, 106 pp.

García Villanueva, Carlos, (2008), "Jóvenes y trabajo precario en los establecimientos de comida rápida", *Veredas, UAM-Xochimilco*, México, 16:211-232 pp.

Gélinas, Johanne, Romero, Javier; (2011) "Panorama global de la sustentabilidad su impacto en México", Deloitte.

Gestión Social y Cooperación (GESOC) e Instituto Panamericano de Alta Dirección de Empresa (IPADE), *Índice de Transparencia en Sustentabilidad*, 2011, 33 pp.

Gibson K. (2012), "Stakeholders and Sustainability: An Evolving Theory", *Journal of Business Ethics*, Vol. 109, pp. 15-25.

Gil Lafuente A. M. y Luciano B. P. (2011), "La gestión de los grupos de interés: una reflexión sobre los desafíos a los que se enfrentan las empresas en la búsqueda de la sostenibilidad empresarial", *Revista de métodos cuantitativos para la economía y la empresa*, Vol. 11, pp. 71-90.

Glavič P. y Lukman R., (2007), "Review of sustainability terms and their definitions", *Journal of Cleaner Production*, Vol. 15, pp. 1875-1885.

Greenpeace, et al. (2012), "México Rumbo a la Sustentabilidad: 40 propuestas para la Administración Federal 2012-2018", México, 11pp.

Grupo Televisa, S.A.B de C.V., <http://www.televisa.com/> (02 de diciembre del 2012)

Grupo Televisa, S.A.B, "Estados Financieros del 2008", México, 2008, 35pp.

Grupo Televisa, S.A.B, "Estados Financieros del 2009", México, 2009, 39pp.

Grupo Televisa, S.A.B, "Estados Financieros del 2010", México, 2010, 40pp.

Grupo Televisa, S.A.B, "Estados Financieros del 2011", México, 2011, 39pp.

Grupo Televisa, S.A.B., “2012 Code of best Corporate Practices”, México, 2012, consultado en <<http://i2.esmas.com/documents/2012/08/14/2666/codigo-de-mejores-practicas-corporativas-2012.pdf>> (03 de diciembre del 2012), 30pp.

Guerard, J. B. Jr., (1997) “Additional Evidence on the Cost of Being Socially Responsible in Investing”, *Journal of Investing*, 6, 11-18 pp.

Hart S. L. (1997), “Beyond Greening: Strategies for a Sustainable World”, *Harvard Business Review*, Vol.75, pp. 66-76.

Hart S. L. y Milstein M. B. (2003), “Creating sustainable value”, *Academy of Management Executive*, Vol. 17, pp. 56-69.

Hart S. L., *El capitalismo en la encrucijada, cómo obtener beneficios empresariales y generar mejoras sociales a un mismo tiempo*, España, Deusto, 2007, 305 pp.

Hart, S. L. (1995), “A natural-Resource-Based View of the Firm”, *The Academy of Management Review*, Vol. 20, pp. 986-1014.

Hass, Julie, Brunvoll, Frode, y Hoie, Henning (2002), “Overview of Sustainable Development Indicators used by National and International Agencies”, *Documentos de la OCDE Estadísticas de trabajo*, 2002/02, OECD Publishing, 89 pp.

Hernández, Salvador V., (2012), “ALSEA, un apetitoso menú de inversiones”, *Infobolsa BMV*, 5 pp.

Husted, Bryan, Serrano Carlos, (2002), “Corporate Governance in México”, *Journal of Business Ethics*, Netherlands, 37:337-348 pp.

Índice de Sustentabilidad Empresarial (ISE), 2011, “Metodología”, *Criterios y Pesos*, Sao Paulo, 2011, <<https://www.isebvmf.com.br/arquivos/files/Dimensoes.pdf>>, (28 Octubre 2012), 10pp.

