



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES



El panorama actual de la Responsabilidad Social Empresarial en México a través del Pacto Mundial

TESIS

PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
LICENCIADO EN RELACIONES INTERNACIONALES

MÓNICA GEORGINA MARTÍNEZ ARRIAGA

Asesora: Mtra. Lilia Jiménez Mejía

Mayo, 2016

Ciudad Universitaria, CDMX



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



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

Este trabajo de tesis representa un esfuerzo en el cual participaron diferentes personas, de manera directa o indirecta, pero que sin lugar a dudas influyeron en su elaboración en los mejores y en los peores momentos.

Sin embargo, en pocas palabras deseo enfatizar de manera puntual mi mayor reconocimiento y gratitud a:

- **Vany, Alexandra y Mikel**, quienes serán por siempre el motor de mi existencia.
- A la **Mtra. Lilia Jiménez Mejía**, una mujer a quien agradeceré por siempre todo su apoyo y ejemplo.
- Al **Lic. Juan Carlos Lanau**, quien definitivamente ha sido una figura influyente que me ha permitido entregarme a este tema.

Gracias por siempre.

ÍNDICE DE CONTENIDO

	Página
INTRODUCCIÓN.....	10
Lista de Abreviaturas.....	19
CAPÍTULO I. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE) EN MÉXICO Y EL MUNDO	
1.1 Antecedentes históricos.....	22
1.2 Marco Teórico-Conceptual	28
1.3 Principales Directrices y Normativas a nivel internacional.....	38
1.4 Iniciativas de importancia a nivel local.....	44
1.5 Panorama Actual de la RSE en México y el mundo.....	63
CAPÍTULO II. EL ALCANCE DEL PACTO MUNDIAL A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL	
2.1 Antecedentes y Principios.....	76
2.2 Marco de gobernanza y financiamiento.....	79
2.3 Proceso de adhesión.....	86
2.4 Status de participación de las empresas.....	89
2.5 Principales actividades y ventajas que ofrece.....	95
2.6 Objetivos de Desarrollo Sostenible y Agenda 2030.....	100
2.7 Perspectivas de crecimiento con base en su estrategia 2014-2016.....	101
CAPÍTULO III. EL FUTURO DE LA CIUDADANIA CORPORATIVA EN UNA SOCIEDAD COMPLEJA	
3.1 La criticidad de la RSE.....	108
3.2 ¿Se puede medir la RSE?.....	114
3.3 Ventajas competitivas.....	118
3.4 Elementos diferenciadores.....	124
3.4.1. Comunicación del Pacto Mundial.....	132

	Página
3.4.2. Innovación empresarial.....	135
3.4.3. Valor multidimensional.....	139
3.5 ¿Cuál es el futuro de la RSE?.....	142
CONSIDERACIONES FINALES.....	144
CONCLUSIONES.....	150
Glosario de términos.....	157
 ANEXOS	
Anexo 1. Listado de Empresas que recibieron el Distintivo de Cemefi 2014.	166
Anexo 2. Listado de Emisoras incluidas en la última muestra del IPC Sustentable de la BMV, efectiva a partir del 3 de febrero del 2015 y hasta el 29 de enero del 2016.....	177
Anexo 3. <i>Ranking Best Place to Work</i> México 2014.....	179
Anexo 4. Listado de empresas que reportaron en el 2014 bajo el modelo G4 del <i>Global Reporting Initiative</i>	182
 BIBLIOGRAFÍA.....	183
CIBEROGRAFÍA.....	188

ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE DE CUADROS

	Página
Cuadro 1. Elementos del Planteamiento del problema.....	15
Cuadro 2. Justificación y límites de la investigación.....	15
Cuadro 3. Hipótesis causal sencilla con variable interviniente.....	16
Cuadro 4. Hipótesis causal compleja multivariada.....	16
Cuadro 5. Objetivos de Investigación.....	17
Cuadro 6. Preguntas de Investigación.....	17
Cuadro 7. Alcances y limitaciones de la Investigación.....	18
Cuadro 8. Diseño de la Investigación.....	18
Cuadro 9. Niveles de <i>stakeholders</i>	32
Cuadro 10. El concepto de Responsabilidad Social en México 2013.....	69
Cuadro 11. Perfil de los encargados de Responsabilidad Social en México 2013.....	70
Cuadro 12. Alcance de la Responsabilidad Social en México 2013.....	70
Cuadro 13. Estructura de la Responsabilidad Social de las empresas en México 2013.....	71
Cuadro 14. Partes interesadas de las empresas en México 2013.....	71
Cuadro 15. Implementación de la Responsabilidad Social en México 2013.....	72

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Historia de la Responsabilidad Social Empresarial.....	23
Figura 2. Desarrollo conceptual de la Responsabilidad Social Empresarial.....	29
Figura 3. Criterios de clasificación de las empresas.....	30
Figura 4. Pirámide de Carroll	33
Figura 5. Desafíos del Desarrollo Sostenible Empresarial	34

	Página
Figura 6	Clasificación de las iniciativas de Responsabilidad Social Empresarial..... 39
Figura 7.	Líneas estratégicas de RSE de Cemefi..... 47
Figura 8.	Áreas centrales de la ISO 26000..... 55
Figura 9.	Contenidos de los reportes GRI-G4..... 59
Figura 10.	Marco de Gobernanza del Pacto Mundial..... 80
Figura 11.	Modelo de Gestión del Pacto Mundial..... 100
Figura 12.	Objetivos de Desarrollo Sostenible..... 101
Figura 13.	Factores clave para medir el impacto financiero de la sostenibilidad..... 117
Figura 14.	Valor Compartido..... 118
Figura 15.	Escenarios a las que nos enfrenta la RSE..... 119
Figura 16.	España y México, temas abordados 2014..... 128
Figura 17.	Equilibrio entre los valores tradicionales y actuales de una empresa..... 140

ÍNDICE DE GRÁFICAS

Gráfica 1.	Número de empresas con el Distintivo ESR de Cemefi 2001-2014..... 51
Gráfica 2.	Años de experiencia de las empresas con el Distintivo ESR 2014..... 52
Gráfica 3.	Evolución del Índice de Desarrollo Humano en México 1980-2013..... 66
Gráfica 4.	Número de empresas y personal ocupado por tipo de empresa en México..... 67
Gráfica 5.	Crecimiento en el número de empresas y personal ocupado en México..... 67
Gráfica 6.	Porcentaje de empresas por tipo de actividad y longevidad en México..... 68

	Página
Gráfica 7. Longevidad relacionada con el tamaño de las Empresas.....	68
Gráfica 8. Financiamiento público del Pacto Mundial 2014.....	85
Gráfica 9. Financiamiento total del Pacto Mundial 2014.....	86
Gráfica 10. Participantes Expulsados del Pacto Mundial 2005-2014.....	89
Gráfica 11. Total de Participantes adheridos al Pacto Mundial 2014.....	90
Gráfica 12. Total de Empresas adheridas al Pacto Mundial 2014.....	90
Gráfica 13. Ritmo de crecimiento empresarial 2000-2014.....	91
Gráfica 14. Ritmo de crecimiento por región 2000-2014.....	91
Gráfica 15. Número de reportes (CoPs) entregados por región 2011-2014	92
Gráfica 16. Promedio de entrega de reportes(CoPs) entregados por región 2011-2014.....	93
Gráfica 17. Participantes con <i>status</i> “No comunicante” 2014.....	93
Gráfica 18. Participantes “No comunicantes” por región 2014.....	94
Gráfica 19. Distribución de participantes del Pacto Mundial México 2014..	95
Gráfica 20. Número de reportes (CoPs) México 2011-2014.....	95
Gráfica 21. España y México, tipo de actividades 2014.....	127
Gráfica 22. España y México, actividades 2014.....	127

ÍNDICE DE MAPAS

Mapa 1. Empresas más grandes del mundo en el 2014.....	112
---	-----

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Tipos de <i>stakeholders</i>	32
Tabla 2 . Definiciones de Responsabilidad Social Empresarial.....	35
Tabla 3. Interpretaciones utilizadas sobre la Responsabilidad Social Empresarial.....	36
Tabla 4. Teorías de Responsabilidad Social Empresarial.....	38
Tabla 5. Iniciativas de Regulación de la Responsabilidad Social Empresarial.....	42

	Página
Tabla 6. Socios y Afiliados de Cemefi en el 2014.....	46
Tabla 7. Objetivos y Principios de Cemefi.....	47
Tabla 8. Cuotas de inscripción de acuerdo con el número de empleados.....	48
Tabla 9. Decálogo de Responsabilidad Social Empresarial.....	49
Tabla 10. Ponderaciones de medición del IPC Sustentable de la BMV...	53
Tabla 11. Primer <i>ranking</i> empresarial basado en la norma ISO 26000...	56
Tabla 12. Principios de elaboración de reportes GRI-G4.....	58
Tabla 13. Distintivo “Gilberto Rincón Gallardo”	62
Tabla 14. Crecimiento del PIB en 14 países de la región ALyC 2014.....	64
Tabla 15 . PIB <i>per cápita</i> en 14 países de la región ALyC 2014.....	65
Tabla 16. Número de Empresas <i>versus</i> Personal Ocupado México 2014.....	66
Tabla 17. El Pacto Mundial.....	77
Tabla 18. Principios del Pacto Mundial.....	79
Tabla 19. Distribución de las Redes Locales del Pacto Mundial.....	82
Tabla 20. Entidades de la ONU con las que trabaja el Pacto Mundial.....	84
Tabla 21. Financiamiento privado del Pacto Mundial en el 2014.....	85
Tabla 22. Aportaciones financieras del Pacto Mundial.....	87
Tabla 23. Ventajas de la Comunicación del Progreso.....	88
Tabla 24. Principales alianzas del Pacto Mundial.....	97
Tabla 25. Acciones del Pacto Mundial 2014-2016.....	102
Tabla 26. Acciones en las Redes Locales.....	103
Tabla 27. Portafolio de temas del Pacto Mundial.....	105
Tabla 28. Financiamiento del Pacto Mundial 2013 y 2014.....	107
Tabla 29. Gastos del Pacto Mundial en el 2014.....	107
Tabla 30. Principales críticas en torno a las Certificadoras de RSE.....	113
Tabla 31. Empresas más grandes de México en el Pacto Mundial.....	124
Tabla 32. España y México, tamaño de la Red 2014.....	126

	Página
Tabla 33. Objetivos del Pacto Mundial México 2014.....	129
Tabla 34. Aportaciones del Pacto Mundial México 2014.....	130
Tabla 35. Talleres realizados por el Pacto Mundial México 2014.....	131
Tabla 36. Áreas de Oportunidad del Pacto Mundial México.....	131
Tabla 37. Tipos de innovación comercial.....	137
Tabla 38. Innovaciones Sustainia 100, Dinamarca 2014.....	138
Tabla 39. Principios de RSE por definición.....	145
Tabla 40. Número de participantes por iniciativa de RSE en México.....	146

“Optemos por sumar la fuerza de los mercados a la autoridad de los ideales universales. Optemos por conciliar la energía creativa de la empresa privada con las necesidades de los más desfavorecidos y las exigencias de las generaciones futuras”
Kofi Annan

INTRODUCCIÓN

El fenómeno de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) se ha convertido recientemente en uno de los temas más discutidos, pero a su vez menos comprendidos por parte de las empresas. La revista *The Economist* publicó en su edición del 22 de enero de 2005 que la RSE había “ganado la batalla de las ideas”¹, pero desafortunadamente no como un programa de prácticas coherentes. Se planteaba que la RSE no era más que un tributo que el capitalismo le pagaba a la virtud, en el entendido que comenzaba a ser necesario que las empresas desarrollaran desde una visión pragmática diversas actividades que legitimaran su existencia frente a una sociedad de consumo cada vez más exigente.

Este tema que cada vez comenzaría a tomar mayor importancia inició en la década de los 50 ante el surgimiento de un nuevo modelo de empresa, en el cual el propio empresario fuera consciente de sus responsabilidades y obligaciones. Sin embargo, será hasta la década de los 90 que el rol de la empresa en el sistema económico mundial tuviera que ser replanteado, por el poder que estaban adquiriendo, por el impacto negativo que estaban generando sus acciones, por la aparente insuficiencia de los Estados para garantizar los derechos de sus ciudadanos, así como por el surgimiento de fuertes movimientos sociales que comenzaban a someter a las empresas bajo un escrutinio sin contemplaciones. Bajo este contexto surgió la RSE, entendida bajo la lógica neoliberal como un nuevo modelo de “empresas más comprometidas”, para lo cual una parte importante del respaldo institucional que se creó fue el Pacto Mundial, considerado como una de las iniciativas de RSE más importantes que existen por su carácter global.

¹ PREZIOSA, M. M. Acción conjunta: la razón ética de la Responsabilidad Social Corporativa. Cultura Económica, 70: 69-76, 2007.

La iniciativa del Pacto Mundial fue presentada en 1999 por el ex Secretario General de las Naciones Unidas, Kofi Annan en el Foro Económico Mundial de Davos, la cual había surgido con el objetivo de combatir no solo los efectos negativos de la globalización, sino conformar por primera vez en la historia una red internacional de empresas destinadas a promover esta nueva forma de comportamiento.

El Pacto Mundial fue concebido como una iniciativa mundial y local, privada y pública, voluntaria, pero con la responsabilidad de ejecutar sus acciones basándose en la transparencia y rendición de cuentas. Las empresas que decidieran adherirse a esta iniciativa tendrían como misión integrar en sus operaciones y estrategias comerciales los diez principios del Pacto Mundial cuya base se centraba en cuatro áreas temáticas: derechos humanos, normas laborales, medio ambiente y lucha contra la corrupción; además de realizar las gestiones necesarias para lograr que el compromiso adquirido fuera traducido en acciones concretas que impactaran de manera positiva a cada uno de los grupos de interés o *stakeholders*, consiguiendo con ello, no solo poner en marcha los postulados de la RSE a través de la visión de Annan, sino de apoyar de una forma directa o indirecta los Objetivos del Desarrollo del Milenio (ODM), iniciativa independiente al Pacto Mundial, pero íntimamente relacionada.

Para ello, desde el lanzamiento oficial del Pacto Mundial el pasado 26 de julio del 2000, y con la finalidad de ayudar a los participantes a alcanzar los objetivos de responsabilidad y sustentabilidad cívica planteados, el Pacto Mundial ofreció como parte de su estrategia un amplio espectro de oportunidades de aprendizaje, diálogo y acción colectiva, entre las cuales la más importante fue la conformación de Redes Locales destinadas a fortalecer al Pacto Mundial de acuerdo con las condiciones y características socio-culturales de cada una de los países.

Por otro lado, es importante resaltar que el Pacto Mundial fue diseñado con la finalidad de que fuera un instrumento exclusivamente voluntario, lo que quiere decir que de ningún modo pudiera vincular jurídicamente a los participantes, sin embargo, ello no quiere decir que en lo moral las empresas dejaran de adquirir

algún tipo de compromiso. Tan es así que ante la ola de denuncias y protestas sociales contra ellas por mala *praxis* o insuficiente respuesta a las necesidades del mundo, sea ya la propia sociedad quien posea la facultad de otorgarles una licencia social para operar, mermando en el caso de las que no superan sus expectativas, su imagen, lo que de *facto* sería traducido en pérdidas.

En la actualidad podemos observar que a pesar de que el grueso de las empresas no tenga mayores conocimientos sobre los orígenes y objetivos de la Responsabilidad Social como instrumento de control, no exista cierta preferencia por obtener otro tipo de reconocimientos, entre los que podemos encontrar el Distintivo ESR (Empresa Socialmente Responsable) que otorga el Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi), el Reconocimiento de Empresa Incluyente que otorga la Secretaría de Trabajo y Previsión Social (STPS), o bien, pertenecer al *Ranking Best Places to Work* del *Great Place to Work Institute*, por mencionar algunos, pero todos sujetos al mismo cuestionamiento social, ¿se trata de mejorar la imagen de marca a través de actividades de *greenwashing* o de ser conscientes sobre la importancia de actuar responsablemente?

Esta investigación surge del interés por conocer cual es el panorama actual de la RSE en México a través de una iniciativa como el Pacto Mundial, sabemos que en términos generales los empresarios empiezan a reconocer que la RSE es importante para que su marca se conserve como “*Top of Mind*” de los consumidores, sin embargo, esto no garantiza que los que ya practican la RSE lo hagan con rigor, ni tampoco que los que no se encuentran involucrados decidan hacerlo. Parece que la idea de la RSE estuviera en crisis, sin embargo, es en tiempos de crisis cuando deberíamos preguntarnos ¿no se necesita de mayor responsabilidad frente a los desafíos a los cuales nos estamos enfrentando? La respuesta a esta pregunta parecería obvia, sin embargo, desafortunadamente los retos actuales han provocado que el paradigma de la Responsabilidad Social en toda su extensión haya perdido credibilidad, por lo que incentivar la participación de las empresas en cualquiera de las iniciativas que se encuentran disponibles se ha vuelto una tarea aún más complicada. De acuerdo con Daniel Ortiz, una de las

razones por las cuales la RSE (o cualquiera de las herramientas que han intentado llevarla a la práctica) se encuentra en crisis es porque “lo que tenemos es una enorme diversidad de aproximaciones que comprenden desde la máxima implicación y desempeño de algunas organizaciones hasta la total indiferencia de otras y sin que exista una única interpretación del propio concepto de Responsabilidad Social Empresarial” (2010: 85), lo cual evidentemente favorece no solo la confusión, sino la indiferencia de los empresarios. Otro tipo de limitantes que hemos encontrado para el estudio de la RSE son: la existencia de estudios poco específicos en la materia, el diseño de normativas y directrices que evalúan la RSE pero con lineamientos que en ocasiones excluyen a empresas de diferentes sectores, además de que los reportes de sustentabilidad que llegan a realizar las compañías que en teoría tienen un mayor compromiso son heterogéneos lo que nos impide realizar análisis comparativos.

Por lo anterior y siendo el Pacto Mundial una de las iniciativas de responsabilidad cívica empresarial más importantes que existen en la actualidad, por el alcance que tiene y por contar con el respaldo y la autoridad moral de una organización como Naciones Unidas, creemos necesario, al menos, dar respuesta a las siguientes preguntas: ¿Cuáles son los factores que relacionan los principios de RSE con la iniciativa del Pacto Mundial considerando el contexto en el cual se desenvuelven las empresas en México? ¿Cuál es el *status* de participación de las empresas mexicanas en esta iniciativa? ¿Cuáles son las perspectivas que tiene la RSE a través del Pacto Mundial en el país? Para finalmente dar respuesta a lo siguiente ¿Cuáles son los elementos que podrían servir como catalizadores para incrementar la participación de las empresas en el Pacto Mundial?

En el capítulo I, La Responsabilidad Social Empresarial en México y el mundo, se estudian los antecedentes históricos y el marco teórico-conceptual de la RSE, abarcando las principales directrices y normativas que existen a nivel internacional, así como las iniciativas de importancia que existen a nivel local, para finalmente revisar el panorama actual de la RSE en México y el mundo.

En el capítulo II, El alcance del Pacto Mundial a nivel local e internacional, se revisan sus antecedentes y principios, su marco de gobernanza y financiamiento, abarcando el proceso de adhesión, el *status* de participación de las empresas, así como las principales actividades y ventajas que ofrece, para finalmente explorar la relación que tiene el Pacto Mundial con los Objetivos de Desarrollo Sostenible y la Agenda 2030, así como las perspectivas de crecimiento con base en su estrategia 2014-2016.

En el capítulo III, El futuro de la ciudadanía corporativa en una sociedad compleja, se analiza y propone el estudio de aspectos como la criticidad de la RSE, se cuestiona si se puede medir la RSE, se identifican las ventajas competitivas que ofrecen las diferentes iniciativas que existen en la materia, así como los elementos diferenciadores que podrían incentivar la participación de las empresas, para por último cuestionarnos ¿Cuál es el futuro de la RSE?

Por último, debemos señalar que el estudio que realizaremos tiene como objetivo revisar el panorama actual de la RSE en México a través de las diferentes iniciativas que se encuentran disponibles, sin embargo, nos enfocaremos principalmente en el análisis del Pacto Mundial con una vigencia que considera los resultados obtenidos desde su creación en el año 2000 y hasta el 2014.

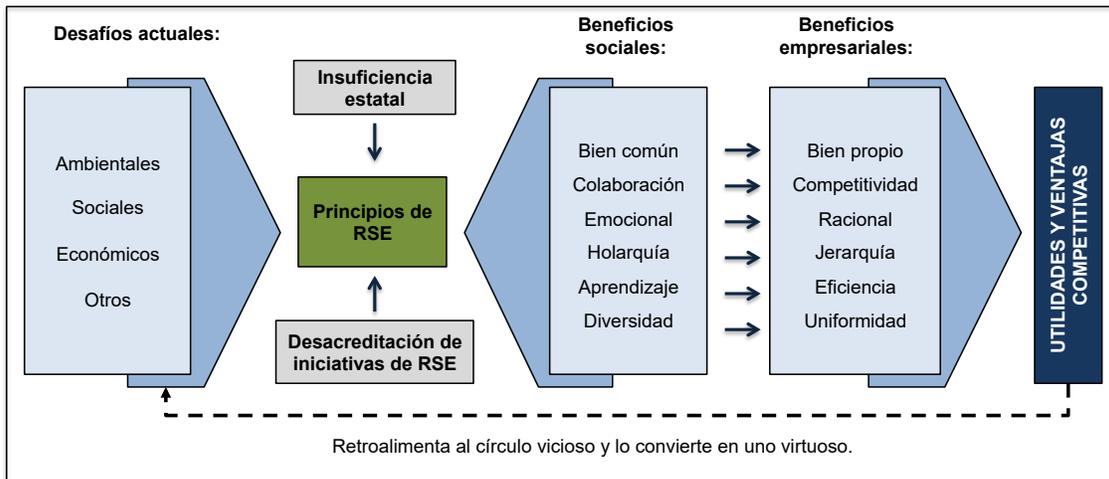
Para cuestiones de metodología y elaboración de citas y referencias bibliográficas nos basamos en el sistema de Normas APA².

A continuación se presentan una serie de cuadros que consideramos adecuados para explicar el proceso de investigación aplicado en esta investigación, considerando que en la actualidad el mundo es más visual y resulta más ágil la comprensión y revisión de los puntos debido a que es un tema de reciente estudio. Hoy los enfoques metodológicos estratégicos, holísticos, multimetodológicos, los enfoques de competencia, entre otros, cuentan con representaciones gráficas incorporadas en los proyectos de estudio.

² Cómo citar recursos (2015). Recuperado el 15 Junio de 2015, de http://www.bidi.uam.mx/index.php?option=com_content&view=category&id=38:como-citar-recursos&Itemid=65&layout=default

CUADRO 1

Elementos del Planteamiento del problema

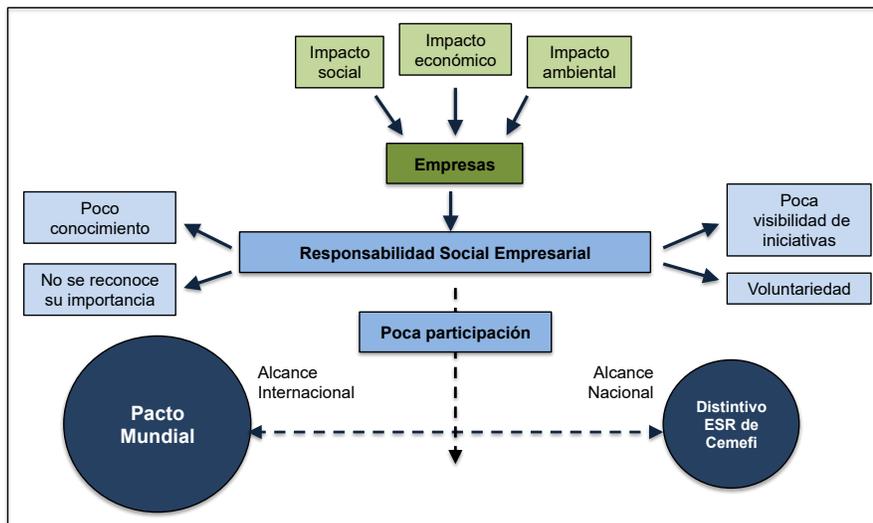


Nota: Los desafíos actuales requieren que las empresas integren en su estructura los principios de RSE, no sólo debido a la aparente insuficiencia estatal para garantizar los derechos de sus ciudadanos, sino a la desacreditación por la que atraviesan las diferentes iniciativas que existen en la materia. Esto tendría por objeto que tanto la sociedad como las empresas obtengan beneficios, traducidos en utilidades y ventajas competitivas que incidan de manera positiva en los desafíos actuales.

Fuente: Mónica G. Martínez Arriaga. México, 2015.

CUADRO 2

Justificación y límites de la investigación

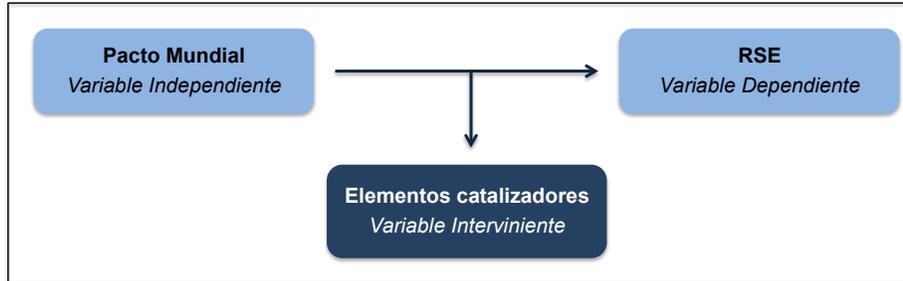


Nota: Los retos antes mencionados recaen de manera negativa en las operaciones de las empresas, situación que las obliga a ser responsables, sin embargo, el poco conocimiento, el no reconocimiento sobre su importancia, la poca visibilidad de las iniciativas, así como la voluntariedad que les caracteriza, ha provocado que sean pocas las empresas que participan en iniciativas como el Pacto Mundial. Se considera a Cemefi por ser la iniciativa de RSE con mayor difusión en México.

Fuente: Mónica G. Martínez Arriaga. México, 2015.

CUADRO 3

Hipótesis causal sencilla con variable interviniente

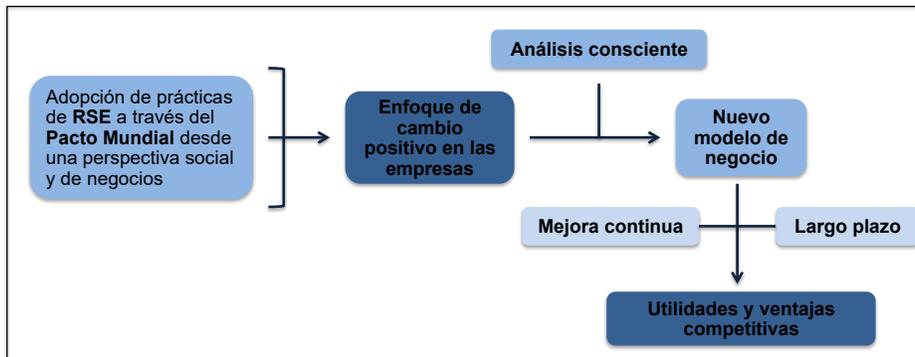


Nota: A manera de hipótesis se considera que la iniciativa del Pacto Mundial es una herramienta a través de la cual se puede conseguir que la RSE permee en mayor grado en la gestión de las empresas en México, aunque para ello sea necesario identificar los elementos que sirvan como catalizadores que la impulsen.

Fuente: Elaboración propia con base en HERNÁNDEZ SAMPIERI, R. *Metodología de la investigación*. México: McGraw Hill, 2010, p. 109.

CUADRO 4

Hipótesis causal compleja multivariada



Nota: La comprobación de la hipótesis anterior será muestra de que las empresas están adoptando un enfoque de cambio positivo que conlleve a la adopción de un nuevo modelo de negocio que apueste por la mejora continua y los resultados a largo plazo, traducidos en utilidades y ventajas competitivas tanto para la sociedad como para las empresas.

Fuente: Elaboración propia con base en HERNÁNDEZ SAMPIERI, R. *Metodología de la investigación*. *Ibidem*.

CUADRO 5
Objetivos de Investigación

Más general		Más específico		
Adquisición		Elaboración		Aplicación
Conocimiento	Comprensión	Aplicación	Análisis	Síntesis
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Definir de una manera formal la RSE. ▪ Identificar las principales directrices y normativas de RSE. ▪ Estudiar integralmente la estructura del Pacto Mundial. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Describir los factores que motivan la adopción de la RSE en términos sociales y de negocio. ▪ Describir las ventajas que tienen las empresas al adherirse al Pacto Mundial. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Examinar el <i>status</i> de participación de las empresas de México en iniciativas de RSE. ▪ Examinar el <i>status</i> de participación en el Pacto Mundial. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Analizar el <i>status</i> de conocimiento de la RSE. ▪ Distinguir las perspectivas de crecimiento del Pacto Mundial. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Reunir los elementos que fomenten una mayor participación en el Pacto Mundial.

Nota: Los objetivos que tiene esta investigación pueden ser clasificados de lo más general a lo más específico, partiendo desde el conocimiento y comprensión de los ejes principales de estudio, que son la RSE (objetivo último) y el Pacto Mundial como iniciativa para poder alcanzarlo; la aplicación y análisis del conocimiento adquirido para conocer el *status* actual y las perspectivas a futuro; para finalmente sintetizar lo anterior identificando aquellos elementos que permitan incentivar una participación consciente de las empresas en la iniciativa del Pacto Mundial.

Fuente: Elaboración propia con base en la Taxonomía de Bloom consultada en *Assessment Primer: Learning Taxonomies*. (s.f.). Recuperado el 19 de Junio de 2015, de <http://assessment.uconn.edu/primer/taxonomies1.html>.

CUADRO 6
Preguntas de Investigación

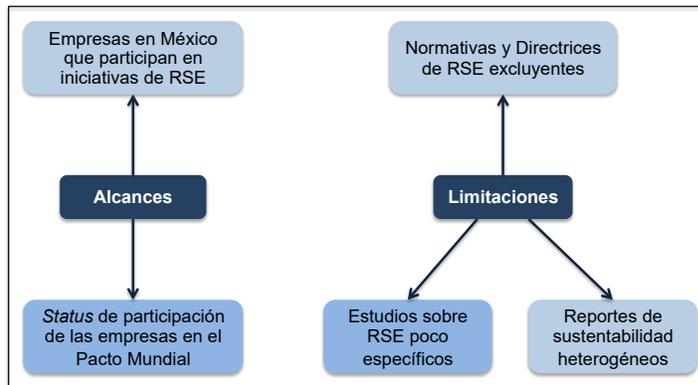


Nota: La resolución de la primera pregunta permitirá dar respuesta a la segunda y así en lo sucesivo.

Fuente: Mónica G. Martínez Arriaga. México, 2015.

CUADRO 7

Alcances y limitaciones de la Investigación

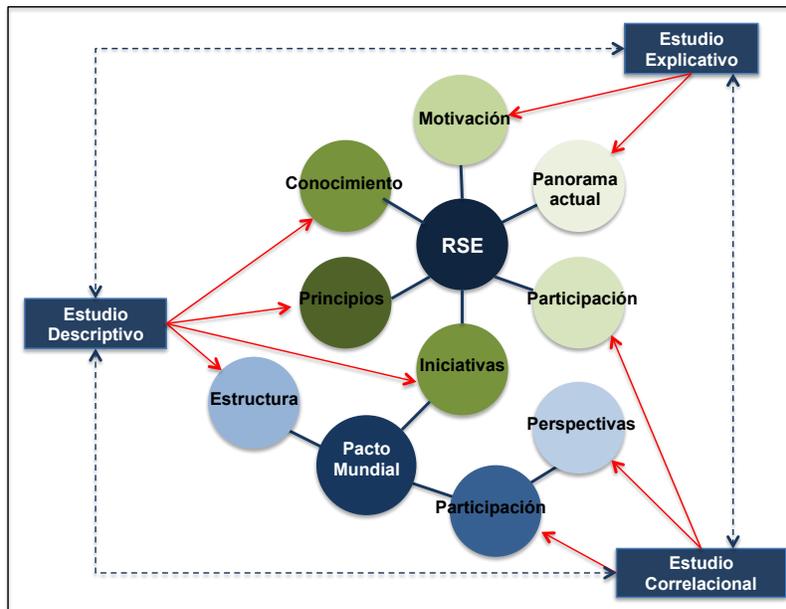


Nota: Esta investigación se limita a analizar el *status* de participación de las empresas en México en el 2014 en las iniciativas de RSE disponibles, pero reconociendo las limitaciones mencionadas para su estudio.

Fuente: Mónica G. Martínez Arriaga. México, 2015.

CUADRO 8

Diseño de la Investigación



Nota: La metodología empleada en esta investigación fue cuantitativa. En una primera etapa el estudio fue de tipo descriptivo, con objeto de realizar una exploración y descripción precisas sobre la RSE y el Pacto Mundial; en una segunda etapa fue de tipo correlacional, con objeto de determinar el nivel de participación de las empresas en iniciativas de RSE; y en una tercera etapa fue de tipo explicativo, con la finalidad de determinar las causas de los niveles de participación registrados así como identificar los elementos que permitan mejorar los resultados.

Fuente: Mónica G. Martínez Arriaga. México, 2015.

Lista de Abreviaturas

Abreviatura	Significado
ACI	Alianza Cooperativa Internacional
AliaRSE	Alianza por la Responsabilidad Social Empresarial en México
ALNF	<i>Annual Local Networks Forum</i>
ALyC	América Latina y el Caribe
AMECREA	Asociación Mexicana de Creatividad
APEC	<i>Asia-Pacific Economic Cooperation</i>
ASEAN	<i>Association of Southeast Asian Nations</i>
BCG	Boston Consulting Group
BM	Banco Mundial
BMV	Bolsa Mexicana de Valores
BSR	<i>Business for Social Responsibility</i>
CCE	Consejo Coordinador Empresarial
CEMEFI	Centro Mexicano para la Filantropía
CEOs	<i>Chiefs Executive Officers</i>
CEPPA	<i>Council on Economic Priorities Accreditation Agency</i>
CERES	<i>Coalition of Environmentally Responsible Economies</i>
CFE	Comisión Federal de Electricidad
CFR	<i>Council of Foreign Relations</i>
CIA	<i>Central Intelligence Agency</i>
CMIC	Cámara Mexicana de la Industria de la Construcción
COMPITE	Comité Nacional de Productividad e Innovación Tecnológica
CONACINTRA	Cámara Nacional de la Industria de Transformación
CONAPRED	Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación
CONCAMIN	Cámaras Industriales de los Estados Unidos Mexicanos
CONCANACO	Confederación Nacional de Comercio
CONDUSEF	Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros
CoP	Comunicación del Progreso
COPARMEX	Confederación Patronal de la República Mexicana
CSR	<i>Corporate Social Responsibility</i>
CSR-Europe	<i>Corporate Social Responsibility-Europe</i>
DOF	Diario Oficial de la Federación
EIRIS	<i>Empowerment Responsible Investment</i>
EITI	<i>Extractive Industries Transparency Initiative</i>
ERT	<i>European Round Table of Industrialists</i>
ESR	Empresa Socialmente Responsable
FAO	<i>Food and Agriculture Organization</i>
FBI	<i>Federal Bureau of Investigation</i>

Abreviatura	Significado
FESAC	Fundación del Empresariado Sonorense
FMI	Fondo Monetario Internacional
FOMIN	Fondo Multilateral de Inversiones
Forética	Foro para la Evaluación de la Gestión Ética
GC	<i>Global Compact</i>
GRI	<i>Global Report Initiative</i>
IAASB	<i>International Auditing and Assurance Standards Board</i>
ICC	<i>International Chamber of Commerce</i>
IdeaRSE	Centro para la Responsabilidad y Sustentabilidad de la Empresa
IDH	Índice de Desarrollo Humano
IEC	<i>International Electrotechnical Commission</i>
IFAD	<i>International Fund for Agricultural Development</i>
IMEF	Instituto Mexicano de Ejecutivos de Finanzas
INA	Índice NASCO
INEGI	Instituto Nacional de Geografía y Estadística
INMUJERES	Instituto Nacional de las Mujeres
IOE	<i>International Organization of Employers</i>
ISEA	<i>Institute for Social and Ethical Accountability</i>
ISO	Instituto Mundial de Normalización
ISR	Impuesto sobre la Renta
ISRS	Índice de Sustentabilidad y Responsabilidad Social
ITC	<i>International Trade Centre</i>
ITT	Indicadores de Institucionalidad y Transparencia
IUCN	Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza y sus Recursos
MENA	Oriente Medio y África del Norte
MiPyMEs	Micro, Pequeñas y Medianas Empresas
NSA	<i>National Security Agency</i>
OCDE	Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico
ODM	Objetivos del Desarrollo del Milenio
ODS	Objetivos de Desarrollo Sostenible
OEA	Organización de los Estados Americanos
OIT	Organización Internacional del Trabajo
OMC	Organización Mundial de Comercio
OMS	Organización Mundial de la Salud
ONG	Organización No Gubernamental
ONU	Organización de las Naciones Unidas
OPEP	Organización de Países Exportadores de Petróleo
OSC	Organizaciones de la Sociedad Civil
OTAN	Organización del Tratado del Atlántico Norte
PNUD	Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo
PRI	<i>PN Supported Principles for Responsible Investment</i>

Abreviatura	Significado
PRME	<i>Principles for Responsible Management Education</i>
PROFECO	Procuraduría Federal del Consumidor
PROFEDET	Procuraduría Federal de la Defensa del Trabajo
RSE	Responsabilidad Social Empresarial
SASB	<i>Social Accountability Standards Board</i>
SSE	<i>Sustainable Stock Exchange Initiative</i>
STPS	Secretaría del Trabajo y Previsión Social
UNCED	<i>United Nations Conference on Environment and Development</i>
UNEP	<i>United Nations Environment Programme</i>
UNIAPAC	Unión Internacional Cristiana de Dirigentes de Empresas
UNICEF	<i>United Nations International Children's Emergency Fund</i>
USEM	Confederación de las Uniones Sociales de Empresarios de México
WBCSD	<i>World Business Council for Sustainable Development</i>
WEF	<i>World Economic Forum</i>
WSSD	<i>World Summit on Sustainable Development</i>

CAPÍTULO I

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN MÉXICO Y EL MUNDO

1.1. Antecedentes históricos

Para algunos autores la Responsabilidad Social es un concepto que apareció de manera explícita a mediados del siglo XX, sin embargo, es posible afirmar que en realidad estuvo presente desde mucho tiempo antes. Por ejemplo, en los libros del Antiguo Testamento, en el Código Hammurabi del año 2000 a. C, en las culturas griega y romana e inclusive en la Edad Media se pueden encontrar algunos referentes que indican que ya en este entonces se consideraba que el comercio era una actividad ruin y que por tanto era necesario contar con lineamientos que la controlaran.

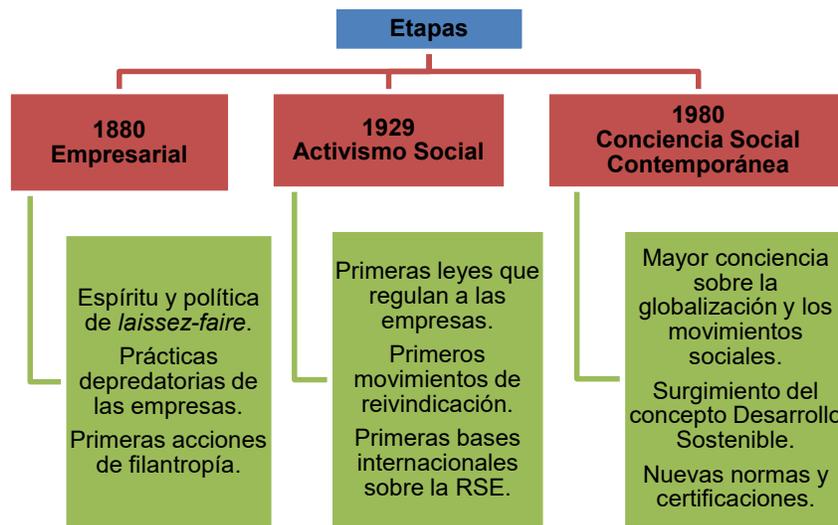
Será hasta finales del siglo XIX con la Revolución Industrial que la Responsabilidad Social adquiera mayor importancia. El crecimiento de las empresas no iba en sintonía con los beneficios que estaba recibiendo la población obrera, por el contrario, sus condiciones de trabajo eran cada vez más deplorables, largas jornadas de trabajo, mal remuneradas, contratación de mujeres y niños, entre otros. Fue entonces que comenzaron a cobrar importancia los denominados precursores del movimiento cooperativo moderno como Robert Owen (1771-1858) en Gran Bretaña, Luis Blanc (1812-1882) en Francia y Hermann Schulze (1808-1883) en Alemania. Inspirados en ellos un grupo de 28 tejedores de Rochdale, Inglaterra, sometidos a unas difíciles condiciones de vida y explotación en sus trabajos, decidieron formar en 1844 la primera cooperativa moderna³ basada en valores como la honestidad, el respeto, la solidaridad y la ayuda mutua. A partir de entonces, las cooperativas se expandieron por toda

³ Entendiendo como una cooperativa moderna a “una asociación autónoma de personas que se unen voluntariamente para satisfacer sus necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales comunes, por medio de una empresa de propiedad conjunta democráticamente gestionada”. (Aburbé, S., Borrello, M., Calvo, F., y Guidini, J, 2003).

Europa, creciendo de tal forma que el 19 de agosto de 1895 se fundó la Alianza Cooperativa Internacional (ACI)⁴.

Es bajo este contexto que la RSE comenzaría a tomar forma, distinguiendo al menos tres etapas: una empresarial, una de activismo social y una de conciencia social contemporánea (Ver Figura 1).

FIGURA 1
Historia de la Responsabilidad Social Empresarial



Fuente: Mónica G. Martínez Arriaga. México, 2015.

La **primera etapa** tuvo lugar durante la Segunda Revolución Industrial (1880-1914) y estuvo caracterizada por el espíritu de *laissez-faire* que significaba “dejar hacer -dejar pasar”, actitud que favorecía que las empresas tuvieran actitudes despreciables con sus trabajadores, situación que comenzó a causar preocupación a las sociedades y gobiernos. En 1919 fue creada la Organización Internacional del Trabajo (OIT), sin embargo, fue hasta la década siguiente que comenzaron a realizarse las primeras acciones de filantropía corporativa, pero aún sin comprender el verdadero rol que jugaban las empresas dentro del desarrollo

⁴ La Alianza Cooperativa Internacional (ACI) es una organización no gubernamental independiente que reúne y representa a las organizaciones cooperativas de todo el mundo. Actualmente cuenta con alrededor de 300 organizaciones en 93 países que representan a casi 1 billón de personas en todo el mundo (*International Cooperative Alliance*, 2005-2015).

social. Henry Ford, uno de los líderes empresariales más progresistas rechazó esta concepción: “dar es fácil, lo difícil es convertir la donación en innecesaria” (Heald, 1957, p. 127).

Un referente importante en esta época fue la promulgación de la Constitución de Weimar en Alemania en 1919, que estableció las primeras disposiciones relacionadas con los derechos sociales a nivel constitucional. Por ejemplo, garantizaba el derecho a la propiedad pero en un sentido más amplio, ya que consideraba que la propiedad entrañaba tanto obligaciones como restricciones legales, lo que se conocía como función social de la propiedad. Cabe señalar que esta Constitución fue considerada como un documento impecable dado que incluía lo mejor de documentos como la Declaración de Derechos de Gran Bretaña de 1689, la Declaración Francesa de los Derechos del Hombre y del Ciudadano de 1789 y la Declaración de Independencia de Estados Unidos de 1776.

La **segunda etapa** tuvo sus inicios durante la Gran Depresión de 1929, a partir de la cual mucha gente culpo a las grandes empresas de la crisis. Como resultado de ello surgieron nuevas leyes que tuvieron por objeto ampliar las funciones de las empresas en beneficio de la sociedad. En 1931 fue creada la Unión Internacional Cristiana de Dirigentes de Empresas (UNIAPAC), que surgió con la idea de que los empresarios cristianos comenzaran a transmitir sus valores⁵ y en 1945 la Organización de las Naciones Unidas (ONU), a través de la cual y con beneplácito de la Asamblea General se adoptó la Declaración Universal de los Derechos Humanos de 1948 que serviría como base sólida para generar un mayor grado de conciencia social.

Para las décadas de 1960 y 1970 estallaron diversos movimientos de reivindicación social, dentro de los cuales algunos de los más representativos fueron el mayo francés de 1968 que se expandió por algunos países de Europa y los movimientos de protesta que tuvieron lugar en Estados Unidos contra la Guerra de Vietnam. Con el paso del tiempo este activismo social comenzó a

⁵ Actualmente la UNIAPAC está presente en más de 30 países en el mundo. En su carácter de entidad internacional, cuenta con sedes regionales tales como UNIAPAC Europa y UNIAPAC Latinoamérica (UNIAPAC, 2014).

motivar a algunos de los empresarios más acaudalados, entre ellos Thomas Watson de IBM y David Rockefeller del *Chase Manhattan Bank* quienes realizaron las primeras propuestas en la materia pero desde la óptica de las empresas (Font, P., Gudiño, P., Medina, S., Sánchez, M., 2010, p. 61).