Índice de Sustentabilidad Empresarial (ISE), 2012, Consultado en <<https://www.isebvmf.com.br/index.php?r=site/contenido&id=9>> (28 Octubre 2012)

Íñiguez, Santiago, O’Loughlin Bryan, (2010), “La transformación del Grupo Televisa con Emilio Azcárraga Jean”, *IE Business Publishing*, Madrid, España, 35 pp.

IPC Sustentable, “Informe del IPC Sustentable”, *Una tendencia global de crecimiento*, 2012, México, 15 junio del 2012, Consultado en Internet: <<http://www.ipcsustentable.com/>>, (23 de agosto del 2012), 12 pp.

Johannesburgo Stock Exchange (JSE), 2012, Consultado en http://www.jse.co.za/Libraries/SRI/GroundRule_May09.sflb.ashx (25 Septiembre del 2012),

Khiari W., et al. (2007), "Corporate governance efficiency: an indexing approach using the stochastic frontier analysis", *Corporate Governance*, Vol. 7, pp.148-161.

Klassen D, Robert, McLaughlin, P. Curtis, (1996) "The impact of environmental management on firm performance", *Management Science*, Vol. 42:8,16pp.

Kocmanová A. et al. (2011), "Corporate Governance and Sustainability", *Economics and Management*, Vol. 16, pp. 543-550.

La Rocca M., (2007), "The influence of corporate governance on the relation between capital structure and value", *Corporate Governance*, Vol. 7, pp. 312-325.

Leff, Enrique, (2008), "*Discursos sustentables*", México, Siglo XXI, 272 pp.

Leff, Enrique, *Racionalidad ambiental: la reapropiación social de la naturaleza*, México, Siglo XXI, 2009, 509 pp.

Lewis, J.G. y Stewart, N., (2003), "The measurement of environmental performance: an application of Ashby's law", *Systems Research and Behavioral Science*, Vol. 20, pp. 31-52.

Lin-Hi N. (2008), "Corporate Social Responsibility: An Investment in Social Cooperation for Mutual Advantage", Wittenberg Center for Global Ethics, Discussion Paper No. 2008-6, 17 pp. 2-17.

Loi Teck Hui (2008),"Combining faith and CSR: a paradigm of corporate sustainability", *International Journal of Social Economics*, Vol. 35, pp. 449 – 465.

Luna Gallegos et al. (2009) "Formación de portafolios óptimos de inversión con las acciones: Asea, Grupo Bimbo, Grupo Modelo, Grupo Nacional Provincial y Liverpool", Tesis de licenciatura en contaduría, México, Escuela Superior de Comercio y Administración, Instituto Politécnico Nacional, 150 pp.

Martínez Gómez, L. A. (2007) "El proceso de internacionalización de empresas mexicanas de telecomunicaciones hacia América Latina: el caso de las empresas de Carlos Slim Helú: Teléfonos de México y América Móvil", Licenciado en Relaciones Internacionales UNAM, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, pp. 223

Mebratu, Desta, (1998) "Sustainability and sustainable development: historical and conceptual review", *Environ Impact Asses Rev* 18 (6), pp. 493-520.

México, Alsea S.A.B de C.V., Informe de Responsabilidad Social 2010, México, 2011, 14 pp.

México, Ley General de Equilibrio Ecológico de Protección Ambiental en materia común, y para toda la república en materia federal, Publicaciones Administrativas y Contables, 1988, pp. 20-30.

Meyskens, Moriah y Paul, Karen, (2010) "The Evolution of Corporate Social Reporting Practices in Mexico", *Journal of Business Ethics*, 91, pp. 211-227

Mitchell M. et al. (2012), "Can triple bottom line reporting become a cycle for "double loop" learning and radical change?", *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. 25, pp. 1048-1068.

Moon J. (2007), "The contribution of corporate social responsibility to sustainable development", *Sustainable Development*, Vol. 15, pp. 296-306.

Mostovicz E. I. et al., (2011), "Corporate governance: quo vadis?", *Corporate Governance*, Vol. 11, pp. 613- 626.

Naina, Pierri (2005), "Historia del concepto de desarrollo sustentable", en Guillermo Foladori y Naina Pierri (Coord.), *¿Sustentabilidad? Desacuerdos sobre el desarrollo sustentable*, Colección América Latina y el Nuevo Orden Mundial. México, Miguel Ángel Porrúa, pp. 27-79

Nidumolu, R. et al. (2009), "Why sustainability is now the key driver of innovation", *Harvard Business Review*, Volume: 87, pp.56-64.

Norman W. y MacDonald C. (2004), "Getting to the Bottom of 'Triple Bottom Line'", *Business Ethics Quarterly*. Vol. 14, pp. 243-262.

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, (OCDE), "Crecimiento verde: asumamos el compromiso para un futuro sustentable", (2012), 8 pp.

Orts W. E. y Strudler A. (2009), "Putting a Stake in Stakeholder Theory", *Journal of Business Ethics*, Vol. 88, pp. 605-615.

Pérez Espino, Efraín, "El monopolio de la televisión comercial en México (El caso Televisa)", *Revista Mexicana de Sociología*, México, Oct.-Dic., 1979, 41, pp. 1435-1468.

Petros, Sebhatu S. (2008), "Sustainability performance measurement for sustainable organizations: beyond compliance and reporting", 11th QMOD Conference. Quality Management and Organizational Development Attaining

Sustainability From Organizational Excellence to SustainAble Excellence, 20–22 August, 2008 in Helsingborg, Sweden.

PHILIPS, “Philips y Alsea impulsan iniciativa en favor de la sustentabilidad en México”, 6 de junio del 2012, consultado en: <http://www.newscenter.philips.com/mx_es/standard/about/news/thenews/article-14510.wpd#.UMaiYYP2UfQ> (10 de diciembre del 2012)

Phillips A. R. y Reichart J. (2000), “The environment as a Stakeholder? A fairness-based approach”, *Journal of Business Ethics*. Vol. 23, pp. 185-197.

Plaza Úbeda J. A. et al. (2011), “Grupos de interés, gestión ambiental y resultado empresaria: una propuesta integradora”, *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, Vol. 14, pp. 151-161.

Ponce Busto, Carlos, “Índice de Sustentabilidad en la Bolsa”, *El economista*, D.F., 19 de diciembre de 2011.

Proceso, “Loret confirma contubernio EPN-Televisa, como documentó Proceso”, 8 de junio del 2012, consultado en <<http://www.proceso.com.mx/?p=310137>> (12 de diciembre del 2012)

Procuraduría Federal de Protección al Ambiente (PROFEPA), “Programa Nacional de Auditoria”, *Resultados Obtenidos en el 2012*, México, 2012, <<http://www.profepa.gob.mx/>>, 13 de noviembre del 2012.

Ramakrishna V.S. y Venkataraman S. (2005), “Why stakeholder and stockholder Theories are not necessarily contradictory: a Knightian insight”, *Journal of Business Ethics*, Vol. 61, pp. 249-262.

Rasche A. y Esser E. D. (2006), “From Stakeholder management to stakeholder accountability”, *Journal of Business Ethics*, Vol. 65, pp. 251-267.

Rezaee Zabihollah (2004), “Corporate governance role in financial reporting”, *Research in Accounting Regulation*, Vol.17, pp. 107-149.

Salgado Beato, Roberto; Saraiva de Souza, Maria Teresa; Santos Parisotto, Lara (2009), “Rentabilidades dos índices de sustentabilidades empresariais em bolsas de valores: um estudo do ISE/BOVESPA”, *Revista de Administração e Inovação*, (6), pp.108-127.

Sanborn, Cynthia, Portocarrero, Felipe, (2003), “La filantropía, realmente existente en América Latina”, *Departamento de Ciencias Sociales y Políticas, Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico (CIUP)*, pp. 37

Santana A. (2012), "Three elements of stakeholder legitimacy", *Journal of Business Ethics*, Vol. 105, pp.257-265.