Iniciada la década de 1970 se produjeron acontecimientos importantes. En 1972 se realizó en Estocolmo, Suiza, la Primera Cumbre de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente, que sentó las bases de lo que se conocería como Desarrollo Sustentable. En el mismo año la empresa francesa Singer publicó el primer Balance Social⁶ con objeto de comenzar a involucrar a los grupos de interés en las operaciones de las empresas. En 1976, fue difundido a través de la OIT el primer Balance Cooperativo destinado a mostrar las relaciones de la empresa con su entorno.

La **tercera y última etapa** comenzó a desarrollarse en la década de 1980 y estuvo marcada por acontecimientos trascendentales. En 1980 apareció por primera vez el concepto de “Desarrollo Sostenible” como parte de la estrategia de conservación del medio ambiente de la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza y sus Recursos (IUCN), sin embargo, fue la Comisión Brundtland quien en 1987 terminó definiéndola. En las décadas de 1980 y 1990 se realizó una enorme labor, por ejemplo, en 1985 el grupo de trabajo canadiense *Audit Task Force* publicó un manual de indicadores en el ámbito de la RSE y en 1986 un grupo de empresarios de Europa, Japón y Estados Unidos inició la elaboración de un manual de principios para negocios conocido como *The Caux Round Table* basado en dos ideales: el *kyosei* japonés que se refería a la cooperación como un medio de prosperidad y sana competencia, y la dignidad humana, que se refería a lo sagrado del valor de cada persona.

Antes de que finalizara el siglo XX se creyó fundamental crear una nueva agenda de trabajo que permitiera tomar medidas que controlaran el impacto que la actividad humana estaba teniendo sobre el entorno. En este contexto 178 países

⁶ Instrumento empleado por las empresas para establecer el cumplimiento de su gestión en el marco de la Responsabilidad Social. Su análisis se centra en los clientes internos (como por ejemplo, los accionistas y los empleados) y los clientes externos (como por ejemplo, el Estado y los grupos de interés).

adoptaron en la *United Nations Conference on Environment and Development* (UNCED) celebrada en Río de Janeiro en junio de 1992⁷ la Declaración de Río, también conocida como la Agenda 21 a favor del Medio Ambiente y el Desarrollo.

Ya en la década de 1990 surgieron organizaciones especializadas en Desarrollo Sustentable, entre ellas: el *World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD), que agrupaba a las compañías internacionales más importantes y el Instituto Ethos de Brasil, que publicó sus Indicadores de RSE y una Guía para la elaboración del Informe Anual de RSE. En la misma década se publicaron nuevas normas y certificaciones, entre las que destacan: las normas ISO-14000 de gestión ambiental como producto de la Cumbre de Río de 1992; la norma AA1000 del *Institute for Social and Ethical Accountability* (ISEA) de 1996 para mejorar el funcionamiento de las empresas; la SA8000 del *Council on Economic Priorities Accreditation Agency* (CEPPA)⁸ para evaluar las condiciones del trabajo; y el *Global Reporting Initiative* (GRI)⁹ creado por la *Coalition of Environmentally Responsible Economies* (CERES)¹⁰ en colaboración con el Programa para el Medio Ambiente de la Organización de las Naciones Unidas (PNUMA) de 1997, con la misión de desarrollar pautas globales sobre el funcionamiento económico, social y ambiental para la elaboración de informes de sostenibilidad.

Una vez iniciado el nuevo milenio surgieron nuevas iniciativas. En Europa, el Consejo Europeo publicó en el 2001 el Libro Verde titulado como “Fomentar un Marco Europeo para la Responsabilidad Social de las Empresas”, donde se estableció que el objetivo estratégico de Lisboa sería: “convertirse en la economía basada en el conocimiento más competitiva y dinámica del mundo, capaz de crecer económicamente de manera sostenible con más y mejores empleos y con

⁷ La puesta en práctica completa de la Agenda 21 y las comisiones a los principios de Río fueron reafirmadas fuertemente en la *World Summit on Sustainable Development* (WSSD) celebrada en Johannesburgo, Sudáfrica en el 2002.

⁸ El *Council on Economic Priorities Accreditation Agency* de Nueva York y Londres se encuentra constituido por un Comité asesor con miembros de grandes corporaciones como *Reebok*, *Eileen Fischer*, *Body Shop*, Productos Avon, SGS, KPMG, entre otras.

⁹ *Global Reporting Initiative*, 2015.

¹⁰ CERES es la coalición principal de los Estados Unidos en temas ambientales, de inversiones y de los grupos de defensa que trabajan por un futuro sostenible. Funciona desde 1988 como una red de más de 80 organizaciones incluyendo grupos ambientales, inversionistas, consejeros y analistas que representan alrededor de \$300 mil millones de dólares (CERES, 2015).

mayor cohesión social”¹¹. Otra iniciativa de impacto global y sobre la cual se centrará el segundo capítulo de esta investigación es el Pacto Mundial, proyecto destinado a fomentar la Responsabilidad Social de las empresas a nivel global.

En el caso de **México** y de acuerdo con Verduzco (2008), el origen de la Responsabilidad Social pero entendida como una actividad asistencialista, se puede encontrar desde la época prehispánica con los Calpulli¹², estructura dentro de la cual existía un protector para cada uno. Más tarde durante la época de la conquista y hasta la colonia (1510-1910) fue la Iglesia Católica quien desempeñó diferentes actividades de asistencialismo. Será hasta finales del siglo XIX y principios del siglo XX que se funden en el norte grandes empresas que además de convertirse en fuertes pilares de la economía, se distinguirían por atender necesidades de índole social aún antes de que el propio Estado se encargara de brindar este tipo de beneficios a la población.

Es importante que se reflexione sobre la importancia de la cultura nacional y del marcado paternalismo y cristianismo que han marcado el desarrollo de la RSE en el país. Hofstede (1991) y De la Cerda y Núñez (1993) distinguieron que este tipo de comportamiento se caracterizaba por:

- a. Tratarse de empresas centralizadas y por tanto alejadas del Estado,
- b. que tenían a la incertidumbre,
- c. y que tenían altos índices de masculinidad, debido a que la femineidad era considerada como un signo de debilidad y sometimiento.

Producto de este pensamiento fue que comenzaron a fundarse distintas organizaciones con fines sociales, como la Confederación Patronal de la República Mexicana (COPARMEX) y la Confederación de las Uniones Sociales de

¹¹ *Libro Verde*. (s.f.). Recuperado el 25 de Junio de 2015, de <http://eur-lex.europa.eu/legalcontent/ES/TXT/?uri=CELEX:52001DC0366>

¹² El Calpulli hacía referencia a una forma de estructura social de los aztecas y que se encontraba caracterizada por ser una agrupación de familias que vivían en un barrio. Vid. *La difícil historia del Calpulli o cómo defenderse con éxito de la Civilización y la Modernidad* [en línea]. México: Instituto de Investigaciones Jurídicas, 2012 [fecha de consulta: 25 de Octubre de 2015]. UNAM, p. 229. Disponible en: <<http://www.juridicas.unam.mx/publica/librev/rev/jurid/cont/4/pr/pr12.pdf>>

Empresarios de México (USEM), cuya actuación comenzaría a contribuir con elementos teóricos y prácticos. Más tarde en 1988 fue fundado el principal referente de RSE en el país, el Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi), una de las pocas organizaciones en la actualidad dedicadas a impulsar la cultura de la filantropía y la RSE en el país.

1.2. Marco teórico-conceptual

Etimológicamente la palabra “Responsabilidad” proviene del vocablo *responsum*, forma latina del verbo responder, por lo que se puede inferir desde el ámbito empresarial que la Responsabilidad Social es la habilidad de las empresas para responder a la sociedad. Sin embargo, lo cierto es que en la actualidad no existe una definición que sea universalmente aceptada, por la diversidad de corrientes de pensamiento que han marcado su desarrollo (más adelante se revisarán las corrientes teóricas respectivas); por la gran cantidad de elementos que contiene, lo que aumenta su carácter difuso; y porque sencillamente la Responsabilidad Social suele ser definida y aplicada de acuerdo con las condiciones socio-culturales de cada uno de los países.

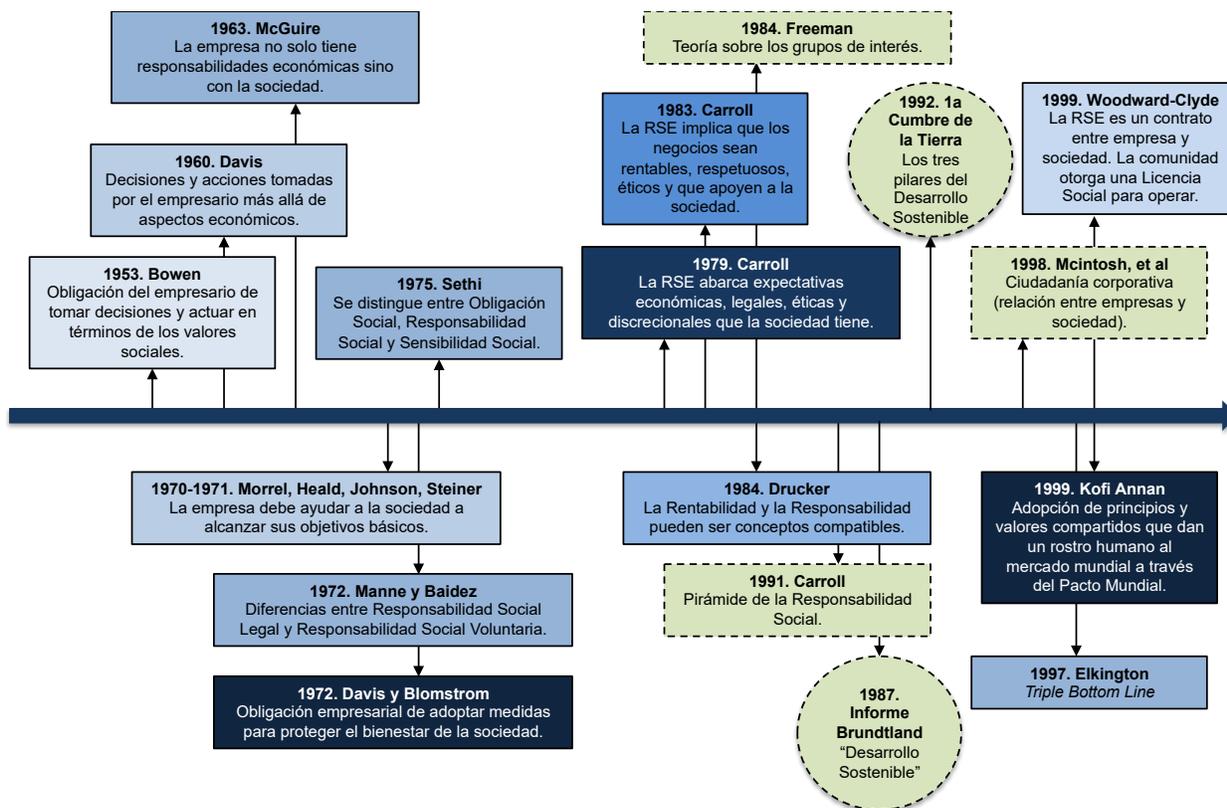
Uno de los principales referentes sobre el desarrollo conceptual de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) la encontramos en la década de los 50, cuando Howard Bowen – postulado por Carroll (1999, p. 270) como el “Padre de la Responsabilidad Social Empresarial” – publicó su libro “*Social Responsibilities of the Businessmen*”, iniciando lo que Carroll calificó como el periodo moderno de la literatura sobre el tema. En él Bowen definió la Responsabilidad Social de los “*Businessmen*” como “las obligaciones de éstos de perseguir aquellas políticas, o seguir aquellas líneas de acción que son deseables en términos de los objetivos y valores de nuestra sociedad”¹³. De esta manera aparecieron en la literatura las primeras nociones sobre la relación que tienen la empresa y la sociedad, así como la incorporación de los intereses sociales en las metas y resultados de las empresas.

¹³ CARROLL, Archie. *Corporate Social Responsibility. Evolution of definitional construct.* *Business & Society*, 38 (3): 270, 1999.

A partir de la definición de Bowen, se sucedieron nuevas generaciones de autores, entre los que destacaron: Davis, McGuire, Sethi, Morrel, Heald, Johnson, Steiner, Manne y Baidez, y Davis y Blomstrom en las décadas de 1960 y 1970; así como Freeman, Drucker, Elkington, Mcintosh, Woodward-Clyde y Annan, en las décadas de 1980 y 1990, que comenzaron a concebir a la RSE desde una perspectiva más integral pero sin llegar a una definición que fuera compartida por todos (Ver Figura 2). Sin embargo, lo más importante de las contribuciones realizadas fue la identificación de algunos de los principales elementos que pasaron a formar parte esencial de la RSE.

FIGURA 2

Desarrollo conceptual de la Responsabilidad Social Empresarial



Nota: Las figuras marcadas con línea discontinua son consideradas en la actualidad como algunas de las principales contribuciones teóricas en la materia.

Fuente: Elaboración propia con base en HENAO, J. F. *La Responsabilidad Social Empresarial como Estrategia de Gestión en la Organización Pranha, S.A.* Tesis (Maestría en Administración). Manizales, Colombia, Universidad Nacional de Colombia, Facultad de Ciencias y Administración, 2013, pp. 28-29.

Entre las aportaciones antes mencionadas podemos identificar algunas teorías que han sido determinantes en el desarrollo de este concepto, sin embargo, antes de abordarlas **definiremos** lo que debemos entender como empresa en el marco de esta investigación, así como los diferentes **tipos de empresas** que existen, con objeto de tener una visión general de la estructura empresarial que existe en el país.

De acuerdo con el Código Fiscal de la Federación en su artículo 16 una empresa puede ser entendida como toda “persona física o moral que realice actividades a que se refiere este artículo, ya sea directamente o a través de fideicomiso o por conducta de terceros”¹⁴, siendo las actividades enunciadas en dicho artículo las comerciales, industriales, agrícolas, ganaderas, de pesca y silvícola. No obstante, son diferentes organismos, tanto privados como gubernamentales, los que clasifican a las empresas según diferentes criterios, entre ellos: el sector de actividad, el tamaño, la propiedad del capital, el ámbito de actividad, el destino de los beneficios, así como su forma jurídica (Ver Figura 3).

FIGURA 3
Criterios de clasificación de las empresas



Fuente: Landa, V. *Administración de micro, mediana y pequeña empresa* [en línea]. México: Facultad de Contaduría y Administración, UNAM, 2005, pp. 4-13 [fecha de consulta: 21 de Octubre de 2015]. Disponible en: <<http://fcasua.contad.unam.mx/apuntes/interiores/docs/2005/administracion/optativas/0091.pdf>>

¹⁴ Congreso de la Unión. *Código Fiscal de la Federación* [en línea]. México: Cámara de Diputados, 2014, p. 11 [fecha de consulta: 21 de Octubre de 2015]. Disponible en: <http://www.correosdemexico.gob.mx/doctostransp/Documents/CFF_CANTIDADES_ACT_%208_070115.pdf>

A continuación describimos algunas de las principales teorías que han sido desarrolladas, entre las que se destacan las siguientes: la Teoría de los Grupos de Interés o *stakeholders*, la llamada Pirámide de Carroll, la Teoría del Desarrollo Sostenible, la Triple Cuenta de Resultados y el concepto de Ciudadanía Corporativa, todas y cada una caracterizadas por dar atención a una sociedad compleja, pero sobre todo altamente segmentada.

La **Teoría de los Grupos de Interés** que fue popularizada a mediados de los años 80 por Edward Freeman como muestra de superación de la teoría neoclásica que concibe que el único objetivo de las empresas debe ser la maximización de los beneficios. De acuerdo con este autor (1984:25), los *stakeholders* son “cualquier grupo o individuo que puede afectar o ser afectado por la consecución de los objetivos de la empresa”. Dicha definición evidencia dos tipos de enfoques: el primero, orientado exclusivamente a los socios o accionistas de la empresa, o también llamados *stockholders* o *shareholders*; y el segundo, basado en los grupos de interés o *stakeholders*. Al respecto, Fernando Navarro (2013:89) ha identificado 14 tipos de *stakeholders*, que pueden ser de dos tipos: internos, porque se encuentran vinculados directamente con el funcionamiento de las empresas; y externos, porque a pesar de que no tienen ningún tipo de relación con la compañía tienen intereses legítimos plenamente identificados (Ver Tabla 1).

La caracterización de los *stakeholders* dio lugar a una propuesta metodológica elaborada por la Universidad de *Pittsburgh* y que tuvo por objeto identificar a los *stakeholders* más relevantes para el logro de los objetivos de las empresas de acuerdo con tres atributos: poder, urgencia y legitimidad de sus intereses, por lo que a mayor número de atributos mayor será la relevancia de los *stakeholders* (Ver Cuadro 9).

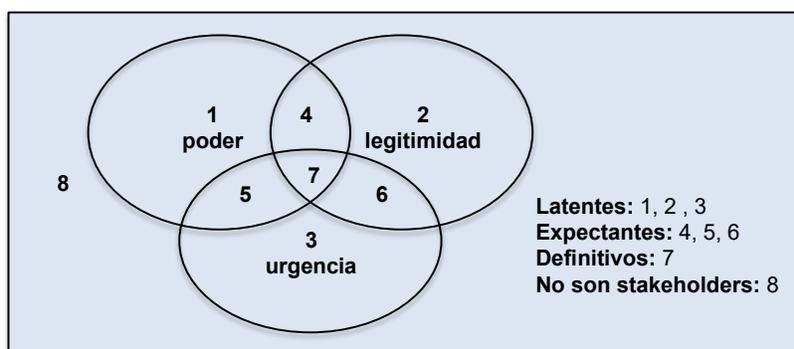
La **Pirámide de Carroll** creada por Archie Carroll en 1991 y que se encuentra conformada por 4 niveles de responsabilidades. Según el autor la base de la pirámide es la económica, misma que deberá ir evolucionando con el tiempo hasta que se cumplan con los niveles restantes (Ver Figura 4).

TABLA 1
Tipos de stakeholders

Stakeholder	Tipo	Intereses legítimos
Socios, accionistas e inversionistas	Interno	Beneficios, rentabilidad, utilidades y gestión.
Empleados	Interno	Prestaciones sociales, salarios, seguridad, higiene, estabilidad, promoción, empleabilidad, participación, formación, desarrollo, no discriminación y clima laboral.
Directivos	Interno	Capacidad de gestión, prestigio e ingresos.
Creadores de opinión y conocimiento	Externo	Transparencia, información veraz y actualizada.
Clientes	Externo	Justa relación calidad-precio, información veraz, garantías, salud, seguridad y posventa.
Instituciones financieras	Externo	Transparencia, solvencia y lucha contra la corrupción.
Competidores	Externo	Respeto a las reglas de libre competencia, reciprocidad, cumplimiento de compromisos y cooperación.
Proveedores y subcontratistas	Interno	Respeto a las reglas de libre mercado, capacidad de pago, información clara sobre las posibilidades comerciales, respeto a las marcas y propiedad industrial.
Comunidades locales, países y sociedades	Externo	Respeto a la soberanía nacional, legalidad, lucha contra la corrupción, contribuciones al desarrollo, colaboración con instituciones.
Administración pública	Externo	Legalidad, contribuciones al desarrollo, colaboración con instituciones científicas, culturales, universidades, medio ambiente, ONGs.
Partidos políticos	Externo	Legalidad y contribución con el desarrollo.
Iglesias	Externo	Respeto a sus creencias, a sus valores morales y participación ciudadana.
Sindicatos	Interno	Respeto y promoción de derechos socio laborales.
Universidades	Externo	Investigación, desarrollo y formación.

Fuente: Elaboración propia con base en NAVARRO, F. *Responsabilidad Social Corporativa: Teoría y Práctica*. México, Editorial Alfaomega, 2013. p. 89.

CUADRO 9
Niveles de stakeholders



Fuente: NAVARRO, F. Ídem, p. 91. (sic).

FIGURA 4
Pirámide de Carroll



Fuente: Carroll, A. B. *The pyramid of corporate social responsibility: toward the moral management of organizational stakeholders.* *Business Horizons*, 34 (4): 39-48, 1991.

La **Teoría del Desarrollo Sostenible** tiene su origen en la década de los 60 debido al incremento en el nivel de conciencia sobre las problemáticas ambientales ocasionadas por el crecimiento económico e industrial que estaban teniendo algunos países, sin embargo, la teoría fue formalizada hasta 1987 a través del Informe Brundtland titulado “Nuestro futuro común” en el marco de la Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo de las Naciones Unidas, que definió al Desarrollo Sostenible como aquel “que satisface las necesidades de la generación presente, sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades” (Bermejo, 1995, 16).

La **Triple Cuenta de Resultados** como resultado de la redefinición de la Teoría del Desarrollo Sostenible en el marco de la Primer Cumbre de la Tierra, celebrada en Río de Janeiro en 1992, en la cual fueron incluidos en el concepto de Desarrollo Sostenible tres pilares: el ambiental, el económico y el social, conocidos también como la *Triple Bottom Line* o las 3P por sus siglas en inglés *People*

(personas), *Planet* (planeta) y *Profit* (ganancia)¹⁵, dando pie a un debate más amplio sobre los nuevos desafíos que se estaban identificando (Ver Figura 5).

FIGURA 5
Desafíos del Desarrollo Sostenible Empresarial



Fuente: Mónica G. Martínez Arriaga, 2015.

Por último, el concepto de **Ciudadanía Corporativa**, definido por McIntosh, Et. El, en 1998 como “una relación empresarial insertada dentro de una sociedad más amplia, basada en el concepto de derechos que son muy similares a los derechos de los ciudadanos y que, por tanto, implica deberes”¹⁶. Es decir, ser ciudadano corporativo implica cuidar no solo la rentabilidad que tiene la empresa sino sus relaciones con los *stakeholders*.

A continuación se presentan algunas de las definiciones que han sido más utilizadas y que comparten en esencia, los principales elementos que describen los alcances que debe tener la RSE (Ver Tabla 2).

¹⁵ *Guía de formación Desarrollo Sostenible Empresarial* [en línea]. Chile: Endesa, 2010 [fecha de consulta: 15 de Octubre de 2015]. Grupo Enersis. Disponible en: <<http://www.endesa.cl/ES/NUESTROCOMPROMISO/PUBLICACIONESEINFORMES/Documents/Guia%20DSE.pdf>>

¹⁶ PALADINO, M. and ROCHA, H. *De la Responsabilidad Social Empresarial al Desarrollo Integral Local*. [en línea]. Buenos Aires: LID Editorial Empresarial, 2013 [fecha de consulta: 17 de Octubre de 2015]. Disponible en: <<https://books.google.com.mx/books?id=ZDj4AgAAQBAJ&pg=PT29&lpg=PT29&dq=ciudadan%C3%Ada+corporativa+mcintosh&source=bl&ots=Sx2gipQ7Cu&sig=1Jl7KroubqY0jDTFa0Q9mkd1ot4&hl=es&sa=X&ved=0CBsQ6AEwAGoVChMInsu8pr3yAIVRPdjCh2EXQIZ#v=onepage&q=ciudadan%C3%Ada%20corporativa%20mcintosh&f=false>>

TABLA 2
Definiciones de Responsabilidad Social Empresarial

Autor	Definición
World Business Council for Sustainable Development	“La Responsabilidad Social Corporativa es el compromiso continuo de los negocios para contribuir al desarrollo económico sostenible, mejorando la calidad de vida de la fuerza de trabajo y sus familias, así como con la comunidad y la sociedad en general”.
Organización Internacional de Normalización en su Norma ISO-26000 Guía de Responsabilidad Social	“La responsabilidad de una organización ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y el medio ambiente, mediante un comportamiento ético y transparente que: contribuya al desarrollo sostenible, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad; tome en consideración las expectativas de sus partes interesadas; cumpla con la legislación aplicable y sea coherente con la normativa internacional de comportamiento; y esté integrada en toda la organización y se lleve a la práctica en sus relaciones”.
Centro Mexicano para la Filantropía	“La Responsabilidad Social Empresarial es el compromiso consciente y congruente de cumplir integralmente con la finalidad de la empresa tanto en lo interno, como en lo externo, considerando las expectativas de todos sus participantes en lo económico, social o humano y ambiental, demostrando el respeto por los valores éticos, la gente, las comunidades y el medio ambiente y para la construcción del bien común”.
Libro Verde	“La Responsabilidad Social Empresarial es la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y ambientales en sus operaciones comerciales y en sus relaciones con sus interlocutores”.
Instituto Ethos de Brasil	“La responsabilidad social es la forma de conducir los negocios de una empresa de tal modo que esta se convierta en corresponsable por el desenvolvimiento social. Una empresa socialmente responsable es aquella que posee la capacidad de escuchar los intereses de las diferentes partes (accionistas, empleados, prestadores de servicios, proveedores, consumidores, comunidad, gobierno y medio ambiente) e incorporarlos en el planeamiento de sus actividades, buscando atender las demandas de todos ellos, no únicamente de los accionistas o beneficiarios”.
Organización Internacional del Trabajo	“La responsabilidad social de la empresa es el conjunto de acciones que toman en consideración las empresas para que sus actividades tengan repercusiones positivas sobre la sociedad y que afirman los principios y valores por los que se rigen, tanto en sus propios métodos y procesos internos como en su relación con los demás actores. La RSE es una iniciativa de carácter voluntario”.
Foro de Expertos en RSE de España	“La responsabilidad social de las empresas es, además del cumplimiento de las obligaciones legales vigentes, la integración voluntaria en su gobierno y gestión, en su estrategia, políticas y procedimientos, de las preocupaciones sociales, laborales, medioambientales y de respeto a los derechos humanos que surgen de la relación y el diálogo transparentes con sus grupos de interés, responsabilizándose así de las consecuencias y los impactos que se derivan de sus acciones”.

Fuente: Elaboración propia con base en: (1) *Corporate Social Responsibility (CSR)*. (s.f.). Recuperado el 28 de Octubre de 2015, de <http://www.wbcsd.org/work-program/business-role/previous-work/corporate-social-responsibility.aspx>; (2) ARGANDOÑA, A. and ISEA, R. *ISO 26000, Una Guía para la Responsabilidad Social de las Organizaciones*, p. 11 [en línea]. España: IESE Business School, Universidad de Navarra, 2011 [fecha

de consulta: 28 de Octubre de 2015]. Disponible en: <http://www.iese.edu/es/files/catedralacaixa_vol11_final_tcm5-72287.pdf>; (3) CAJIGA, J. F. *El Concepto de Responsabilidad Social Empresarial* [en línea]. México: Centro Mexicano para la Filantropía, p. 4 [fecha de consulta: 28 de Septiembre de 2015]. Disponible en: <http://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf>; (4) *Libro Verde*. (s.f.). Recuperado el 28 de Octubre de 2015, de <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX:52001DC0366>; (5) FERNÁNDEZ, R. *Responsabilidad Social Corporativa*. España: Editorial Club Universitario, 2009. pp. 24-25.

Aunado a estas definiciones es importante considerar que en la actualidad la RSE suele tener otro tipo de **interpretaciones**, algunas de las cuales no presentan diferencia alguna en términos prácticos, sin embargo, existen otras cuyo significado es opuesto, o bien, no cubren satisfactoriamente con los elementos esenciales que caracterizan al comportamiento socialmente responsable (Ver Tabla 3).

TABLA 3
Interpretaciones utilizadas sobre la Responsabilidad Social Empresarial

Afirmativas	Negativas
Responsabilidad Social Corporativa	Filantropía
Sostenibilidad Empresarial	Caridad
Desarrollo Sostenible	<i>Marketing</i> con causa
Ciudadanía Corporativa	Economía social
Desarrollo Sustentable	Ética empresarial

Fuente: Elaboración propia con base en NAVARRO, F. Ídem, pp. 70-73.

De la misma forma se han desarrollado numerosas variantes sobre este concepto con objeto de ajustarlo según el tipo de organización. Algunas de las variantes que podemos encontrar son:

- a. **Responsabilidad Social Organizacional.** Término que incluye no solamente la RSE tradicional, sino la de otro tipo de organizaciones no lucrativas.
- b. **Responsabilidad Social Universitaria.** Término aplicado a las gestiones de sostenibilidad que realizan las instituciones educativas.
- c. **Responsabilidad Social Individual.** Que hace referencia a nuestros actos.

Cabe señalar que el concepto que utilizaremos en esta investigación es el de RSE por considerarle el que mejor describe en esencia este tipo de comportamiento.

A pesar de la existencia de todos los conceptos mencionados, como lo señaló Castillo en el 2002 “la mayoría de las contribuciones que se han realizado hacen referencia a la noción de RSE pero solamente de una forma descriptiva” (p. 40-45), por lo que es necesario que exista al menos un consenso mínimo sobre las principales características que debe tener la RSE, las cuales son:

- a. Consiste en un comportamiento **voluntario**.
- b. Debe ser **parte esencial de la operación** y estrategias de la empresa.
- c. Debe entenderse como un proceso de **mejora continua** y con una visión a **largo plazo**.
- d. Las empresas deben de buscar un **equilibrio** entre los resultados económicos, sociales y medioambientales.
- e. Se deben tomar en cuenta los intereses y expectativas de los **grupos de interés** para poder tomar las decisiones correctas, lo que se conoce también como materialidad.
- f. Las empresas deben ejercer su gestión con **transparencia y rendición de cuentas**.
- g. Las actividades que se realicen deberán ser **verificables**.

De esta forma se evitarán situaciones como: confundir la Responsabilidad Social con otro tipo de prácticas como la filantropía y el asistencialismo; y confundir su cumplimiento con las normas legales que ya se encuentran impuestas por el Estado y que por tanto son de observancia obligatoria, como es el caso de la diplomacia de las celebridades.

En el **plano teórico** son considerables las contribuciones que podemos encontrar.

A continuación se presenta un resumen del trabajo realizado por Garriga y Melé, quienes lograron identificar al menos 14 teorías de la RSE, las cuales fueron agrupadas en cuatro grandes grupos: teorías instrumentales, teorías políticas, teorías integradoras y teorías éticas, a partir de las cuales es posible clasificar las acciones que realizan las empresas en este ámbito (Ver Tabla 4).

TABLA 4
Teorías de Responsabilidad Social Empresarial

Tipo de teorías	Enfoques	Breve descripción
Instrumentales Se enfocan en obtener ventajas competitivas por medio de actividades sociales	Maximización del valor para los accionistas	La única responsabilidad de la empresas es con este grupo.
	Estrategia de ventajas competitivas	Inversión social en un contexto competitivo.
		Una perspectiva de la firma y las capacidades dinámicas basadas en los recursos naturales.
		Estrategias para la base de la pirámide (o segmento de bajos ingresos).
Mercadeo con causa social	Actividades altruistas.	
Políticas Se enfocan en el uso del poder empresarial en la sociedad y en el escenario político	Constitucionalismo corporativo	La empresa es una institución social que debe ejercer su poder de forma responsable.
	Teoría integradora del contrato social	Entre la empresas y la sociedad existe una relación contractual que implica obligaciones indirectas.
	Ciudadanía corporativa	Se entiende a la empresa como un ciudadano que tiene responsabilidades con la sociedad.
Integradoras Se centra en la identificación de las demandas de los <i>stakeholders</i> para incrementar su legitimidad y prestigio	Gestión de asuntos sociales	Centra su interés en los procesos que permitan a la empresa identificar y responder a problemas sociales.
	Principio de responsabilidad pública	Centra más su atención en las actuaciones del proceso público que en una visión personal para satisfacer a los grupos de interés.
	Gestión de los grupos de interés	Orientada a integrar a los grupos afectados por las prácticas corporativas en la toma de decisiones.
	Acción social corporativa	Busca la legitimidad social de la empresa a través de procesos que ofrezcan las respuestas adecuadas a los problemas.
Éticas Se enfocan en lo que se debe hacer para construir una sociedad mejor	Teoría normativa de los grupos de interés	La empresa presta atención simultánea a los intereses legítimos de todos los grupos de interés.
	Derechos universales	Afirma que la empresa debe defender los derechos humanos.
	Desarrollo sostenible	Se centra en conseguir el desarrollo sostenible como un proceso que permita conseguir el desarrollo humano.
	Enfoque del bien común	La empresa debe contribuir con el bien común porque es parte de la sociedad.

Fuente: Garriga y Melé (2004) en GELDRES, V., RUSQUE, A. M., PINTO, J., y ETCHEBARNE, M. *Responsabilidad Social Empresarial a mediados del Siglo XX en Chile*. *Escrit. Cont. Y de Adm* [en línea]. 2011, vol. 2, no. 1 [fecha de consulta: 01 de Septiembre de 2015]. Disponible en: <http://www.academia.edu/1821933/Responsabilidad_Social_Empresarial_a_mediados_del_Siglo_XX_en_Chile>

1.3. Principales Directrices y Normativas a nivel internacional

Uno de los grandes problemas para poder analizar el comportamiento socialmente responsable de las empresas, se vincula con la manera más adecuada para medir dicho comportamiento. En la actualidad existen a nivel internacional diferentes directrices y normativas utilizadas para gestionar, medir y comunicar el

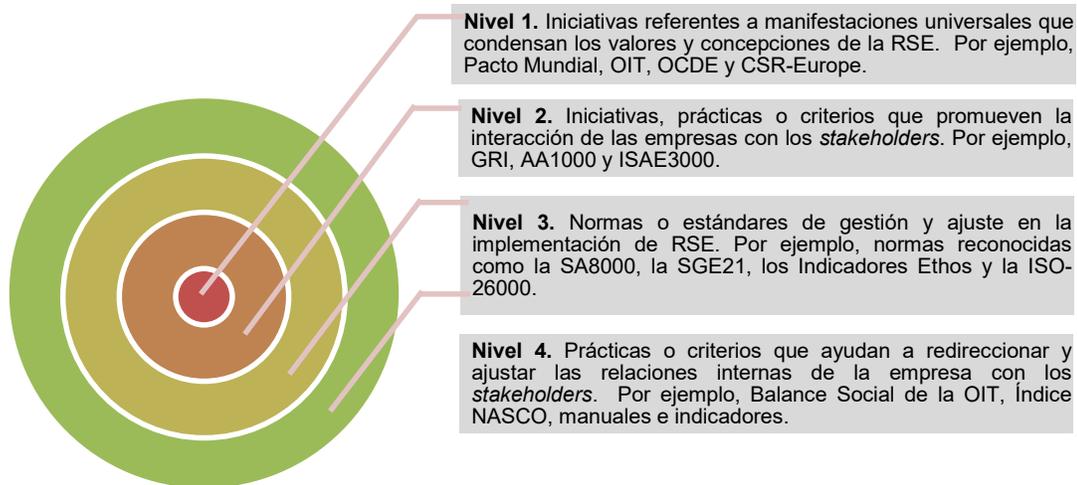
desempeño de la RSE, las cuales a pesar de tener variaciones entre ellas, comparten dos principios fundamentales:

- I. La adopción por parte de las empresas debe ser voluntaria.
- II. Se requiere rendición de cuentas y transparencia en las acciones y recursos destinados.

Berbel (2007, p. 27-48) desarrolló una clasificación en cuatro niveles que integra las iniciativas más difundidas. Cabe mencionar que dichas iniciativas surgieron desde diversos intereses, pero sobre todo de la necesidad de medir los resultados respecto al logro de la sostenibilidad de las empresas (Ver Figura 6).

FIGURA 6

Clasificación de las iniciativas de Responsabilidad Social Empresarial



Fuente: BERBEL, G., REYES, J., y GÓMEZ, M. *La responsabilidad social en las organizaciones (RSO): análisis y comparación entre guías y normas de gestión e información*. *Rev. Innovar* [en línea]. 2007, vol. 17, no. 29: 33. [fecha de consulta: 01 de Septiembre de 2015]. Disponible en: <<http://www.redalyc.org/pdf/818/81802903.pdf>>

A continuación describimos a *grosso modo* y de acuerdo con la clasificación antes descrita, las principales directrices y recomendaciones de RSE que han tenido un mayor impacto a nivel internacional, además de que realizaremos un análisis comparativo de las directrices incluidas en los niveles 2 y 3, que son las que han

tenido una mayor difusión para evaluar el comportamiento socialmente responsable de las empresas en ámbitos locales.

Nivel 1. Directivas, directrices, declaraciones y recomendaciones universales

En este grupo se encuentran diferentes declaraciones adquiridas por los países en el seno de organizaciones internacionales, tales como: la Declaración Universal de los Derechos Humanos de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), la Declaración Tripartita de Principios sobre las Empresas Multinacionales y la Política Social de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), las Directrices para Compañías Multinacionales de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), el Pacto Mundial, entre otras.

Nivel 2. Guías de Producción y Metodologías de Evaluación de Informes y Acciones de Responsabilidad Social Organizacional

Son aquellos documentos que presentan una serie de lineamientos para formular informes de sostenibilidad, así como guías y metodologías para evaluar las actuaciones de RSE. En este nivel se encuentran instrumentos como la norma ISAE3000, la AA1000 y la guía GRI (Ver Tabla 3).

Nivel 3. Normas o Estándares de Gestión y Ajuste en la Implementación de la Responsabilidad Social Empresarial

Se encuentran constituidas por aquellos criterios que deben cumplir las organizaciones, para lo cual se aportan evidencias y en función de los resultados se realizan ajustes. En este nivel se encuentran instrumentos como la norma SA8000, la SGE21, los Indicadores Ethos y la norma ISO-26000 (Ver Tabla 3).

Nivel 4. Técnicas y Herramientas para medir y gestionar las actuaciones de Responsabilidad Social Empresarial

Entre los cuales se encuentran diferentes listados de indicadores y herramientas para la elaboración de balances sociales como principal instrumento de gestión y

medición de las actuaciones y resultados en materia de RSE, tales como: el Manual de Balance Social de la OIT y el Índice NASCO (INA) de Europa.

La existencia de este tipo de herramientas otorgan distintas facilidades para emitir un diagnóstico del grado de Responsabilidad Social que tienen las empresas, las gestiones que realizan, así como la cantidad de recursos destinados anualmente para su desarrollo, en una clara demostración de que la rendición de cuentas debe formar parte del “ADN” de la RSE. Es necesario resaltar que el *Global Reporting Initiative* (GRI) además de ser una de las guías más utilizadas a nivel mundial para la elaboración de informes de sustentabilidad, suele ser empleada como referente en el resto de iniciativas que han sido elaboradas desde su lanzamiento en 1997.

TABLA 5

Iniciativas de Regulación de la Responsabilidad Social Empresarial

Initiative	Origin	Characteristics	Operative	Deployment	Outstanding aspects	Aspects to improve
Nivel 2. Guías de Producción y Metodologías de Evaluación de Informes y Acciones de Responsabilidad Social Empresarial						
ISAE3000	Publicada en el 2003 por la <i>International Auditing and Assurance Standards Board (IAASB)</i> .	Establece principios básicos para realizar auditorías de aseguramiento. Se centra en información no financiera como la ética y calidad. No es certificable.	Análisis de la información suministrada para detectar errores en los contenidos. El informe a elaborar es resultado de la aplicación de los criterios de la norma.	Se encuentra en más de 130 países.	Otorga credibilidad sobre la veracidad de los reportes de sostenibilidad mediante la verificación externa y con base en procesos contables.	El papel del auditor es limitado ya que solo analiza la información presentada. Poca interrelación con <i>stakeholders</i> .
AA1000 AS (Assurance Standard)	Publicada en el 2003 por la organización británica <i>Institute for Social and Ethical Accountability (ISEA)</i> .	Asegurar la credibilidad y calidad de los informes de sostenibilidad. Puede ser sometida a validación externa. No es certificable.	El informe es elaborado en colaboración de los grupos de interés para rendir cuentas o justificar las acciones de RSE.	Se encuentra en más de 20 países.	Promueve la mejora continua a través de la reflexión y compromiso con los <i>stakeholders</i> . Es complementaria con normas como la ISAE3000.	Su buena aplicación depende de los <i>stakeholders</i> y del experto que realiza el informe.
GRI (Global Reporting Initiative)	Publicada en el 2007 por <i>Coalition of Environmentally Responsible Economies (CERES)</i> y el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA).	Se basa en la implementación de un triple balance de resultados. Incorpora en su elaboración la participación de los <i>stakeholders</i> y otras entidades. No es certificable.	Su última versión es la G4 y puede ser auditada desde el exterior. La difusión de los informes se hace de manera voluntaria.	Es la guía para la elaboración de informes de RSE más utilizada en el mundo. Cuenta con oficinas en Australia, Brasil, China, India y Estados Unidos, además de red de más de 30,000 personas en el mundo.	Estructura sencilla, fácil de aplicar y basada en indicadores cuantitativos. Ofrece la posibilidad de comparar informes de RSE entre distintas empresas y de diferentes años.	Posee lineamientos muy generales. Indica que es necesario consultar con los <i>stakeholders</i> pero no como debe hacerse.
Nivel 3. Normas o Estándares de Gestión y Ajuste en la Implementación de Responsabilidad Social Empresarial						
SA8000: 2001	Publicada en 1997 por la Agencia de Acreditación del Consejo de Prioridades Económicas (CEPAA).	Dar cuenta de acciones de RSE y cumplimiento a Códigos, más en países en vías de desarrollo. Norma certificable.	El proceso incluye la revisión de documentos, visitas y observación de interventores.	Norma utilizada por más de 3,000 empresas en 65 países y 65 sectores de la industria.	Involucra a los altos directivos. Es necesario contar con un sistema de gestión previo, como la ISO9001.	Los requisitos que solicita son mínimos. No involucra a los grupos de interés.

Iniciativa	Origen	Características	Operativa	Despliegue	Aspectos sobresalientes	Aspectos por mejorar
SGE 21:2005	Creada en 1999 por la Red Europea, el CSR-Europe y el Foro para la Evaluación de la Gestión Ética (Forética).	Primer estándar europeo de RSE. Se encuentra conformada por 9 criterios. Norma certificable.	Los criterios deben estar implementados con calidad y eficiencia. Verificación externa por entidades como ENAC y Forética.	Más de 100 entidades certificadas en España. También está presente en 12 comunidades autónomas.	Se encuentra comprometida con la alta dirección. Verificación externa. Compatible con normas ISO9001 y 14001.	Los criterios que utiliza son de recomendación, no son indicadores que puedan medirse.
Indicadores Ethos	Desarrollados en el 2004 por el Instituto Ethos de Brasil.	Evalúa el grado de desarrollo de estrategias, políticas y prácticas de RSE a través de sus áreas de análisis: valores, transparencia y <i>stakeholders</i> . No es certificable.	La organización envía cuestionarios a los participantes. Los resultados finales se basan en un sistema de puntuación.	Cuenta con más de 1,000 asociados que pertenecen a empresas de diferentes sectores.	Es la norma de autoevaluación más completa. Propone indicadores numéricos.	No solicita evidencias o registros. Se basa en la información que reporta la empresa.
ISO 26000	Diseñada en el 2008 por la Organización Internacional de Normalización.	Sirve de guía a organizaciones de todo tipo para la implementación de medidas de RSE. Contiene guías voluntarias. No es certificable.	En su implementación se siguen actividades como: asegurar la responsabilidad de la alta dirección, definición de objetivos y seguimiento y medición del impacto.	Desde su entrada en vigor en el 2008, no hay resultados francos sobre su impacto, despliegue y uso.	Permite garantizar la recolección de diferentes puntos de vista. Uno de sus objetivos es constituirse como un modelo integral de gestión.	Fue concebida como una guía voluntaria, pero no certificable.

Fuente: Elaboración propia con base en BERBEL, G., REYES, J., y GÓMEZ, M. Ídem, pp.____27-47.

1.4. Iniciativas de importancia a nivel local

Cuando se trata de comunicar la RSE en México ha resultado de mucha utilidad para las empresas contar con diversos galardones y reconocimientos que muestren al público en general que se encuentran comprometidos en la materia, por lo que es importante tener conocimiento de los diferentes distintivos que existen en el país, entre los que destacan: el Distintivo ESR del Centro Mexicano para la Filantropía, el índice IPC Sustentable de la Bolsa Mexicana de Valores (aplicable solo para las empresas que cotizan en la Bolsa), la Norma Mexicana NMX-SAST-26000-IMNC-2011 Guía de Responsabilidad Social que sustituyó a la norma anterior NMX-SAST-004-IMNC-2004, el *Global Reporting Initiative* y el Distintivo *Great Place to Work* del *Great Place to Work Institute*, los cuales a juzgar por su origen y representación han logrado tener una mayor permeabilidad en las empresas de México. Otro tipo de reconocimientos que podemos encontrar pero que han tenido un alcance considerablemente inferior son: el Distintivo Empresa Familiarmente Responsable y el Distintivo de Empresa Incluyente de la STPS, así como el Modelo de Equidad de Género del Instituto Nacional de las Mujeres.

Distintivo ESR del Centro Mexicano para la Filantropía



El Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi) fue fundado en 1988 por un grupo de empresarios liderados por Manuel Arango, quien con su visión de Responsabilidad Social se propuso crear una “instancia promotora de la cultura filantrópica al tiempo que se dio a la tarea de crear conciencia sobre su importancia en la sociedad en su conjunto, pero en particular con sectores del gobierno y la iniciativa privada, pero también como alguien que contribuya al fortalecimiento y consolidación de las organizaciones que sin fines de lucro trabajan por los demás” (Olvera, 2010, 57).