Schroder, Michael, (2004), "The performance of socially responsible investment: investment funds and indices", *Financial Markets and Portfolio Management*, 18 (2), 122-133 pp.

Secretaria del Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT), *El ambiente en números. Selección de estadísticas ambientales para consulta rápida*. México, 2011, 45 pp.

Secretaria del Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT), *Gestión Ambiental en México*. México, 2006, 472 pp.

Shleifer A. y Vishny W. R., (1997) A survey of corporate governance, *Journal of Finance*, Vol. 52, pp. 737-783.

Shrivastava P. (1995) "Ecocentric management for a risk society", *The Academy of Management Review*, Vol. 20, pp. 118-137.

Sridhar, K. (2011), "the paradox of trust: why 'profit' does not have to be a bad word in the concept of corporate social responsibility", *International Journal of Business and Globalisation*, Vol. 6, pp. 154-68.

Sridhar, K. (2011), "A multi-dimensional criticism of the triple bottom line reporting approach, International". *Journal of Business Governance and Ethics*, Vol. 6, pp. 49-67.

Sridhar, K. (2012), "Corporate conceptions of triple bottom line reporting: an empirical analysis into the signs and symbols driving this fashionable framework", *Social Responsibility Journal*, Vol. 8, pp. 312-326.

Standard & Poor's Governance Services (2002), "Standard & Poor's corporate governance scores: Criteria, methodology and definitions", USA, McGraw-Hill.

Sustainable Asset Management, (SAM), 2012, consultado en <<http://www.sam-group.com/>> (21 de septiembre del 2012)

Thurm, R. (2006), "Taking the GRI to Scale. Towards the Next Generation of Sustainability Reporting Guidelines", *Sustainability Accounting and Reporting*, Vol. 21, pp. 325-337.

United Nations Global Compact (2012), consultado en <http://www.unglobalcompact.org/Languages/spanish/Implementacixn_y_Compro_miso.html> (28 de Octubre del 2012)

Universidad Anáhuac del Sur, (2010), "Gobierno corporativo y responsabilidad social"

Varela, Gustavo, "Hacia una política para lograr el desarrollo sustentable en México", en Ana Citlalic Martínez (comp.), *Economía, sociedad y medio ambiente, Reflexiones y avances hacia un desarrollo sustentable en México*, México, Instituto Nacional de Ecología, Secretaría del Medio Ambiente y Recursos Naturales, 2000, pp. 33-42.

Velázquez Luis et al. (2009) "México: An Overview of CSR Programmes", *Global Practices of Corporate Social Responsibility*, pp. 273-283

Villamil, Jenaro, "Documentos del Convenio EPN-Televisa", 14 de mayo del 2012, consultado en <<http://homozapping.com.mx/2012/05/documentos-del-convenio-epn-televisa/>> (12 de diciembre del 2012).

Wal-Mart de México, S.A.B. de C.V., "Informe de Responsabilidad Social Empresarial 2010", México, 2010, 68pp.

Wexler, Mark N. (2009), "Strategic ambiguity in emergent coalitions: the triple bottom line", *Corporate Communications: An International Journal*, Vol. 14, pp. 62-77.

Willis Alan, C.A. (2003), "The Role of the Global Reporting Initiative's Sustainability Reporting Guidelines in the Social Screening of Investments", *Journal of Business Ethics*, Vol. 43, pp. 233-237.

Wójcik, D. (2009) "Governance, Corporate", *International Encyclopedia of Human Geography*, pp. 600-605.

Young S. y Thyil V., (2008), "A holistic model of corporate governance: a new research framework", *Corporate Governance*, Vol. 8, pp. 94-108.

Zúñiga, Enrique. "EU suspende contratos a BP", *El Universal*, D.F., 29 de Abril 2011, consultado en <<http://www.eluniversal.com.mx/internacional/80314.html>>, (12 de Noviembre 2012).