En 1992, Cemefi creó el Programa de Filantropía Empresarial con el apoyo de seis empresas participantes. A partir de entonces es posible identificar una serie de acontecimientos que fueron determinantes en el desarrollo de este organismo:

- a. En 1997 se creó el Programa de Responsabilidad Social Empresarial.
- b. En el 2000 se lanzó una convocatoria para reconocer a las mejores prácticas de RSE, iniciativa a la que se sumaron organizaciones como la Confederación Patronal de la República Mexicana (COPARMEX), la Unión Social de Empresarios de México (USEM), Desarrollo Empresarial Mexicano y Grupo Editorial Expansión.
- c. En el 2001, dentro del marco de la Asamblea Nacional de la COPARMEX fue presentada la Alianza por la Responsabilidad Social Empresarial en México (AliaRSE), integrada por seis miembros fundadores: la Confederación de Cámaras Industriales de los Estados Unidos Mexicanos (CONCAMIN), Cemefi, el Consejo Coordinador Empresarial (CCE), COPARMEX, USEM, *Caux Round Table* de México e Impulsa.


En la actualidad AliaRSE está conformado por 14 organizaciones con importantes antecedentes de trabajo en la promoción de la RSE en el país: el Comité Nacional de Productividad e Innovación Tecnológica (COMPITE), el Instituto Mexicano de Ejecutivos de Finanzas (IMEF), COPARMEX, CCE, USEM, la Confederación Nacional de Comercio (CONCANACO), Impulsa, la Cámara Nacional de la Industria de Transformación (CONACINTRA), CONCAMIN, Cemefi, la Cámara Mexicana de la Industria de la Construcción (CMIC), Sinaloa Ecoregión, UNIRSE Jalisco y la Fundación del Empresariado Sonorense (FESAC).
- d. En el mismo año, Cemefi y AliaRSE lanzaron por primera vez la convocatoria para obtener el Distintivo ESR 2001, mismo que fue entregado a 17 empresas.

A continuación se presenta una descripción general sobre la estructura de Cemefi, sus objetivos y principios, sus líneas estratégicas, el proceso a seguir para la obtención del Distintivo, así como los resultados obtenidos desde el 2001 y hasta el 2014.

El Cemefi es un organismo que agrupa a organizaciones de la sociedad civil, entendidas como donantes o instituciones operativas, empresas y personas que trabajan en diversas causas sociales y ambientales. Su estructura operativa está encabezada por una Presidencia Ejecutiva, que cuenta con el apoyo de un grupo de especialistas y Aliados Regionales y Estratégicos¹⁷ que tienen como función promover en su área de influencia la participación socialmente responsable a través de los diferentes programas que opera para: fortalecer sus acciones, apoyar a las empresas, obtener la acreditación de los Indicadores de Institucionalidad y Transparencia (IIT)¹⁸ dirigidos a las organizaciones de la sociedad civil sin fines de lucro, así como para la obtención del Distintivo ESR.

En el 2014, los socios y afiliados de Cemefi sumaron 1,504 miembros distribuidos de la siguiente forma (Ver Tabla 6):

TABLA 6
Socios y Afiliados de Cemefi en el 2014

1,504 miembros			
340 socios			
91 asociaciones	91 fundaciones	127 empresas	31 personas
1,118 afiliados			
1,105 instituciones	13 personas	13 usuarios	33 consultores

Nota: Incluye un solo año y no refiere años anteriores ni posteriores.

Fuente: Centro Mexicano para la Filantropía. *Informe Anual 2014* [en línea]. México, 2015, p. 10 [fecha de consulta: 05 de Septiembre de 2015]. Disponible en: <<http://www.cemefi.org/informes/informe2015/index.html>>

¹⁷ Los Aliados Estratégicos actuales de Cemefi son: Red Interamericana de Responsabilidad Social Empresarial, la Alianza por la Responsabilidad Social en México (AliaRSE), RedEAmérica, *Forum* Empresa y *Global Partner Network*. *Aliados estratégicos*. (s.f.). Recuperado el 05 de Septiembre de 2015, de <http://www.cemefi.org/cemefi/aliados-estrategicos.html>

¹⁸ En el 2004 fueron creados los Indicadores de Institucionalidad y Transparencia (IIT) con el objetivo de dar mayor certeza a los donantes sobre la transparencia y rendición de cuentas de las organizaciones de la sociedad civil sin fines de lucro. Estos indicadores operan como un proceso de autoevaluación y autorregulación voluntario pero que es verificado por Cemefi. El nivel que pueden alcanzar estas instituciones depende de los criterios con los que cumplan, estos son:

- **Básico:** Acta Constitutiva registrada ante Notario Público; autorización de la Secretaría de Hacienda como donante autorizada; misión, visión y objetivos; domicilio y teléfono verificables; informe anual de actividades y estados financieros auditados.
- **Medio:** Los antes enunciados, además de contar con un Consejo Directivo, personal profesional contratado en nómina y voluntarios trabajando en el programa.
- **Óptimo:** Los antes enunciados, además de tener más de 3 años de operación y contar con más de 3 fuentes distintas de ingresos.

Los **objetivos** de la gestión de Cemefi y los **principios** sobre los cuales debe estar basado el comportamiento de las empresas son los siguientes (Ver Tabla 7):

TABLA 7
Objetivos y Principios de Cemefi

Objetivos	Principios
<ul style="list-style-type: none"> - Mejorar el entendimiento y la percepción sobre el valor de Cemefi y sus actividades. - Ofrecer a sus miembros servicios que permitan su desarrollo. - Incidir en la agenda política. - Generar información estratégica que sirva para afrontar intereses comunes. - Contar con mecanismos efectivos de vinculación para la conformación de alianzas. - Incrementar las donaciones relacionadas con la inversión social a largo plazo. - Incrementar el número de empresas que gestionen de manera responsable. 	<ul style="list-style-type: none"> - Respeto a la dignidad de la persona y empleo digno. - Solidaridad, en especial con los menos favorecidos. - Subsidiariedad, para la creación de oportunidades. - Contribución con el bien común. - Corresponsabilidad y confianza. - Ética en los negocios. - Prevención de negocios ilícitos. - Vinculación con la comunidad. - Transparencia, honestidad y legalidad, en todos los procesos y actividades. - Justicia y equidad. - Cultura empresarial responsable como fuente de riqueza. - Desarrollo social.

Fuente: Elaboración propia con base en CAJIGA, J. F. Ídem, pp. 6-7.

A su vez, la RSE se encuentra comprendida en cuatro **líneas estratégicas**, cada una de las cuales puede incluir diferentes subtemas que pueden variar de una empresa a otra y de un país a otro (Ver Figura 7).

FIGURA 7
Líneas estratégicas de RSE de Cemefi



Fuente: Elaboración propia con base en CAJIGA, J. F. Ídem, p. 6

El **Distintivo ESR** que otorga Cemefi tiene por objeto acreditar a las empresas frente a los grupos de interés por haber asumido de manera voluntaria y públicamente el compromiso de comportarse como una



empresa socialmente responsable como parte de su estrategia de negocio, sustentando el cumplimiento de los estándares propuestos.

Los requisitos de participación son: ser una empresa del sector privado, estar legalmente constituida y que se encuentre operando en México, independientemente del tamaño o del sector al que pertenezca.

El **proceso a seguir** es el siguiente:

- I. Nombrar un ejecutivo responsable para conducir el proceso.
- II. Completar la inscripción que consiste en:
 - a. Realizar el pago de la cuota de registro de acuerdo con el tamaño de la empresa que será determinado en función del número de empleados (Ver Tabla 8).

TABLA 8

Cuotas de inscripción de acuerdo con el número de empleados

Sector	Tamaño por número de empleados			
	Micro	Pequeña	Mediana	Grande
Agropecuario	2-10	11-25	26-100	>100
Minero y Extractivo	2-10	11-50	51-250	>250
Industria manufacturera	2-10	11-50	51-250	>250
Construcción	2-10	11-50	51-250	>250
Comercio	2-10	11-30	31-100	>100
Transporte y comunicaciones	2-10	11-50	51-100	>100
Servicios	2-10	11-50	51-100	>100

Cuota de Inscripción	\$14,000	\$14,000	\$32,000	\$54,000
-----------------------------	----------	----------	----------	----------

Fuente: Elaboración propia con base en *Convocatoria del proceso de diagnóstico del Distintivo ESR 2016*. (s.f.). Recuperado el 07 de Septiembre de 2015, de <http://www.cemefi.org/esr/images/2016/Convocatoria%20del%20proceso%20de%20diagnostico%20del%20Distintivo%20ESR2016.pdf>

- b. Enviar electrónicamente lo siguiente: el formato de registro, el comprobante de pago y el logotipo de la empresa.
- c. Las empresas que participan por primera vez deberán enviar lo siguiente: Una carta donde se expongan los motivos de participación firmada por el Director General, una carta aceptando el Decálogo de

Empresa Socialmente Responsable (Ver Tabla 9) firmada por el Director General, el Código de Ética y Conducta (en caso de no tenerlos comprometerse a elaborarlos) y la descripción de cómo se encuentra conformado el Comité de RSE (en caso de no tenerlo comprometerse a conformarlo).

- III. Responder en su totalidad el cuestionario de autodiagnóstico que Cemefi asigna a cada empresa y respaldarlo con evidencias.

TABLA 9
Decálogo de Responsabilidad Social Empresarial

No	Descripción
1	Construye una cultura de la competitividad responsable que busca las metas y el éxito del negocio, contribuyendo al mismo tiempo al bienestar social.
2	Hace público sus valores, combate interna y externamente prácticas de corrupción y se desempeña con base a un código de ética.
3	Vive esquemas de liderazgo participativo, solidaridad, servicio y de respeto a los derechos humanos, a la dignidad humana.
4	Promueve condiciones laborales para la calidad de vida, el desarrollo humano y profesional de toda su comunidad (empleados, familiares, accionistas y proveedores).
5	Respeto el entorno ecológico en todos y cada uno de los procesos de operación y comercialización, además de contribuir a la preservación del medio ambiente.
6	Reconocer las necesidades sociales del entorno en que opera y colabora en su solución.
7	Identifica y apoya causas sociales como parte de su estrategia de acción empresarial.
8	Invierte tiempo, talento y recursos en el desarrollo de las comunidades en las que opera.
9	Participa, mediante alianza con empresas, organizaciones de la sociedad civil, cámaras, agrupaciones o gobierno en la discusión propuestas y atención de temas de interés público.
10	Toma en cuenta e involucra a su personal, accionistas y proveedores en sus programas de inversión y desarrollo social.

Fuente: CAJIGA, J. F. Ídem, p. 12. (sic).

La evaluación que realiza Cemefi sobre la información que envían las empresas deberá ser objetiva, imparcial y basada en evidencias. En el caso de las empresas cuyo año de postulación sea el primero deberán obtener por lo menos un 65% del Índice de RSE obtenido por la empresa líder del año anterior; para las empresas cuyo año de participación sea del segundo al décimo, deberán obtener por lo menos un 70%; y para las empresas cuyo año de participación sea del onceavo en adelante, deberán obtener al menos un 75%.

Las empresas galardonadas con el Distintivo ESR recibirán: una constancia oficial, la licencia de uso del logotipo del Distintivo y de la marca ESR por un año, una escultura o placa según el año de obtención¹⁹ y un reporte confidencial con los resultados del proceso. De la misma forma las empresas se comprometen a lo siguiente:

- a. Compartir muestras del uso y la aplicación del Distintivo ESR.
- b. Participar en las diferentes actividades o eventos que promueve Cemefi.
- c. Realizar prácticas de mejora continua en su gestión.
- d. Participar en las Visitas de Aseguramiento que sean solicitadas por Cemefi²⁰.

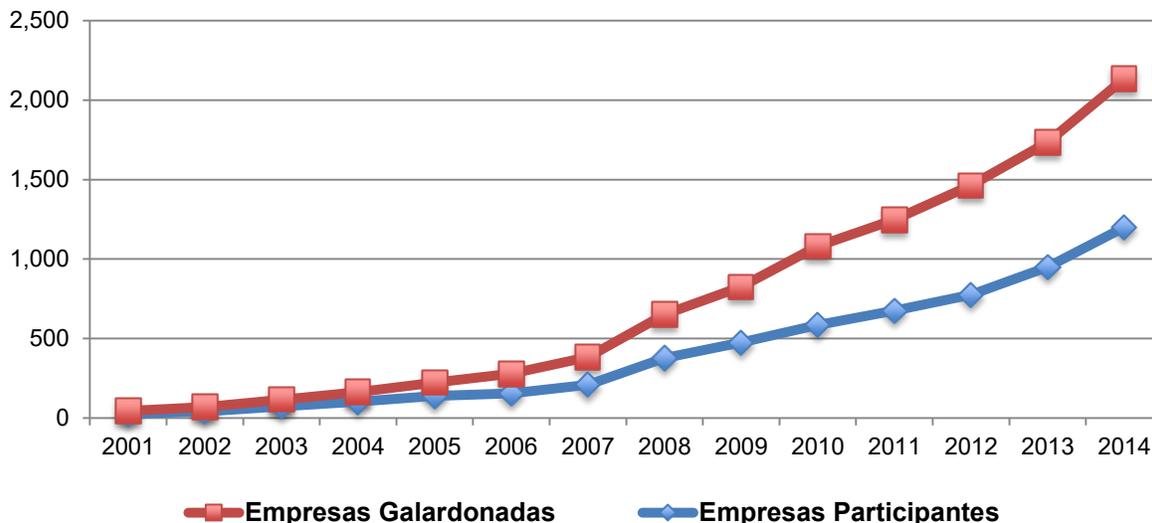
A continuación se presentan los **resultados obtenidos** por Cemefi sobre el número de Distintivos entregados desde su lanzamiento en el 2001 y hasta el 2014 (Ver Gráfica 1).

¹⁹ La escultura se entrega en los años 1 a 10, 11, 13, 15 y 16, y anualmente una placa que avala la obtención del Distintivo ESR correspondiente al año de participación y que se monta sobre una escultura multianual. Vid. Convocatoria del proceso de diagnóstico del Distintivo ESR 2016 (s.f.). Recuperado el 10 de Septiembre de 2015, de <http://www.cemefi.org/esr/images/2016/Convocatoria%20del%20proceso%20de%20diagnostico%20del%20Distintivo%20ESR2016.pdf>

²⁰ Consiste en una visita realizada por Cemefi a la empresa en la que esta expone sus programas y proyectos en materia de RSE, indicando sus principales logros y áreas de oportunidad. Una vez finalizada la visita, Cemefi dará una retroalimentación con recomendaciones a la empresa.

GRÁFICA 1

Número de empresas con el Distintivo ESR de Cemefi 2001-2014



Año	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Empresas Participantes	28	42	74	103	140	155	210	378	476	586	676	776	950	1,200
Ritmo de crecimiento	-	50%	76%	39%	36%	11%	35%	80%	26%	23%	15%	15%	22%	26%
Empresas Galardonadas	17	28	42	61	84	124	174	274	349	495	572	688	784	934
Ritmo de crecimiento	-	65%	50%	45%	38%	48%	40%	57%	27%	42%	16%	20%	14%	19%

Nota: En esta gráfica se muestra el número de empresas que han participado anualmente en el proceso de obtención del Distintivo ESR de Cemefi, así como el número de empresas galardonadas. Con relación al número de empresas participantes se observa una desaceleración en el % de ritmo de crecimiento en el periodo 2009-2012 y de las empresas galardonadas con el Distintivo se observan disminuciones significativas en los años 2009, 2011 y 2013, situación que podríamos imputar a la crisis económica mundial que comenzó en el 2008, sin embargo, los datos no son representativos como para poder establecer una relación.

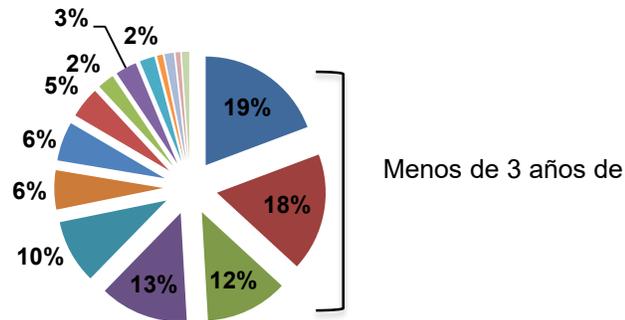
Fuente: VILLALOBOS, J. *Indicadores Experiencia Distintivo ESR. Foro Internacional de RedEAmérica, Vinculación Empresa-Comunidad* [en línea]. Chile: Foro Internacional de RedEAmérica Mesa #6, 2014 [fecha de consulta: 04 de Septiembre de 2014]. Disponible en: <http://www.redeamerica.org/Portals/0/Documentos/Foros/VI_Foro_%20Mesa6_Cemefi.pdf>

En la siguiente gráfica se exponen también el número de empresas que obtuvieron el Distintivo ESR en el 2014 pero indicando el año de permanencia en la iniciativa como reflejo de su experiencia (Ver Gráfica 2).

El listado de empresas que obtuvieron el Distintivo ESR en el 2014 se muestra en el Anexo 1.

GRÁFICA 2

Años de experiencia de las empresas con el Distintivo ESR 2014



Nota: En esta gráfica se observa que el número de empresas que tienen por lo menos 10 años o más de experiencia representa sólo el 9% del total, frente a un 49% que tiene menos de 3 años de experiencia.

Fuente: *Lista de empresas que obtuvieron el Distintivo ESR en 2014.* (s.f.). Recuperado el 05 de Septiembre de 2015, de <http://www.cemefi.org/servicios/noticias/rse/2598-lista-deempresas-que-obtuvieron-el-distintivo-esr.html>

Índice IPC Sustentable de la Bolsa Mexicana de Valores

El Índice IPC Sustentable de la Bolsa Mexicana de Valores (BMV) o también conocido como Índice Verde, es una iniciativa presentada en agosto de 2010 con el objetivo de generar un Índice de Sustentabilidad y Responsabilidad Social (ISRS) similar a los que utilizan las principales bolsas del mundo²¹. La finalidad de este índice es reunir a las empresas que cotizan en la BMV y que destacan en materia de sustentabilidad de acuerdo con los principios definidos por el Pacto Mundial.

Los tres pilares de esta iniciativa son:



- Sustentabilidad Ambiental.
- Responsabilidad Social.
- Gobierno Corporativo.

Los criterios de selección son los siguientes:

²¹ Por ejemplo, el *Dow Jones Sustainability Index* de Estados Unidos y el *FTSE4Good* de Inglaterra, los cuales operan desde el 2000 y analizan a más de 3,000 compañías alrededor del mundo con objeto de integrar una muestra de 300 cada una. Vid. Índice IPC Sustentable. (s.f.). Recuperado el 13 de Septiembre de 2015, de http://www.responsible.net/sites/default/files/presentacion_de_ipc_sustentable.pdf.

- a. Ubicarse por encima del promedio nacional de la puntuación que dan calificadoras como *Empowerment Responsible Investment* (EIRIS) y la Universidad Anáhuac del Sur, las cuales con base en su experiencia y metodologías de análisis, califican a las emisoras y dan sus recomendaciones para integrar la muestra. Ambas calificadoras seleccionaran a las emisoras que se encuentren por encima de la calificación promedio de 3,500 emisoras a nivel mundial con las que fueron comparadas. La evaluación se lleva a cabo tomando como base las siguientes ponderaciones (Ver Tabla 10):

TABLA 10
Ponderaciones de medición del IPC Sustentable de la BMV

Pilar	EIRIS	Universidad Anáhuac del Sur
Medio Ambiente	90%	10%
Responsabilidad Social	50%	50%
Gobierno corporativo	10%	90%

Fuente: Bolsa Mexicana. *Nota Metodológica del IPC Sustentable* [en línea]. México: Grupo BMV, 2015 [fecha de consulta: 13 de Septiembre de 2015]. Disponible en: <https://www.bmv.com.mx/es/Grupo_BMV/Mercado_responsabilidad_social/_rid/623/_mto/3/_act/download/doc/01NotaMet_IPC_Sustentable_Feb2014.pdf>

- b. Tener un mínimo de 30% de acciones flotantes y un valor de capitalización igual o mayor a 10 mil millones de pesos.
- c. Ubicarse en los primeros lugares de liquidez de acuerdo con el factor de rotación dentro de los criterios de selección para el Índice Compuesto de la BMV.

Los objetivos principales del IPC Sustentable son:

- a. Posicionar al mercado bursátil mexicano por su compromiso con cada uno de los pilares de la iniciativa.
- b. Fomentar que las emisoras adopten políticas de evaluación y medición de prácticas sustentables.
- c. Proyectar a nivel internacional a las emisoras comprometidas con la sustentabilidad.

- d. Fomentar la entrega de reportes de sustentabilidad para la toma de decisiones de los inversionistas.
- e. Posicionar a la BMV a nivel internacional en materia de sustentabilidad.

Actualmente son 34 empresas²² de un total de 143 empresas²³ que cotizan en la BMV las que han sido incluidas en la muestra y que tienen la obligación de adoptar mejores prácticas que les permitan alcanzar adecuados estándares en la materia.

El listado de empresas que forman parte de la muestra del IPC Sustentable de la BMV se muestra en el Anexo 2. En el mismo se incluye el listado completo de las empresas que actualmente cotizan y que por lo tanto son candidatos potenciales.

Norma Internacional ISO 26000, Guía de Responsabilidad Social

En el 2004, el Instituto Mexicano de Normalización y Certificación publicó la Norma Mexicana de Responsabilidad Social NMX-SAST-004-IMNC-2004, con el nombre de “Directrices para la implementación de un Sistema de Gestión de Responsabilidad Social”, con la finalidad de establecer los elementos necesarios para implementar un sistema de gestión de Responsabilidad Social en las organizaciones públicas y privadas. Es importante mencionar que esta norma fue una de las primeras que se realizaron sobre el tema a nivel nacional e internacional y que fue utilizada como referente para la creación de la ISO 26000. Para su elaboración participaron diferentes sectores, entre ellos: la industria, el gobierno, instituciones de educación superior e institutos de investigación. Los resultados fueron publicados en el Diario Oficial de la Federación (DOF) el 01 de marzo de 2005.

Fue hasta el 2011 que la Secretaría de Economía por conducto de la Dirección General de Normas, decidió adoptar una nueva norma titulada NMX-SAST-26000-

²² La muestra se encuentra vigente hasta el 02 de Febrero de 2016. Vid. Emisoras del IPC Sustentable [en línea]. México: Grupo BMV, 2015 [fecha de consulta: 13 de Septiembre de 2015]. Disponible en: <<http://bolsamexicanadevalores.com.mx/ipc-sustentable-bmv/>>

²³ Empresas listadas [en línea]. México: Grupo BMV, 2015 [fecha de consulta: 13 de Septiembre de 2015]. Disponible en: <<https://www.bmv.com.mx/es/emisoras/informacion-de-emisoras>>

IMNC-2011, que sustituyó a la norma anterior, además de que coincidía en su totalidad con la norma internacional ISO 26000 “Guía de Responsabilidad Social”. La vigencia de esta norma fue fijada a partir del 15 de agosto de 2012 y su objetivo principal fue el de animar a diferentes tipos de organizaciones para que adoptaran diferentes prácticas de RSE.

En el marco de la Norma Mexicana, la ISO 26000 abarca siete áreas centrales (Ver Figura 8), algunas de las cuales a pesar de ser abordadas por otro tipo de certificaciones como la ISO 14000 y la ISO14001, no han sido estructuradas de forma sistemática.

FIGURA 8
Áreas centrales de la ISO 26000



Fuente: ISO. *ISO 26000 visión general del proyecto* [en línea]. Ginebra, Suiza, 2010, p. 4 [fecha de consulta: 10 de Septiembre de 2015]. Disponible en: <http://www.iso.org/iso/iso_26000_project_overview-es.pdf>

En el 2012, el Centro para la Responsabilidad y Sustentabilidad de la Empresa (IdeaRSE) de la Universidad Anáhuac realizó el primer *ranking* empresarial en México, basado en la norma ISO 26000 evaluando a un total de 10 empresas (Ver Tabla 11).

TABLA 11

Primer *ranking* empresarial basado en la norma ISO 26000

Posición	Empresa	Puntos	Posición	Empresa	Puntos
1	BBVA	98.06	6	Banamex	89.85
2	Cemex	96.43	7	Volkswagen	88.40
3	Coca-Cola	95.76	8	Telmex	88.36
4	Bimbo	94.95	9	Ford	87.62
5	Puma	90.52	10	HSBC	87.45

Nota: La máxima calificación que pueden obtener las empresas bajo la norma ISO 26000 son 100 puntos.

Fuente: Elaboración propia con base en El Economista [en línea]: *Elaboran ranking con ISO 26000. México, 2012.* [fecha de consulta: 16 de Septiembre de 2015]. Disponible desde internet: <http://eleconomista.com.mx/industrias/2012/12/10/elaboran-ranking-iso-26000>

Great Place to Work



Se trata de un *ranking* anual de las mejores empresas para trabajar a nivel mundial o local, con el objetivo de distinguir a las empresas que se preocupan por el bienestar de sus colaboradores. *Great Place to Work* nació en Nueva York en 1981 a partir de una iniciativa que tenía por objeto escribir un libro sobre las 100 mejores empresas que existían para trabajar en América Latina. El resultado de la investigación realizada por los periodistas Robert Levering y Milton Moskowitz fue que para crear un excelente lugar de trabajo importaban más las relaciones de calidad que los beneficios o programas que se daban a los colaboradores. Con base en estas ideas fue creado el *Great Place to Work Institute* que trabaja en la actualidad con más de 5,500 organizaciones a nivel mundial y que representan a más de 10 millones de colaboradores²⁴.

En la actualidad *Great Place to Work* tiene presencia en 45 países con una audiencia de más de 25 millones de lectores a través de medios de comunicación

²⁴ *Nuestra historia.* (s.f.). Recuperado el 13 de Septiembre de 2015, de <http://www.greatplacetowork.com.mx/acerca-de-nosotros/nuestra-historia>

como The *Financial Times* en el Reino Unido y la Revista *Fortune* en Estados Unidos²⁵.

Entre los beneficios que pueden obtener las empresas que se encuentran en el *ranking* se encuentran:

1. Tener un 50% menos de rotación de personal.
2. Generar un retorno 2 veces superior.
3. Obtener resultados hasta 2 veces mayores que el mercado en general.
4. Incrementar el índice *Trust Index*²⁶ a más de la mitad.
5. Aumentar las ganancias hasta por 12 veces.

Los requisitos de participación son los siguientes:

- Que la empresa tenga al menos 20 colaboradores, sin embargo para ser incluidos dentro del *ranking* deberá tener al menos 50.
- Distribuir entre todos los empleados el *Trust Index*, el cual deberá ser resuelto de manera anónima.
- Presentar información sobre los programas de la organización a través de la Auditoría de Cultura o *Culture Audit*²⁷.

Los resultados para incluir o no a una empresa se basan en un 75% en los resultados del *Trust Index* y en un 25% en los resultados del *Culture Audit*.

En los *rankings* realizados en México en el 2014 calificaron un total de 100 empresas de entre 50 a 500 colaboradores, 100 empresas con más de 500 colaboradores y 17 empresas con más de 5,000 colaboradores, los cuales pueden ser consultados en el Anexo 3.

²⁵ Ídem.

²⁶ El *Trust Index* es un modelo de encuesta que tiene por objeto medir el nivel de confianza de los colaboradores, además de recabar recomendaciones específicas que consideran que pueden mejorar su lugar de trabajo (*Great Place to Work*, 2015).

²⁷ El *Culture Audit* es un cuestionario que brinda información sobre los sistemas de valoración, programas y prácticas de cada empresa que expresan en suma su cultura (*Great Place to Work*, 2015).

Global Reporting Initiative

El *Global Reporting Initiative* es una organización internacional que tiene como misión elaborar y difundir la Guía para la Elaboración de memorias de Sostenibilidad. Fue fundada en 1997 como una iniciativa conjunta de CERES (*Coalition for Environmentally Responsible Economies*) y por el Instituto Tellus. Desde entonces han sido publicadas cuatro generaciones de guías, siendo la última versión la G4, que tiene por objeto que cualquier tipo de empresas puedan elaborar reportes de sustentabilidad de mayor calidad.



Los principios para la elaboración de este tipo de reportes son de dos tipos, unos sirven para determinar el contenido del reporte y otros para determinar la calidad del reporte (Ver Tabla 12).

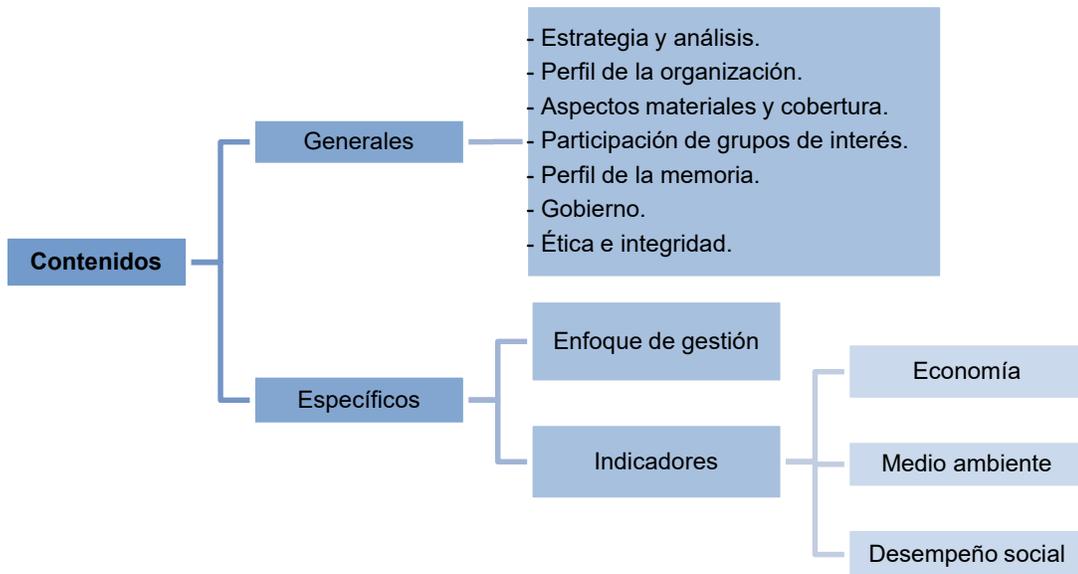
TABLA 12
Principios de elaboración de reportes GRI-G4

Contenido	Calidad
Participación de grupos de interés	Equilibrio
Contexto de sostenibilidad	Comparabilidad
Materialidad	Precisión y Puntualidad
Exhaustividad	Claridad y Fiabilidad

Fuente: *Global Reporting Initiative* [en línea]: *Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad*. Ámsterdam, 2015, pp. 16-18. [fecha de consulta: 20 de Septiembre de 2015]. Disponible desde internet: <<https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/Spanish-G4-Part-One.pdf>>

A continuación se presenta una figura con los contenidos de los reportes de sostenibilidad elaborados en el marco de esta guía (Ver Figura 9):

FIGURA 9
Contenidos de los reportes GRI-G4



Fuente: *Global Reporting Initiative* [en línea]: Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad. Ídem, pp. 16-18.

En la actualidad son 8,764 organizaciones alrededor del mundo las que realizan sus reportes de sostenibilidad basándose en el G4, de las cuales 11 son empresas ubicadas en México de acuerdo con los datos publicados en el sitio web de la organización²⁸.

El listado de las empresas en México que elaboraron su reporte de sostenibilidad utilizando el modelo G4 en el 2014 se muestra en el Anexo 4.

Distintivo Empresa Familiarmente Responsable



Este distintivo es otorgado por la Secretaría del Trabajo y Previsión Social (STPS) para reconocer a las empresas que han implementado prácticas que promuevan el equilibrio entre la vida laboral y la integración familiar. Las empresas que se hacen acreedoras a este reconocimiento deben llevar a cabo buenas prácticas laborales

²⁸ *Sustainability Disclosure Database* (s.f.). Recuperado el 21 de Septiembre de 2015, de <http://database.globalreporting.org/search>

en materia de equidad de género, prevención y combate contra la violencia y hostigamiento sexual en los lugares de trabajo.

En el 2014 la STPS entregó un total de 340 distintivos a diferentes empresas que concentraron a un total de 85,103 trabajadores²⁹. El distintivo cuenta con una vigencia de 3 años (2014-2016) contados a partir de la fecha de acreditación.

Los requisitos para obtenerlo son:

- Cédula de evaluación debidamente llenada y firmada, a través de la cual el centro de trabajo obtendrá una calificación previa.
- Cédula de registro.
- Solicitud por escrito de la visita de verificación del Comité Operativo.
- Copia de los documentos que contengan evidencia de las buenas prácticas laborales.
- Comunicado sobre las demandas laborales recibidas en los últimos 24 meses y los motivos de las mismas.
- Copia del Acta Constitutiva del centro de trabajo.

Distintivo de Empresa Incluyente



Este distintivo también conocido con el nombre de “Gilberto Rincón Gallardo” también es entregado por la STPS y busca reconocer a los centros de trabajo que llevan a cabo buenas prácticas laborales en materia de igualdad de oportunidades, de inclusión, de desarrollo y de no discriminación a favor de las personas que se encuentran en situación de vulnerabilidad como adultos mayores, personas con discapacidad física, personas con VIH o con diferente orientación sexual. Este reconocimiento surgió en el 2005 como “Reconocimiento Empresa Incluyente” considerando dentro de la población objetivo a personas con discapacidad y adultos mayores. Fue en el 2008 que la STPS decidió reformular los lineamientos

²⁹ Secretaría del Trabajo y Previsión Social [en línea]: *Entrega STPS Distintivo “Empresa Familiarmente Responsable” 2014, Boletines y Comunicados*. México, 2015. [fecha de consulta: 17 de Septiembre de 2015]. Disponible desde internet: http://www.stps.gob.mx/bp/secciones/sala_prensa/boletines/2015/marzo/bol_386.html.

para aumentar el nivel de competencia, convirtiéndose en el Distintivo Empresa Incluyente “Gilberto Rincón Gallardo”; ya en el 2011 y derivado de la información proporcionada por la Encuesta Nacional sobre Discriminación del 2010 realizada por el Consejo Nacional sobre Discriminación en México (CONAPRED), fueron ampliados los grupos en situación de vulnerabilidad considerados.

En el periodo 2005-2013 fueron reconocidos un total de 1,083 empresas con un total de 665,524 trabajadores, de los cuales el 2.5% (16,305) eran personas en situación de vulnerabilidad³⁰. El Distintivo cuenta con una vigencia de 3 años contados a partir de la fecha de acreditación.

Los requisitos para obtenerlo son:

- Cumplir con un mínimo de personas en situación de vulnerabilidad, que tengan por lo menos 1 año de antigüedad y que se encuentren en igualdad de condiciones que el resto del personal (Ver Tabla 13).
- Contar con buenas prácticas de inclusión laboral, en beneficio de este grupo de personas.
- Autorizar las visitas del Comité Técnico Evaluador, así como la publicación de sus buenas prácticas.
- No contar con quejas por parte de sus trabajadores presentadas ante instancias federales o locales, sobre discriminación, violencia laboral, hostigamiento o violación de derechos humanos.
- Tener documentadas las buenas prácticas en materia de inclusión laboral.
- Entregar a la Delegación Federal del Trabajo el expediente completo de conformidad con lo establecido en los Lineamientos de la STPS³¹.

³⁰ Secretaría del Trabajo y Previsión Social [en línea]: *Distintivo “Gilberto Rincón Gallardo*. México, 2014, p. 3. [fecha de consulta: 20 de Septiembre de 2015]. Disponible desde internet: http://www.stps.gob.mx/bp/micrositios/beneficios_fiscales/DEI%202014.pdf.

³¹ Los lineamientos para la entrega de este distintivo pueden ser consultados en el sitio *web* de la STPS.

TABLA 13
Distintivo “Gilberto Rincón Gallardo”

Total de trabajadores en el centro laboral	Número de trabajadores vulnerables
2-20	1
21-50	2
51-100	5
101-250	10
251-500	15
501-2000	20
2001 en adelante	2%

Fuente: Secretaría del Trabajo y Previsión Social [en línea]: *Lineamientos del Distintivo “Gilberto Rincón Gallardo”*. México, 2012, p. 2. [fecha de consulta: 23 de Septiembre de 2015]. Disponible desde internet: <http://www.stps.gob.mx/bp/anexos/empresa2012/LINEAMIENTOS%20DEI%202012.pdf>.

Es importante mencionar que para la entrega de este reconocimiento, la Dirección General para la Igualdad Laboral debe solicitar a la Procuraduría Federal de la Defensa del Trabajo (PROFEDET) y a la CONAPRED antecedentes sobre la empresa, información que será tomada en cuenta al momento de decidir que centros de trabajo recibirán el distintivo.

Modelo de Equidad de Género

Es un sistema de gestión con perspectiva de género entregado por el Instituto Nacional de las Mujeres (INMUJERES) y que es certificable. Su objetivo es brindar diversas herramientas a las empresas, instituciones públicas y organizaciones sociales, para que asuman un compromiso de igualdad entre hombres y mujeres, desde la detección de situaciones de inequidad y su solución respectiva, hasta la implementación de buenas prácticas dentro de las organizaciones.



El Modelo de Equidad de Género fue uno de los trabajos que formaron parte del proyecto “Generosidad”, acordado entre el Gobierno de México y el Banco Mundial en el 2002. El Gobierno de México designó a INMUJERES como ejecutor responsable del proyecto, por ser la entidad que tiene a su cargo la equidad de

género. A pesar de que el proyecto “Generosidad” concluyó en el 2005, este modelo fue integrado en el 2006 como una Política Pública Federal.

De acuerdo con el sitio *web* de esta entidad, en la actualidad existen 220 empresas certificadas, con vigencia hasta el 31 de diciembre de 2015³².

1.5. Panorama actual de la RSE en México y el mundo

Como ya tuvimos oportunidad de comentar desgraciadamente uno de los principales elementos que han mermado el desarrollo de la RSE en México es la confusión que sigue existiendo entre lo que es el comportamiento socialmente responsable y las prácticas de asistencialismo, sin embargo, otros de los obstáculos que podemos encontrar son: la falta de información estadística y mejores prácticas que permita a las empresas adelantar el camino ya recorrido por empresas ubicadas en países como Brasil, Estados Unidos y en términos generales en los países del Occidente de Europa; y la situación económica y social que vive el país, por ejemplo, en términos económicos, el PIB de México en el 2014 fue de \$2.143 billones de USD (No. 15 a nivel mundial) pero con un crecimiento real de solo 2.1% con respecto al 2013 (No. 115 a nivel mundial)³³ y situado por debajo de otros países de la región de América Latina y el Caribe (ALyC) como República Dominicana, Panamá, Bolivia, Nicaragua, Colombia, Paraguay, Guatemala, Ecuador, Costa Rica, Uruguay, Honduras, Haití y Perú, esto como resultado de una pérdida de credibilidad en el exterior debido principalmente a situaciones como la bajada de los precios del petróleo que fortaleció al dólar y los problemas de inestabilidad social (Ver Tabla 14). Con relación al PIB *per cápita* este se registró en \$10,326 USD anuales (No. 60 a nivel mundial) pero situado solo por debajo de países como Uruguay, Panamá y Costa

³² Instituto Nacional de las Mujeres. *Organizaciones certificadas en el Modelo de Equidad de Género con vigencia hasta el 31 de Diciembre 2015* [en línea]. México, 2015 [fecha de consulta: 25 de Septiembre de 2015]. Disponible desde internet: <http://inmujeres.gob.mx/inmujeres/images/stories/programas/meg/2015/listado-de-organizaciones-certificadas-vigentes-11082015.pdf>.

³³ *Crecimiento del PIB (% anual)*. (s.f.). Recuperado el 05 de Octubre de 2015, de http://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GDP.MKTP.KD.ZG/countries?order=wbapi_data_value_2014%20wbapi_data_value%20wbapi_data_value-last&sort=desc&display=default

Rica (Ver Tabla 15)³⁴, situación que se explica porque en comparación al resto de los países del grupo México tiene en términos generales un mejor nivel de vida.

TABLA 14
Crecimiento del PIB en 14 países de la región ALyC 2014

País	2011	2012	2013	2014
República Dominicana	2.8	2.6	4.8	7.3
Panamá	10.8	10.2	8.4	6.2
Bolivia	5.2	5.2	6.8	5.4
Nicaragua	6.2	5.1	4.5	4.7
Colombia	6.6	4	4.9	4.6
Paraguay	4.3	-1.2	14.2	4.4
Guatemala	4.2	3	3.7	4.2
Ecuador	7.9	5.2	4.6	3.8
Costa Rica	4.5	5.2	3.4	3.5
Uruguay	5.2	3.3	5.1	3.5
Honduras	3.8	-3	2.6	3.5
Haití	5.5	2.9	4.2	2.7
Perú	6.5	6	5.8	2.4
México	4	4	1.4	2.1

Fuente: *Crecimiento del PIB (% anual)*. (s.f.). Recuperado el 05 de Octubre de 2015, de http://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GDP.MKTP.KD.ZG/countries?order=wbapi_data_value_2014%20wbapi_data_value%20wbapi_data_valuelast&sort=desc&display=default

En términos sociales, la población de México en el mismo año fue de 120,286,655 personas³⁵, con una Población Económicamente Activa de 52.9 millones (No. 13 a nivel mundial)³⁶, una tasa de subempleo del 25% (No. 45 a nivel mundial)³⁷ y una población por debajo de la línea de pobreza del 52.3%³⁸, acompañada de situaciones de desigualdad, marginación y exclusión.

³⁴ *PIB per cápita (US\$ a precios actuales)*. (s.f.). Recuperado el 08 de Octubre de 2015, de http://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GDP.PCAP.CD?order=wbapi_data_value_2014+wbapi_data_value+wbapi_data_value-last&sort=desc

³⁵ *The World Factbook, North America: México*. (s.f.). Recuperado el 21 de Septiembre de 2015, de <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/mx.html>

³⁶ Ídem.

³⁷ Ídem.

³⁸ Ídem.

Con relación al Índice de Desarrollo Humano (IDH)³⁹ México se ubicó en el 2013 en el lugar No. 71 de un total de 187 países con un resultado de 0.756⁴⁰ (Ver Gráfica 3), mismo que a pesar de haber ido en aumento desde 1980 (año de creación de este indicador) su crecimiento se ha visto desacelerado como consecuencia de la situación económica y social que vive el país.

TABLA 15
PIB per cápita en 14 países de la región ALyC 2014

País	2011	2012	2013	2014
Uruguay	\$14,166.6	\$15,127.6	\$16,879.5	\$16,806.8
Panamá	\$9,036.0	\$10,138.5	\$11,206.4	\$11,948.9
Costa Rica	\$8,963.7	\$9,733.4	\$10,461.6	\$10,415.4
México	\$9,715.1	\$9,703.4	\$10,172.7	\$10,325.6
Colombia	\$7,227.8	\$7,885.1	\$8,028.0	\$7,903.9
Perú	\$5,731.3	\$6,388.8	\$6,603.8	\$6,541.0
Ecuador	\$5,223.4	\$5,702.2	\$6,051.6	\$6,345.8
República Dominicana	\$5,820.4	\$5,967.0	\$5,968.7	\$6,163.6
Paraguay	\$3,983.5	\$3,858.0	\$4,497.4	\$4,712.8
Guatemala	\$3,166.6	\$3,278.6	\$3,432.0	\$3,673.1
Bolivia	\$2,377.7	\$2,645.3	\$2,948.0	\$3,124.1
Honduras	\$2,323.8	\$2,395.1	\$2,356.5	\$2,434.8
Nicaragua	\$1,679.7	\$1,779.9	\$1,825.0	\$1,963.1
Haití	\$740.9	\$766.9	\$810.3	\$824.2

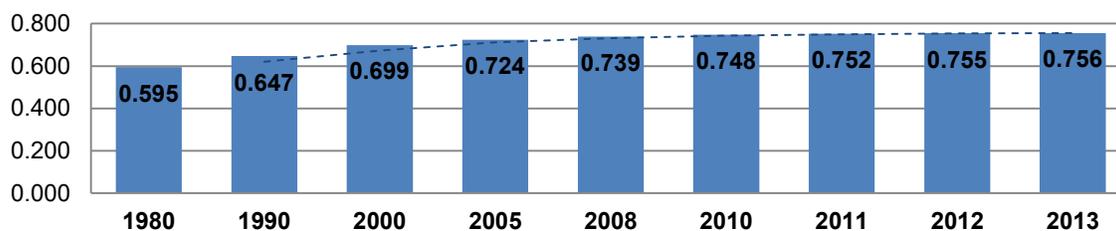
Fuente: PIB per cápita (US\$ a precios actuales). (s.f.). Recuperado el 08 de Octubre de 2015, de http://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GDP.PCAP.CD?order=wbapi_data_value_2014+wbapi_data_value+wbapi_data_value-last&sort=desc

³⁹ Indicador creado por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) en 1980 con el fin de determinar el nivel de desarrollo de un país. Este indicador mide tres variables: Esperanza de vida al nacer, Educación y PIB per cápita. El resultado de la suma de estos indicadores se ubican entre 0 y 1, siendo 0 el más bajo y 1 el más alto. La clasificación de los países se realiza en tres grupos: Países con alto grado de desarrollo con índices superiores a 0.80, países con mediano desarrollo humano con índices entre 0.50 y 0.70 y países con bajo grado de desarrollo con índices inferiores a 0.49. En el caso de México los resultados en el 2013 por indicador fueron los siguientes: Esperanza de vida al nacer de 77.5 años, años esperados de escolaridad de 8.47 y PIB per cápita de 15,854 dólares anuales.

⁴⁰ México, *Human Development Indicators*. (s.f.). Recuperado el 21 de Octubre de 2015, de <http://hdr.undp.org/en/countries/profiles/MEX>

GRÁFICA 3

Evolución del Índice de Desarrollo Humano en México 1980-2013



Fuente: Elaboración propia con base en *México, Human Development Indicators*. (s.f.). Recuperado el 21 Octubre de 2015, de <http://hdr.undp.org/en/countries/profiles/MEX>

Lo anterior es síntoma de que en México es necesario reorientar las políticas y programas referidos a los problemas sociales, a través de nuevas formas de gestión empresarial. Sin embargo, para ello es importante revisar cómo se encuentran distribuidas las empresas en México, con objeto de poder entender la situación contextual en la que se desempeñan.

De acuerdo con el último Censo Económico realizado por el INEGI en el 2014⁴¹, el número de empresas constituidas en México fue de 5,654,014 con una población ocupada de 29,642,421 empleados, de las cuales 401,277 iniciaron actividades ese mismo año con una población ocupada de 672,290 (Ver Tabla 16).

TABLA 16

Número de Empresas versus Personal Ocupado México 2014

Inicio de Actividades	Número Empresas	Personal Ocupado
Antes del 2014	5,252,737	28,970,131
En el 2014	401,277	672,290
Total	5,654,014	29,642,421

Fuente: Ver cita 38, p. 66.

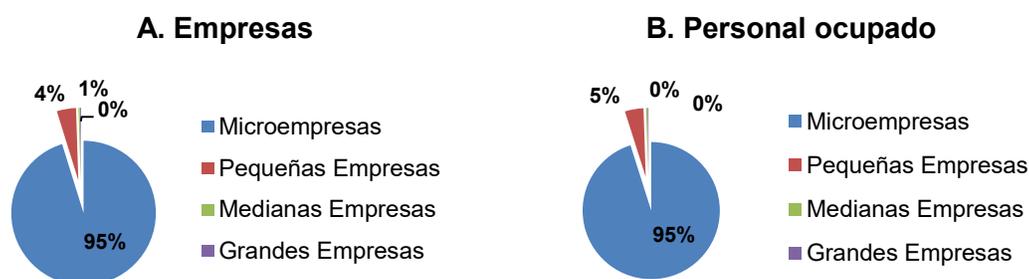
De estos resultados es destacable que el 95.2% eran microempresas con una población ocupada de 4.8 millones, mientras que solo el 0.2% eran empresas

⁴¹ *Censos Económicos 2014. Resultados Definitivos*. (s.f.). Recuperado el 22 de Septiembre de 2015, de http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/ce/ce2014/default.aspx?_file=/est/contenidos/proyectos/ce/ce2014/doc/presenta_ronace14.pdf

grandes con una población ocupada 10,288⁴² (Ver Gráfica 4), lo que representa un obstáculo más en el desarrollo de la RSE reconociendo que el alcance e impacto que tiene el grueso de las empresas en el país es inferior hablando en términos económicos. Con relación al periodo 2004-2009 evaluado por INEGI se observó que la tasa de crecimiento en el número de empresas fue del 3.7%, mientras que en el periodo 2009-2012 fue tan solo del 1.9%. Estos resultados fueron equiparables al crecimiento de la población ocupada, lo cual mostró un crecimiento del 3.6% en el periodo 2004-2009, mientras que en el periodo 2009-2014 solo fue del 1.5% (Ver Gráfica 5).

GRÁFICA 4

Número de empresas y personal ocupado por tipo de empresa en México

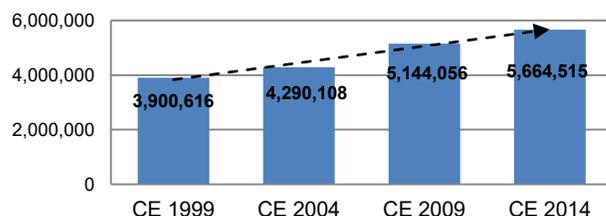


Fuente: Elaboración propia con base en *Censos Económicos 2014. Resultados Definitivos*. Ídem.

GRÁFICA 5

Crecimiento en el número de empresas y personal ocupado en México

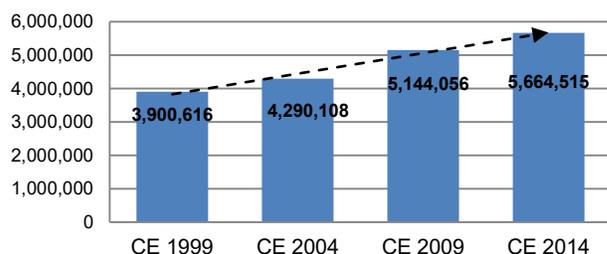
A. Empresas



Periodo	Tasa Media de Crecimiento Anual Empresas (%)
1999-2004	1.9
2004-2009	3.7
2009-2014	1.9

⁴² Ídem.

B. Personal ocupado



Período	Tasa Media de Crecimiento Anual Personal Ocupado (%)
1999-2004	4.8
2004-2009	3.6
2009-2014	1.5

Fuente: Elaboración propia con base en *Censos Económicos 2014. Resultados Definitivos*. Ídem.

Referente al número de establecimientos por tipo de actividad el 42.2% perteneció al sector de servicios y que el 42.7% tenía 5 años o menos de existencia (Ver Gráfica 6), observando a su vez que entre más grande era el tamaño de la empresa, su tiempo de vida era también mayor (Ver Gráfica 7), lo cual representa un factor adicional para el desarrollo de la RSE, dado que a menor tiempo de existencia y menor tamaño también es inferior el alcance e impacto que pueden tener este tipo de prácticas.

GRÁFICA 6

Porcentaje de empresas por tipo de actividad y longevidad en México

A. Tipo de Actividad

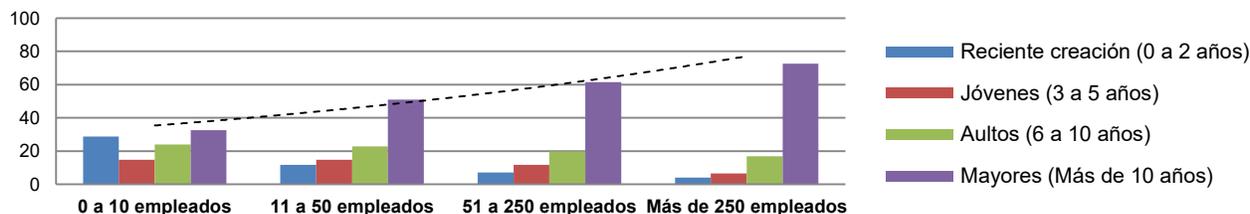


B. Longevidad



GRÁFICA 7

Longevidad relacionada con el tamaño de las Empresas

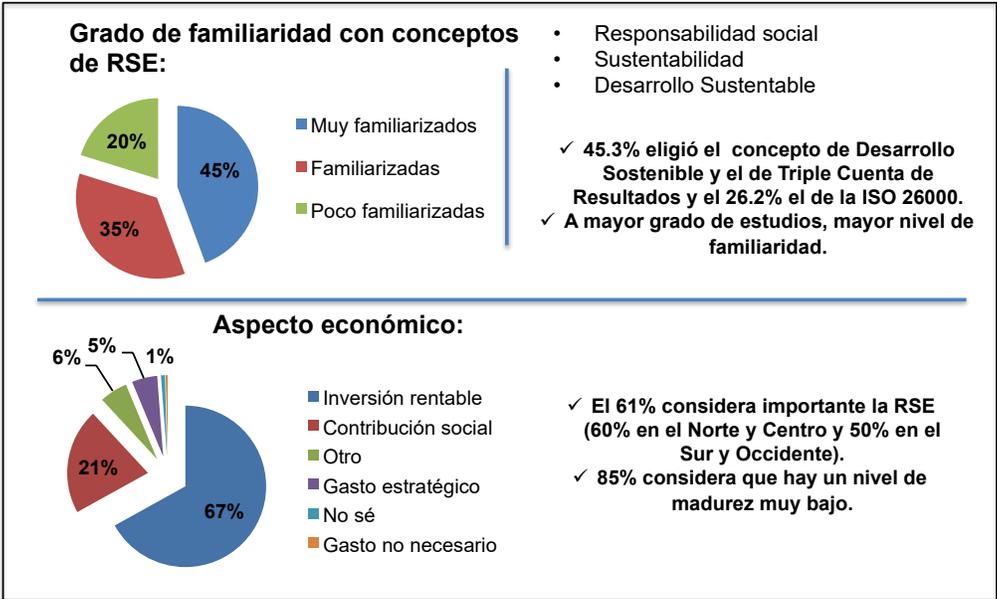


Fuente: Elaboración propia con base en *Censos Económicos 2014. Resultados Definitivos*. Ídem.

Con el afán de tener un referente adicional sobre el panorama que tiene la RSE en el país a través de la visión de las propias empresas, decidimos revisar los resultados obtenidos en el estudio titulado “Panorama de la Responsabilidad Social en México” realizado por ResponSable⁴³, una agencia de Responsabilidad Social en México que se dedica a asesorar y capacitar a organizaciones sobre estos temas. Cabe señalar que este estudio ha sido el primero en su tipo en el país por lo que la información que presenta nos ha sido de gran utilidad para saber cómo se está aplicando la RSE. En total participaron 1,645 personas como representantes de 839 empresas de diferentes tamaños y sectores a nivel nacional.

A continuación se presenta un resumen general de los resultados obtenidos en cada una de las áreas de estudio (Ver Cuadros 10-15).

CUADRO 10
El concepto de Responsabilidad Social en México 2013



Nota: Respondieron en promedio un total de **1,500 personas**, de los cuales el 35% se encontró poco familiarizado con los conceptos de RSE, sin embargo, el nivel de comprensión aumento mientras más alto era el grado de estudios. En el aspecto económico el 67% consideró que la RSE era una inversión rentable, pero esta visión fue diferente en cada región según las condiciones de cada una, por ejemplo, en el norte y centro

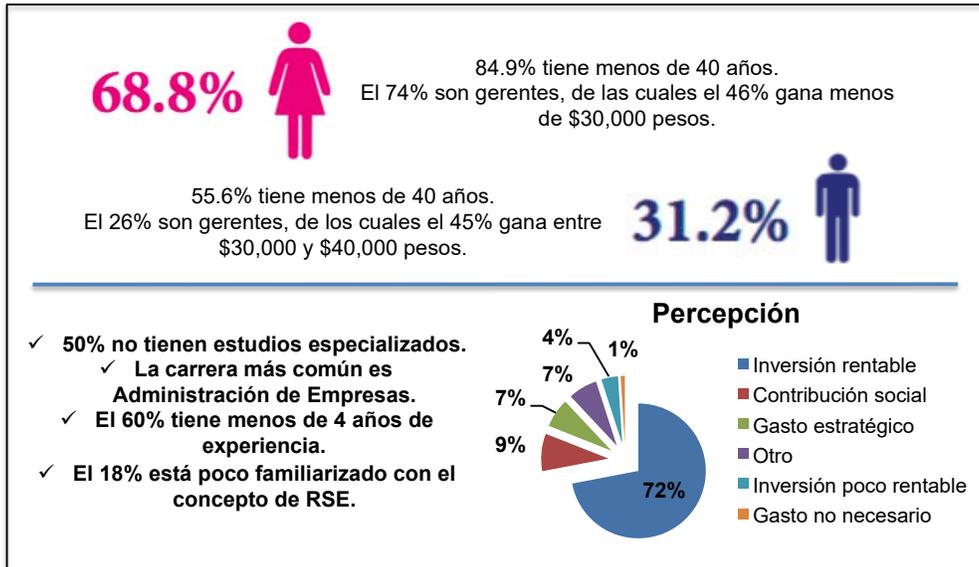
⁴³ *Panorama de la Responsabilidad Social en México* [en línea]. México: ResponSable, 2013, 1: 12-105. [fecha de consulta: 01 Octubre de 2015]. Disponible en: <http://www.responsable.net/estudios/mexico/Panorama_responsabilidad_social_2013.html>

del país fue mayor porque hay una actividad empresarial más intensiva, a diferente del sur y occidente donde hay mayores niveles de pobreza.

Fuente: Elaboración propia con base en Panorama de la Responsabilidad Social en México *Ídem*,. pp. 34-38.

CUADRO 11

Perfil de los encargados de Responsabilidad Social en México 2013

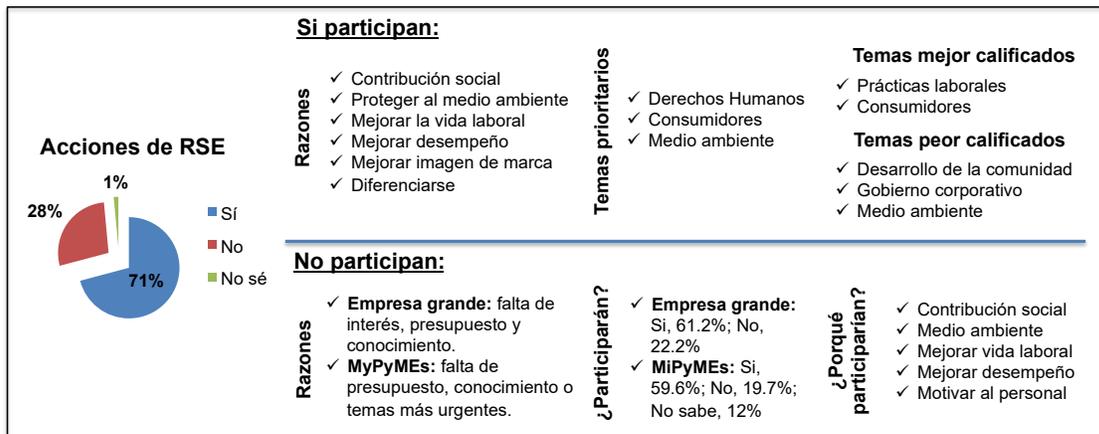


Nota: El encargado de RSE debe ser considerado como un puesto estratégico en las empresas, sin embargo, solo fueron identificados **144 encargados** de las 843 empresas participantes. Del total de los encargados la mayoría realizaba otro tipo de actividades, además de que su nivel de especialización era aún bajo, situación que no sorprende porque los programas de RSE en las universidades son recientes.

Fuente: Elaboración propia con base en Panorama de la Responsabilidad Social en México, *Ídem*,. pp. 42-47.

CUADRO 12

Alcance de la Responsabilidad Social en México 2013



Nota: Respondieron en total **807 personas**.

Fuente: Elaboración propia con base en Panorama de la Responsabilidad Social en México, *Ídem*, pp. 50-56.

CUADRO 13

Estructura de la Responsabilidad Social de las empresas en México 2013



Nota: Respondieron un total de **176 empresas**, 66 grandes y 110 MiPyMEs, de las cuales se destaca que las que tenían un área designada a cargo, la RSE no era su única tarea. En temas de presupuesto a pesar de que las MiPyMEs invirtieron una menor cantidad en actividades de RSE, no gastaron tanto en distintivos y *rankings* (18% vs 55%) y en estrategias de comunicación (16% vs 31%) como lo hicieron las empresas grandes.

Fuente: Elaboración propia con base en Panorama de la Responsabilidad Social en México *Ídem*, pp. 58-68.

CUADRO 14

Partes interesadas de las empresas en México 2013



Nota: Respondieron un total de **271 personas**, de las cuales la mayoría no eran encargados de RSE por lo que desconocieron aspectos fundamentales, situación que refleja que el proceso no esta siendo aplicado de manera transversal en las empresas.

Fuente: Elaboración propia con base en Panorama de la Responsabilidad Social en México *Ídem*, pp. 70-76.

CUADRO 15

Implementación de la Responsabilidad Social en México 2013

Identificación de acciones	<ul style="list-style-type: none">✓ Empresa grande: Valores de la empresa, 84% y estrategia de negocio, 54%.✓ MiPyME: Valores de la empresa, 72% y estrategia de negocio, 33%.
Acciones para involucrar a los colaboradores	<ul style="list-style-type: none">✓ Empresa grande: Participación en programas, 70.6%; comunicación, 69.7%.✓ MiPyME: Participación en programas, 39.2%; comunicación, 38.2%.
Barreras para aplicar la RSE	<ul style="list-style-type: none">✓ Empresa grande: Falta de visión, 46%; falta de interés, 40%.✓ MiPyME: Falta de presupuesto, 39%; falta de visión, 38%.

Nota: Respondieron un total de **248 empresas**, 92 grandes y 156 MiPyMEs, de las cuales la reflexión principal se centra en que para que la implementación de RSE sea exitosa, es necesario identificar las acciones más adecuadas según el tipo de empresa, sin embargo, de acuerdo con los resultados obtenidos, gran parte de las empresas se encuentran en las primeras etapas del proceso.

Fuente: Elaboración propia con base en Panorama de la Responsabilidad Social en México, *Ídem*, pp. 70-76.

En lo que respecta al estado de cuestión de la RSE en el mundo, son varias las instituciones que han contribuido con su desarrollo e implementación, lo que nos deja ver el grado de avance que existe en comparación con el trabajo realizado en Latinoamérica, sin embargo, para efectos de tener una visión general de las principales vertientes que existen en la materia, mencionaremos las más importantes de esta región, así como las de Europa y Estados Unidos⁴⁴.

a. Latinoamérica

En el resto de Latinoamérica como en México la Responsabilidad Social ha tenido sus cimientos en creencias religiosas de carácter individual, a pesar de que poco a poco se ha ido avanzando en el tema. Sin embargo, para poder evaluar el estado actual de la RSE en la región es importante considerar que las prioridades de Latinoamérica con respecto a las de Europa o Estados Unidos son diferentes, por ejemplo, los derechos laborales, la alta desigualdad en los ingresos de los ciudadanos, el cambio climático y la exclusión laboral, son temas urgentes para Latinoamérica. Sin embargo, para su adecuado tratamiento a través de la vía de

⁴⁴ *El ABC de la Responsabilidad Social Empresarial en Chile y el Mundo* [en línea]. Chile: Acción Empresarial, 2003, pp. 19-20 [fecha de consulta: 14 de Octubre de 2015]. Disponible en: <http://www.culturadelalegalidad.org.mx/recursos/Contenidos/EstudiosAcademicosyEstadisticos/documentos/El%20ABC%20de%20la%20Responsabilidad%20Social%20Empresarial%20en%20Chile%20y%20en%20el%20Mundo.pdf>.

la RSE es necesario que se cumplan con ciertos aspectos, entre las que destacan: la existencia de un marco regulatorio y fiscal óptimos, una mayor capacidad institucional, una gobernabilidad corporativa más fuerte, así como mercados financieros más estables.

Lo anterior no quiere decir que no existan condiciones que favorezcan el desarrollo de la RSE, entre las que destacan: la existencia de líderes empresariales en la región, el aprendizaje obtenido por el impacto negativo que han sufrido algunas empresas a causa de sus comportamientos irresponsables y la presión ejercida por la sociedad civil. Es por esta razón que desde finales de la década de los 90 han surgido diferentes organizaciones que han obtenido resultados destacables, entre las que destacan:



- El *World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD), que impulso la creación de *Forum Empresa*, conformada por 20 organizaciones con presencia en Argentina, Bolivia, Brasil, Canadá, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Puerto Rico, Estados Unidos, Uruguay y Venezuela⁴⁵.
- El Instituto Ethos de Brasil, conformada por más de 1,300 empresas que representan el 35% del PIB de este país⁴⁶.
- IARSE en Argentina, conformada en la actualidad por 125 empresas⁴⁷.
- AccionRSE en Chile, constituido en la actualidad por 167 empresas⁴⁸.

⁴⁵ VIVES, A., and PEINADO-VARA, E. *La Responsabilidad Social de la Empresa en América Latina*. Banco Interamericano de Desarrollo. [en línea]. Washington: Fondo Multilateral de Inversiones, Banco Interamericano de Desarrollo, 2011, p. 70. [fecha de consulta: 18 de Octubre de 2015]. Disponible en: <http://www10.iadb.org/intal/intalcdi/PE/2011/08342.pdf>.

⁴⁶ Ídem.

⁴⁷ *Quiénes somos*. (s.f.). Recuperado el 18 de Octubre de 2015, de <http://www.iarse.org/quienes-somos.php>.

- Perú 2021, que forma parte del WBCSD y *Forum Empresa*⁴⁹.
- CentraRSE en Guatemala, que cuenta con más de 100 empresas asociadas⁵⁰.
- Fundemas en El Salvador, empresa pionera en la región pero que actualmente reúne a 102 empresas⁵¹.

Algunas de las organizaciones antes mencionadas son apoyadas también por organismos internacionales como el Banco Mundial, la Organización de los Estados Americanos (OEA) y el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) a través del Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN).

b. Europa

A pesar de que la situación de la RSE es diferente en cada país de Europa, si comparamos a toda la región con Latinoamérica las diferencias son notables, principalmente por su carácter supranacional, la existencia de un Estado de bienestar, la presencia de instituciones fuertes que tienen una mayor capacidad de cubrir las necesidades de los ciudadanos – al menos en comparación a la región de Latinoamérica donde el sector privado debe hacerse cargo-, la regulación de los mercados, además de que los grupos de interés tienen mayores oportunidades de participar en los procesos de toma de decisiones.



Una de las iniciativas de RSE que destaca en la región es el trabajo realizado por el *Corporate Social Responsibility-Europe (CSR-Europe)* conformado en la actualidad por 44 organizaciones nacionales empresariales que trabajan a su vez con más de 10,000 compañías y *stakeholders* clave en 30 países de Europa⁵². En el 2001, el *CSR Europe* publicó el famoso “Libro Verde”, mismo que se convertiría

⁴⁸ *Empresas social.* (s.f.). Recuperado el 18 Octubre de 2015, de <http://www.accionrse.cl/index.php?op=empresas-socias>. Consultado: 18/10/2015.

⁴⁹ *Historia de nuestra fundación.* (s.f.). Recuperado el 18 Octubre de 2015, de <http://www.peru2021.org/principal/categoria/sobre-peru-2021/16/c-16>

⁵⁰ *¿Qué es CentraRSE?.* (s.f.). Recuperado el 18 octubre de 2015, de http://centrarse.org/?page_id=11

⁵¹ *Socios.* (s.f.). Recuperado el 18 Octubre de 2015, de <http://www.fundemas.org/quienes-somos/socios>

⁵² *National Partner Organizations.* (s.f.). Recuperado el 18 Octubre de 2015, de <http://www.csreurope.org/national-partner-organisations>

más adelante en la piedra angular de la RSE en todo el continente y en una parte muy importante del tejido institucional de la RSE.

c. Estados Unidos

En términos generales Estados Unidos ha sido un país que promueve el libre mercado, la libre competencia y el espíritu empresarial; sin embargo, la cultura de la RSE ha sido expresada de diferentes formas, desde la realización de obras de caridad que impulsan el arte, la investigación y la educación, hasta el llevar a cabo acciones de verdadera Responsabilidad Social Corporativa.

En este país destaca la labor del *Business for Social Responsibility* (BSR), que reúne a más de 1,400 socios con ingresos anuales de más de \$1.5 trillones de dólares y el *Social Accountability Standards Board* (SASB), un sistema de indicadores de reciente creación para la elaboración de reportes de sustentabilidad no financieros y que es exclusivo para empresas ubicadas en Estados Unidos⁵³.



⁵³ *Estados Unidos tendrá sus propios indicadores para reportes de RSE.* (s.f.). Recuperado el 18 de Octubre de 2015, de <http://www.comunicarseweb.com.ar/index.php?Estados+Unidos+tendr%E1+sus+propios+indicadores+para+reportes+de+RSE&page=ampliada&id=9502>

CAPÍTULO II

EL ALCANCE DEL PACTO MUNDIAL A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL

2.1. Antecedentes y Principios

La iniciativa del Pacto Mundial de las Naciones Unidas (*United Nations Global Compact*) tuvo sus orígenes en el Foro Económico Mundial de Davos, Suiza, el 31 de enero de 1999, en el cual Kofi Annan, entonces Secretario General de las Naciones Unidas, presentó en su discurso esta propuesta, conformada originalmente por nueve principios en materia de Derechos Humanos, Normas Laborales y Protección al Medio Ambiente, que debían ser incorporados de manera voluntaria en las operaciones y estrategias comerciales de las empresas.



El inicio de operaciones del Pacto Mundial tuvo lugar el 26 de julio del 2000 en la sede de las Naciones Unidas en Nueva York, donde el mismo Secretario General invitó a los líderes empresariales a sumarse. Era la primera vez en la historia que se creaba un instrumento que entrelazaba los objetivos de la comunidad internacional con los objetivos de las empresas, partiendo de la convicción de que las prácticas empresariales basadas en principios universales contribuirían en la construcción de un mercado más estable, equitativo e incluyente.

Fue hasta el 24 de junio de 2004 en la Cumbre de Líderes del Pacto Mundial que se decidió incluir un décimo principio, la lucha contra la corrupción, reconociéndola como uno de los principales desafíos.

El Pacto Mundial quedó establecido como una iniciativa voluntaria, pero con dos objetivos claramente diferenciados:

- a. Integrar los diez principios del Pacto Mundial en las estrategias y operaciones de las empresas.
- b. Llevar a cabo acciones que apoyaran los Objetivos del Desarrollo del Milenio (ODM).

Por lo que para lograrlo, el Pacto Mundial comenzaría a funcionar como una amplia red que le permitiera llevar su ideología a cada uno de los rincones de planeta, pero contando con el respaldo de una organización como Naciones Unidas.

Vale la pena puntualizar las características que el propio Pacto Mundial establece referente a lo que es y lo que no es como iniciativa (Ver Tabla 17).

TABLA 17
El Pacto Mundial

Es	No es
Una iniciativa voluntaria que promueve el desarrollo sustentable y la ciudadanía corporativa.	Vinculante jurídicamente para los participantes.
Un conjunto de principios basados en valores aceptados universalmente.	Un mecanismo para controlar y auditar el comportamiento de las empresas.
Una red de empresas y otras partes interesadas.	Un estándar o código de conducta.
Una plataforma de aprendizaje e intercambio de experiencias.	Un organismo regulatorio o mecanismo de relaciones públicas.

Fuente: *United Nations Global Compact. Después de la firma. Guía de participación en el Pacto Mundial de las Naciones Unidas* [en línea]. Uruguay: *United Nations Global Compact*, 2011, p. 7. [fecha de consulta: 26 de Septiembre de 2015]. Disponible en: <http://www.pacto-global.uy/Documentos/Gu%EDa_Pacto_Mundial.pdf>.

Cada uno de los 10 principios fueron redactados tomando como base diferentes Declaraciones y Convenciones que son aceptadas universalmente en cada una de sus áreas estratégicas (Ver Tabla 18).

- I. **Derechos Humanos:** Los principios 1 y 2 se encuentran basados en la Declaración Universal de los Derechos Humanos de 1948, que reconoce en su preámbulo la universalidad de los derechos del hombre como fundamento de igualdad, libertad, justicia y paz en el mundo⁵⁴. 
- II. **Estándares Laborales:** Los principios, 3, 4, 5 y 6 se encuentran inspirados en la Declaración de la Organización Internacional del Trabajo sobre Principios Fundamentales y 

⁵⁴ *Declaración Universal de los Derechos Humanos*. (s.f.). Recuperado el 26 de Septiembre de 2015, de <http://www.cinu.mx/onu/documentos/declaracion-universal-de-los-d/>.

Derechos Laborales de 1998, que reconoce en su introducción que todos los países miembros de la OIT ⁵⁵ se comprometen a respetar los siguientes principios: libertad de asociación, libertad sindical, derecho a la negociación colectiva, eliminación del trabajo forzoso, abolición del trabajo infantil y la eliminación de la discriminación en el empleo⁵⁶.

III. **Protección al Medio Ambiente:** Los principios 7, 8 y 9, se encuentran inspirados en la Declaración de Río sobre Medio Ambiente y Desarrollo de 1992, que señala que los seres humanos constituyen el centro de las preocupaciones relacionadas con el Desarrollo Sostenible (principio 1 de la Declaración)⁵⁷.



IV. **Lucha contra la Corrupción:** El principio 10, basado en la Convención de las Naciones Unidas contra la Corrupción del 2003, en la cual se reitera la importancia de los valores fundamentales entre los que se destacan la honestidad, la rendición de cuentas y la transparencia para fomentar el desarrollo⁵⁸.



Es necesario resaltar que a pesar de que los documentos antes mencionados vinculan jurídicamente a los Estados por ser instrumentos de Derecho Internacional, no quiere decir que el Pacto Mundial busque trasladar esas mismas responsabilidades a las empresas.

⁵⁵ En el 2015, 185 países formaron parte de la OIT. Organización Internacional del Trabajo. (2015). *Regiones y países*. (s.f.). Recuperado el 26 de Septiembre de 2015, de <http://www.ilo.org/global/regions/lang-es/index.htm>.

⁵⁶ Oficina Internacional de Trabajo. *Principios y derechos fundamentales en el trabajo: del compromiso a la acción* [en línea]. Ginebra, Suiza: Conferencia Internacional del Trabajo, 101ª reunión, ILC.101/VI, 2012, p. 1. [fecha de consulta: 26 de Septiembre de 2015]. Disponible en: <http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_norm/---relconf/documents/meetingdocument/wcms_177345.pdf>

⁵⁷ Naciones Unidas. *Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo: aplicación y ejecución* [en línea]. Consejo Económico y Social, E/CN.17/1997/8, 1997, p. 6. [fecha de consulta: 26 de Septiembre de 2015]. Disponible en: <<http://www.cinu.org.mx/eventos/conferencias/johannesburgo/documentos/declaracio.pdf>>

⁵⁸ Naciones Unidas. *Convención de las Naciones Unidas contra la Corrupción*. [en línea]. Nueva York: Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito, 2004, p. iii. [fecha de consulta: 28 de Septiembre de 2015]. Disponible en: <https://www.unodc.org/documents/treaties/UNCAC/Publications/Convention/0456163_S.pdf>

TABLA 18
Principios del Pacto Mundial

Área	Principio
Derechos Humanos	1. Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos universalmente, dentro de su ámbito de influencia.
	2. Las empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices de la vulneración de los derechos humanos.
Estándares Laborales	3. Las empresas deben apoyar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.
	4. Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción
	5. Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.
Protección al Medio Ambiente	6. Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y ocupación.
	7. Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.
	8. Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.
Lucha contra la Corrupción	9. Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente
	10. Las empresas deben trabajar en contra de la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno.

Fuente: *The Ten Principles of the UN Global Compact.* (s.f.). Recuperado el 03 de Octubre de 2015, de <https://www.unglobalcompact.org/what-is-gc/mission/principles>

2.2. Marco de gobernanza y financiamiento

Con la única finalidad de hacer más eficientes las gestiones del Pacto Mundial el 12 de agosto de 2005, Kofi Annan, Secretario General de las Naciones Unidas⁵⁹, junto con Georg Kell, Director Ejecutivo del Pacto Mundial⁶⁰ y el Profesor John Ruggie, Consejero del Pacto Mundial, decidieron adoptar un nuevo marco de gobernanza basado en redes, que tendría por objeto distribuir sus funciones para que la iniciativa fuera más efectiva y eficiente. Entre los principales cambios que se realizaron fueron el establecimiento de un Grupo de Gobierno conformado por los gobiernos donantes, así como la creación de Redes Locales, las cuales no

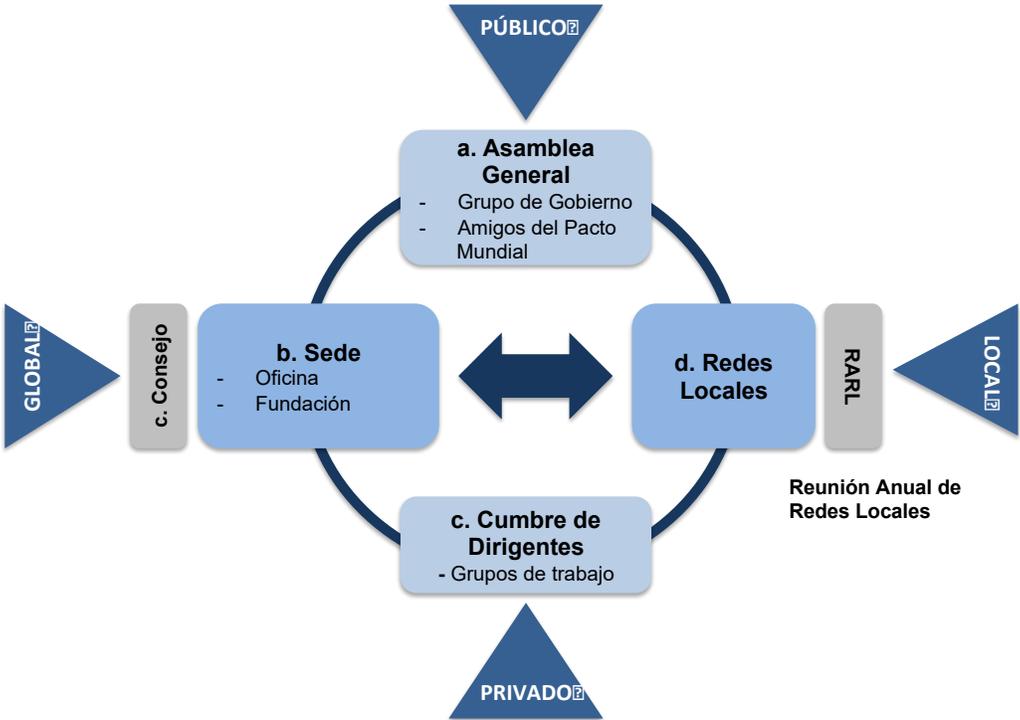
⁵⁹ Kofi, A. Annan fue el séptimo Secretario General de las Naciones Unidas desde el 01 de enero de 1997 y hasta el 31 de diciembre del 2006, cubriendo un total de dos mandatos. El 1 de enero de 2007, Ban Ki-moon fue electo como el octavo Secretario General, puesto que continúa ocupando. Vid. *Secretarios Generales anteriores.* (s.f.). Recuperado el 05 de Octubre de 2015, de <http://www.un.org/es/sg/formersg/annan.shtml>.

⁶⁰ George Kell fungió como Director Ejecutivo del Pacto Mundial desde el nacimiento de la iniciativa y hasta el 05 de Octubre de 2015, fecha en que fue sustituido por Lise Kingo. Vid. Red Pacto Mundial España. (2015). *George Kell cede mañana el testigo de la dirección de Global Compact a Lise Kingo.* (s.f.). Recuperado el 05 de Octubre de 2015, de <http://www.pactomundial.org/2015/08/georg-kell-cede-el-testigo/>

sólo tendrían por objeto facilitar el intercambio de información y el proceso de toma de decisiones, sino el de darle presencia a la iniciativa en diferentes partes del mundo, pero sin perder de vista la prioridad de aquellas regiones o países con una mayor actividad empresarial y poder de influencia.

A continuación se presenta el marco de gobernanza del Pacto Mundial, así como las funciones de cada una de sus entidades (Ver Figura 10).

FIGURA 10
Marco de Gobernanza del Pacto Mundial



Fuente: Elaboración propia con base en *United Nations Global Compact. Activity Report 2014* [en línea]. Nueva York: *United Nations Global Compact and Foundation for the Global Compact*, 2015, p. 24. [fecha de consulta: 10 de Octubre de 2015]. Disponible en: <https://www.unglobalcompact.org/docs/about_the_gc/ActivityReport-2014-web.pdf>

a. Asamblea General. Su función principal es promover las prácticas empresariales responsables y los valores de la comunidad empresarial. La Asamblea General de la Organización de las Naciones Unidas reconoció en su resolución con número 68/234 “el compromiso adquirido por el Secretario General de seguir preservando la integridad y la función singular

del Pacto Mundial de las Naciones Unidas”⁶¹ y “alienta al sector privado y a las Redes Locales del Pacto Mundial a que se sumen a la plataforma”⁶².

- b. Sede.** Se encuentra conformada por la Oficina y la Fundación del Pacto Mundial, ambos responsables de coordinar las gestiones diarias de la iniciativa. La Oficina sirve como Secretaría del Consejo y de las RARL, además de que trabaja con la Fundación. El Director Ejecutivo de la Oficina reporta al Secretario General y es responsable de preparar reportes bianuales del trabajo realizado.
- c. Cumbre de Dirigentes.** Es un grupo conformado por los ejecutivos más experimentados del Pacto Mundial y designados para asumir el cargo por periodos de tres años. Algunas de sus funciones son: discutir temas relacionados con el Pacto Mundial y la Ciudadanía Corporativa, emitir recomendaciones estratégicas y ejecutar acciones relacionadas con el futuro de la iniciativa. Por ejemplo, algunas de las acciones desarrolladas por la Cumbre han sido la adopción del “Modelo de Gestión del Pacto Mundial de las Naciones Unidas” del 2010, así como la “Nueva Arquitectura Post 2015 de Compromiso Empresarial” del 2013, ambos documentos considerados en la actualidad como parte esencial en la gestión del Pacto Mundial.
- d. Redes Locales.** Se trata de grupos de participantes (empresariales y no empresariales) que se reúnen para alcanzar los objetivos del Pacto Mundial dentro de su ámbito geográfico, con condiciones nacionales, culturales y lingüísticas completamente distintas entre ellas. Entre sus funciones se encuentran apoyar a las empresas en la implementación de los principios y crear oportunidades que involucren a los grupos de interés. Para incrementar la efectividad de sus acciones se decidió que fueran las

⁶¹ Naciones Unidas. *Resolución aprobada por la Asamblea General el 20 de diciembre de 2013. Hacia asociaciones mundiales de colaboración: un enfoque basado en principios para mejorar la cooperación entre las Naciones Unidas y todos los asociados pertinentes* [en línea]. Nueva York: Asamblea General, 2014, A/RES/68/235, p. 5. [fecha de consulta: 10 de Octubre de 2015]. Disponible en: <<http://www.un.org/es/comun/docs/?symbol=A/RES/68/235>>

⁶² Ídem, p. 6.

propias redes las que se autogobernaran. Asimismo, cada año y desde el 2003 se lleva a cabo una Reunión Anual de Redes Locales (RARL) o la *Annual Local Networks Forum (ALNF)* en la cual se toman decisiones relacionadas con su gobierno. Además de estas reuniones también se realizan Foros Regionales para discutir temas de importancia colectiva.

En la actualidad y a partir de noviembre de 2014 se encuentran conformadas un total de 82 Redes Locales, distribuidas en siete regiones y categorizadas según su fase de conformación (Ver Tabla 19).

TABLA 19
Distribución de las Redes Locales del Pacto Mundial

Región	Red Formal*	Red Establecida**	Red Emergente***	Total
Europa	23	5	4	32
Asia	9	5	2	16
América Latina y el Caribe (ALyC)	11	1	2	14
África	7	1	2	10
Oriente Medio y África del Norte (MENA)	6	1	0	7
América del Norte	2	0	0	2
Oceanía	1	0	0	1
Total	59	13	10	82

***Redes Formales.** Se caracterizan por reunir todos los requisitos de gobernanza y responsabilidad que establece el *Memorándum de Entendimiento del Pacto Mundial (Global Compact Memorandum of Understanding – MoU)*, firmado entre la Red Local y la Oficina del Pacto Mundial que confirma la autorización para usar el logotipo oficial, además de que contiene las expresiones de cada una de las partes.

****Redes Establecidas.** Son aquellas que reúnen por lo menos dos de los requisitos de gobernanza y responsabilidad que establece el *Memorándum*, aunque formalmente este no haya sido firmado.

*****Redes Emergentes.** Son aquellas que se encuentran en las primeras etapas de desarrollo.

Nota: A partir de este momento haremos referencia a la región geográfica de Oriente Medio y África del Norte con la abreviatura MENA y a la región de América Latina y el Caribe con la abreviatura ALyC.

Fuente: *Participar localmente.* (s.f.). Recuperado el 15 de Octubre de 2015, de <https://www.unglobalcompact.org/engage-locally>

Otras entidades que forman parte del Pacto Mundial son el Consejo, el Grupo de Gobierno y los Amigos del Pacto Mundial, cada una con las siguientes funciones:

- **Consejo.** Se trata de un grupo multisectorial de alto nivel presidido por el Secretario General de las Naciones Unidas y que se reúne cada 6 o 9 meses. Entre sus funciones se encuentran: decidir sobre los criterios de entrada y salida de nuevos integrantes, establecer la política de integridad del Pacto Mundial, proveer de consejos estratégicos al Secretario General y a la Sede del Pacto Mundial, así como brindar apoyo a las Redes Locales establecidas en sus países de origen. Cabe señalar que no es posible realizar algún cambio mayor al Pacto Mundial sino lo discuten y acuerdan antes el Consejo, las Redes Locales y la Cumbre de Dirigentes.
- **Grupo de Gobierno y Amigos del Pacto Mundial.** Los Estados donantes son los que forman parte del Grupo de Gobierno y que se reúnen cada dos años para revisar el presupuesto que tienen asignado, así como el progreso conseguido. De la misma forma se tiene acordado con los Amigos del Pacto Mundial (un grupo de representantes de las misiones de la ONU en Nueva York), que se realizarían 4 sesiones informativas cada año para revisar los avances.

Es importante mencionar que el Pacto Mundial trabaja muy de cerca con otras entidades de la ONU que trabajan de manera directa con los temas que forman parte del portafolio de actividades de la iniciativa (Ver Tabla 20).

Con relación al **presupuesto** con el que se cuenta para poder solventar todas las actividades que se realizan, tanto los gobiernos como las empresas realizan donativos voluntarios, por lo que su papel es crucial.

En lo que respecta a las contribuciones que realizan los gobiernos, 17 son los países que han participado desde el nacimiento de la iniciativa: Alemania, Brasil, Chile, China, Colombia, Corea del Sur, Dinamarca, España, Finlandia, Francia, Italia, Noruega, Países Bajos, Suecia, Suiza, Turquía y el Reino Unido. Estas aportaciones son realizadas directamente al *Trust Fund* del Pacto Mundial, a las Redes Locales o a través de alguna de las iniciativas o programas que apoya.

TABLA 20

Entidades de la ONU con las que trabaja el Pacto Mundial

Área de interés	Entidad de la ONU
Agricultura y alimentación	<i>Food and Agriculture Organization (FAO) United Nations World Food Programme (WFP)</i>
Empleo	<i>International Labour Organization (ILO)</i>
Espíritu Empresarial de la Mujer	<i>International Trade Centre (ITC)</i>
Derechos de los Niños y Educación	<i>United Nations Children's Fund (UNICEF)</i>
Paz y Erradicación de Pobreza	<i>United Nations Development Programme (UNDP)</i>
Educación	<i>United Nations Education, Scientific and Cultural Organization (UNESCO)</i>
Empoderamiento de la Mujer	<i>United Nations Entity for Gender Equality and the Empowerment of Women (UN Women)</i>
Medio Ambiente	<i>United Nations Environment Programme (UNEP)</i>
Industria Verde y la Agenda de Desarrollo Post-2015	<i>United Nations Industrial Development Organization (UNIDO)</i>
Desastres y Emergencias	<i>United Nations Office of the Coordination of Humanitarian Affairs (OCHA)</i>
Anticorrupción y Estado de Derecho	<i>United Nations Office on Drugs and Crime (UNODC)</i>
Salud, Mujer y Empoderamiento Juvenil	<i>United Nations Population Fund (UNFPA)</i>
Investigación, Innovación y Tecnología Verde	<i>World Intellectual Property Organization (WIPO)</i>

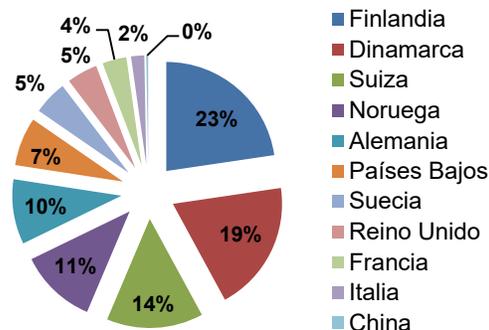
Fuente: *Driving Innovation in UN-business engagement*. (s.f.). Recuperado el 25 de Octubre de 2015, de <https://www.unglobalcompact.org/about/un-business-agenda>

A continuación se presentan las contribuciones recibidas por el *Trust Fund* en el 2014 (Ver Gráfica 8).

GRÁFICA 8

Financiamiento público del Pacto Mundial 2014

País	Contribución (USD)
Finlandia	\$788,480
Dinamarca	\$675,419
Suiza	\$497,402
Noruega	\$397,361
Alemania	\$334,875
Países Bajos	\$250,000
Suecia	\$175,110
Reino Unido	\$157,978
Francia	\$124,400
Italia	\$67,750
China	\$10,000
Total	\$3,478,775



Nota: En el listado de países se destaca la ausencia de contribuciones por parte de Brasil, Chile, Colombia, Corea del Sur, España y Turquía, los cuales representan el 35% de los países que siempre han aportado.

Fuente: Elaboración propia con base en *United Nations Global Compact. Activity Report 2014*, Ídem, p. 31.

Con relación a las contribuciones que realiza el sector privado y las empresas que forman parte del *Global Compact LEAD*⁶³ estas son recibidas directamente por la Fundación del Pacto Mundial desde el 2006.

A continuación se presentan las contribuciones recibidas por la Fundación en el 2014 (Ver Tabla 21).

TABLA 21

Financiamiento privado del Pacto Mundial 2014

Variable	<i>Global Compact LEAD</i>	Empresas	Total
Participantes	40	1,710	1,750
Contribuciones (USD)	\$2,330,000	\$11,586,441	\$13,916,441

Nota: En los datos presentados es destacable que solamente el 23% de las empresas adheridas al Pacto Mundial en el 2014 (7,495) realizaron alguna contribución. Con relación a las empresas del *Global Compact LEAD*, el 85% del total (47) aportaron.

Fuente: *2014 Contributors*. (s.f.). Recuperado el 03 de Septiembre de 2015, de <http://globalcompactfoundation.org/contributors-2014-0.php>.

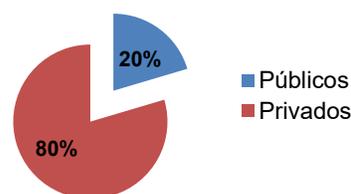
⁶³ El *Global Compact LEAD* es un grupo de empresas participantes en el Pacto Mundial procedentes de todas las regiones del mundo que son líderes en la RSE (*Global Compact*, 2015).

Cada año, una parte de los fondos recibidos por la Fundación son transferidos al *Trust Fund* para ayudar a cubrir los gastos operativos. De conformidad con los datos publicados por el Pacto Mundial, el 86% de los fondos recaudados en el 2014 fueron invertidos en las actividades desarrolladas y el 14% restante fue para cubrir gastos administrativos y operativos⁶⁴.

A continuación se presenta el total de los donativos que fueron recaudados en el 2014 (Ver Gráfica 9).

GRÁFICA 9
Financiamiento total del Pacto Mundial 2014

Recursos	Contribuciones (USD)
Públicos	\$3,567,692
Privados	\$13,916,441
Total	\$17,484,133



Fuente: Elaboración propia con base en *United Nations Global Compact. Activity Report 2014. Ídem*, p. 31.

2.3. Proceso de adhesión

La iniciativa establece que las empresas que deseen formar parte del Pacto Mundial deberán realizar las siguientes actividades:

- a. Redactar una carta dirigida al Secretario General de las Naciones Unidas, firmada por el Director General o Presidente de la empresa, en la que se exprese: el apoyo al Pacto Mundial y sus 10 principios, la adopción de medidas que apoyen los objetivos de la ONU, así como la entrega anual de un reporte conocido como “Comunicación del Progreso” (CoP).

⁶⁴ *Our finances*. (s.f.). Recuperado el 29 de Octubre de 2015, de <https://www.unglobalcompact.org/about/finances>. Consultado: 28/09/2015.

- b. Completar el formulario de registro que se encuentra publicado en el sitio web del Pacto Mundial⁶⁵ y adjuntar una copia digital de la carta firmada por el Director General.
- c. Realizar una contribución anual en apoyo al trabajo que se realiza. Esta contribución es administrada por la Fundación, además de que es deducible de impuestos. El monto de la aportación es sugerido en función de las ventas o ingresos que tiene cada empresa (Ver Tabla 22).

TABLA 22
Aportaciones financieras del Pacto Mundial

Ventas anuales/Ingresos (USD)	Contribución anual (USD)
Menos de \$50 Millones	\$250 (mínimo sugerido)
\$50 – \$250 Millones	\$2,500 – \$5,000
\$250 Millones– \$1 Billón	\$5,000 – \$10,000
\$1 – \$5 Billones	\$10,000 – \$15,000
Más de \$5 Billones	Más de \$15,000

Fuente: *Fuentes de financiamiento.* (s.f.). Recuperado el 03 de Septiembre de 2015, de <https://www.unglobalcompact.org/about/finances>.

Los avances que vayan obteniendo las empresas deberán hacerse públicos a través de la CoP, además de que estos podrán ser traducidos en ventajas internas y externas para las propias empresas (Ver Tabla 23).

Las CoP realizadas podrán tener distintos grados de diferenciación dependiendo de los criterios que cumplan:

- **CoP Activa.** Cumple con los requisitos mínimos, que son: una declaración del Director General expresando su apoyo al Pacto Mundial como signo de renovación de su compromiso; una descripción de las acciones tomadas para implementar los principios en cada una de sus áreas (derechos humanos, derechos laborales, medio ambiente y anticorrupción)⁶⁶; y una evaluación de los resultados obtenidos. En caso de que la empresa no

⁶⁵ *Únete al movimiento – Aplicar hoy.* (s.f.). Recuperado el 29 de Octubre de 2015, de <https://www.unglobalcompact.org/participation/join/application/step1/business>.

haga referencia a alguno de los temas del Pacto Mundial, deberá explicar los motivos.

- **CoP Avanzada.** Cumplir con los requisitos mínimos, además de lo siguiente: la implementación de los 10 principios en sus estrategias y operaciones comerciales, poner en marcha acciones a favor de los objetivos de la ONU, así como medidas que impulsen la gobernanza y el liderazgo.
- **CoP Aprendiz:** No cumplen con uno o más de los requisitos mínimos.

TABLA 23

Ventajas de la Comunicación del Progreso

Internas	Externas
Definir una visión y estrategia claras.	Demostrar una participación activa con el Pacto Mundial.
Motivar a las empresas a integrar la sustentabilidad en sus operaciones de negocio.	Mejorar la reputación y la imagen de marca de la compañía gracias a la transparencia.
Mejorar el gobierno empresarial, así como el liderazgo del Director General.	Generar confianza a través de la comunicación de las acciones de sustentabilidad que se están realizando.
Favorecer el aprendizaje al conectar a todas las áreas de la empresa.	Mejorar las relaciones con otros grupos de interés.
Estimular la evaluación del progreso obtenido y contribuir con la mejora continua.	Ofrecer aprendizaje de importancia para los grupos de interés a través de la cooperación.
Enfatizar ante los empleados el compromiso de la empresa con cuestiones sociales y medioambientales.	Demostrar que la participación de la empresa en el Pacto Mundial es más que una acción de Relaciones Públicas.
Identificar los riesgos y las oportunidades del negocio.	

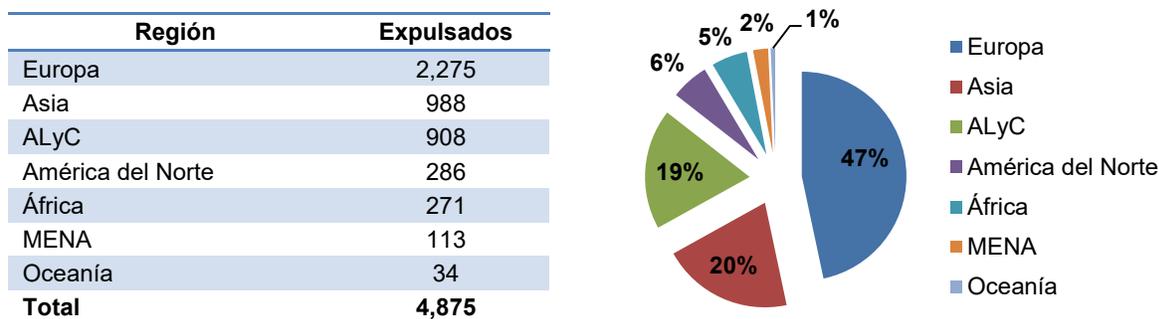
Fuente: Elaboración propia con base en *United Nations Global Compact. Guía Práctica para la Comunicación del Progreso del Pacto Mundial de la Organización de las Naciones Unidas* [en línea]. Nueva York: Oficina del pacto Mundial, p. 18. [fecha de consulta: 30 de Octubre de 2015]. Disponible en: <http://www.pactomundial.org.mx/home/wp-content/uploads/2011/03/Guia_CoP_2008.pdf>

De acuerdo con las condiciones de ingreso al Pacto Mundial las empresas deberán publicar su primera CoP dentro de los primeros dos años y las subsiguientes de manera anual. En caso de no cumplir con lo anterior, la empresa será considerada como “No comunicante” y de no realizar dos entregas consecutivas será eliminada del Pacto Mundial.

En caso de que la CoP sea calificada como Aprendiz se dará un periodo de gracia de 12 meses para que en la próxima entrega cubra con los requisitos mínimos, de

lo contrario se convertirá en “No comunicante” y de reincidir esta será expulsada. Desde el 2005 y hasta el 31 de diciembre de 2014, al menos 4,875 empresas fueron expulsadas (Ver Gráfica 10).

GRÁFICA 10
Participantes Expulsados del Pacto Mundial 2005-2014



Nota: Se considera el periodo 2005-2014 dado que no hay información disponible de años anteriores en el sitio *web* de este organismo.

Fuente: *Expelled participants*. (s.f.). Recuperado el 03 de Septiembre de 2015, de https://www.unglobalcompact.org/participation/report/cop/create-and-submit/expelled?page=1&per_page=250

2.4. Status de participación de las empresas

Para conocer el status de participación en el Pacto Mundial desde su creación y hasta el 2014, hemos consultado los últimos informes publicados por la Oficina del Pacto Mundial (*Local Network Report 2014*⁶⁷) y por la Red Local de México (Informe de Actividades 2014⁶⁸), sin embargo, los datos que decidimos utilizar son los que se encuentran publicados en el sitio *web* de la iniciativa, dado que este nos ha permitido obtener una mayor cantidad de variables de estudio para el análisis que se expondrá, tales como la segmentación de los participantes y CoPs entregados por región y por año.

⁶⁷ *United Nations Global Compact. Local Networks: Building a Better Future, Together*. [en línea]. Nueva York: *United Nations Global Compact Office*, 2015. [fecha de consulta: 03 de Septiembre de 2015]. Disponible en: <https://www.unglobalcompact.org/docs/publications/LN_Report_2014.pdf>

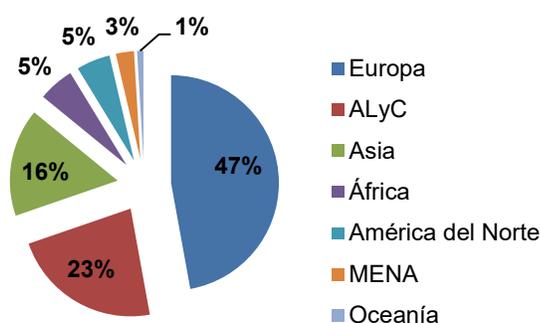
⁶⁸ Pacto Mundial de las Naciones Unidas. *Informe de Actividades 2014*. [en línea]. México: Red Pacto Mundial México, 2015. [fecha de consulta: 03 de Septiembre de 2015]. Disponible en: <http://www.pactomundial.org.mx/home/wp-content/uploads/2015/04/Informe_final.pdf>

Desde su creación en el año 2000 y hasta el 31 de diciembre del 2014, se adhirieron al Pacto Mundial un total de 11,969 participantes, de los cuales el 63% (7,495) fueron empresas, distribuidas en un total de 143 países de 7 regiones geográficas como lo muestran las siguientes dos gráficas (Ver Gráficas 11 y 12).

GRÁFICA 11

Total de Participantes adheridos al Pacto Mundial 2014

Región	Participantes
Europa	5,642
ALyC	2,703
Asia	1,938
África	642
América del Norte	606
MENA	325
Oceanía	113
Total	11,969



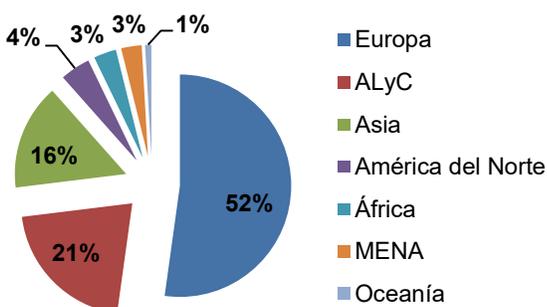
Nota: El total de participantes adheridos hace referencia al acumulado existente desde el año 2000 hasta el 2014, lo que quiere decir que la cifra ha ido cambiando en función de aquellos participantes que han sido expulsados o han dejado de pertenecer a la iniciativa.

Fuente: *Our participants.* (s.f.). Recuperado el 03 de Septiembre de 2015, de <https://www.unglobalcompact.org/what-is-gc/participants>

GRÁFICA 12

Total de Empresas adheridas al Pacto Mundial 2014

Región	Empresas
Europa	3,912
ALyC	1,563
Asia	1,155
América del Norte	328
África	246
MENA	223
Oceanía	68
Total	7,495



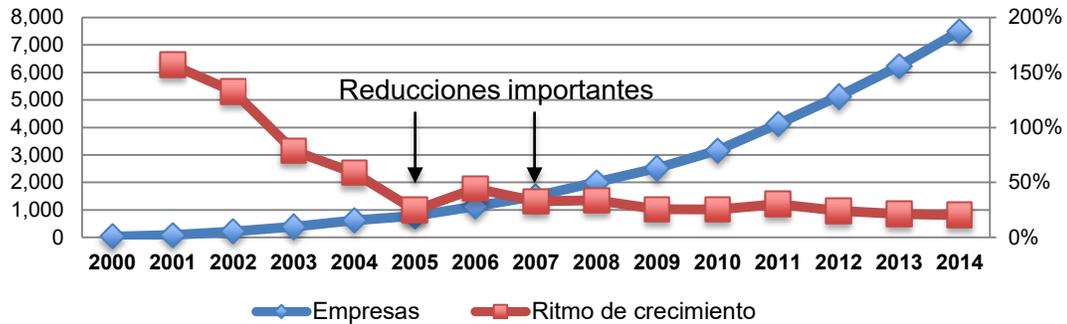
Fuente: *Our participants. Ídem.*

Del total de las empresas el 52% (3,912) se encontraban en Europa, el 21% (1,563) en ALyC, el 16% (1,155) en Asia, el 4% (328) en América del Norte, el 3% (246) en África, el 3% (223) en MENA y el 1% (68) en Oceanía. Cifras que a pesar

de mostrar en términos absolutos un crecimiento anual del 46%, en términos relativos el ritmo de crecimiento ha mostrado reducciones importantes, principalmente en el 2005 y desde el 2007, año a partir del cual se observan incrementos poco representativos. (Ver Gráfica 13).

GRÁFICA 13

Ritmo de crecimiento empresarial 2000-2014



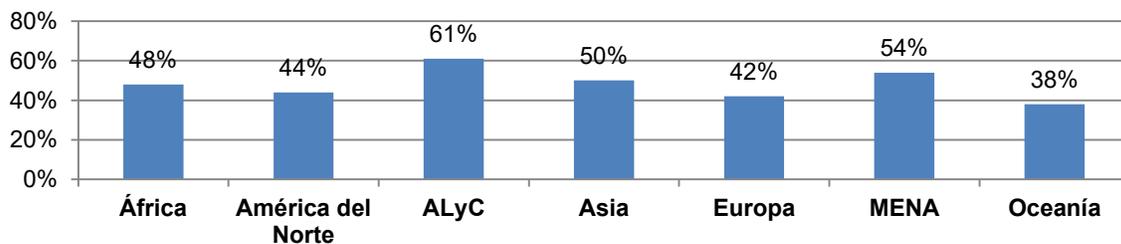
Año	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Empresas	37	95	221	395	627	783	1,131	1,503	2,009	2,523	3,167	4,129	5,133	6,230	7,495
Ritmo		157%	133%	79%	59%	25%	44%	33%	34%	26%	26%	30%	24%	21%	20%

Fuente: *Our participants. Ídem.*

A continuación se presenta una gráfica que muestra el ritmo de crecimiento que tuvo cada una de las regiones en el mismo periodo de tiempo estudiado (Ver Gráfica 14), siendo la región de ALyC la que mostró un mayor crecimiento (61%), a pesar de que Europa fue la región con el mayor número de participantes (3,912) pero con un ritmo de crecimiento inferior (42%).

GRÁFICA 14

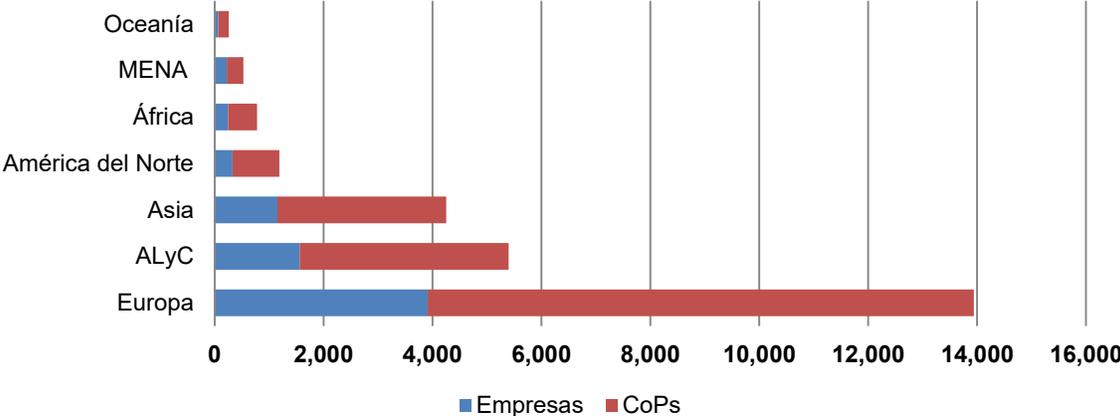
Ritmo de Crecimiento por región 2000-2014



Fuente: *Our participants. Ídem.*

Con relación al número de CoPs que fueron entregadas del 2011 al 2014 se registraron un total de 18,859, de las cuales el 53% (10,030) fueron de empresas en Europa, el 20% (3,838) de ALyC, el 16% (3,098) de Asia, el 5% (861) de América del Norte, el 3% (535) de África, el 2% (305) de Oriente Medio y el Norte de África, y el 1% (192) de Oceanía (Ver Gráfica 15).

GRÁFICA 15
Número de reportes(CoPs) entregados por región 2011-2014



Nota: Se considera el periodo 20011-2014 dado que no hay información disponible de años anteriores en el sitio *web* de este organismo.

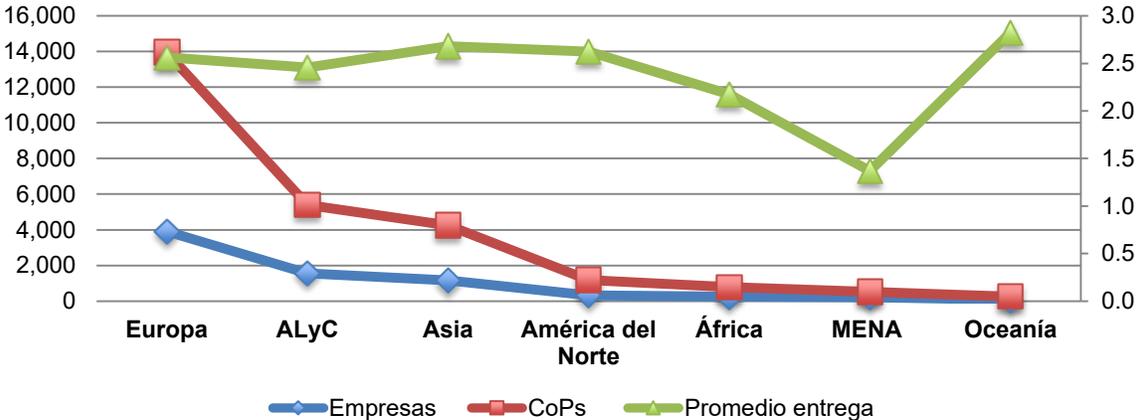
Fuente: Elaboración propia con base en *GC Activo*. (s.f.). Recuperado el 03 de Septiembre de 2015, de <https://www.unglobalcompact.org/participation/report/cop/create-and-submit/active>; *GC Avanzada*. (s.f.). Recuperado el 03 de Septiembre de 2015, de <https://www.unglobalcompact.org/participation/report/cop/create-and-submit/advanced>; *GC Estudiante*. (s.f.). Recuperado el 03 de Septiembre de 2015, de <https://www.unglobalcompact.org/participation/report/cop/create-and-submit/learner>.

Sin embargo, es necesario resaltar que los resultados antes expuestos pueden estar sujetos a distintas interpretaciones. Primero, porque de acuerdo con la relación existente entre el número de CoPs entregadas por región y el número de participantes a la fecha, en ninguna de las regiones se cumplió con la entrega anual, ya que los resultados obtenidos debieron de haber sido iguales o mayores a 4 (relación que hemos obtenido considerando el número de CoPs entregados por región, así como el número de empresas participantes en cada una), aunque es destacable que regiones como Oceanía y Asia presentaran los promedios de entrega más altos, con 2.8 y 2.7 respectivamente a pesar de ser 2 de las regiones

con una menor cantidad de participantes (Ver Gráfica 16). Segundo, por el número de empresas que se encuentran con estado “No comunicante” y que representan al menos el 20% (1,529) del total (7,495) y que de conformidad con el reglamento del Pacto Mundial cuentan con una fecha límite de entrega para no ser expulsados, a pesar de que no pudimos conocer los tiempos de demora en la entrega, ya que esta información no se encuentra disponible para su consulta (Ver Gráfica 17). Del total de las empresas “No comunicantes” se encontró que las regiones con mayor porcentaje en el 2014 fueron MENA con el 45%, seguido de ALyC con el 21% (Ver Gráfica 18).

GRÁFICA 16

Promedio de entrega de reportes (CoPs) entregados por región 2011-2014



Nota: Se considera solamente el periodo 2011-2014 dado que no hay información disponible de años anteriores en el sitio *web* de este organismo.

Fuente: Elaboración propia con base en *GC Activo*. (s.f.). *Ídem*; *GC Avanzada*. (s.f.). *Ídem*; *GC Estudiante*. (s.f.). *Ídem*.

GRÁFICA 17

Participantes con *status* “No comunicante” 2014

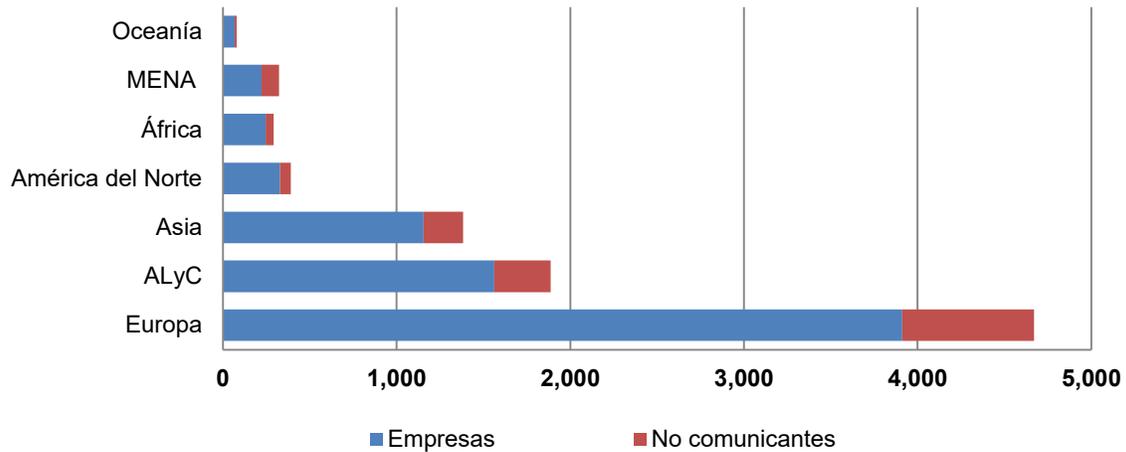


Nota: Hasta el 31 de diciembre de 2014, un total de 1,529 empresas tenían *status* “No comunicante” debido a que no habían entregado su CoP.

Fuente: *Los participantes no comunicantes*. (s.f.). Recuperado el 03 de Septiembre de 2015, de <https://www.unglobalcompact.org/participation/report/cop/create-and-submit/non-communicating>.

GRÁFICA 18

Participantes “No comunicantes” por región 2014



Variable	Europa	ALyC	Asia	América del Norte	África	MENA	Oceanía
Empresas	3,912	1,563	1,155	328	246	223	68
No comunicantes	759	324	227	62	46	100	11
% No comunicantes	19	21	20	19	19	45	16

Fuente: Elaboración propia con base en *GC Activo*. (s.f.). *Ídem*; *GC Avanzada*. (s.f.). *Ídem*; *GC Estudiante*. (s.f.). *Ídem*.

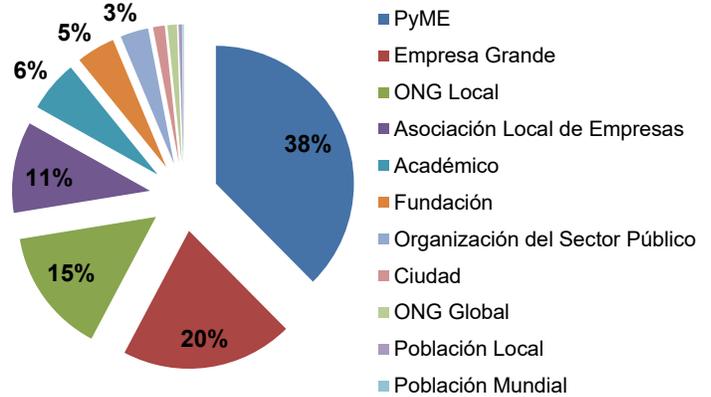
En lo que respecta a la Red Local de México que inició sus operaciones el pasado 09 de junio de 2005, se encontró que al 31 de diciembre de 2014 la red estaba conformada por un total de 729 participantes, de los cuales el 58% (421) eran empresas (Ver Gráfica 19).

Con relación al número de CoPs entregados por las empresas de México los envíos se mantuvieron constantes, incrementándose año con año durante el periodo 2011-2014 de conformidad con los datos publicados en el sitio *web* del Pacto Mundial (Ver Gráfica 20). Del total de los participantes el 25% se encontraban con *status* “No comunicante”.

GRÁFICA 19

Distribución de participantes del Pacto Mundial México 2014

Tipo de Participante	Total
PyME	274
Empresa Grande	147
ONG Local	107
Asociación Local de Empresas	78
Académico	44
Fundación	33
Organización del Sector Público	24
Ciudad	10
ONG Global	8
Población Local	3
Población Mundial	1
Total	729



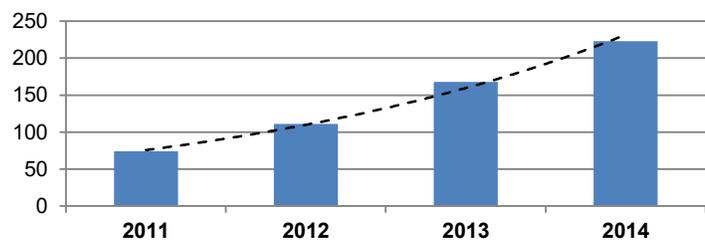
Nota: El total de participantes en México hace referencia al acumulado existente desde el año 2005 hasta el 2014, lo que quiere decir que la cifra ha ido cambiando en función de aquellos participantes que han sido expulsados o han dejado de pertenecer a esta iniciativa.

Fuente: *Our participants*. Ídem.

GRÁFICA 20

Número de reportes (CoPs) México 2011-2014

Año	Número CoPs
2011	74
2012	111
2013	168
2014	223
Total	576



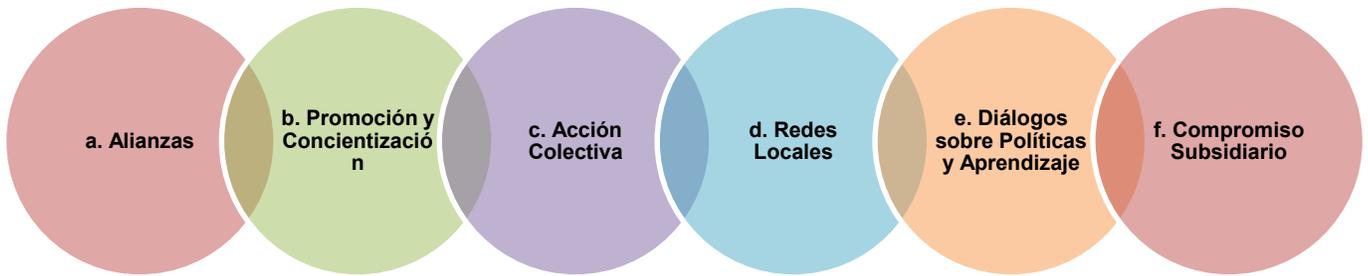
Nota: Se considera solamente el periodo 2011-2014 dado que no hay información disponible de años anteriores en el sitio *web* de este organismo.

Fuente: *Our participants*. Ídem.

2.5. Principales actividades y ventajas que ofrece

A continuación se presenta una breve descripción de las principales actividades que realiza el Pacto Mundial y que tienen por objeto aprovechar al máximo las

ventajas que ofrece la iniciativa. El nivel de participación depende directamente de la etapa de implementación en la que se encuentre cada empresa.



a. Alianzas

Su objetivo principal es sentar las bases de colaboración entre diferentes sectores con objeto de superar los retos que en muchas ocasiones una sola organización o sector no puede abordar eficazmente. En la siguiente tabla se expone un listado de las principales alianzas establecidas por el Pacto Mundial, así como los objetivos de cada una de ellas (Ver Tabla 24).

b. Promoción y Concientización

Las empresas participantes tienen como misión promover la iniciativa en su más amplia área de influencia, así como la importancia de cumplir con sus principios, a través de diferentes actividades como discursos, comunicados de prensa, acciones de *marketing*, entre otras. Es importante mencionar que este tipo de actividades se realizan principalmente a través de la entrega del reporte anual.



Es importante mencionar que como medio de promoción las empresas también cuentan con la opción de utilizar el logotipo “Apoyamos el Pacto Mundial” en su sitio *web* o en comunicados de RSE, sin embargo, para ello se requiere previa autorización. De acuerdo con el último reporte de actividades fueron aprobadas 1,000 solicitudes en el 2014 de un total de 1,700 que se recibieron en el 2013⁶⁹.

⁶⁹ *United Nations Global Compact. Activity Report 2014. Ídem, p. 27.*

TABLA 24
Principales alianzas del Pacto Mundial

Tipo	Aliado	Objetivo
Coalición de Sustentabilidad	<ul style="list-style-type: none"> • <i>World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)</i> • <i>Global Reporting Initiative (GRI)</i> 	Promover y apoyar los compromisos de la Agenda de Desarrollo Post-2015.
Asociaciones Globales de Negocios	<ul style="list-style-type: none"> • <i>International Chamber of Commerce (ICC)</i> • <i>International Organization of Employers (IOE)</i> • <i>World Economic Forum (WEF)</i> • <i>Business for Social Responsibility (BSR)</i> • <i>World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)</i> 	Trabajar de la mano con líderes empresariales en temas como el Desarrollo Sustentable y la Ciudadanía Corporativa, así como la atención de temas críticos.
ONGs, Organizaciones Filantrópicas y Fundaciones	<ul style="list-style-type: none"> • <u>Temas sociales:</u> <i>ITC, Save the children, UNICEF, UN Woman.</i> • <u>Temas ambientales:</u> <i>FAO, Pacific Institute, International Fund for Agricultural Development (IFAD).</i> • <u>Temas de gobierno:</u> <i>Extractive Industries Transparency Initiative (EITI), Oslo Business for Peace Awards, World Bank Institute.</i> • <u>Temas transversales:</u> <i>Pearl Initiative, Realdania, Sustainia, UN Foundation.</i> 	Trabajar en conjunto para la implementación de los 10 principios del Pacto Mundial, así como la atención de temas o proyectos específicos.
Sindicatos	<ul style="list-style-type: none"> • <i>UNI Global Union</i> • <i>IndustriALL Global Union</i> 	Colaborar en las actividades que realiza el Pacto Mundial.
Aliados de conocimiento	<p><u>Algunos de ellos:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Accenture, AccountAbility, Bertelsmann, Stiftung, Boston Consulting Group (BCG), Dalberg, Deloitte, KPMG, entre otros.</i> 	Desarrollar herramientas específicas y otros materiales que sirvan como guías de aprendizaje.
Agencia de la ONU	<p><u>Algunas de ellas:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Oficina del Alto Comisionado de la ONU para los Derechos Humanos, UN Women, UNICEF, UNEP, entre otros.</i> 	Trabajar en oportunidades que apoyen los retos globales.
Iniciativas hermanas	<ul style="list-style-type: none"> • <i>UN Supported Principles for Responsible Investment (PRI)</i> • <i>Principles for Responsible Management Education (PRME)</i> • <i>Sustainable Stock Exchange Initiative (SSE)</i> • <i>Global Compact Cities Programme</i> 	Trabajar con entidades como inversionistas, educadores y ciudades, para incorporar los objetivos de sustentabilidad corporativa.

Fuente: Elaboración propia con base en *United Nations Global Compact. Strategy 2014-2016*. [en línea]. Nueva York: *United Nations Global Compact*, pp. 32-33. [fecha de consulta: 26 de Septiembre de 2015]. Disponible en: <<https://www.unglobalcompact.org/library/2581>>

c. Acción Colectiva

Su objetivo principal es fomentar las condiciones de una competencia justa entre las empresas, así como identificar y desarrollar soluciones en conjunto. Algunas de las iniciativas que se han desarrollado son: El Mandato del Agua de los Directores Generales, la Iniciativa para la Transparencia de las Industrias Extractivas, la Iniciativa *Publish What You Play* y la Iniciativa Empresarial Mundial de Derechos Humanos.

d. Redes Locales

Son consideradas sin duda la actividad más importante del Pacto Mundial, ya que se encuentran ubicadas directamente en cada una de las áreas geográficas. Las actividades que realizan las Redes Locales son definidas en función de las necesidades de cada una y que pueden ser entre otras: el lanzamiento de campañas, la organización de foros y diálogos colectivos, la difusión de buenas prácticas, la movilización de esfuerzos y capacidades técnicas y el desarrollo de *webinars*⁷⁰.

e. Diálogos sobre Políticas y Aprendizaje

Las cuales pueden llevarse a cabo a nivel local, regional y mundial. Los instrumentos utilizados para facilitar estas actividades son:

- a. **Diálogos sobre políticas.** Cuyo objetivo es fomentar la confianza e interacción entre los diferentes actores para la adopción de políticas.
- b. **Cumbre de Líderes.** Su función principal es reunir a los altos directivos de las empresas, organizaciones laborales internacionales, de la sociedad civil, de las Naciones Unidas, así como funcionarios gubernamentales de alto nivel, con objeto de revisar en conjunto los avances logrados y definir nuevas estrategias.

⁷⁰ Un *webinar* es un término utilizado para describir una nueva modalidad educativa en línea en la cual los participantes pueden interactuar de manera remota a través de sus ordenadores. La palabra webinar procede de la combinación de los términos “web” y “seminario”. Vid. AREA, M., SANNICOLÁS, M. B., and BORRÁS, J. F. *Webinar* como estrategia de formación en línea: descripción y análisis de una experiencia. *Revista Latinoamericana de Tecnología Educativa*, 13 (1): 11-23, 2014.

f. Compromiso Subsidiario

Su objetivo es propagar el compromiso del Pacto Mundial en los lugares donde operan las empresas, las cuales pueden verse beneficiadas de la siguiente forma:

- a. Demostrar una posición de liderazgo en todos los niveles.
- b. Adoptar un marco político que sea reconocido en todo el mundo.
- c. Compartir experiencias con empresas u organizaciones del mismo sector o de diferentes sectores.
- d. Entablar relaciones y alianzas con otras empresas, órganos gubernamentales, asociaciones de trabajadores, ONGs y organismos internacionales.
- e. Asociarse con organismos de las Naciones Unidas, como la Oficina del Alto Comisionado para los Derechos Humanos, el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente, el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, entre otros.
- f. Aumentar las oportunidades comerciales ampliando la visión de las empresas al incluir en su oferta bienes, productos y servicios diseñados con un sentido social.
- g. Participar en diálogos orientados a la resolución de problemas críticos.
- h. Aprovechar los instrumentos de gestión y los recursos que ofrece el Pacto Mundial, así como la posibilidad de adoptar vías de trabajo especializadas.

El éxito del Pacto Mundial dependerá de la eficacia a la hora de que se produzcan verdaderos cambios al interior y exterior de las empresas, los cuales serán realizados de manera gradual, además de que formarán parte de un banco de datos de aprendizaje. Se debe tener claro que la sustentabilidad empresarial consiste en un proceso de mejora continua, ya que de eso depende la creación de valor a largo plazo, identificando los riesgos y oportunidades a los que se enfrentan las empresas. Para ello el Pacto Mundial desarrolló en el 2010 junto con Deloitte un **Nuevo Modelo de Gestión** que tuvo por objeto ayudar a las empresas a garantizar que su estrategia de sustentabilidad estuviera alineada con los principios del Pacto Mundial (Ver Figura 11).

FIGURA 11

Modelo de Gestión del Pacto Mundial



Fuente: *United Nations Global Compact. (2000). Modelo de Gestión del Pacto Mundial de las Naciones Unidas. Marco para su implementación.* [en línea]. Nueva York: *The Global Compact & Deloitte*, p. 9. [fecha de consulta: 01 de Noviembre de 2015]. Disponible en: <http://www.pactomundial.org.mx/home/wp-content/uploads/2011/03/UNGC-Management-Model_esp_baja.pdf>

El nuevo modelo surgió junto con la garantía de que cualquier tipo de empresa podría utilizarlo, partiendo de la idea de que no existe un enfoque único, ni tampoco un punto de partida o un punto final, sino una nueva forma de hacer las cosas, el cual y al menos desde la perspectiva de las Relaciones Internacionales representa un cambio en el orden de gestión de los procesos más tradicionales.

2.6. Objetivos de Desarrollo Sostenible y Agenda 2030

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) conforman la nueva Agenda de Desarrollo de las Naciones Unidas que fue adoptada en la Cumbre de Desarrollo

Sostenible el pasado 25 de septiembre de 2015 en la ciudad Nueva York como resultado del trabajo realizado en la Conferencia de Río + 20. El proyecto titulado “Transformar nuestro mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible” se encuentra conformado por un total de 17 objetivos y 169 metas concretas (Ver Figura 12), y que sustituyeron a los ODM del año 2000 pero para continuar la labor que estos comenzaron, solo que en esta ocasión se ha colocado a las empresas como protagonistas centrales, lo que sin duda coloca al Pacto Mundial como una iniciativa vital para que los ODS alcancen su meta en el 2030.

FIGURA 12
Objetivos de Desarrollo Sostenible



Fuente: *Objetivos de Desarrollo Sostenible*. (s.f.). recuperado el 03 de Noviembre de 2015, de <http://www.undp.org/content/undp/es/home/mdgoverview.html>.

2.7. Perspectivas de crecimiento con base en su estrategia 2014-2016

De conformidad con la estrategia publicada por el Pacto Mundial para el periodo 2014-2016, fueron definidas seis acciones principales para conseguir que el proceso de implementación de la RSE se convierta en acciones que impacten de manera positiva a las sociedades.

A continuación analizamos cada una de las acciones definidas, las perspectivas de crecimiento, así como los resultados obtenidos una vez concluido el primer año desde que fue formulada la estrategia, pero comparándolos a su vez con los resultados obtenidos en el año inmediato anterior (Ver Tablas 25-29).

a. Aumentar el compromiso y la participación de las empresas

Para lo cual se consideró fundamental contar con una masa crítica de participantes, lo que se podría conseguir a través de las siguientes acciones:

- Disminuyendo el número de expulsados (4,000 desde el año 2000).
- Incrementado el número de empresas sumando a las que forman parte de *Fortune 500* o del *Dow Jones Sustainability Index*.
- Aumentando el compromiso y la calidad de los reportes anuales.
- Fortaleciendo la relación con los participantes.

TABLA 25
Acciones del Pacto Mundial 2014-2016

Acción	Perspectiva de crecimiento	Resultados 2013	Resultados 2014
Incrementar el número de participantes	13,000 en el 2016	7,980	7,495
Disminuir el número de expulsados	A través de la entrega de CoPs	201 expulsados	652 expulsados
Aumentar el número de reportes		5,019	6,339
Incrementar la calidad de los reportes	< 10% CoP Aprendiz que en el año anterior. > Nivel de CoP Avanzada	Avanzada – 7% Activa – 81% Aprendiz – 12%	Avanzada – 7% Activa – 81% Aprendiz – 12%
Incrementar la visibilidad del Pacto Mundial	Aumentar el número de visitantes y menciones	80,000 anual promedio	113,000 anual promedio

Nota: El total de empresas participantes en el 2014 disminuyó debido a que hubo un aumento en el número de expulsados, esto a pesar de que se logró que 536 empresas más no fueran expulsadas por no haber entregado su reporte. Con relación al grado de diferenciación de las CoP esta se mantuvo igual, sin embargo, es destacable que el 73% de las CoP con nivel avanzado hayan utilizado los indicadores GRI lo que demuestra un mayor grado de madurez.

Fuente: Elaboración propia con base en (1) *United Nations Global Compact. Strategy 2014-2016*. Ídem, pp. 13-16; (2) *United Nations Global Compact. Activity Report 2013* [en línea]. Nueva York: *United Nations Global Compact and Foundation for the Global Compact*, 2015, pp. 6-8. [fecha de consulta: 26 de Septiembre de 2015]. Disponible en: <https://www.unglobalcompact.org/docs/about_the_gc/ActivityReport-2013-web.pdf>; (3) *United Nations Global Compact. Activity Report 2014*. Ídem, pp. 8-10.

b. Fortalecer la presencia global y local de las Redes Locales

Objetivo a realizar dotando a las Redes Locales de mayores capacidades, tanto para seguir enrutando el trabajo de la iniciativa en contextos socio-culturales sumamente distintos, como para manejar las consecuencias del aumento esperado en el número de participantes.

Se consideró que los esfuerzos puntuales a realizar deberían estar enfocados según la relevancia de cada mercado, su importancia geopolítica, el potencial de tener un mayor impacto a nivel regional y otras consideraciones contextuales de importancia. Para conseguirlo se plantearon las siguientes acciones:

- Involucrar a las redes en los procesos de toma de decisiones a través de la creación de un Grupo Consultor que sirviera de enlace con el Consejo⁷¹.
- Aumentando su competencia, lo que implicó incrementar los criterios para su constitución, así como la eliminación de las redes inactivas.
- Reconociendo y comunicando las mejores prácticas a nivel internacional.
- Mejorando la comunicación entre las Redes Locales y el Pacto Mundial.
- Aumentando el número de redes en países donde el Pacto Mundial no tuviera presencia y en países estratégicos y con poca visibilidad.

TABLA 26
Acciones en las Redes Locales

Acción	Perspectiva de crecimiento	Resultados 2013	Resultados 2014
Incrementar capacidades	Eliminar redes inactivas y aumentar criterios de conformación	101 redes establecidas	82 redes establecidas
Incrementar habilidades	El 75% de las redes deben ser formales	56 formales 16 establecidas 26 emergentes	59 formales 13 establecidas 10 emergentes

Nota: Como resultado del incremento en los criterios para la conformación de las Redes Locales, el total de redes disminuyó de 101 conformadas en el 2013 a 82 en el 2014. El número de redes formales aumento de 56 a 59, lo que significó que el 72% del total alcanzó ese *status*. De manera adicional se realizaron más

⁷¹ Conformado por siete representantes regionales provenientes de América, África, Europa del Este, MENA, Sur, Centro y Norte de Asia, Asia del Sureste y el Pacífico y Europa Occidental, los cuales son electos cada dos años por las Redes Locales de cada región durante la Reunión Anual de las Redes Locales. Los miembros del Grupo Consultor son quienes eligen a su representante, quien ocupará a su vez un puesto representativo *ex officio* en el Consejo del Pacto Mundial. Véase: *United Nations Global Compact. (2015). Activity Report 2014. Ídem, p. 25.*

de 450 eventos enfocados en asuntos clave, además de que 20 de las redes existentes lograron identificar prioridades a través de la Agenda de Desarrollo Post 2015.

Fuente: Elaboración propia con base en (1) *United Nations Global Compact. Strategy 2014-2016. Ídem*, pp. 16-19; (2) *United Nations Global Compact. Activity Report 2013. Ídem*, pp. 6-8; (3) *United Nations Global Compact. Activity Report 2014. Ídem*, pp. 8-10.

c. Asegurar que el portafolio de temas fuera coherente

Con el objetivo de proyectar una visión integral del papel que juegan las empresas en la sociedad, es necesario que los temas que se apoyan cumplan con los siguientes criterios: tener conexión con los principios del Pacto Mundial y con los objetivos de las Naciones Unidas, dar respuesta a las prioridades del Secretario General o de las Naciones Unidas, ser un tema relevante para el sector privado, agregar valor al Pacto Mundial, requerir de la colaboración de los *stakeholders* y participantes a través de las Redes Locales y ser una oportunidad para trabajar y apoyar a otras entidades de las Naciones Unidas.

A continuación se presenta un resumen del portafolio de temas del Pacto Mundial, los cuales se encuentran relacionados con alguno de los 10 principios o de manera transversal con todos ellos. Dependerá del grado de implementación en cada una de las empresas para que se puedan comprometer en alguna de las actividades mencionadas. Otros temas que también son apoyados y que pueden ser consideradas como iniciativas hermanas son: *Principles for Responsible Initiative (PRI)* y *Principles for Responsible Management Education (PRME)*, en las cuales el Pacto Mundial funciona como controlador de la RSE a través de *stakeholders* no empresariales como inversionistas y educadores.

Para la implementación de estos temas, el Pacto Mundial cuenta con herramientas como el *Global Compact LEAD* diseñado para los participantes más comprometidos y el *CoP Differentiation Programme*, que clasifica los reportes enviados por las empresas según su nivel de comunicación, implementación y contribución con los objetivos descritos.

TABLA 27
Portafolio de temas del Pacto Mundial

Tema	Social Principios 1-6	Ambiental Principios 7-9	Gobernanza Principio 10	Transversales Principios 1-10
Plataformas de Apoyo	<i>Human Rights Women's Empowerment Principles Children's Rights and Business Principles</i>	<i>Caring for Climate CEO Water Mandate</i>	-	<i>Business for Peace</i>
Grupos de Trabajo y Líneas de Trabajo Especializadas	<i>Human Rights & Labour Indigenous People's Rights Peoples with Disability Poverty Footprint Business & Education</i>	<i>Food and Agriculture Business Principles</i>	<i>Anti- Corruption Rule of Law</i>	<i>Supply Chain Sustainability Lawyers as Leaders Social Enterprises & Impact Investing Private Sustainability Finance</i>
Grupos de Trabajo Transversal del Global Compact LEAD	-	-	-	<i>Board Oversight ESG Briefing Post-2015 Goal Setting</i>
Iniciativas Hermanas	-	-	-	<i>Principles for Responsible Investment (PRI) Principles for Responsible Management Education (PRME) Global Compact Cities Programme Sustainable Stock Exchange</i>

Fuente: Elaboración propia con base en *United Nations Global Compact. Strategy 2014-2016. Ídem*, pp. 16-19.

d. Atraer a empresas responsables, alineadas con la Agenda de Desarrollo Post-2015

Para lo cual fue publicado el documento titulado “*Post-2015 Business Engagement Architecture*”, que propone un modelo que demuestra como a través de la sustentabilidad una empresa puede maximizar sus contribuciones. Para lograr lo anterior se plantearon las siguientes acciones:

- Ofrecer entrenamiento, recursos y apoyo a los participantes.
- Capacitar a las Redes Locales.
- Desarrollar y compartir herramientas de cooperación y recursos.
- Organizar eventos, *webinars* y otras oportunidades que conecten al sector privado con el Pacto Mundial.

- Apoyar al sector privado que se encuentra comprometido con iniciativas multi-*stakeholders* impulsadas por el Secretario General de las Naciones Unidas.

e. Fortalecer el marco de gobernanza y la rendición de cuentas

Por lo que se decidió poner especial atención a las Redes Locales con el objetivo de empoderarlas y a los otros componentes de gobierno con la finalidad de que se recaudaran más fondos.

f. Desarrollar una estrategia de financiamiento más sostenible

Ya que de acuerdo con el incremento en el número de participantes que se esperaba y el número de actividades que se desarrollarían, sería necesario contar con una mayor cantidad de recursos para poder solventarlas. Para ello se consideró necesario contar con un modelo que permitiera asegurar el futuro crecimiento y la viabilidad financiera de la iniciativa. Las acciones que se plantearon fueron las siguientes:

- Mantener y expandir el número de contribuyentes, invitando a otros gobiernos y que a su vez estos estimularan a otros para que también contribuyeran.
- Intensificar el financiamiento del sector privado, en cantidad de fondos y en número de contribuyentes.
- Colaborar y coordinar junto con las Redes Locales acciones para aumentar los fondos locales y globales.

A continuación presentamos los resultados del financiamiento obtenido en el 2014 en comparación con el del 2013:

TABLA 28
Financiamiento del Pacto Mundial 2013 y 2014

Año	2013 (USD)	2014 (USD)
Público	\$3,671,121	\$3,567,692
Gobiernos	\$3,594,886	\$3,478,775
Intereses y otros ingresos	\$76,235	\$88,917
Privado	\$14,661,630	\$13,916,441
Total	\$18,332,751	\$17,484,133

Nota: En el 2014 se registro una disminución del 5% de los fondos recaudados con respecto al 2013.

Fuente: Elaboración propia con base en: (1) *United Nations Global Compact. Activity Report 2013*. Ídem, p. 31; (2) *United Nations Global Compact. Activity Report 2014*. Ídem, p. 31.

Así como la distribución de los gastos que se realizaron en el 2014 en función de cada una de las acciones definidas en la estrategia 2014-2016.

TABLA 29
Gastos del Pacto Mundial en el 2014

Presupuesto por área de trabajo	Trust Fund (USD)	Fundación del Pacto Mundial (USD)	Total (USD)
Aumentar el compromiso y la participación de las empresas	\$1,359,540	\$3,917,875	\$5,277,415
Empoderamiento de las Redes Locales	\$1,464,120	\$3,002,959	\$4,467,079
Asegurar coherencia en el portafolio de temas apoyados por el Pacto Mundial	\$1,202,670	\$1,509,076	\$2,711,746
Comprometer a las empresas para apoyar los objetivos de la ONU	\$836,640	\$1,174,168	\$2,010,808
Gasto Total Directo	\$4,862,970	\$9,604,078	\$14,467,048
Gasto Administrativo	\$366,030	\$1,078,253.00	\$1,444,283
Total de gastos	\$5,229,000	\$10,682,331	\$15,911,331

Nota: Los gastos representaron el 91% de los fondos recaudados por el Pacto Mundial en el 2014.

Fuente: *United Nations Global Compact. Activity Report 2014*. Ídem, p. 33.

CAPÍTULO III

EL FUTURO DE LA CIUDADANÍA CORPORATIVA EN UNA SOCIEDAD COMPLEJA

3.1. La criticidad de la RSE

En física nuclear la “criticidad” es un término utilizado para describir las condiciones normales en las que opera un reactor, que es la producción de reacciones en cadena autosostenibles, es decir produciendo reactividad nula evitando con ello algún tipo de desastre⁷². En el ámbito de la RSE sucede lo mismo, en entornos cada vez más complejos, donde cada día que pasa las crisis económicas, sociales y ambientales se agudizan, es necesario que las empresas se concienticen de la necesidad de ser autosostenibles para evitar que se susciten problemas que conviertan la “criticidad” en una crisis de enormes consecuencias. Sin embargo, es justo en este punto cuando vale la pena reflexionar si en realidad estamos tratando un asunto de conciencia, o si fue la RSE el resultado de una nueva dinámica de poder “tras bambalinas”.

Cuando leímos sobre los orígenes de la RSE en la década de los 50 nos dimos cuenta que el planeta en su conjunto comenzaba a enfrentar serios problemas, producto de un proceso de mundialización de la economía, la política y la estrategia, resultado de la segunda gran transformación del capitalismo a nivel internacional. Los Estados-nación se convirtieron entonces en los benefactores de las grandes corporaciones, ahora eran ellas quienes comenzaban a establecer las nuevas reglas del juego en alianza con diferentes Organizaciones Internacionales (OI) creadas por Estados poderosos que buscaban no desaparecer del todo de la escena de poder, sino permanecer en ella utilizando un “bajo perfil” por encima del resto de los Estados. Para ello fue necesario crear una nueva dinámica que justificara ante los ojos de la sociedad que se estaban tomando acciones que revirtieran los famosos “efectos colaterales” producto del mal comportamiento de las empresas.

⁷² *Glossary*. (s.f.). Recuperado el 05 de Diciembre de 2015, de <http://www.nrc.gov/re-ading-rm/basicref/glossary.html>.

Por ejemplo, en 1970, Milton Friedman había publicado a propósito de la RSE que la única responsabilidad de las empresas era maximizar sus beneficios, y solo 3 años después estalló la primera crisis del petróleo que tuvo como consecuencia una prolongada recesión y aumento de la inflación de manera generalizada. Fue en este contexto, junto con la irrupción de diversos escándalos corporativos como el de McDonnell Douglas y su avión DC-10 y el de la Unión Carbide y la tragedia sucedida en su planta de pesticidas en Bhopal, la India⁷³, que las empresas, al menos las que eran más grandes y resistentes, se verían favorecidas económicamente, pero quedando bajo la irrestricta vigilancia de una sociedad más crítica. Surgieron entonces diversas formulaciones teóricas como la Teoría de los Grupos de Interés y la Pirámide de Carroll que comenzaron a incluir en sus apreciaciones los diferentes niveles de responsabilidades, pero también iniciativas como el Pacto Mundial y el Libro Verde que le proponían a los empresarios de todo el mundo comulgar con el nuevo orden global a pesar de que lo hicieran sin tener ningún tipo de compromiso. Parecería que el objetivo final de estas propuestas era darle un rostro humano a las jerarquías de poder, las cuales seguirían desempeñando el mismo papel pero utilizando un lenguaje distinto. Así, la ética de la empresa se convirtió en RSE, el incumplimiento en área de oportunidad, la insuficiencia en mejora continua, los reportes en Comunicaciones del Progreso y por último y como hemos propuesto, la crisis en criticidad.

Para entender un poco más el porque de esta dinámica, de acuerdo con el *Ranking* Anual de la Revista Forbes sobre las empresas privadas más grandes del mundo, las 2,000 compañías que fueron incluidas en el 2014 generaron

⁷³ McDonnell Douglas es una constructora estadounidense y fabricante de aviones que se vio envuelta en la década de los 70 en varios escándalos relacionados con su avión modelo DC-10 y su puerta de carga la cual sufrió de descompresiones explosivas en varios vuelos provocando la muerte de muchos pasajeros. De acuerdo con las investigaciones se detectó que el problema había sido causado por algunas modificaciones hechas al sistema hidráulico de las puertas para disminuir los costos en su fabricación. Con relación al caso de la Unión Carbide y la tragedia sucedida en su planta de Bhopal en 1984, por accidente la planta liberó gas lo que provocó que en total 521,000 personas fueran expuestas a los gases, de las cuales 4,000 murieron de forma inmediata, 10,000 murieron a las 72 horas, 25,000 murieron por enfermedades relacionadas con los gases y otras 40,000 quedaron discapacitadas. Vid. DEL PULGAR, L. *Comunicación de empresa en entornos turbulentos*. Madrid: ESIC Editorial, 1999, p. 45.

ingresos por \$39.4 trillones de dólares⁷⁴, cifra que representó el 51% del PIB mundial de acuerdo con los datos publicados por el Banco Mundial en el mismo periodo (\$77.84 trillones de dólares en total)⁷⁵ y de las cuales las primeras 219 tuvieron ingresos por \$17.45 trillones de dólares igualando al PIB de Estados Unidos⁷⁶, que fue la economía más fuerte del mundo en el mismo año. Tampoco deja de sorprender que sea bajo esta perspectiva que las empresas que generan una mayor cantidad de ingresos se encuentren ubicadas donde se localizan las sedes centrales de las OI que dominan en la actualidad las esferas política y económica a nivel global (Ver Mapa 1).

Por lo anterior, es claro porque las empresas son consideradas en la actualidad como la institución social más importante y con mayor poder de influencia que existe, lo que ha provocado también que cada día que pase se conformen una mayor cantidad de grupos de presión, considerados como agentes de cambio indiscutibles pero con una capacidad de transformación aún insuficiente. Por ejemplo, *The Global Journal* estimó que en el 2013 ya existían alrededor de 10 millones de Organizaciones No Gubernamentales (ONGs) conformadas⁷⁷. Sólo para tener una idea del impacto que pueden tener las empresas sobre el nivel de satisfacción de sus propios clientes se expondrá un dato adicional, de acuerdo con los últimos reportes de gestión publicados por la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (CONDUSEF)⁷⁸ y la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO)⁷⁹ que son los organismos principales para la interposición de denuncias en México en contra de empresas privadas, en el 2013 se realizaron un total de 1,433,775 acciones de atención a

⁷⁴ *Las compañías más grandes del mundo en el 2014*. (s.f.). Recuperado el 10 de Diciembre de 2015, de <http://www.forbes.com.mx/las-companias-mas-grandes-del-mundo-en-2014/>.

⁷⁵ *Datos*. (s.f.). Recuperado el 10 de Diciembre de 2015, de <http://datos.bancomundial.org>

⁷⁶ Ídem.

⁷⁷ *TOP 100 NGOS 2013*. (s.f.). Recuperado el 15 de Diciembre de 2015, de <http://www.theglobaljournal.net/group/top-100-ngos/>.

⁷⁸ Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros. *Informe de Autoevaluación 2013*, p. 6. [en línea]. México: CONDUSEF, 2014, p. 6. [fecha de consulta: 20 de Julio de 2015]. Disponible en: <<http://www.condusef.gob.mx/transparencia/IA-Ene-Jun-2013.pdf>>

⁷⁹ Procuraduría Federal del Consumidor. *Informe Anual 2013* [en línea]. México: PROFECO, 2014, P. 18. [fecha de consulta: 15 de Diciembre de 2015]. Disponible en: <http://www.profeco.gob.mx/h_institucion/inf_des/Informe_Anuar_2013_final.pdf>

usuarios inconformes (1,216,367 a través de la CONDUSEF y 126,553 a través de la PROFECO), lo que significó que al menos 1 de cada 4 empresas fueron sujetos de queja en el 2013, lo que claramente demuestra esta situación, sin considerar que las cifras antes mencionadas son inherentes a una disertación entre lo que es legal o ilegal y no sobre lo que es correcto o incorrecto. Ante este panorama es razonable que continúe existiendo una preocupación universal por el comportamiento de las empresas, así como innumerables dudas sobre la propia RSE y las diferentes iniciativas que han sido creadas.

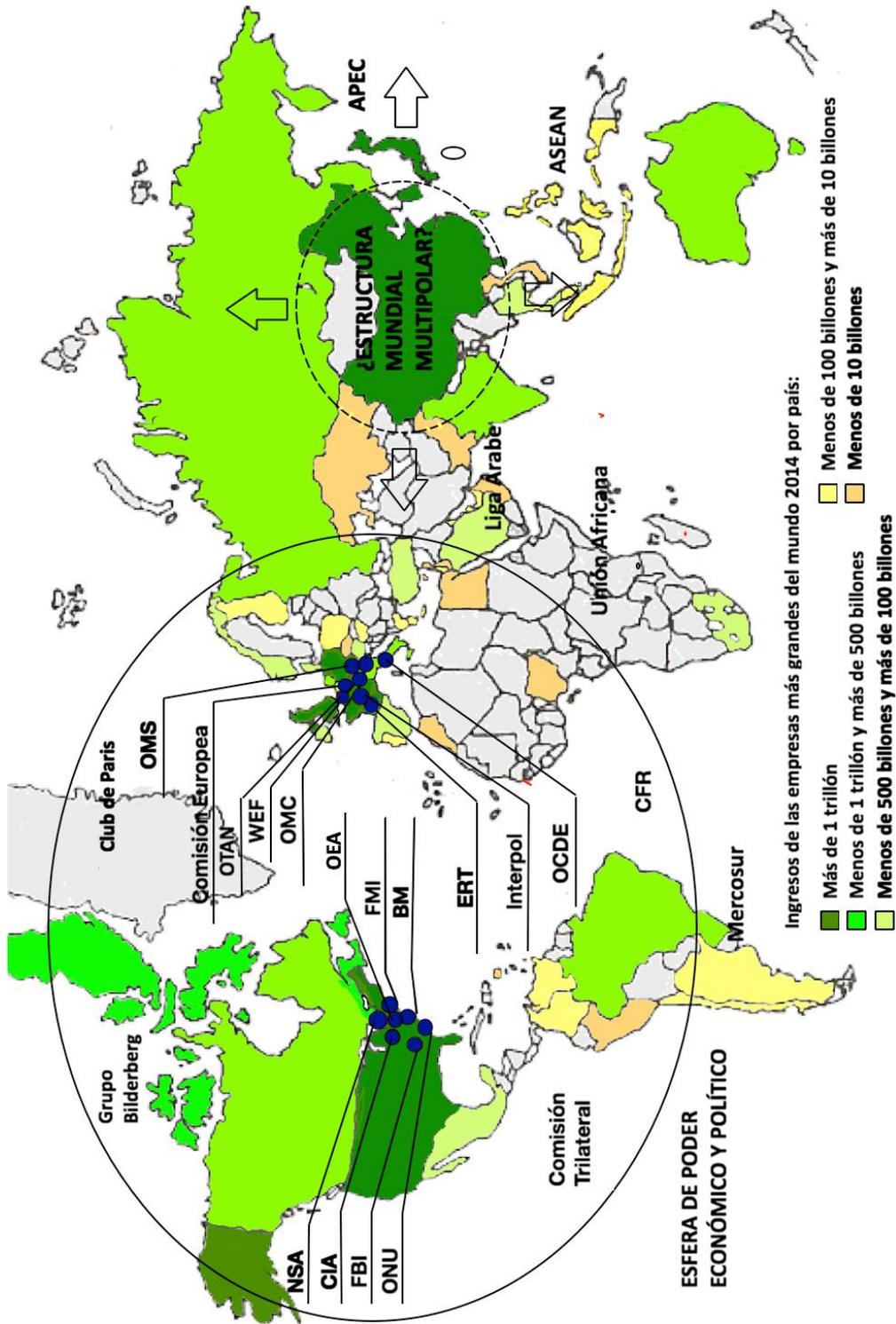
Por ejemplo, en el caso de Cemefi encontramos que en el 2014 fueron entregados un total de 934 Distintivos⁸⁰, cifra que representó el 0.017% del total de las empresas registradas en el mismo periodo (5,654,014), situación desalentadora, así como la presentación de diversos escándalos corporativos que en muchas ocasiones han puesto en duda los criterios de evaluación de Cemefi por la falta o deficiencia en la aplicación de sus principios. Algunos de los casos más representativos han sido protagonizados por empresas como Walmart de México y Centroamérica quien a pesar de los escándalos en los que se ha visto envuelta, ha recibido el Distintivo por 14 años consecutivos, Lilly de México con 9 años y Scotiabank con 7 años son otros ejemplos. Otras empresas como Pfizer, Mattel y HSBC quienes de la misma forma han encabezado escándalos vinculados con su ética empresarial dejaron de obtener el Distintivo pero sin que Cemefi realizara algún tipo de declaración.

En la siguiente tabla se muestra un resumen de las principales críticas publicadas en prensa y otros sitios *web* de opinión, que evidencian algunos de los escándalos comentados previamente, así como las dudas que han surgido en torno a los criterios de evaluación de organismos como Cemefi (Ver Tabla 30).

⁸⁰ VILLALOBOS, J. Ídem.

MAPA 1

Empresas más grandes del mundo en el 2014



Fuente: Elaboración propia con base en los datos publicados en el *Ranking* Empresas más grandes 2014 de la Revista *Forbes*.

TABLA 30

Principales críticas en torno a las Certificadoras de RSE

Fuente	Crítica	Comentario
@eudoxa 29/07/2011 “El Distintivo ESR es lavado de conciencias”	El Distintivo ESR es una herramienta mínima de Responsabilidad Social	El Distintivo ESR es un marco de referencia para empresas que quieran iniciar un camino para ser socialmente responsables. Las empresas que buscan obtener el Distintivo lo que en realidad quieren es reconocimiento público.
CNN Expansión 05/12/2011 “La simulación de la RSE”	La RSE es una práctica de simulación	Una falsa RSE contribuye a una cultura de simulación que favorece situaciones como: confundir la filantropía con la RSE, convertir la autorregulación como método de evaluación y desatender las críticas recibidas.
EXCELSIOR 13/08/2012 “El doble discurso de las empresas”	La RSE es una herramienta de <i>greenwashing</i> y <i>marketing</i>	El Distintivo de Cemefi a pesar de ser una buena iniciativa, no es más que una estrategia de <i>marketing</i> que se puede usar a conveniencia, dado que permite ocultar irregularidades. Se mencionan escándalos de empresas como Walmart, Pfizer, Scotiabank, HSBC, así como del Banco Standard Chartered de Londres.
EXCELSIOR 03/09/2012 “ESR, es reconocida como una certificación in-creíble”	Falta de una metodología y presencia enfática en casos de escándalo	Los reportes de sustentabilidad que emiten las empresas a petición de Cemefi no tienen una metodología rigurosa ni objetiva. Se critica también la falta de presencia de esta asociación cuando surgen temas de corrupción, falta de ética o malas prácticas de alguna de las empresas que tienen el Distintivo. Se mencionan escándalos de empresas como Walmart, Scotiabank, Mattel y Laboratorios Lilly.
Altaempresa.com 24/09/2012 “Wal-Mart y HSBC, más allá de la vergüenza”	Falta de rigor en el proceso de acreditación como empresa ESR	El proceso de acreditación como ESR carece de rigor, dado que a pesar del incumplimiento de participantes como Walmart, haciendo referencia a su escándalo de soborno por más de 24 millones de dólares para expandirse en México, continúa con el Distintivo. En el caso de HSBC el Banco no lo ha obtenido desde el 2012 debido a las acusaciones recibidas por lavado de dinero en Estados Unidos.
Altaempresa.com 24/09/2012 “¿Porqué salvar a la RSE? (ser responsable paga bien)”	La RSE es solo una acción de Relaciones Públicas	Aún existe una postura conservadora entre empresarios que consideran que la RSE es un mero precepto ético que consiste en portarse bien frente a la sociedad, o como buenos deseos ajenos a la rentabilidad de la empresa.
El Economista 26/12/2012 “RSE, entre los tropiezos y la madurez”	La visibilidad de escándalos corporativos ayuda a que las empresas refuercen sus prácticas de RSE	A pesar de los escándalos corporativos que surgieron en el 2012 la RSE alcanzó un mayor nivel respecto a los años anteriores, sumando un total de 688 empresas con el Distintivo ESR. Entre los casos más cuestionados se encuentran el de los sobornos realizados por Walmart en el 2012 en Teotihuacán; el lavado de dinero realizado por HSBC en el 2007 y 2008; el despido injustificado y maltrato hacia un empleado de uno de los proveedores de Samsung en el 2012 en Querétaro; y el de Cinépolis, empresa cuya imagen resulto muy afectada por la muerte de un menor dentro de una de sus salas a causa de un disparo de bala realizado desde el exterior, sucedido en el 2012 en Iztapalapa.

Fuente	Crítica	Comentario
Campeche HOY 08/04/2014 “Distintivo inmerecido”	El Distintivo ESR es entregado a empresas envueltas en escándalos	Uno de los estándares que debe tener la RSE es la transparencia, sin embargo, Cemefi continúa entregando reconocimientos a Instituciones que enfrentan escándalos, tal es el caso de la Universidad Autónoma del Carmen, demandada por el Instituto de Educación de Aguascalientes que exige la devolución de \$400 millones de pesos por un contrato que nunca fue cumplido.
EXCELSIOR 27/05/2015 “Hay una campaña de difamaciones impropia en México: OHL”	Algunas empresas aseguran ser difamadas injustificadamente a pesar del sustento de sus prácticas de RSE	Se expone el caso OHL, una constructora española afectada por las acusaciones de corrupción a su filial en México. La empresa asegura tener una fuerte política de anticorrupción, además de que forma parte del IPC Sustentable de la BMV..

Fuente: (1) Dinero en Imagen [en línea]: *ESR, es reconocida como una certificación in-creíble*. México, 2012. [fecha de consulta: 01 de Junio de 2015]. Disponible desde internet: http://www.dineroenimagen.com/20120903/5893?utm_source=Bolet%C3%ADn+Excelsior&utm_campaign=59abe867cfExc_lsior8_24_2012&utm_medium=email; (2) Excelsior [en línea]: *El doble discurso de las empresas*. México, 2012. [fecha de consulta: 01 de Junio de 2015]. Disponible desde internet: http://www.dineroenimagen.com/20120903/5893?utm_source=Bolet%C3%ADn+Excelsior&utm_campaign=59abe867cf-Exc_lsior8_24_2012&utm_medium=email; (3) Eudoxa [en línea]: *El Distintivo ESR es lavado de conciencias*. México, 2011 [fecha de consulta: 01 de Junio de 2015]. Disponible desde internet: <http://eudoxa.mx/2011/07/29/813/>; (4) Altoempresa.com. [en línea]: *Wal-Mart y HSBC, más allá de la vergüenza*. México, 2012. [fecha de consulta: 01 de Junio de 2015]. Disponible desde internet: <http://blog.altaempresa.com/?p=127>; (5) El Economista. [en línea]: *RSE, entre los tropiezos y la madurez*. México, 2011. [fecha de consulta: 01 de Junio de 2015]. Disponible desde internet: <http://eleconomista.com.mx/industrias/2012/12/26/rse-entre-tropiezos-madurez>; (6) Excelsior [en línea]: *Hay una campaña de difamaciones impropia de México: OHL*. México, 2015 [fecha de consulta: 01 de Junio de 2015]. Disponible desde internet: <http://www.excelsior.com.mx/nacional/2015/05/27/1026258>.

3.2. ¿Se puede medir la RSE?

Cuantificar la Responsabilidad Social de las empresas es posible a través de iniciativas como el Pacto Mundial y del *Global Reporting Initiative*, que son las herramientas más difundidas para implementar, evaluar y medir el comportamiento socialmente responsable si son utilizadas de manera adecuada; sin embargo, cuantificar los beneficios económicos que genera la RSE vista como un negocio rentable sigue siendo un aspecto subjetivo en la práctica cotidiana, debido en muchas ocasiones a diferentes prácticas que suelen ser utilizadas para rentabilizar aún más el nuevo negocio.

Apoyaremos esta afirmación con los siguientes argumentos:

- Primero, la mayoría de las iniciativas de RSE han sido elaboradas en países desarrollados con la única finalidad de promover que las empresas que tienen operaciones en otros países se comporten en el lugar donde se encuentren en función de las necesidades y exigencias del mercado.
- Segundo, las mismas iniciativas comenzaron a servir como referentes de control de las empresas a nivel internacional, dado que en cierto modo evitarían cualquier tipo de intento para que la RSE se convirtiera en un objeto vinculante, al menos jurídicamente hablando.
- Tercero, la deslocalización de las plantas de producción de las grandes empresas en países en vías de desarrollo favorece la ocurrencia de un fenómeno conocido como “*dumping social*”⁸¹, tipificado por algunos como un delito económico de competencia desleal provocado por la desprotección de la fuerza de trabajo nativa, como bajos salarios, trabajo infantil, sin seguridad y largas jornadas.
- Cuarto, el mismo fenómeno de deslocalización ha provocado también que los trabajadores de estos países no solo pierdan su trabajo, sino que su mano de obra se abarate aún más por el deterioro medio-ambiental.
- Quinto, la RSE constituye una excelente oportunidad para que las empresas *lato sensu* las OI, los grupos de poder y los Estados, continúen extendiendo sus operaciones y por tanto su injerencia en otras partes del mundo.
- Sexto, en medio de la globalización económica la RSE constituye una herramienta que puede servir a las empresas para enfrentar múltiples peligros de carácter social y ambiental, pero permitiéndoles evadir en ocasiones actos de los cuales sí son responsables.

⁸¹ *Dumping social: competencia desleal*. (s.f.). Recuperado el 20 de Noviembre de 2015, de <http://www.eltiem po.com/archivo/documento/MAM-122711>

- Séptimo, a través de la RSE se pueden establecer alianzas empresariales que permitan conformar una red de colaboración y cooperación a nivel internacional que les convierta en verdaderos agentes de cambio, o bien, para que estas incrementen su poder a través de la creación de figuras como son el *holding*, el *trust*, el cártel empresarial o el monopolio⁸².

Por lo anterior debemos tener claro lo que esta sucediendo, la RSE es una forma de comportamiento, que para bien o mal se esta extendiendo entre las empresas, grandes, medianas o pequeñas, pero desafortunadamente vista como un tema repetitivo o como una moda de *management* caracterizada por desarrollos o programas poco y mal estructurados que carecen además del apoyo de los altos directivos.

Es por esto que cuando preguntamos ¿se puede medir la RSE? No hay ninguna respuesta que por *default* corresponda, sino solo tentativas que podrían servir, según los vicios de cada empresa, para medir el nivel de Responsabilidad Social con el que cuentan, los beneficios económicos que pueden obtenerse a través de la RSE o las consecuencias generadas por este tipo de prácticas.

Por último y con objeto de conocer uno de los modelos que han sido propuestos para que las empresas puedan medir el impacto financiero de la RSE a pesar de no ser del todo concluyentes, se presentan los factores que evalúa el “*Value Driver Model*”, una herramienta



desarrollada por el *Global Compact LEAD* y la iniciativa *Principles for Responsible Investment* (UN-PRI). Cabe señalar que este modelo ya considera la gestión de riesgos como una parte fundamental en el proceso de medición (Ver Figura 13).

⁸² Se pueden consultar las definición de cada una de las figuras mencionadas en el glosario de términos de esta investigación.

FIGURA 13

Factores clave para medir el impacto financiero de la sostenibilidad



- Crecimiento.** Con objeto de saber el porcentaje de ventas totales logradas a partir de los productos y servicios sostenibles, y la tasa de crecimiento de este tipo de productos en comparación con la tasa de crecimiento de otros. A esta relación - crecimiento *versus* sostenibilidad - se le denomina S/G.
- Productividad.** Referente a las mejoras en la productividad relacionadas con la sostenibilidad. A esta relación - productividad *versus* sostenibilidad - se le denomina S/P.
- Gestión de riesgos.** Con la finalidad de obtener algunos datos críticos medibles que reflejan las situaciones que podrían poner en peligro a la empresa. A esta relación - gestión de riesgos *versus* sostenibilidad - se le denomina S/R.

Fuente: Elaboración propia con base en *United Nations Global Compact. The Value Driver Model: A tool for communicating the business value of sustainability* [en línea]. Nueva York: Global Compact LEAD & Principles for Responsible Investment, 2013), p. 13. [fecha de consulta: 19 de Octubre de 2015]. Disponible en: <https://www.unglobalcompact.org/docs/issues_doc/Financial_markets/Value_Driver_Model/VDM_Report.pdf>

Otro tipo de estudios que fueron desarrollados para medir el impacto financiero de la RSE son “Desmitificando la rentabilidad de las inversiones socialmente responsables” elaborado por el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) y Mercer, e “Inversión Sostenible: Estableciendo valor y rendimiento a largo plazo” del *Deutsche Bank*⁸³.

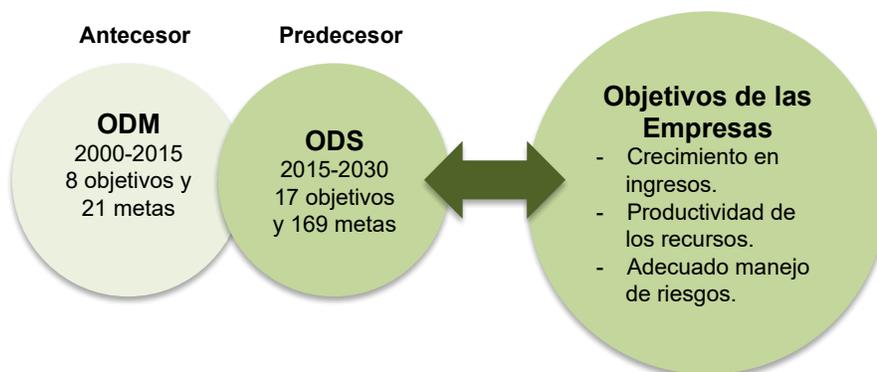
⁸³ United Nations Global Compact. *The Value Driver Model: A tool for communicating the business value of sustainability* [en línea]. Nueva York: Global Compact LEAD & Principles for Responsible Investment, 2013), p.

3.3. Ventajas competitivas

En los capítulos anteriores se mencionó que uno de los principales objetivos del Pacto Mundial era involucrar a las empresas privadas en la gestión de los principales retos globales, a través de iniciativas voluntarias dentro de las propias empresas, o del trabajo conjunto con otras entidades que forman parte de la estructura de la ONU, para lo cual el Pacto Mundial ofrece herramientas de apoyo que no solo sirvan como guía en el proceso de implementación de los 10 principios, sino como elementos de aprendizaje para que las empresas puedan convertirse en unos escrupulosos ciudadanos corporativos.

Uno de los materiales que han sido elaborados con esta finalidad es el documento titulado “*Building the Post-2015 Business Engagement Architecture*”, publicado en el 2013 y que menciona que uno de los objetivos principales debe ser la creación de valor compartido, impulsando unos Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) predecesores de los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM) que no fueron alcanzados en tiempo y forma, pero también insistiendo en los beneficios que pueden obtener las empresas, lo que desmitifica en cierto modo una de las confusiones más difundidas que dice que la RSE es una forma de comportamiento basado en buenas y desinteresadas intenciones (Ver Figura 14).

FIGURA 14
Valor Compartido



6. [fecha de consulta: 19 Octubre de 2015]. Disponible en: <https://www.unglobalcompact.org/docs/issues_doc/Financial_markets/Value_Driver_Model/VDM_Report.pdf>

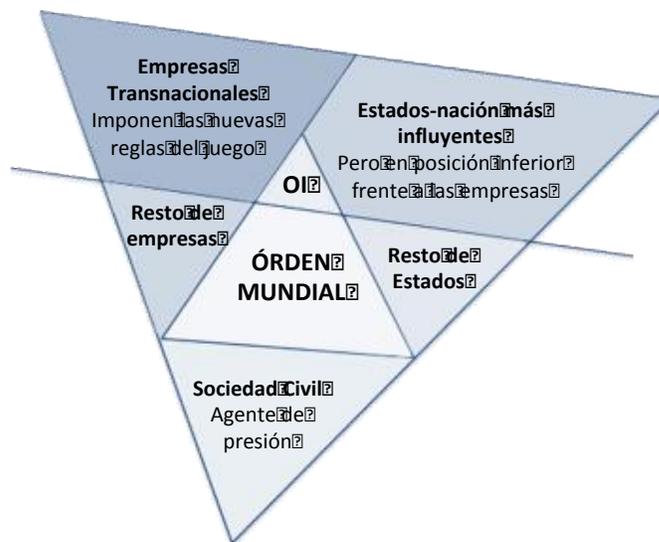
Nota: La dimension que hemos dado a los ODM y ODS es menor en tamaño en comparación a los objetivos de las empresas con el objetivo de representar la importancia que han ido adquiriendo estos últimos. Bajo esta vision podemos entender que es posible compartir el valor aunque en muchas ocasiones no se realiza de manera equitativa.

Fuente: United Nations Global Compact. *Building The Post-2015 Business Engagement Architecture* [en línea]. Nueva York: United Nations Global Compact, 2013, p. 4. [fecha de consulta: 20 de Octubre de 2015]. Disponible en: <https://www.unglobalcompact.org/docs/about_the_gc/Architecture.pdf>

Por el contrario, lo anterior nos ha permitido visualizar a la RSE como un mecanismo que nos enfrenta a dos escenarios: el primero, colocado en un estrato superior donde encontramos a las grandes empresas íntimamente conectadas con las esferas de poder en los ámbitos político y económico de las que forman parte OI reconocidamente controladas por los Estados-nación más influyentes, entre las que podemos encontrar al FMI, el BM, la OMC, la ONU y la OTAN; y el segundo, ubicado en un estrato inferior donde veremos el resto de empresas acompañadas por los Estados-nación menos influyentes y la propia sociedad civil susceptibles no solo a adoptar esta nueva forma de comportamiento, sino de presionar la aplicación de las nuevas directrices diseñadas para alcanzar un triple equilibrio y sirviendo como brazo útil del primer estrato.

En la siguiente figura describimos la dinámica antes planteada (Ver Figura 15).

FIGURA 15
Escenarios a las que nos enfrenta la RSE



Fuente: Mónica G. Martínez Arriaga, 2015.

A continuación se presenta un análisis de los principales factores o *drivers* y ventajas competitivas que sirven como motivadores para que las empresas adopten la RSE como un nuevo modelo de negocio.

Factores o Drivers:



- a. **Políticas de gobierno.** En lo que se refiere a leyes nacionales o internacionales que fomentan las mejores prácticas empresariales. Por ejemplo, en México existen leyes que además de regular el adecuado comportamiento de las empresas, aportan beneficios fiscales, entre las que destacan la Ley del Impuesto sobre la Renta (ISR), que en su Artículo 186 dispone que quien contrate personas con discapacidad o adultos mayores obtendrá estímulos fiscales⁸⁴ y la Ley General de Desarrollo Forestal Sustentable, que incluye programas de promoción de manejo y esquemas de compensación por los servicios ambientales que aporten los bosques⁸⁵.

- b. **Cambios en las expectativas de la sociedad.** Lo cual se ha visto influido por el incremento en el uso de las comunicaciones, particularmente de las redes sociales que poseen un alto sentido de democratización e inmediatez en la transmisión de las principales notas, sean estas buenas o malas.

⁸⁴ H. Congreso de la Unión. *Ley del Impuesto sobre la Renta* [en línea]. México: Cámara de Diputados, 2013, p. 204. [fecha de consulta: 21 de Octubre de 2015]. Disponible en: <<http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LISR.pdf>>

⁸⁵ ALFARO, J. M., LIMÓN, B. MARTÍNEZ, G. A., y TIJERINA, G. *Ambiente y sustentabilidad. Por una educación ambiental*. México: Grupo Editorial Patria, 2014, p. 59.

- c. **Preferencias de los consumidores.** El consumismo ético se ha convertido en una fuerza creciente. De acuerdo con la cuarta edición del *Greendex*, el Índice Ecológico creado por *National Geographic* y *GlobeScan*, el 61% de los consumidores a nivel mundial mencionaron estar muy preocupados por los problemas del medio ambiente, a pesar de que el estudio sugirió que los consumidores en realidad no estaban cambiando sus hábitos. De los 17 países encuestados, los mejor calificados fueron la India, China y Brasil, mientras que los peor calificados fueron Japón, Canadá y Estados Unidos. México ocupó el sexto lugar⁸⁶.
- d. **Demandas y motivaciones de empleados.** Elemento fundamental para el éxito de la empresa ya que de su fuerza de trabajo depende el cumplimiento de sus metas. Para ello es necesario que la empresa cuente con planes de incentivos que funcionen como motivadores tangibles. Mauro Rodríguez Estrada, fundador y primer Presidente de la Asociación Mexicana de Creatividad (AMECREA) afirma que “el incentivo es un estímulo que desde afuera mueve o excita al sujeto a deshacer o hacer determinada cosa. El estímulo sería como empujar un vehículo hasta que el motor encienda y pueda prescindir del empujón”⁸⁷.
- e. **Solicitud de inversionistas.** Esta comenzando a surgir una fuerte preocupación para que los inversionistas incluyan en sus decisiones criterios éticos, sociales y ambientales. Por ejemplo, la iniciativa hermana del Pacto Mundial UN-PRI creada en el 2005, tiene como objetivo lograr que los firmantes de la iniciativa integren en sus inversiones los seis Principios de la Inversión Responsable, que son: integración,

⁸⁶ National Geographic & GlobeScan. (2012). *Greendex: 2012: Consumer Choice and the Environment – A Worldwide Tracking Survey* [en línea]. National Geographic & GlobeScan, p. 58. [fecha de consulta: 21 de Octubre de 2015]. Disponible en: <http://images.nationalgeographic.com/wpf/mediacontent/file/NGS_2012_Final_Global_report_Jul20-cb1343059672.pdf>

⁸⁷ RODRÍGUEZ, M. *Motivación al Trabajo, Serie de Capacitación Integral*, 2ª Ed. México: Manual Moderno, 1988, p. 5.

involucramiento, transparencia, aceptación, cooperación y reporte. En la actualidad el UN-PRI cuenta con 1,408 signatarios alrededor del mundo⁸⁸.

- f. **Solicitud de socios empresariales.** Las empresas, al igual que los inversionistas, están comenzando a preocuparse porque toda de su cadena de suministro integre en sus operaciones los principios de RSE.
- g. **Escuelas de negocios.** Las cuales están comenzando a desencadenar una nueva generación de Directores Comerciales inclinados por asuntos globales.

Ventajas competitivas:



1. **Ser internacional a gran escala**, formando parte de una iniciativa mundial.
2. Mostrar el **compromiso de la organización** con valores y principios éticos que son reconocidos a nivel global.
3. Pertenecer a una comunidad de **líderes empresariales** que fomenten la innovación y la conformación de alianzas.

⁸⁸ Signatories to the Principles for Responsible Investment (s.f.). [en línea]. Recuperado el 21 de Octubre de 2015, de <http://www.unpri.org/signatories/signatories/>.

4. Generar **valor compartido** con los diferentes grupos de interés con los que interactúa.
5. Aprender de los mejores, a través de las **mejores prácticas** que se han desarrollado alrededor del mundo.
6. **Fortalecer las relaciones** con los grupos de interés involucrados con la gestión y operaciones de la empresa.
7. Aumentar la **visibilidad de la empresa** contando con el respaldo y la marca de una Organización como Naciones Unidas.
8. Contar con un equipo de expertos y herramientas que coloquen a la empresa en una posición de **vanguardia**.
9. Optimizar los **resultados empresariales** a través de la mejora continua.
10. **Alinear la estrategia** de la empresa con los desafíos que plantea la RSE.
11. **Atraer a los inversionistas** que están empezando a tener un mayor interés por las empresas que son socialmente responsables.
12. Tener la posibilidad de obtener una **licencia social** que refleje el consentimiento moral que dan los grupos de interés a las empresas, mejorando su imagen de marca y su reputación.
13. **Reducir riesgos potenciales**, dado que las empresas que ignoran la RSE corren el riesgo de que se produzcan incidentes relacionados con derechos humanos, normas laborales, medio ambiente y corrupción, provocando el hundimiento de la empresa. En el caso de las empresas que ya se comportan de manera responsable, contarán con más herramientas para manejar este tipo de situaciones y convertirlas en oportunidades.
14. **Eficiencia y rentabilidad**, como resultado del crecimiento de los ingresos, reducción de costos y aumento en la productividad, gracias a la mejora de sus procesos y operaciones.

15. Tener una mayor oportunidad **de ser proveedor de grandes corporaciones** que se encuentran interesadas en que toda su cadena de suministro siga este tipo de prácticas. Por ejemplo, cualquier empresa podría beneficiarse de trabajar para alguna de las empresas que forman parte del *Ranking* 2015 de la Revista CNN Expansión, de las cuales vale la pena mencionar que de las 10 empresas más grandes en el país 7 ya forman parte del Pacto Mundial (Ver Tabla 31).

TABLA 31
Empresas más grandes de México en el Pacto Mundial

Empresa	Ventas anuales (millones de pesos)	Número de Empleados
Petróleos Mexicanos	\$1,586,280	153,085
Walmart de México	\$437,658	229,324
Comisión Federal de Electricidad	\$333,397	67,660
Femsa	\$263,449	216,740
Grupo Alfa	\$229,226	70,453
Cemex	\$210,023	44,241
Grupo Bimbo	\$187,053	128,583

Fuente: CNN Expansión [en línea]: *Top 10 del Ranking 2015 de las 500 empresas más importantes de México*. México, 2012 [fecha de consulta: 06 de Junio de 2015]. Disponible desde internet: <http://www.cnnexpansion.com/rankings/interactivo-las-500/2015>

16. Lograr la **fidelización de los clientes** actuales y atraer a nuevos, lo que se reflejará en los ingresos de la compañía.
17. **Diversificación** de la cartera de bienes, productos y servicios con un alto valor social, lo que le permitirá a la empresa tener acceso a nuevos mercados.

3.4. Elementos diferenciadores

El Pacto Mundial es una institución que desde hace 15 años ha logrado estar presente en cada una de las regiones y con el paso del tiempo en un mayor

número de países (82 de 195 países miembros de la ONU en el 2014⁸⁹), pregonando a los cuatro vientos un elemento que debe ser común, el reconocimiento de la RSE como base del comportamiento de todas las empresas del mundo, independientemente de su tamaño, del sector al que pertenezcan y del contexto en el cual se desempeñen. Para difundir este pensamiento el Pacto Mundial utiliza su mejor herramienta, las Redes Locales, que son las encargadas de enfocar sus estrategias basándose en la situación socio-cultural de cada uno de los países y por supuesto, en la importancia geopolítica y geoestratégica de cada una de las regiones.

Para darnos una idea de lo antes expuesto realizaremos un análisis comparativo de las Redes Locales de España y México, ambas premiadas en la Reunión Anual de las Redes Locales del 2014 en Addis Abeba, Etiopía, como la primera y tercera Red más importantes a nivel global por su desempeño, siendo la Red de México la más grande de América Latina y el Caribe a pesar de no haber sido la primera del mundo. El objetivo de esto será identificar los elementos que han marcado la diferencia entre ambas.

Con relación al tamaño de las Redes se observó que la Red de España contaba con un 72% más de participantes que la Red de México, teniendo esta última tan solo 1 año menos de existencia con respecto a la primera. Sobre el % de adhesión de cada una con respecto al total de las empresas conformadas en cada uno de los países en el 2014, España mostró un % de adhesión del 0.085 frente a un 0.013 en el caso de México. Y con respecto el número de CoPs entregados, la Red de México registró una mayor cantidad, lo que quiere decir que tuvo un mayor % de participantes activos en el mismo año (Ver Tabla 32).

⁸⁹ *Estados Miembros de las Naciones Unidas* (s.f.). Recuperado el 19 de Octubre de 2015, de <http://www.un.org/es/members/http://www.un.org/es/members/>. Consultado:

TABLA 32
España y México, tamaño de la Red 2014

Variable	España	México
Inicio de operaciones	2004	2005
Total de participantes	2,631	729
Empresas grandes	319	147
PyMEs	1,886	274
Otros	426	308
CoPs enviadas	692	223
% de participantes activos	26%	31%
Empresas en el país	3,119,310	5,654,014
% de adhesión	0.084%	0.013%

Fuente: (1) Pacto Mundial de las Naciones Unidas. *Informe de Actividades 2014*. [en línea]. México: Red Pacto Mundial México, 2015, pp. 5, 9, 11. [fecha de consulta: 25 de Octubre de 2015]. Disponible en: <http://www.pactomundial.org.mx/home/wpcontent/uploads/2015/04/Informe_final.pdf>; (2) Red Pacto Mundial España. *Memoria 2014. El valor de compartir principios* [en línea]. México, 2015, pp. 8-9. [fecha de consulta: 25 de Octubre de 2015]. Disponible en: <<http://www.pactomundial.org/wp-content/uploads/2015/03/Memoria-Red-España-ola-del-Pacto-Mundial-2014.pdf>>; (3) Instituto Nacional de Estadística. *Estructura y dinamismo del tejido empresarial en España Directorio Central de Empresas (DIRCE) a 1 de enero de 2014* [en línea]. España, 2014, p. 1. [fecha de consulta: 23 de Octubre de 2015]. Disponible en: <<http://www.ine.es/prensa/np858.pdf>>

Con relación al número de actividades que fueron realizadas en el 2014, la Red de México contabilizó un total de 24 contra 38 que hizo la Red de España, sin mencionar algunas iniciativas innovadoras que en este rubro marcaron la diferencia entre ambas redes. Por ejemplo, “Conexión Pacto”, fue una herramienta a través de la cual la red española buscó conocer las inquietudes que tenían sus participantes con el objetivo de estrechar la relación con ellos⁹⁰. En términos generales, las actividades se llevaron a cabo de manera presencial o en línea. En el caso de España al menos el 37% de las actividades fueron presenciales, además de otros 11 tipos de tareas, caso contrario el de México donde independientemente de que el 33% haya sido de tipo presencial, solo se

⁹⁰ Red Pacto Mundial España. *Memoria 2014. El valor de compartir principios* [en línea]. México, 2015, p. 22 [fecha de consulta: 25 Octubre de 2015]. Disponible en: <<http://www.pactomundial.org/wp-content/uploads/2015/03/Memoria-Red-España-ola-del-Pacto-Mundial-2014.pdf>>

realizaron otros 5 tipos de tareas, lo que restó dinamismo a la red (Ver Gráficas 21 y 22).

GRÁFICA 21

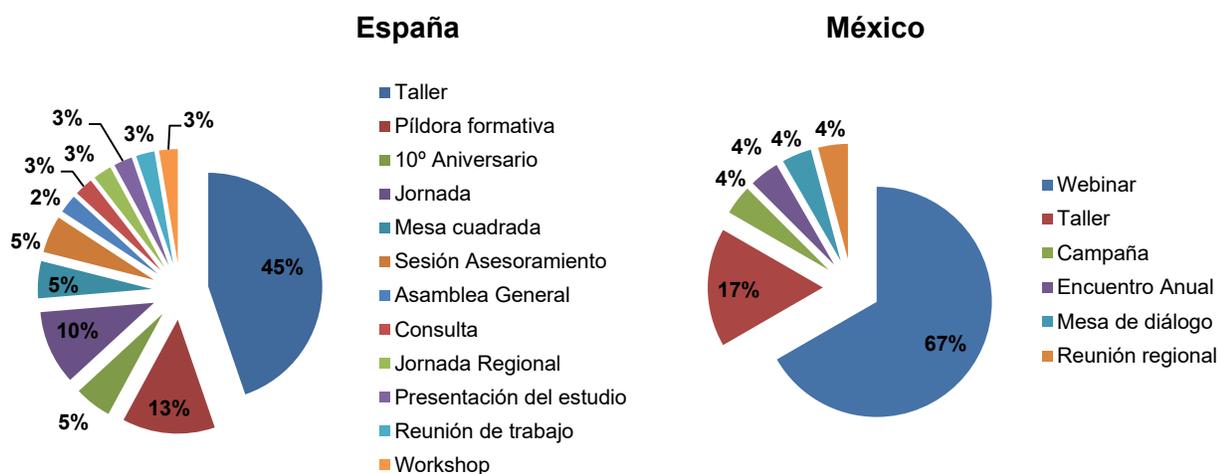
España y México, tipo de actividades 2014



Fuente: (1) Pacto Mundial de las Naciones Unidas. *Informe de Actividades 2014*. [en línea]. México: Red Pacto Mundial México, 2015, pp. 14-23. [fecha de consulta: 25 de Octubre de 2015]. Disponible en: <http://www.pactomundial.org.mx/home/wpcontent/uploads/2015/04/Informe_final.pdf>; (2) Red Pacto Mundial España. *Memoria 2014. El valor de compartir principios* [en línea]. México, 2015, pp. 14-15. [fecha de consulta: 25 de Octubre de 2015]. Disponible en: <<http://www.pactomundial.org/wp-content/uploads/2015/03/Memoria-Red-Española-del-Pacto-Mundial-2014.pdf>>

GRÁFICA 22

España y México, actividades 2014



Fuente: (1) Pacto Mundial de las Naciones Unidas. *Informe de Actividades 2014*. *Ídem*, pp. 14-23; (2) Red Pacto Mundial España. *Memoria 2014. El valor de compartir principios*. *Ídem*, pp. 14-15.

Tomando como base el acumulado de actividades que fueron realizadas por cada una de las redes, es destacable lo siguiente: la diversidad de herramientas e instrumentos utilizadas por la red española; la heterogeneidad de los temas

abordados, lo que evidenció el avance en el cubrimiento y experiencia que tiene esta red; y por supuesto los motivos por los que México recibió el tercer puesto y no el primero (Ver Figura 16).

FIGURA 16
España y México, temas abordados 2014



Fuente: (1) Pacto Mundial de las Naciones Unidas. *Informe de Actividades 2014*. Ídem; (2) Red Pacto Mundial España. *Memoria 2014. El valor de compartir principios*. Ídem.

A partir de los datos mencionados se puede tener la impresión que ciertos elementos han sido desaprovechados por la Red de México, por lo que hemos

considerado oportuno contrastar los datos antes expuestos con el plan de objetivos diseñado por la propia red para el 2014, así como los resultados declarados por la misma (Ver Tabla 33).

TABLA 33
Objetivos del Pacto Mundial México 2014

GOBIERNO Y FINANCIAMIENTO

Objetivo	Meta	Resultado
1. Tener un Gobierno Corporativo con mejores prácticas.	Crear un Manual Interno y de Políticas	Ok
	Asamblea del Pacto Mundial México	Ok
2. Lograr el crecimiento sostenido de la red.	Recaudar fondos de un mínimo de 20 empresas medianas y 25 empresas grandes	Aportaron en total: 48 grandes, 23 medianas, 15 pequeñas y 2 OSC
3. Establecer Consejos Locales del Pacto Mundial.	Crear al menos un Consejo Local	Meta cancelada en el 2015

DESARROLLO Y RELACIONES INSTITUCIONALES

Objetivo	Meta	Resultado
4. Facilitar herramientas de interacción, comunicación y gestión de prácticas de RSE.	Realizar 2 <i>webinars</i> mensuales	Se realizaron en total 16
	Realizar 9 talleres presenciales	Se realizaron en total 10
	Construir una plataforma <i>web</i> para elaborar CoPs y gestionar los 10 principios: mínimo 20 empresas	Meta cancelada en el 2015
5. Interactuar con distintos actores de la sociedad para promover la creación de un entorno propicio para la ciudadanía corporativa.	Participar en comités, cámaras y organismos multisectoriales	Se participo en 3 eventos
	Representar al Pacto Mundial en eventos de aprendizaje, sensibilización y divulgación	Se participo en 23 eventos
	Contar con al menos 2 grupos de trabajo sobre los 10 principios	Estos fueron: Anticorrupción y Derechos del Niño

COMUNICACIÓN

Objetivo	Meta	Resultado
6. Dar a conocer el Pacto Mundial y promover la adhesión al mismo.	Publicar un boletín mensual y enviar <i>mailings</i>	Ok
	Actualizar la página <i>web</i>	Realizado en el 2015
	Activar la cuenta de Twitter	Ok
	Campaña 1 de 10	Ok
7. Promover los beneficios de participar en el Pacto Mundial.	Publicar un Informe Anual de Actividades	Ok
	<i>Brochure</i> de beneficios	Pendiente para el 1er semestre 2015
8. Comunicar asuntos del Pacto Mundial que son de interés haciendo énfasis en las prácticas de los participantes.	Realizar publicaciones específicas sobre prácticas empresariales relevantes	Ok

Fuente: Pacto Mundial de las Naciones Unidas. *Informe de Actividades 2014*. Ídem, p. 30.

De los resultados declarados por la red nos dimos cuenta que estos no fueron resueltos en su totalidad. A continuación resaltamos aquellos aspectos que quedaron inconclusos:

Primero, el manual interno y de políticas no se encuentra disponible para consulta por lo que no es evaluable.

Segundo, con relación al número de contribuyentes el objetivo fue alcanzado, sin embargo, es importante observar que si se revisan los montos de las aportaciones en realidad no se logró un mayor impacto, ya que del total recaudado, el 58.3% fue recibido de empresas grandes contra un 61.5% procedente de PyMEs, aún y cuando puede entenderse que el alcance financiero de este segundo grupo sea inferior (Ver Tabla 34).

TABLA 34
Aportaciones del Pacto Mundial México 2014

Contribución	Empresa	%	PyME	%	Total general	%
> \$15,000	4	8.3	0	0.0	4	4.6
1\$0,000 - \$14,999	4	8.3	0	0.0	4	4.6
\$5,000 - \$9,999	5	10.4	0	0.0	5	5.7
\$500 – \$4,999	28	58.3	24	61.5	52	59.8
< \$500	7	14.6	15	38.5	22	25.3
Total general	48	100	39	100	87	100

Fuente: Pacto Mundial de las Naciones Unidas. *Informe de Actividades 2014. Ídem*, p. 26.

Tercero, sobre los talleres presenciales se realizaron en total 10, pero distribuidos en 3 fechas con un promedio de asistencia de 58 participantes (Ver Tabla 35).

Cuarto, en lo que respecta a los grupos de trabajo titulados Anticorrupción y Derechos del Niño es importante resaltar que estos también fueron contabilizados como talleres, ya que de lo contrario no se hubiera alcanzado el objetivo de realizar un total de 9 talleres.

Quinto, del total de los objetivos planteados, 2 fueron cancelados y otros 2 fueron pospuestos para el 2015, es decir, una vez pasado 1 año.

TABLA 35
Talleres realizados por el Pacto Mundial México 2014

Taller	Lugar	Asistentes	Temas
Talleres en Alianza	Centro IdeaRSE	63	CoP, Modelo de Gestión del Pacto Mundial, ISO 26000, GRI G4 y el Pacto Mundial
Taller de Anticorrupción	Tecnológico de Monterrey Santa Fe	64	Corrupción y Cooperación Intersectorial
Taller Derechos del Niño y Principios Empresariales	Naciones Unidas México	48	Impacto de las empresas en el lugar de trabajo, <i>marketing</i> y cadena de suministro.

Fuente: Pacto Mundial de las Naciones Unidas. *Informe de Actividades 2014. Ídem*, p. 18-19, 23.

Con lo anterior no se pretende refutar el trabajo realizado por la Red de México, ni por cualquier otra estructura del Pacto Mundial, por el contrario, consideramos que cada una de las actividades que se realizaron fueron conducentes al logro de los objetivos, a pesar de que su alcance e impacto no haya sido representativo. Para ello, creemos necesario exaltar las diferentes áreas de oportunidad que hemos podido identificar con el objetivo de que puedan servir como catalizadores reales de una RSE bien entendida a través de iniciativas como el Pacto Mundial, ya que independientemente del adoctrinamiento que se ha sugerido existe a través de la RSE, creemos que tanto las empresas como la propia sociedad pueden obtener beneficios reales (Ver Tabla 36).

TABLA 36
Áreas de Oportunidad del Pacto Mundial México

Área	Acción	Resultado deseado
Comunicación del Pacto Mundial	Incrementar su difusión y conocimiento	Aumentar la participación y el compromiso
Innovación empresarial	Reconcebir los productos y servicios con un sentido social y comercial	Materializar los activos intangibles
Valor multidimensional	Equilibrar los valores tradicionales y sociales de las empresas	Incrementar los beneficios para los <i>stakeholders</i>

Fuente: Mónica G. Martínez Arriaga. México, 2015.

A continuación analizamos cada una de las áreas de oportunidad identificadas:

a. Comunicación del Pacto Mundial

En la sección anterior pudimos constatar que las actividades que se están realizando a través de la Red Local del Pacto Mundial México, no son muchas, se encuentran distribuidas en pocas fechas, los temas abordados han sido contados, además de que el impacto y alcance logrado con las mismas ha sido reducido, lo que creemos es resultado directo de lo siguiente: Primero, las actividades que se llevaron a cabo fueron diseñadas pensando únicamente en las empresas firmantes, pero no en las empresas que aún no forman parte de la red y que por ende son firmantes potenciales; segundo, porque la comunicación que se ha realizado a través de la agenda del Pacto Mundial ha excluido a la sociedad civil, a través de la cual se podría ver favorecida la difusión de este instrumento; y tercero, porque los canales que han sido utilizados hasta la fecha poseen poco dinamismo, existiendo solamente una pila de documentos de aprendizaje que comprometen el liderazgo de los más altos directivos.

Para María del Socorro Fonseca, comunicar es “llegar a compartir algo de nosotros mismos. Es una cualidad racional y emocional específica del hombre que surge de la necesidad de ponerse en contacto con los demás, intercambiando ideas que adquieren sentido de acuerdo con experiencias previas comunes⁹¹” Atendiendo a esta definición el Pacto Mundial, dentro de su estrategia, considera que la comunicación es un elemento básico, sin embargo, tomando como base los resultados declarados por la propia red, creemos que en realidad la comunicación ha sido poco estimulada. En el 2014, la red estuvo conformada por 421 empresas, para las cuales se realizaron un total de 16 *webinars*, 10 talleres, 23 eventos de aprendizaje, sensibilización y divulgación, 2 grupos de trabajo, así como el envío de boletines, *mailings*⁹² y *tweets*⁹³, todas con el objetivo de

⁹¹ FONSECA, M. *Comunicación Oral Fundamentos y Práctica Estratégica*. México: Pearson Educación, 2000.

⁹² Entendemos por *mailings* al envío de información vía correo electrónico a un gran número de personas.

⁹³ Un *tweet* o tuit es una publicación realizada a través de la red social Twitter.

comunicar y difundir, pero no lo suficiente. Con este término no pretendemos hacer referencia a cantidad o abundancia, dado que lo que debemos rescatar son los valores más tradicionales como la confianza y credibilidad a través de una práctica intensiva de atención, que evite que valores como la calidad y la responsabilidad se mediaticen a través de una vía que también es intensiva, pero en términos de lo que algunos conocen como “infoxicación” (saturación de información).

Por lo anterior y con base en la experiencia adquirida en este tema consideramos que la creación de un centro de enlace formado a través de las Universidades favorecería la vinculación del Pacto Mundial con aquellas empresas y organismos que ya se encuentran encaminados hacia este pensamiento único. Este centro de enlace conformado por estudiantes que cuentan con competencias más habilitadas y frescas, serían los encargados de impulsar aquellos elementos que no han sido considerados aún para lograr que la comunicación sea más eficiente, pero sobre todo más clara y expansiva, aprovechando no solo la experiencia que ya se tiene, sino las alianzas y el compromiso subsidiario de las propias empresas y organismos asociados con el Pacto Mundial.

Entre las actividades que este nuevo organismo de enlace podría realizar se encuentran:

- Realizar **campañas cívicas** con objeto de tener una mayor presencia en las calles, escuelas, hospitales y otros espacios públicos, con objeto de que el público en general sepa de la existencia y de los objetivos del Pacto Mundial. Por ejemplo, a través del Consejo de Comunicación podrían llevarse a cabo diferentes campañas sociales que impulsaran los objetivos del Pacto Mundial, recordemos que justo el lema de esta entidad es ser “la voz de las empresas a favor de las grandes causas”.



- Explotar los beneficios que ofrecen **medios masivos** como la radio, prensa y televisión, aprovechando su grado de penetración. De acuerdo con la Encuesta Nacional de Hábitos, Prácticas y Consumo Culturales realizada por CONACULTA en el 2010 a una muestra de 32,000 habitantes a nivel nacional, el 90% de los encuestados ven la televisión, un 76% escuchan la radio y un 60% leen el periódico con diferente frecuencia⁹⁴.
 
- Aprovechar al máximo las bondades que ofrece **el internet y las redes sociales**⁹⁵, pero asegurando que la red sea difundida de manera apropiada. Por ejemplo, en el 2014 el Pacto Mundial México activo su cuenta en Twitter, sin embargo, para aumentar el número de seguidores podrían contratarse productos de paga como las cuentas promocionadas para que este apareciera en áreas específicas como “¿A quién seguir?” y en las Cronologías de Inicio para llegar a los usuarios más relevantes⁹⁶. Como muestra del impacto que se esta teniendo en Twitter consultamos el número de seguidores con diferencia de un mes, encontrando un aumento de 1,409 a 1,436 seguidores (lo que significó que sólo 27 personas se unieron en ese lapso de tiempo).
 
- Envío de **SMS o MMS masivos** a las empresas, firmantes y no firmantes. De acuerdo con la segunda edición del estudio *Monitor Acision* de Valor Agregado Móvil México, dedicado a monitorear los servicios de valor agregado en el país, de una muestra de 798 encuestados, el 84% recibieron en alguna ocasión un SMS o MMS con promociones o publicidad, de los cuales, el 79% los leyeron y hasta el 98% recordaron su
 

⁹⁴ *Encuesta Nacional de Hábitos, Prácticas y Consumo Culturales*. (s.f.). Recuperado el 27 de Octubre de 2015, de http://www.conaculta.gob.mx/encuesta_nacional/#.Vi-hCbQTE5g.

⁹⁵ Por ejemplo, no es de extrañar que al mes de julio de 2015, el espacio que tiene el Pacto Mundial en Facebook, tuviera apenas 46,589 seguidores, contra 53,400 en Twitter. En el caso de la Red de México, se contabilizaron 1,409 seguidores al 22 de Octubre de 2015.

⁹⁶ *Soluciones*. (s.f.). Recuperado el 27 de Octubre de 2015, de <https://business.twitter.com/es/solutions/grow-followers>.

contenido, lo que demuestra el alto nivel de penetración que tienen este tipo de servicios⁹⁷.

- Elaboración de **materiales de merchandising** como playeras, gorras, libretas, plumas, entre otros objetos de uso cotidiano que le den presencia al Pacto Mundial México, en diferentes sitios y con públicos diversos.
- **Comunicación uno a uno**, exaltando el beneficio que podría tener que las propias empresas firmantes conformaran Redes Empresariales que sirvan como brazo útil de las Redes Locales, ampliando los contactos con los que se cuentan.
- Elaboración de **juegos interactivos y otras herramientas prácticas** que permitan difundir entre los colaboradores y elementos empresariales de menor jerarquía el dinamismo que tiene la RSE. Por ejemplo, en el 2010 el Pacto Mundial diseño el *Dilemma Game* del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, con objeto de servir como guía para la implementación y comprensión de los 10 principios, sin embargo, solamente fueron distribuidas 1,000 copias.

3.3.2. Innovación empresarial

En la actualidad, la innovación no puede dejar de considerarse como un agente de cambio necesario, no solo para la supervivencia de las empresas, sino para que iniciativas como el Pacto Mundial no caigan en desuso. La innovación *per se* no solo debe entenderse como sinónimo de poder, sino como una herramienta que contribuya con el desarrollo de las sociedades a través de innovaciones de tipo social. En palabras de Phills, Deiglmeir y Miller (2008), “la innovación social debe ser una solución a un problema social que sea más eficaz, eficiente y sostenible que las soluciones existentes, cuyo valor creado se acumule en la sociedad en su conjunto y no en particulares” (p. 34-43). Para ello, los bienes,

⁹⁷ Convergencia Research. *Monitor Acision de Valor Agregado Móvil*, ^a Edición. [en línea]. México: Acision, 2011, p. 32 [fecha de consulta: 27 de Octubre de 2015]. Disponible en: <<http://amiti.org.mx/wp-content/uploads/2012/03/Estudio-MAVAM-ACISION-2011.pdf>>

productos y servicios que se oferten deberán ser asequibles y críticos, considerando su desempeño en el apuntalamiento de prácticas de Responsabilidad Social, pero que también contribuyan con la creación de valor para las propias compañías.

De acuerdo con Drucker (1986), la innovación debe estar orientada a “concebir o realizar algo nuevo, todavía desconocido o inexistente, con el objetivo de establecer relaciones económicas nuevas, entre elementos viejos y los que ya existan, y darles así una dimensión económica nueva” (p. 199). También Drucker hizo referencia a la innovación como “una herramienta para explotar el cambio como una oportunidad para hacer un negocio diferente” (p. 32). No obstante, independientemente que se tenga una buena idea, en el caso de las empresas la originalidad no es suficiente, se requiere que esta sea apropiada, útil, pero sobre todo viable, económica y operativamente.

Con base en esta concepción creemos que los principios de sustentabilidad a los que aspira el Pacto Mundial, podrían ser adoptados por las empresas de una mejor forma pero siempre que:

1. Lo oferta del Pacto Mundial sea puntual con el tipo de beneficios que pueden obtener las empresas y en cuánto tiempo.
2. Reconociendo el portafolio de productos y servicios pero con un sentido comercial y social.
3. Replicando alguna de las mejores prácticas que ya han sido desarrolladas alrededor del mundo.

En términos generales los autores definen diferentes tipos de innovación (Ver Tabla 37), clasificándolas según el ámbito de aplicación, su impacto en el mercado, su origen y su grado de novedad; no obstante para tener un mejor entendimiento, haremos referencia a la clasificación del Manual de Oslo (2006).

TABLA 37
Tipos de innovación comercial

Tipo	Descripción
Producto	Involucra cambios significativos pero no radicales en las características de las mercancías y servicios, la introducción de uno nuevo o con alto grado de mejora, respecto a sus características, mejoras importantes en otras especificaciones o características funcionales.
Proceso	La implementación de un método de producción o distribución nuevo o con alto grado de mejora.
Organización	La implementación de un nuevo método de organización aplicado a las prácticas de negocio, al lugar de trabajo o a las relaciones externas de la empresa.
Marketing	La implementación de un nuevo método de comercialización con importantes mejoras en el diseño del producto, su presentación, su política de posicionamiento en determinado segmento o mercado, o su promoción o precio.

Fuente: OCDE, Eurostat. *Manual de Oslo, Directrices para la Recogida e Interpretación de Información Relativa e Información* [en línea]. España: OCDE, Eurostat, 2006, pp. 48-53. [fecha de consulta: 28 de Septiembre de 2015]. Disponible en: <https://www.uam.es/personal_pdi/economicas/palomas/Traduccion%20%20espanola%20del%20Manual%20de%20Oslo.pdf>

Para tener una aproximación de la opinión que tienen los principales CEO a nivel mundial, de acuerdo con el último CEO Survey realizado por *Pricewaterhouse Coopers*, de un total de 1,322 entrevistas realizadas a Directores Generales de 77 países (PWC, 2014), el 56% consideró que el famoso atributo “*must-have*” para que un negocio fuera exitoso era la versatilidad, lo que demanda competir con nuevas industrias y en nuevos mercados⁹⁸.

En palabras de uno de los encuestados, el Dr. Vishal Sikka, Director General de Infosys, opina: “Yo creo que las compañías exitosas del mañana serán las que vean nuevo valor, nuevos modelos de negocio, cambiando la forma de hacer las cosas como se hacían antes. Y más allá de eso identificando formas completamente nuevas de conectar la oferta con la demanda, de conectar el valor – de traer el valor para construir nuevas redes” (PWC, 2014)⁹⁹.

⁹⁸ Pwc. *17th Annual Global CEO Survey*. [en línea]. Pwc, 2014. [fecha de consulta: 01 de Octubre de 2015]. Disponible en: <<http://www.pwc.com/gx/en/ceo-survey/2014/assets/pwc-17th-annual-global-ceo-survey-jan-2014.pdf>>

⁹⁹ Ídem.

Por lo anterior y en base a los atributos que posee la iniciativa del Pacto Mundial creemos que se trata de una herramienta que tiene un enorme potencial de innovación social y valor económico para las empresas, pero que debe ser ofertada en este sentido, dando cuenta no solo de los beneficios que la sociedad puede obtener, sino de las oportunidades de negocio que pueden tener las propias compañías, a través de la reorientación de su cartera de productos o de la adopción de algunas de las mejores prácticas que han sido desarrolladas alrededor del mundo. Por ejemplo, la entrega del premio Sustainia 100 que se realiza anualmente, además de hacer públicas las 100 mejores ideas o proyectos de innovación en materia de sustentabilidad ambiental a nivel mundial, hace una proyección de los beneficios ambientales, económicos y sociales que se han alcanzado en cada uno de los proyectos (Triple Cuenta de Resultados).

A continuación exponemos una muestra de los proyectos que formaron parte del *Ranking Sustainia 100* del año 2014 (Ver Tabla 38):

TABLA 38
Innovaciones Sustainia 100, Dinamarca 2014

Proyecto	Sector	Beneficios ambientales	Beneficios sociales	Beneficios económicos
Proterra's EcoRide Sistema de carga rápida en camiones eléctricos para el transporte público. <i>Desarrollado en Estados Unidos</i>	Transporte Primera unidad de tamaño completo y cero emisiones.	Reducción de huellas de carbono en las ciudades.	Operación de los camiones sin ruido y contaminación.	Ahorros por \$750,000 USD en combustible y \$130,000 USD en mantenimiento.
Aquion Energy Baterías de agua salada para concentrar la luz solar. <i>Desarrollado en Estados Unidos</i>	Energía Mecanismo de acumulación de energía hechos con materiales de bajo costo.	Desplazamiento de generadores de energía que producen millones de toneladas de CO2 cada año.	Disminución de la exposición que sufren las personas, especialmente los niños a los desechos tóxicos.	El costo de estas baterías es inferior al de otros generadores, como el diesel, en ocasiones hasta del 25%.

Proyecto	Sector	Beneficios ambientales	Beneficios sociales	Beneficios económicos
Better World Books Donaciones y reciclaje de libros usados. <i>Desarrollado en Estados Unidos y el Reino Unido</i>	Educación Aprovechar el valor de los libros usados para proteger el ambiente.	Se han reciclado más de 128 millones de libros, que equivalen a 2.25 millones de árboles.	Se han donado más de 12 millones de libros.	Se ha mejorado las expectativas económicas de los beneficiarios a través de la literatura.
Peek Vision Aplicación de <i>Smartphone</i> para hacer un examen de la vista. <i>Desarrollado en Kenia</i>	Salud Llevar esta aplicación a las comunidades de más bajos ingresos y prevenir la ceguera.	La aplicación requiere una mínima cantidad de recursos.	Prevenir la ceguera en comunidades que no tienen acceso a servicios de salud.	El costo del <i>hardware</i> es de solo \$170 USD frente a \$170,000 USD que puede costar un equipo profesional.
Wecyclers Servicio de reciclaje de desechos a cambio de puntos. <i>Desarrollado en Lagos, Nigeria</i>	Ciudades Creación de valor en comunidades de bajos ingresos a través de los desechos y utilizando poca infraestructura.	El Banco Mundial estima que solo el 10% de los desechos en África son reciclados.	Entre 30 y 60% de los desechos sólidos urbanos no se reciclan.	Reducción de costos para la recolección de desechos.

Fuente: Sustainia 100. *A Guide to 100 sustainable solutions* [en línea]. Dinamarca: Sustainia, 2014, pp. 60, 90, 106, 120, 130. [fecha de consulta: 01 Octubre de 2015]. Disponible en: <http://www.sustainia.me/resources/publications/3rd_sustainia100_2014.pdf>

3.3.3. Valor multidimensional

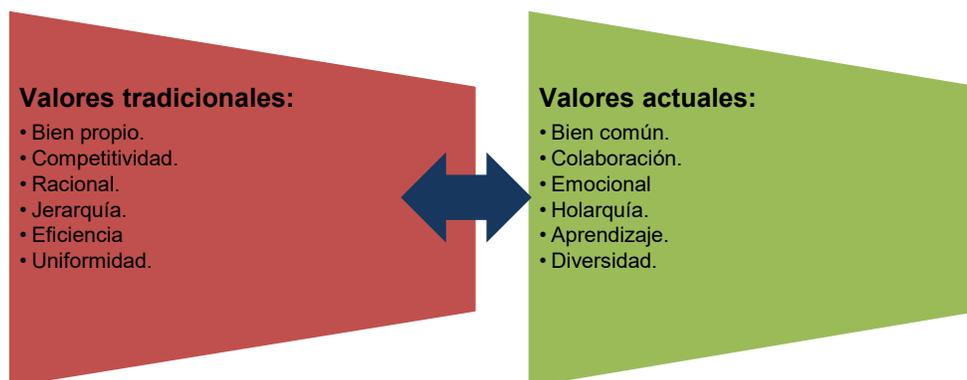
La necesidad de conocer el verdadero valor de una iniciativa como activo empresarial es un problema que no ha alcanzado una solución satisfactoria, sucede con el Pacto Mundial y con cualquier otra iniciativa creada en la materia. Si bien, se han tratado de realizar mediciones de corte financiero, en realidad no hay un estudio que haya analizado el valor desde una vertiente multidimensional, lo que quiere decir que dentro de nuestro análisis no podemos seguir considerando solamente a los valores más tradicionales del mercado como son el valor de uso y el valor de cambio de las mercancías, sino enfocarnos más en las teorías modernas del desarrollo cuyos planteamientos se centran en premisas como: la importancia de las instituciones, la economía de la información, la teoría de los problemas de coordinación y la preocupación por temas ambientales y del

desarrollo humano y sostenible, que expresan en suma la posibilidad de que el mercado encuentre múltiples equilibrios como lo sugieren autores como Douglas North y Oliver Williamson¹⁰⁰, pero principalmente en una sociedad que se caracteriza por ser multicéntrica, multipolar y polimorfa.

No obstante, para tener una visión más amplia sobre el valor actual que tienen iniciativas como esta, tomando como base los planteamientos anteriores proponemos trazar el componente actual de cada uno de los valores más tradicionales de las empresas (Ver Figura 17).

FIGURA 17

Equilibrio entre los valores tradicionales y actuales de una empresa



Fuente: Mónica G. Martínez Arriaga. México, 2015.

A continuación se analiza desde un enfoque internacionalista cada uno de estos valores:

- a. Uno de los objetivos vitales de la empresa es generar recursos, es decir, un **bien propio** para los accionistas, sin embargo, debido al incremento de la interdependencia internacional no solo en el plano económico, sino político, cultural y de comunicaciones, es necesario que ese bien propio se

¹⁰⁰ Centro de Estudios Económicos. Las teorías del desarrollo económico: algunos postulados y enseñanzas [en línea]. Colombia: CENES, 2006. [fecha de consulta: 25 de Noviembre de 2015]. Disponible en: <<http://revistas.uptc.edu.co/revistas/index.php/cenes/article/view/201>>

- convierta en un **bien común** en términos de competencia, colaboración y cooperación.
- b. Una empresa no puede dejar de ser **competitiva**, sin embargo, eso no quiere decir que no deba ser **colaborativa** con los *stakeholders* que puedan verse afectados por las decisiones de la empresa. Es decir, el brutal individualismo pregonado por los sectores dominantes debe dejar de ser la parte central para dar paso al colectivismo.
 - c. Las empresas deben actuar de manera **racional**, pero sin olvidar que la parte **emocional** es vital por los recursos humanos que gestiona. No obstante, estas características serán distintas dependiendo del lugar donde se encuentre el empresario o de su nacionalidad, por ejemplo, en el sur de la India suelen ser más serios para las transacciones comerciales, mientras que en el norte suelen ser más oportunistas y con una visión cortoplacista.
 - d. Para que las empresas puedan conseguir sus objetivos necesitan dotarse de una **jerarquía**, sin embargo es necesario descentralizar el proceso de toma de decisiones a manera de **holarquía** para que otras estructuras puedan dar respuesta a las exigencias del entorno. Sin embargo, debemos puntualizar que el manejo de las jerarquías es especialmente distinto de país a país, por ejemplo, en los países anglosajones la jerarquía se encuentra definida por el dinero y la competencia profesional, mientras que en los países nórdicos esta se encuentra basada en la horizontalidad e igualdad.
 - e. Es necesario que la empresa sea **eficiente**, pero que también se invierta en **aprendizaje** para continuar teniendo éxito. Por ejemplo, en el caso de las empresas multinacionales se sugiere que los empleados reciban la oportunidad de atender a cursos para aprender las costumbres de países a los que probablemente podrían estar destinados.
 - f. Las empresas necesitan que sus colaboradores compartan los mismos valores para actuar con **uniformidad**, no obstante, también es cierto que la **diversidad** es una fuente que puede aportar a la empresa mayor

información para poder afrontar los cambios, principalmente cuando una empresa opera en países cuya cultura es completamente opuesta, situación que puede impactar de manera importante la conducción normal de los negocios.

3.5. ¿Cuál es el futuro de la Responsabilidad Social Empresarial?

Hablar del futuro de la RSE, del Desarrollo Sostenible, de la Ciudadanía Corporativa o de cualquier otras de las interpretaciones que han sido creadas en el tiempo, es hablar de concepciones que a pesar de ser multiconceptuales poseen principios muy claros y sumamente sólidos, aunque todo pareciera indicar que la RSE como objetivo último continúa siendo una idea que no ha pasado de la teoría a la práctica, al menos desde la perspectiva de la “Ley del Todo o Nada”, aplicada en neurofisiología y que asegura que si un estímulo no tiene la suficiente intensidad para alcanzar el umbral de excitación de una neurona, no se producirá ningún tipo de reacción. Sin embargo, en los tiempos actuales no podemos permitirnos ser extremistas, ni calificar los resultados obtenidos basándonos en la ley antes mencionada. La RSE o cualquiera de sus equivalentes son conceptos que debemos considerar en continua transformación, evolución y cambio, tanto como los retos globales, los cuales definitivamente no son los mismos desde el surgimiento de la RSE hace poco más de 50 años.

Pero sin mayores preámbulos es necesario preguntarnos ¿Cuál es el futuro de la RSE? Si tomamos en consideración las variadas y diversas interpretaciones que se han originado, adoptando diferentes formas en contextos sumamente complejos, en donde la sociedad, la cual a pesar de haber adquirido un mayor grado de conciencia “colectiva”, muestra altos niveles de fragmentación, condicionando su capacidad de construir una mayoría hegemónica y favoreciendo por el contrario, la perpetuación de grupos aislados que se mueven en diferentes direcciones y en diferentes tiempos.

Así encontramos a distintas iniciativas de Responsabilidad Social, todas apostando porque la sustentabilidad se convierta en el eje principal del

comportamiento de las empresas, el Distintivo ESR de Cemefi, el IPC Sustentable de la BMV, la Norma Mexicana de Responsabilidad Social, el Distintivo *Great Place to Work*, el Modelo de Equidad de Genero del INM, los reconocimientos que otorga la STPS, el *Global Reporting Initiative* y finalmente el Pacto Mundial a través de la Red Local de México, conforman el despliegado de opciones que se encuentran disponibles en el país, las cuales a pesar de compartir los principios de RSE son totalmente independientes entre ellas, lo que nos llevaría a cuestionarnos el porque no sumar esfuerzos aprovechando el área de influencia, las motivaciones, instrumentos y capacidades humanas de cada una de ellas.

Si bien, la RSE en términos generales representa una opción altamente positiva para que las empresas sean buenos ciudadanos corporativos, es fundamental que esta deje de ser vista como un mero ejercicio de retórica, una fachada o una actividad de *greenwashing*, buscando en lugar de ello que la sustentabilidad converja con la rentabilidad, ya que de lo contrario estas aspiraciones podrían convertirse en una burbuja teórica, ideológica y por ende especulativa, que podría reventarse en cualquier momento. Tan es así que algunos ya se preguntan si la RSE ha llegado a su fin, cuando en realidad debería cuestionarse si esta ha comenzado. No hay que olvidar que la RSE surgió en un contexto de creciente atención y demanda pública respecto al impacto negativo que estaba teniendo la actividad empresarial, situación que inspiró que con el paso del tiempo se formularan conceptos con tintes globales, que fueran más allá del crecimiento económico y la generación de riqueza en el sentido más tradicionalista, pero conservando en esencia el espíritu de la RSE que en palabras de Mark Goyder es convertir el “cumplimiento” en “convicción”, que no es otra cosa que interiorizar la RSE en la visión y misión de las compañías, independientemente de que la RSE se encuentre o no normada y sea o no obligatoria en sociedades y contextos específicos. Solo hasta ese entonces podremos dar respuesta a lo que nos hemos preguntado.

CONSIDERACIONES FINALES

1. La RSE se encuentra ubicada en las actuaciones que van más allá del cumplimiento de lo que marca la ley, territorio que corresponde a un espacio voluntario, pero moralmente obligatorio.
2. No existen las empresas 100% sustentables, solo empresas que realizan prácticas de Responsabilidad Social en mayor o menor medida y que dependiendo de las circunstancias, estrategias y entendimiento que tengan sobre el tema, los resultados serán distintos.
3. Sin mayores preámbulos “Responsabilidad” proviene del vocablo *responsum* que significa “Respuesta” y que pertenece al campo de lo que una empresa ha decidido hacer, producto de la sensibilidad que se tiene ante distintas problemáticas; a diferencia de la “Responsabilidad” *per se* que tiene una clara connotación de obligatoriedad.
4. Con base en la investigación que hemos realizado proponemos la siguiente definición: “La RSE es el conjunto de acciones que tienen como objetivo cumplir necesidades económicas, sociales y medioambientales, basadas en la materialidad de los *stakeholders*, con una visión amplia, transparente, innovadora, comprometida con la mejora continua, pero sobre todo con la capacidad de trascender de la Responsabilidad Social a la Respuesta Social”. Es necesario observar que en esta definición hemos omitido el carácter voluntario usualmente descrito en todas las definiciones de RSE que existen, ya que en la actualidad es más importante contar con la famosa licencia social para operar que otorgan los grupos de interés, independientemente de que la RSE se encuentre o no regulada.
5. Sobre las definiciones de RSE más aceptadas y utilizadas en el mundo, se resalta que ninguna de ellas cubre al 100% los principios generales de la Responsabilidad Social, lo que da una mayor visibilidad sobre la falta de consenso que existe. Como se podrá ver en la siguiente tabla, las definiciones de la ISO 26000 y la del Foro de Expertos de España son las

que incluyen en su texto un mayor número de principios, cada una con un 57% (Ver Tabla 39).

TABLA 39
Principios de RSE por definición

Definición	Comportamiento voluntario	Ser parte integral de las operaciones	Mejora continua	Triple Equilibrio de resultados	Grupos de interés	Transparencia y rendición de cuentas	Actividades verificables	% Principios RSE
WBCSD				X	X			29
ISO 26000		X		X	X	X		57
Cemefi		X		X	X			43
Instituto Ethos		X			X			29
OIT	X	X			X			43
Foro de Expertos	X	X		X	X			57

Nota: Para la elaboración de esta tabla hemos considerado los principios de RSE que resumimos en la página 37 de esta investigación.

Fuente: Mónica G. Martínez Arriaga. México, 2015.

6. La visión más amplia de RSE debe integrar los 4 enfoques teóricos que existen, por lo que toda empresa que sea socialmente responsable deberá caracterizarse por ser instrumental, política, integradora y ética.
7. Hemos decidido utilizar de manera indistinta el término de RSE o cualquiera de las interpretaciones afirmativas que se encuentran listadas en la Tabla 3, página 36 de esta investigación.
8. El 42.7% de las empresas en México tiene 5 años ó menos de existencia, lo que las hace inestables y por lo tanto con una menor capacidad y conocimiento sobre la importante de integrar en sus estrategias la RSE.
9. Dentro de la mentalidad de los empresarios mexicanos continúa prevaleciendo una idea paternalista sobre la RSE, por lo que su evolución en el país ha sido más lenta; sin embargo, se ha demostrado que

mientras más alto sea el nivel de estudios, mayor será el entendimiento y comprensión que se tenga sobre el tema.

10. Hay empresas que han recibido reconocimientos de Responsabilidad Social, sin embargo, se requiere que la metodología para la entrega de los mismos tengan mejores criterios de análisis, evaluación, implementación y verificación de resultados.
11. A pesar de que se han realizado esfuerzos por difundir los principios de RSE, estos han sido insuficientes o sigue existiendo confusión sobre el alcance, los actores y las acciones que pueden llevarse a cabo. Si se observa el número de participantes que tenía cada una de las iniciativas que existían en México en el 2014, el porcentaje de adhesión con respecto al número total de empresas conformadas en el mismo año (5,654,014) es extremadamente bajo (ver Tabla 40).

TABLA 40

Número de participantes por iniciativa de RSE en México

Iniciativa	Participantes	% de Adhesión
Distintivo ESR	934	0.025
Empresa Familiarmente Responsable	340	0.0060
Empresa Incluyente	1,083	0.019
Modelo de Equidad de Género	326	0.0057
<i>Great Place to Work</i>	217	0.0038
<i>Global Reporting Initiative</i>	11	0.00019

Nota: No se consideró en este ejercicio al Índice IPC Sustentable de la BMV por ser un instrumento en el que solo participan las empresas que cotizan en la Bolsa.

Fuente: Mónica G. Martínez Arriaga. México, 2015.

12. Aún no se reconocen las ventajas competitivas de la RSE como estrategia de negocios y en el mejor de los escenarios las empresas que ya participan lo hacen por mejorar la calidad de vida y el desempeño de su organización y los que no participan, deciden no hacerlo por desconocimiento sobre cómo y donde empezar o por falta de presupuesto.
13. Resulta válido que el Pacto Mundial se encuentre conformado por los principios más básicos, dado que en muchas ocasiones se ha detectado

su omisión, sin embargo, se debe considerar la inclusión de puntos específicos sobre cada área temática en vista de que el mundo se ha tornado cada vez más complejo y cambiante, lo que hace necesario tener una perspectiva nueva, integradora, crítica y contextualizada en prácticas sociales.

14. Se ha dado autonomía a las Redes Locales del Pacto Mundial en lo que se refiere a la toma de decisiones, sin embargo, esto ha provocado que algunas de las mejores prácticas desarrolladas a nivel mundial sean ignoradas. Un ejemplo es la iniciativa llamada “*Compactlink*” creada por la Red Local de España, la cual tuvo por objeto promover la acción en materia de RSE a través de una comunidad virtual. Recordemos que esta red fue calificada como la número 1 en el 2014, por lo que creemos que el resto de las redes deberían de estar buscando replicar este tipo de prácticas.
15. Dentro del marco de gobernanza del Pacto Mundial se encuentra el Grupo de Gobierno, conformado por los gobiernos que han realizado alguna aportación económica a la iniciativa. Dentro del grupo destaca la ausencia de países poderosos como Estados Unidos, así como la presencia de otros como China con aportaciones que no superan los \$10,000 USD.
16. Del 2005 al 2014 fueron expulsados del Pacto Mundial un total de 4,875 participantes, cifra que representó el 65% del total de las empresas adheridas en el 2014.
17. Las Comunicaciones del Progreso presentadas por los participantes carecen de variables o formatos homogéneos que permitan realizar análisis comparativos, sin embargo, no se puede dejar de reconocer que la obligatoriedad de reportar por lo menos una vez al año como requisito de permanencia en la iniciativa, es un avance que no puede dejar de reconocerse, a pesar de que no se hayan establecido otro tipo de sanciones para los que no cumplen.
18. El Modelo de Gestión que el Pacto Mundial diseñó junto con Deloitte ofrece una visión que representa un parteaguas en el tipo de procesos a

los cuales estamos acostumbrados, es decir, no considera un principio ni un fin, además de que propone comprometerse desde un inicio, así como la evaluación de riesgos y oportunidades.

19. El compromiso asumido por el Pacto Mundial es que la comunidad empresarial adquiera la responsabilidad de hacer que los principios se respeten tanto en los lugares de trabajo, como en su área de influencia más amplia.
20. La criticidad es un estado conveniente porque apuesta por la sustentabilidad, que no es otra cosa que evitar una crisis de enormes consecuencias. Sin embargo, criticidad como tal también es un concepto que hemos propuesto en este trabajo con la finalidad de que forme parte del nuevo lenguaje creado por las estructuras de poder que tienen la misión de enfrentar las presiones sociales producto del mal comportamiento de las empresas.
21. La RSE trata de una disertación entre lo que es correcto e incorrecto, lo que para algunas empresas aún es causa de confusión, pero para otras un buen pretexto para alegar por ejemplo, que los empleados ya tienen derecho a Seguridad Social, aún y cuando la ley dicta que es algo obligatorio.
22. La RSE como herramienta de gestión ha caído recientemente en una carrera de desprestigio, ya que no solo ha aumentado el poder de las empresas sino el de los grupos del presión, lo que hace necesario que se aproveche este momento coyuntural y que las empresas decidan comprometerse con iniciativas como el Pacto Mundial que gozan de un enorme prestigio a nivel internacional, pero siempre que esta última sea impulsada de manera adecuada.
23. La RSE a través de las diferentes iniciativas que existen en la materia nos enfrenta a dos realidades, la primera conformada por estructuras de poder y la segunda por aquellos que no forman parte, pero que como tal deben ser adoctrinados a través de una serie de *drivers* y ventajas competitivas que les ayuden a tomar la decisión de formar o no parte del mismo club.

24. Podemos considerar a la RSE como una forma de ser que no ha llegado a su fin, ya que bajo la perspectiva de la Ley del Todo o Nada, se requeriría alcanzar de un umbral de excitación mínimo para reconocer que en términos de sustentabilidad ya hemos pasado de la teoría a la práctica.

CONCLUSIONES

El análisis que se ha realizado ha consistido en exponer el estado del arte de la RSE en México, así como su panorama actual a través de las diferentes iniciativas que existen en la materia. En virtud de lo expresado la RSE o cualquiera de los equivalentes que han sido creados en el tiempo hacen referencia a una serie de principios que son universalmente aceptados pero aún aplicados por muy pocos, evidenciando una deficiente articulación entre los valores que han sido propuestos y su puesta en práctica. Sin embargo, de lo visto se deduce que la RSE continúa siendo un reto igual o mayor a los desafíos que este trata de resolver, reconociendo que la globalización es un fenómeno que ha generado un nuevo contexto y que por tanto exige nuevas reglas. No obstante, de seguir prevaleciendo las condiciones que favorecen su total inobservancia, entre las que destacan la marcada fragmentación y complejidad de las sociedades contemporáneas, no podemos esperar que ninguna iniciativa de RSE obtenga buenos resultados.

De todas formas conviene insistir que el no observar la RSE puede afectar a cualquier tipo de empresa, independientemente de su tamaño o lugar de residencia, recordando que el comportamiento socialmente responsable se ha convertido en una de las principales demandas sociales, pero también en el mecanismo perfecto para la desactivación de conflictos potencialmente destructivos para las empresas.

Sin embargo, para estimular y promover este tipo de comportamiento, sirva como paliativo o como generador de valor compartido, es preciso que primero se reconozca su importancia, así como la existencia de diferentes iniciativas en la materia que trabajan a favor de la sustentabilidad pero que desafortunadamente no han tenido el impacto esperado, al menos en el caso de México. La investigación realizada viene a reafirmar este argumento, primero, por el contexto histórico en el que ha sido concebida la RSE en el país lo que ha heredado a buena parte de los empresarios la idea de que actuar responsablemente no va más allá que actuar de manera compasiva (recordemos que finalmente la RSE

fue creada como un referente de control como resultado de las presiones sociales); segundo, por la falta de conocimiento y experiencia que se tiene en este sentido diezmando la capacidad de las empresas de reconocer que a través de la RSE se puede generar riqueza (a pesar de que en la actualidad no exista un modelo que lo demuestre con claridad); y tercero, por el desaprovechamiento del andamiaje y potencial de crecimiento disponible para hacer que la RSE se convierta en uno de los ejes fundamentales del comportamiento de las empresas, destacando la capacidad de colaboración de las iniciativas que existen, el universo de empresas susceptibles a trabajar de manera sustentable, así como el potencial de innovación aprovechando las debilidades y necesidades de una parte importante de la población también conocida como tercer sector.

No obstante, para lograrlo desafortunadamente aún son varios los obstáculos que se deben librar, los cuales van más allá de la poca conciencia o falta de conocimiento que se tiene sobre el tema, es decir, no hay quien pueda negar que la “responsabilidad” existe, pues de alguna forma y en algún momento le hemos pedido a alguien que se haga responsable por sus actos, situación trazable no solo a nivel individual, sino a nivel de las propias compañías, de los Estados y de las propias Organizaciones. Hablamos también del arte del engaño, de la improvisación, de la soberbia, de la deshonestidad y de la incongruencia, que hace referencia a dos situaciones que no podemos negar: primero, la poca o nula relación que podemos encontrar entre lo que dicen las empresas a través del discurso de la RSE y lo que en realidad hacen, por ejemplo, muchas empresas utilizan dobles estándares, es decir, emplean tecnologías limpias en países desarrollados, pero en otros queman desechos; y segundo, las verdaderas intenciones que tiene cada una de las iniciativas formuladas, dado que no podemos aceptar que organismos como el Pacto Mundial y como Cemefi, con el respaldo, los recursos y las capacidades con los que cuentan, no hayan logrado tener un mayor impacto, de ahí que debamos dejar la siguiente reflexión: “No se trata de que las iniciativas de RSE hayan tenido malos resultados, sino solo los resultados por los que trabajaron”.

En suma el trabajo realizado expresa lo siguiente:

En el *primer capítulo* se establecieron los antecedentes de la Responsabilidad Social Empresarial como área de estudio, haciendo especial énfasis en los principios que la conforman y las teorías que se han ido elaborando a fin de que formen parte del tejido de prácticas corporativas en forma de diferentes iniciativas propuestas para implementar, medir y evaluar este tipo de comportamiento. Entre ellas se destacó la presencia y alcance que han tenido iniciativas locales como el Distintivo ESR que otorga Cemefi, entre otras tantas que trabajan en su propia área de influencia y que por tanto han tenido muy poca relevancia.

Con relación a los resultados obtenidos por Cemefi, a 14 años del inicio de sus operaciones, vimos que a pesar de que este organismo puede ser considerado como uno de los referentes principales de RSE en el país, sus números hablan por sí solos, ya que apenas 934 empresas obtuvieron el Distintivo ESR en el 2014, cifra que no represento más del 0.017% del total de las empresas conformadas en México en el mismo periodo. Sin duda esta situación es lamentable, considerando no solo la amplia estructura con la que cuenta Cemefi, sino la flexibilidad del proceso de autodiagnóstico para que las empresas puedan obtener el Distintivo, lo que es un claro reflejo del desconocimiento y la poca importancia que aún se le da a estos temas. La deducción anterior se pudo cotejar con los resultados obtenidos por la agencia ResponSable, entre los que se destacó: la poca relación que aún encuentran las empresas entre la RSE y los beneficios sociales que pueden obtenerse; la falta de exclusividad de los encargados de RSE para la atención de estos temas dado que generalmente no es la única actividad que realizan; el poco avance en el proceso de implementación de los principios en el caso de las empresas que ya practican la RSE; pero sobre todo la poca claridad que se tiene, ya que a pesar de que poco más del 50% de los encargados de RSE consideran a este tipo de actividades como una inversión, los que participan lo hacen para mejorar su reputación y los que no, se debe a la falta de interés de los propios directivos.

En el *segundo capítulo* analizamos al Pacto Mundial como una de las mayores iniciativas que existen en la materia, creencia que pudimos confirmar ya que ciertamente ningún otro proyecto de RSE tiene sus capacidades, entre las que se destaca: su estructura a nivel internacional y su marco de gobernanza inspirado en redes; su presencia y alcance en cada una de las regiones geográficas; la génesis de sus principios basada en documentos aceptados universalmente y que por tanto tienen la capacidad de vincular jurídicamente a los Estados; el respaldo institucional con el que cuenta sobresaliendo la presencia de la ONU, así como la de otras entidades que trabajan de manera colaborativa; la multiplicidad de alianzas constituidas con el afán de impulsar diferentes temas (observar que en esta investigación al menos se han listado un total de 35); así como el requisito que dicta que para que una empresa pueda formar parte del Pacto Mundial debe presentar anualmente un reporte conocido como “Comunicación del Progreso”, ya que de no hacerlo será calificado como “No comunicante”, para posteriormente ser expulsado en caso de no realizar ninguna entrega. No obstante, a pesar de las increíbles características que tiene esta iniciativa de carácter global, desafortunadamente se terminó corroborando que como en el caso de Cemefi, los resultados obtenidos por el Pacto Mundial tampoco han sido satisfactorios. Por ejemplo, no podemos imaginar, ni tampoco hemos podido confirmar el número total de empresas conformadas en todo el mundo en el 2014, pero ciertamente estamos seguros que las 7,495 que formaron parte del Pacto Mundial en ese año no fue una cantidad representativa, como tampoco lo fueron las 421 empresas que formaron parte de la Red de México. Lo anterior nos hizo cuestionarnos ¿Cómo siendo el Pacto Mundial una iniciativa con alcance internacional, no ha logrado tener un mayor impacto? al menos en el caso de México, país que a pesar de ser contextualmente retador para las empresas considerando que hablamos de un país con más de 120 millones de personas, de los cuales 52.3 millones viven por debajo de la línea de la pobreza, posee grandes oportunidades de innovación y desarrollo. Para resolver lo anterior, el Pacto Mundial publicó su estrategia para el periodo 2014-2016, misma que tuvimos oportunidad de consultar con el objetivo de analizar y evaluar los resultados obtenidos tras el

primer año de ejecución de la misma, no obstante los hallazgos que encontramos no nos permitieron determinar que la iniciativa vaya por buen camino, ni tampoco asegurar que los resultados serán mejores en los años siguientes. Por ejemplo, se propuso incrementar el número de empresas participantes, sin embargo, en el 2014 hubo una reducción del 6% con respecto al 2013, además de que una mayor cantidad de participantes fueron expulsados; se expresó la necesidad de fortalecer a las Redes Locales abasteciéndolas de mayores capacidades y mejores prácticas, sin embargo, creemos que al menos en el caso de México, la red no ha dejado de estar influenciada por el contexto socio-cultural del país; se recomendó que el portafolio de temas tratados por el Pacto Mundial fuera coherente, no obstante, sobre los temas abordados por la red se mostró que estos fueron limitados excluyendo cuestiones fundamentales como buen gobierno, eficiencia, valor compartido y buenas prácticas; y por último y no menos importante, se juzgó imprescindible incrementar el financiamiento del Pacto Mundial, sin embargo, al término del 2014 los balances mostraron que los gobiernos aportaron un 3% menos que en el 2013 y que el sector privado redujo sus aportaciones en un 5%, además de que solo el 23% de las empresas firmantes realizaron alguna contribución.

Finalmente, en el *tercer capítulo* nos permitimos abordar diversos elementos que consideramos fundamentales para entender el panorama actual de la RSE, no solo en México sino en el mundo.

Primero, analizamos la necesidad de alcanzar un estado de criticidad que nos ayude a evitar una crisis verdadera, entendiendo a la criticidad como un estado autosostenible creado con el único objetivo de hacer frente a algunos de los principales desafíos a los cuales nos estamos enfrentando a nivel global, entre los cuales destacamos: el enorme poder que han adquirido las empresas que en muchas ocasiones las convierte en las TOMA TODO como si se tratara de un juego de mesa; la multiplicación de los grupos de presión y organizaciones de la sociedad civil dispuestas a hacerse escuchar a pesar de que el verdadero sentido de sus demandas pueda caer en omisión a causa de acarreos o lideratos

interesados en otros objetivos; así como la existencia de instituciones como Cemefi que en ocasiones pecan de tolerantes, dóciles y sumisos frente a elementos cuyas actuaciones no corresponden con sus principios.

Segundo, discutimos la necesidad que tienen las empresas de medir el crecimiento económico que pueden obtener a través de la RSE, dado que esta ha sido la idea que se les ha vendido desde el comienzo. Sin embargo, la realidad es que en la actualidad es más fácil medir las consecuencias que han tenido las malas prácticas empresariales que cuantificar los beneficios obtenidos.

Tercero, exaltamos las ventajas competitivas del Pacto Mundial ya que se concluyó que una de las razones por las cuales las empresas deciden o no participar en la iniciativa es porque desgraciadamente se sigue creyendo que invertir en lo social no les dará algún otro tipo de beneficio que no sea mejorar su apariencia. A partir de esto asumimos la existencia de dos realidades: la primera colocada en un estrato superior que considera que la RSE, la sustentabilidad y el desarrollo sustentable no es otra cosa que una forma de adoctrinamiento impulsado por estructuras de poder que necesitaban justificar ante la sociedad el mal comportamiento de las empresas; y la segunda, colocada en un estrato inferior en la cual encuentran su lugar el resto de las empresas que en realidad pueden beneficiarse de la RSE a pesar de que eso signifique hacer caso omiso de una enseñanza que podemos considerar casi dictatorial en muchos sentidos.

Cuarto, expusimos un análisis comparativo de la gestión realizada en el 2014 por las Redes Locales de España y México, ambas catalogadas como la primera y tercera red más importantes del Pacto Mundial respectivamente, lo que nos permitió constatar que aún existe una brecha muy importante entre ambas, aún y cuando teóricamente al ser las dos redes formales deberían disponer de las mismas capacidades, lo que probablemente nos estaría hablando de cierto grado de contaminación a nivel local. Esta misma reflexión nos ha permitido identificar diferentes áreas de oportunidad que creemos necesarias para que la red de México pueda despuntar como una de las iniciativas más importantes, ya que creemos que independientemente del origen de la RSE y de las intenciones con

las que esta fue creada, tanto las empresas como la sociedad podrían verse beneficiadas siempre que la RSE sea aplicada íntegramente. Las áreas que identificamos fueron: la *comunicación*, con ánimo de difundir a gran escala lo que es el Pacto Mundial, pero no solo entre las empresas, sino con todo tipo de públicos, para lo cual juzgamos conveniente la creación de un centro de enlace conformado a través de las Universidades; la *innovación empresarial*, con objeto de reconcebir la oferta del Pacto Mundial de cara a las empresas, así como del portafolio de productos y servicios de estas pero de cara a los clientes; y el *valor multidimensional*, integrando los valores más tradicionales de las empresas con los valores más actuales que se encuentran inspirados en las teorías modernas del desarrollo, ya que no es ningún secreto que la nueva visión internacional haya adquirido una dimensión multicéntrica, multipolar y polimorfa.

Y quinto, nos planteamos la posibilidad de que la RSE haya llegado a su fin, no obstante, el análisis expuesto descarta lo anterior. No es posible concluir con algo que no ha comenzado o que no ha alcanzado por lo menos ciertos límites que nos sirvan para determinar si la RSE tendrá algún futuro más adelante.

GLOSARIO DE TÉRMINOS

AA1000. Estándar universal publicado en el 2003 por el *Institute of Social and Ethical Accountability* (ISEA) del Reino Unido que sirve para evaluar y fortalecer la credibilidad y calidad de los informes de sostenibilidad, auditorías y diferentes comunicaciones que realizan las empresas en la materia. Esta norma también ha sido diseñada para promover los *Sustainability Reporting Guidelines* del GRI, así como otros estándares relacionados.

Acción Social. Conjunto de actividades promovidas por la empresa dentro del marco de la RSE, las cuales acreditan su conducta y su posicionamiento público frente a los grupos de interés o *stakeholders*.

Acciones Flotantes. Son todas las acciones que se negocian regularmente en la Bolsa de Valores y que por consiguiente cambian constantemente de manos, es decir, que pertenecen a inversionistas minoritarios cuyo único objetivo es la especulación. Este tipo de acciones generalmente representan pequeños porcentajes de participación dentro de las compañías.

Activos. Recursos controlados por la empresa como consecuencia de sucesos pasados, de los cuales se esperan obtener beneficios económicos en un futuro.

Activos Intangibles. Es todo aquello que aporta valor a la empresa, de naturaleza inmaterial pero susceptible de ser gestionado, por ejemplo, la marca, el conocimiento, la reputación, la imagen, entre otros.

Balance Social. Sistema de diagnóstico que integra los estudios analíticos que aportan información sobre la situación social y económica de la empresa. El objetivo de este balance es cuantificar los datos sociales de la empresa de la misma manera que el balance financiero lo hace con su tesorería. Los indicadores que conforman el balance social serán útiles para la elaboración de un programa de prevención, seguimiento y control, además de que formaran parte del Informe de RSE.

Banco Mundial. Organismo de las Naciones Unidas creado en Bretton Woods en 1944. Opera en 109 países y se encarga de brindar asistencia técnica y financiera a países en vías de desarrollo. Está conformado por dos instituciones: el Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento (BIRF) y la Asociación Internacional de Fomento (AIF). El BIRF centra sus actividades en países con ingresos medianos o pequeños pero con capacidad crediticia y la AIF ayuda a los países más pobres del mundo. Juntos ofrecen préstamos con intereses bajos, créditos sin intereses y donaciones a países en vías de desarrollo para que estos puedan llevar a cabo proyectos de salud, educación, infraestructura y comunicaciones.

Buenas Prácticas. Acciones que se generan para la prestación del servicio en las prácticas habituales pero que optimizan los resultados.

Cadena de Valor. Describe los procesos de una empresa y el ciclo de vida de un producto o servicio con objeto de identificar ventajas competitivas.

Cártel empresarial. Se produce cuando una empresa o varias empresas se unen para controlar la producción de un mercado de forma temporal. Algunos de los beneficios que se pueden adquirir con la formación del cártel es reducir el poder de la competencia, controlar la producción, fijar precios, entre otros.

Caux Round Table. Fundada en 1986 con la finalidad de reducir las crecientes tensiones en el comercio internacional, desarrollando relaciones económicas y sociales constructivas entre los países miembro y tomando conciencia de sus responsabilidades. Su objetivo es implementar un capitalismo moral en los negocios.

Certificación. Proceso por el cual una institución, ya sea pública o privada, evalúa y reconoce que una persona, organización, producto o servicio, alcanza los requerimientos predeterminados por un estándar. Es considerado como un elemento que sirve para generar confianza en las relaciones entre cliente y proveedor.

Ciudadanía Corporativa. Es la contribución que hace una compañía a la sociedad a través de sus principales actividades, inversiones sociales, programas filantrópicos y su compromiso con las políticas públicas. (*World Economic Forum*, 2015).

Código Ético. Documento en el que se establece el comportamiento, los valores y las pautas que deben de respetar las personas que forman parte de una organización.

Capitalismo o Estado de Bienestar. Modelo de organización político-administrativo desarrollado en Europa en 1945 y que se caracteriza por el intento de universalizar los derechos humanos o sociales, también conocidos como los de segunda generación, tales como la educación, la sanidad, la seguridad social y la jubilación. El Estado de Bienestar también pretende legitimar la intervención del Estado en la economía para corregir fallas y garantizar una correcta distribución económica.

Desarrollo Sostenible. Desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer las capacidades que tienen las futuras generaciones para satisfacer sus propias necesidades. (Comisión Brundtland “Nuestro Futuro Común”, 1987).

Dignidad humana. Es el supremo valor de la persona como fin y no como medio.

Dow Jones Sustainability Index (DJSI). Es el índice de medición de sostenibilidad empresarial más antiguo y también uno de los más utilizados. Surgió en 1999 como producto de la cooperación del *Dow Jones Indexes* (Bolsa de Nueva York), STOXX Ltd y la agenda de evaluación SAM. El DJSI funciona como un supervisor de la gestión de las empresas y de su impacto social, económico y ambiental, basándose en múltiples indicadores a través de los cuales las empresas obtienen una puntuación global que les ayuda a identificar su contribución al Desarrollo Sostenible.

Entidad Emisora. Son aquellas empresas que crean y ponen en circulación en el mercado parte de sus valores con el objetivo de obtener recursos financieros y

solventar la actividad de su institución. La colocación en el mercado de dichos valores la realizan una o varias instituciones financieras en el país o en el extranjero (Banco de México, 2015).

Filantropía. Ayuda desinteresada que se da a los demás, a través de actos como donaciones en dinero, tiempo o conocimientos.

Gestión de la Responsabilidad Social de la Empresa. Integración en las operaciones de la empresa de las preocupaciones éticas, sociales, laborales, de respecto a los derechos humanos y al medio ambiente, sustentada en políticas, estrategias, actuaciones y otros procedimientos.

Globalización. Proceso de interrelación e interdependencia entre los diferentes agentes políticos, económicos, sociales y culturales del mundo.

Gobernanza corporativa. Sistema por el cual una organización toma e implementa decisiones con el fin de lograr sus objetivos.

Holding. Es una compañía que tiene bajo su control a varias empresas, lo que permite obtener ventajas fiscales. La forma más común para crear un *holding* es a través de la adquisición de acciones de varias empresas.

Huella Ecológica. Es un indicador ambiental que determina el impacto que tienen las acciones humanas sobre el entorno basándose en la capacidad que tiene dicho entorno de producir recursos y asimilar al mismo tiempo los desechos humanos.

Identidad corporativa. Conjunto de atributos o características con las que la organización se identifica y diferencia de las demás.

Indicadores. Medidas que sintetizan situaciones importantes de las cuales se intenta conocer su evolución en el tiempo. Se construyen a partir de información disponible para responder a preguntas determinadas, formuladas en un contexto específico. Permiten el análisis de resultados que se definen como deseables,

estableciendo comparaciones justas y rigurosas entre diferentes grupos y sectores de la población, además de que permiten identificar problemas.

ISO 9000. Sistema de Gestión de Calidad creado por la Organización Internacional de Estandarización (ISO) que certifica que la empresa ha integrado un modelo de gestión de calidad coherente y efectivo.

ISO 9001. Norma internacional que define los estándares que deben cumplir los Sistemas de Gestión de Calidad que serán a su vez certificados por un organismo acreditado externo.

ISO 14000. Normas Internacionales que sirven para la implementación de Sistemas de Gestión Medioambiental, aplicable a cualquier tipo de empresa, una de las más conocidas es la ISO 14001.

ISO 14001. Norma Internacional que especifica los requisitos que debe cumplir un Sistema de Gestión Medioambiental, y que permite a las empresas gestionar de manera eficaz los impactos medioambientales de su actividad, cumplir con requisitos legales y facilitar el cumplimiento de objetivos medioambientales.

ISO 27000. Conjunto de estándares desarrollados por la Organización Internacional de Estandarización (ISO) y la International *Electrotechnical Commission* (IEC) que proporcionan un Sistema de Gestión de la Seguridad de la Información.

Kyosei. Concepto japonés que significa vivir y trabajar juntos para el bien común, permitiendo que la cooperación y la prosperidad mutuas coexistan en una competencia justa y saludable.

Laissez-faire. Doctrina económica basada en la necesidad de actuar libremente, sin distorsiones del Estado, como principio para el bienestar de la comunidad. Se encuentra inspirado en la frase de J. S. M. Vincent de Gournay "*laissez-faire, laissez passer, le monde va de lui mé-me*" (dejad hacer, dejad pasar, el mundo funciona por si mismo).

Liderazgo. Proceso de influir en otros y de apoyarles para que trabajen con entusiasmo para el cumplimiento de objetivos comunes.

Marketing con causa. Herramienta que favorece los intereses de la empresa en lo que se refiere a su posición en el mercado, su reputación social y su imagen de marca.

Marketing Responsable. Es el diseño, implementación y control de las actividades de *marketing* que buscan promover causas sociales.

Materialidad. Es un principio que busca que la información contenida en las Memorias de Sostenibilidad cubra aquellos aspectos e indicadores que reflejen los impactos sociales, ambientales y económicos de la organización o aquellos que podrían influenciar las evaluaciones y decisiones de los grupos de interés. Cuando se evalúa la adhesión al principio de materialidad es importante buscar evidencias como: hay un proceso implementado para determinar que es material; el proceso incluye una evaluación de relevancia e importancia; el proceso representa los puntos de vista de las partes interesadas; los criterios de evaluación son claros; el proceso ha sido implementado íntegramente y no hay omisiones y malas interpretaciones.

Mejora Continua. Proceso recurrente de optimización de una organización para la obtención de mejoras en su comportamiento y desempeño.

Microempresa. Empresas con menos de 10 trabajadores.

Misión. Declaración que describe el propósito o razón de ser una empresa u organización.

Monopolio. Es aquel que se forma cuando una sola empresa es la única que explota un bien o servicio, lo que le da una posición de enorme poder. Entre sus características se encuentran: ser la única empresa que comercializa determinado producto ya que no existe una competencia real, tienen la capacidad de decidir el precio de ese bien, así como la facultad de cambiar la calidad del producto.

Objetivos de Desarrollo de Milenio (ODM). Declaración firmada en el 2000 por 189 Estados durante la Cumbre del Milenio de las Naciones Unidas. Su objetivo fue acabar con la pobreza en la que vivían más de 1,000 millones de personas en todo el mundo antes del 2015. Para ello, se establecieron 8 objetivos: erradicar la pobreza extrema y el hambre, lograr la enseñanza primaria universal, promover la igualdad de género, reducir la mortalidad de los niños menores de 5 años, mejorar la salud materna, combatir el VIH/SIDA, la malaria y otras enfermedades, garantizar la sostenibilidad del medio ambiente y fomentar una alianza mundial para el desarrollo.

PyME. Acrónimo de Pequeña y Mediana Empresa con el que se denomina a aquellas empresas con menos de 250 trabajadores.

Redes Sociales. Estructura social que se puede representar de diferentes formas y que sirve como medio de interacción entre distintas personas, a través de *blogs*, *chats*, *spaces*, foros, entre otros.

Relaciones Públicas. Relación reactiva de la empresa con la comunidad, que implica un compromiso, pero solo de carácter puntual y relacionado con los temas de interés para la empresa.

Rendición de cuentas. Condición de responder por decisiones y actividades ante los órganos de gobierno de la empresa u organización, las autoridades competentes y las partes interesadas.

Reputación Comercial. Reconocimiento por parte de los clientes de una empresa y su oferta comercial, lo que produce en ellos un sentimiento de fidelidad.

Reputación Corporativa. Reconocimiento público de la capacidad de una compañía para crear valor de forma permanente para todos los grupos de interés.

Sistema de Gestión. Esquema general de procesos y procedimientos que sirve para garantizar que una organización realiza las actividades necesarias para alcanzar sus objetivos.

Sostenibilidad. Punto en el que se consiguen equilibrar las necesidades económicas, sociales y medioambientales de la empresa con las sociedades en las que se desenvuelve.

Stakeholders o Grupos de Interés. Son aquellos grupos sociales e individuos afectados de una u otra forma por la existencia de la empresa, con un interés legítimo, directo o indirecto y que influyen en el alcance de sus objetivos y supervivencia. Se trata de todas las partes interesadas de la empresa, es decir, los que forman parte de la propia organización, los consumidores, la sociedad y el mercado.

Sustentabilidad. Es la equidad ecológica, económica y social.

Tercer Sector. Espacio que no es el Estado, ni el mercado, entendiendo al Estado como aquel que impone las reglas del juego y el mercado como el espacio de beneficio e intercambio lucrativo.

Top of Mind. Expresión acuñada por Al Ries y Jack Trout que hace referencia al espacio que ganan en la mente los productos y servicios cuando se utiliza una palabra, expresión o promesa que antes no se había utilizado.

Transparencia. Contempla el intercambio de información y la puesta en común de opiniones, sugerencias y aportaciones de los diferentes actores que forman parte de una empresa u organización.

Triple Cuenta de Resultados. Término de negocio sostenible también conocido como "*The Triple Bottom Line*", que hace referencia al desempeño de una empresa expresado en tres dimensiones: económica, ambiental y social.

Trust. Se forma cuando varias empresas de un mismo sector que se encuentran debilitadas se unen para formar una nueva empresa bajo una única dirección. El *trust* tiene la capacidad de convertirse en un monopolio debido al control que la nueva empresa adquiere sobre la industria.

Valor de Capitalización. Son las acciones ordinarias que tiene una compañía en circulación multiplicadas por el precio de mercado actual de las acciones.

Ventaja Competitiva Sostenible. Capacidad que tiene una empresa para obtener, mediante el uso de activos estratégicos, mejores resultados que sus competidores en un mismo escenario.

Visión. Propósito de lo que la organización quiere ser en un futuro y hacia donde se ve dirigida.

Voluntariedad. Significa partir siempre de un compromiso voluntario por parte de la empresa para con sus grupos de interés, pero manteniéndose ajena a cualquier tipo de imposición.

ANEXO 1

Listado de Empresas que recibieron el Distintivo de Cemefi 2014



Empresas con 1 año

1. 360 Media
2. Abancom
3. Abbott Laboratories de México
4. Ach Foods México
5. Administración Portuaria Integral de Manzanillo
6. Administración Portuaria Integral de Mazatlán
7. Administración Portuaria Integral de Topolobampo
8. Administración y Servicios con Tecnologías de la Información Adserti
9. Agencia Aduanal López Mena
10. Agente Aduanal Benito Martínez
11. Agrobo
12. Agrogen
13. Agroservicios Casas Grandes
14. Agroservicios Nacionales
15. Akzent
16. Alstom
17. Ardura de México
18. Asesores de Consejo y Alta Dirección
19. Astra Zeneca
20. Atlatec
21. Atxk Diseño y Construcción
22. Avanti
23. Banco del Bajío
24. Bandag de México
25. Barragán Moreno, Creadores de Espacios
26. Batab Health Care
27. Bbg Wireless
28. Bcd Travel
29. *Black Verd* de México
30. Blockbuster de México
31. Bodesa, La Marina y El Bodegón
32. Bridgestone de México
33. Calpro
34. Cámara Mexicana de la Industria y de la Construcción, Delegación Tamaulipas
35. Cargo y Logística del Centro
36. Clarvi Obregón
37. Coconal
38. Comercialización de Plásticos Desechables
39. Cominvi
40. Conagra Foods México
41. Conne (Consultores en Negocios Especializados)
42. Construcciones y Carreteras
43. Constructores y Asesores Alto Lucero
44. Control Seguridad Privada
45. Core Rh
46. Corporación Castañeda
47. Corporación Integral de Comercio Exterior
48. Corporación R.O.M.A Protección y Seguridad Privada
49. Corporativo Profesional Alfa
50. Corredor Insurgentes
51. Crediclub
52. Crédito Real
53. *Crowe Horwath Gossler*
54. Crown Envases México
55. Dab Developers Group
56. Daimler
57. Deluca Pos Marketing
58. Documentadores Corporativo Aduanal
59. Du Pont
60. E-Software & Business Solution
61. Easy Kapital
62. Eléctrica Mexicana De Antequera
63. Energold de México
64. Epsilon Ingeniería y Conectividad
65. Estructura Empresarial
66. Ética y Estrategia Consultores
67. Feher & Feher
68. Félix y Sarmiento, Abogados
69. Finsa
70. Francobolli
71. Fuerza Gráfica
72. Fyre
73. Gaqsa
74. Gasolineras Pegasol
75. Gomsa Logística
76. Grameen de la Frontera
77. Granera del Noroeste
78. Gravita Proyectos
79. Grupo Acuicola Santa Fe
80. Grupo Aislacon
81. Grupo Axerta
82. Grupo Axo
83. Grupo Energéticos
84. Grupo Fernández Malagon
85. Grupo Guerra
86. Grupo Herradura Occidente
87. Grupo Hit
88. Grupo Imagen Multimedia
89. Grupo Industrial Pitsa
90. Grupo Kc
91. Grupo Mega
92. Grupo Oleo Lab
93. Grupo Perc-Ruta
94. Grupo Precisión Control
95. Grupo Projecta
96. Grupo Sincom

Listado de Empresas que recibieron el Distintivo de Cemefi 2014



Empresas con 1 año

97. Grupo Typ de Jalisco
98. Gybsa Construcciones
99. Homecare de México
100. Hotel América
101. Hotel Don Pelayo Pacific Beach Mazatlán
102. Hotel Royal Villas Resort
103. Hoteles Solaris de México
104. Hr Calidad Organizacional Consultores
105. Hudson Products de México
106. Icacsa Proyectos S
107. Icsa, Ingenieros Civiles
108. Igasamex
109. Igsa Medical
110. Iké Asistencia
111. Imaginación en Movimiento
112. Impulsora Azucarera del Trópico
113. Indra
114. Industrial & Mining Solutions
115. Industrial La Fama
116. Industrial Rotam
117. Industrias de Culiacán
118. Ingeniería, Métodos y Asesoría
119. Ingenio José María Morelos
120. Ingredion
121. Inoquom
122. Insa
123. Instituto Tecnológico Superior de Irapuato
124. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, Campus Santa Fe
125. Integradora de Servicios y Obras Industriales
126. Interlatin
127. Invermerica Distribuidora de Fondos
128. Ipsos México
129. Isabel A. Ramon
130. Isce Agencia Aduanal. Grupo Isce
131. Jani King
132. Jgerrom
133. Jugo Creativo
134. Kaefer Aislamientos
135. Key Energy
136. Landsteiner Scientific
137. Laser Agencia Aduanal
138. Lcare Mexicana
139. León Paniagua y Asociados
140. Lexmark
141. Lockton México
142. Lof Agro de Guasave
143. Logística Laboral Empresarial
144. López Morton
145. Loquay
146. Lubrizol de México Comercial
147. Manufacturas Especializadas
148. Maquinados y Tecnología
149. Maz Industrial
150. Mextran
151. Mi Viejo Pueblito / Mi Viejo Café
152. Mimpo
153. Minera Frisco Unidad Ocampo
154. Minera Tayahua
155. Minsa
156. Mk Ottens Flavors
157. Monclova Pirineos Gas
158. Monstel
159. Monterrey Aerospace Mexico
160. Multibolsas Plásticas
161. Murguía Consultores
162. Natural de Alimentos
163. Navindustria de Guaymas
164. Officemax
165. Ofillamas
166. Pacifico Industrial
167. Pan-American México Compañía de Seguros
168. Paradigma Producción
169. Pasteurizadora de los Productores de Leche
170. Pcs Protección, Custodia y Sistemas de Seguridad Privada
171. Pecuarius Laboratorios
172. Perficom
173. Perfumes Sodexim
174. Periódico el Imparcial
175. Pescaharina de Guaymas (Pegusa)
176. Pesquera Santa Mónica
177. Planta Caffenio
178. Plastitrim
179. Pm On Street
180. Portenntum de México
181. Praxair Costa Rica
182. Praxis
183. Productora Agrícola El Encanto
184. Promarket
185. Promocionales de Occidente
186. Proyectos y Construcciones Virgo
187. Publipan México
188. Pycce
189. Ralca
190. Realgas
191. Red Importadora
192. Red Ring
193. Refacciones Aguilar
194. Refinadora Plata Guanaceví
195. Revista 3er Sector
196. Roberto Gaudelli y Asociados
197. Rojas del Castillo Asesores
198. Roshfrans
199. Safe Data Resources
200. Sahc Monitoreo de Sanidad, Higiene y Calidad
201. San Luis Rassini

Listado de Empresas que recibieron el Distintivo de Cemefi 2014



Empresas con 1 año

- | | | | |
|------|--|------|---|
| 202. | San Vicente Camalu | 218. | Thona Seguros |
| 203. | Sánchez, Sánchez Corporativo | 219. | Tintorerías Max |
| 204. | Sanea | 220. | Transformadores y Tecnología Grupo Artech |
| 205. | Santiago / Operadora y Administración Técnica | 221. | Trinity Solutions Group |
| 206. | Servi Industrias del Noroeste | 222. | United Logistics Services de México |
| 207. | Servicios Gold & Green | 223. | United Phosphorus de México |
| 208. | Servicios Y Negocios Internacionales Cavazos & Cia | 224. | Universidad Iberoamericana Torreón |
| 209. | Smurfit Cartón y Papel de México Culiacán | 225. | Universidad Simón Bolívar |
| 210. | Sonitronies | 226. | Universidad Tecmilenio Culiacán |
| 211. | Spring Air México | 227. | Universidad Tecnológica de Ciudad Juárez |
| 212. | Steel & Trucks | 228. | Upm Raflatac México |
| 213. | Súper Gas Dalías | 229. | Usg México Planta San Luis |
| 214. | Tamarindo | 230. | Valeo Térmico |
| 215. | Teclo Mexicana | 231. | Whitaker México & Business and Consulting |
| 216. | Tecno Desarrollos | 232. | Worken |
| 217. | Termo Técnica Quin | 233. | Yamana Gold Minera Meridian Minerales |
| | | 234. | Zucarmex |

Empresas con 2 años

- | | | | |
|-----|---|-----|---|
| 1. | AES Tegtep | 31. | Diestra Hoteles |
| 2. | Agentes Aduanales Grupo Nogueira | 32. | Dixon Comercializadora |
| 3. | Agroindustrias Tombell | 33. | Dólar Especialidades de la Construcción |
| 4. | Alta Cultura Empresarial de México | 34. | Done Consulting Group |
| 5. | Aromaterapia Esencial | 35. | Drilling Optimization Corporation |
| 6. | Asfaltos Guadalajara | 36. | Dynasol |
| 7. | Autotransportes de Distribución y Consolidación / Adc | 37. | Editorial El Manual Moderno |
| 8. | Banamex | 38. | Electro Controles del Noroeste |
| 9. | Becton Dickinson de México | 39. | Empresas Lary |
| 10. | Best Graphics | 40. | Enlaces Terrestres Nacionales / Turistar Lujo |
| 11. | Bien Informado | 41. | Espacio Desarrollos Urbanos |
| 12. | Bux Puntual | 42. | Estafeta Mexicana |
| 13. | Café El Marino | 43. | Estafeta Servicios de Apoyo / Esa |
| 14. | Cargo Rechy | 44. | Estructuras Laguna |
| 15. | Casa Myers | 45. | Evenplan |
| 16. | Central de Alarmas de México | 46. | Exitus Capital |
| 17. | Cobre del Mayo | 47. | Fábrica de Jabón la Corona |
| 18. | Colegio del Valle de Culiacán | 48. | Grand Palladium Vallarta Resorts & Spa y The Royal Suites Punta de Mita |
| 19. | Construcasa Com | 49. | Gruindag International |
| 20. | Constructora Corehi | 50. | Grupo Cargoquin |
| 21. | Constructora Subacuática Diavaz | 51. | Grupo Dondé |
| 22. | Construpima | 52. | Grupo Gonher |
| 23. | Corona Rivera Velázquez & Co. | 53. | Grupo Impresor Sinergia |
| 24. | Corporación Financiera de Occidente | 54. | Grupo Posadas |
| 25. | Corporativo Bioindustrial del Norte | 55. | Grupo Prosesa |
| 26. | Corresponsables | 56. | Grupo Radec |
| 27. | Cotemar | 57. | Grupo Real Turismo |
| 28. | Ct Internacional del Noroeste | 58. | Grupo Sadasi |
| 29. | Dalkia México | 59. | Grupo Tmm |
| 30. | Desarrollos Delta | 60. | Hermogas |

Listado de Empresas que recibieron el Distintivo de Cemefi 2014



Empresas con 2 años

- | | |
|---|---|
| 61. Iberdrola Generación México | 103. Planeación y Estructuras Gudi |
| 62. Icacsa Construcciones | 104. Politubos de México |
| 63. Imagen y Sistemas Computacionales | 105. Prendamex |
| 64. Impacto Total en Seguridad Privada Integral | 106. Préstamo Seguro Calidad Mundial |
| 65. Impulsora Industrial de Refrigeración | 107. Proaoass |
| 66. Industrias Químicas Falcón | 108. Productos y Estructuras de Concreto |
| 67. Infocus Consultores | 109. Promo Conceptos |
| 68. Infosel | 110. Promored |
| 69. Inmobiliaria Aguilar del Sureste | 111. Pross |
| 70. Instituto de Capacitación de la Industria de la Construcción. | 112. Protección y Alarmas Privadas |
| 71. Instituto Piaget de Los Mochis | 113. Proyectos TI |
| 72. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, Campus Guadalajara | 114. Redrabbit |
| 73. Interseal | 115. Representaciones e Investigaciones Médicas |
| 74. IPKON | 116. RSN |
| 75. Kuroda | 117. Saint-Gobain Performance Plastics. Planta Saltillo. |
| 76. La Tendence | 118. San Antonio Internacional México, Equipos de Perforación |
| 77. Laboratorios Diagnomol | 119. Sanmina-Sci Systems de México |
| 78. Ldm | 120. Servicios Potosinos |
| 79. Lenovo México | 121. Sijardinería |
| 80. Liga Mx / Ascenso Mx | 122. Simarc |
| 81. Lorant Mms | 123. Sistemas Automotrices de México |
| 82. Mars México | 124. Sohaevi |
| 83. Martínez Aguilar Construcciones / Macsa | 125. Spyga Personal |
| 84. Marva Silos & Construcciones | 126. Sumitomo Drive Technologies |
| 85. Mayor Seguridad | 127. Sustentarse |
| 86. Milenium Construcasa | 128. Syngenta Agro |
| 87. Mina Bolañitos | 129. Tecnología Ambiental Especializada |
| 88. Mina Santa Elena | 130. Tecnologías Médicas Innovadoras |
| 89. Minera La Negra | 131. Tekprovider |
| 90. Minera Real del Oro | 132. The Mudlogging Company México |
| 91. MPA | 133. Timmins Gold Corp |
| 92. MSPV Seguridad Privada | 134. Translogística |
| 93. Multiceras | 135. Transportadora Terrestre / Tt |
| 94. Multi-Color Label Corporation-Mexico | 136. Transportes Refrigerados Marma |
| 95. Nike Servicios de México | 137. Turismo y Convenciones |
| 96. ONX, Sistemas de Información | 138. Upaep Tehuacán |
| 97. Oracle de México | 139. Usana México |
| 98. Oscar F. Peña | 140. Valhpac |
| 99. Pavos Pearson | 141. Vía Procesos |
| 100. People Connection | 142. Xerox |
| 101. Phanaint | 143. Zurich |
| 102. Piveco | |

Empresas con 3 años

- | | |
|-------------------------------------|------------------------------------|
| 1. A.N.A. Compañía de Seguros | 7. Agroindustrias Unidas de México |
| 2. Aarson Productos Hospitalarios | 8. Agropecuaria Terranova |
| 3. Above Target | 9. Alsea |
| 4. Aceites Lubricantes de Chihuahua | 10. Ambientes Sil |
| 5. Agro Sofom | 11. Aoass |
| 6. Agroindustrias Unidas de Cacao | 12. Aqp Consultores |

Listado de Empresas que recibieron el Distintivo de Cemefi 2014



Empresas con 3 años

13. Arcelormittal México
14. Atento Argentina
15. Bamboo Express
16. Best Day Travel
17. Bp Exploration Mexico Limited
18. Btv Mexicana
19. Capstone
20. Castrol México
21. Celéstica de Monterrey
22. Centro de Distribución Oriente
23. Cía. Minera del Cubo
24. Cia. Sherwin Williams
25. Citelis
26. Citicinemax
27. Club Tomateros de Culiacán
28. Compañía Minera Pitalla
29. Continental Cuautla
30. Corporación Inmobiliaria Vesta
31. Corporación Química Automotriz
32. Corporativo Mega Medios
33. Cryo-Cell de México
34. Degremont
35. Desarrollo Agroindustrial Gaya
36. Diformex
37. Distribuidora de Aceites Mexicanos, Aceimex
38. Dsm Nutritional Products Mexico
39. Ecovale Opam
40. Editora Argos
41. Ega-Pac
42. Elementia
43. Empacadora San Marcos
44. Empresas Comerciales
45. Esprezza Concepto Humano
46. Evaluatest
47. Excel Consultores
48. Eximagen
49. Exterran Energy de México
50. Ferring
51. Ferrocarril Y Terminal del Valle de México
52. Ferrocarriles Suburbanos
53. Finvay
54. Frutas Finas del Noroeste
55. Gasored
56. Gdi Grupo Diamante Internacional
57. Glezco
58. GMP Sistemas
59. Gonvauto Puebla
60. Grupo Ángeles Servicios de Salud
61. Grupo Condumex
62. Grupo Desarrollador Iamsa
63. Grupo Financiero Credit Suisse México
64. Grupo Industrial Igsa
65. Grupo Ips México
66. Grupo Jisa
67. Grupo Kuo
68. Grupo Manjarrez
69. Grupo Norson
70. Grupo Nu3
71. Grupo Porcicola Mexicano
72. Grupo Procsa
73. Grupo Regio
74. Grupo Sports World
75. Grupo Pro Ceramic
76. HDI Seguros
77. HIR Casa
78. HIR Expo Internacional
79. HMR Consultores Asociados
80. Hotel Grand Palladium Riviera Maya Resort & Spa and The Royal Suites Yucatán
81. Industrial Química de México
82. Industrias COR
83. Industrias de Hule Galgo
84. Ingenio Panuco
85. Ingenio Santa Rosalia de la Chontalpa
86. Ingenio Tamazula
87. Inmobiliaria Quiero Casa
88. Instituto Mexicano de Contadores Públicos
89. Isa Corporativo
90. Kio Networks
91. Laboratorios Senosiain
92. Laboratorios Sophia
93. Litográfica Selene
94. Logística Creativa de Comunicación y Medios
95. Logra Financiamientos
96. Magid de México L.L.C.
97. Marindustrias
98. Marketing 911
99. Masnegocio
100. MCM Telecom
101. Mead Johnson Nutrition
102. Medios de Transporte W.A.
103. Mexico Asistencia
104. MP Marketing Group
105. MVS Radio
106. Neolpharma
107. Notaría Pública 188 de Nuevo Laredo, Tamaulipas
108. NTA Logistics de México
109. Oleosur
110. Petro de Occidente
111. Piasa
112. Picsa
113. Postermedia
114. Presidente Intercontinental Guadalajara
115. Price Shoes
116. Pricetravel
117. Primero Mining

Listado de Empresas que recibieron el Distintivo de Cemefi 2014



Empresas con 3 años

- | | |
|---|---------------------------------------|
| 118. Pro Éxito | 129. Tierra de Agaves |
| 119. Prologis | 130. Transportes Pitic |
| 120. Schneider Electric | 131. Transportes Refrigerados Coliman |
| 121. Scm Servicio Continental De Mensajería | 132. Tuberías y Válvulas del Noroeste |
| 122. Seica | 133. Tyson de México |
| 123. Servicios y Materiales Constructivos | 134. Universidad Anáhuac México Norte |
| 124. Sevafusa | 135. Universidad Autónoma del Carmen |
| 125. Smurfit Kappa Corrugado Guanajuato | 136. Universidad Latinoamericana |
| 126. Sociedad Industrial de Construcciones Eléctricas | 137. Upc Corporate |
| 127. Soluciones Avanzadas en Electrónica | 138. Urrea Herramientas Profesionales |
| 128. Soporte Empresarial y Consultoría | 139. Vitromex |

Empresas con 4 años

- | | |
|---|--|
| 1. Acciona, Pioneros en Desarrollo y Sostenibilidad | 38. Gia |
| 2. Ace Fianzas Monterrey | 39. Gim Desarrollos |
| 3. Acfe Quality Service | 40. GMD Resorts |
| 4. Aeroméxico | 41. GMX Seguros |
| 5. Agco México | 42. Graham Packaging |
| 6. Agencia Aduanal Proeci | 43. Grupo Catraar México |
| 7. Agentia | 44. Grupo GAP |
| 8. Agrícola Belher | 45. Grupo Grisi |
| 9. Agronegocios de Monterrey | 46. Grupo Imu |
| 10. Agrostar | 47. Grupo Multisistemas de Seguridad Industrial |
| 11. Alkemin | 48. Grupo Ordás |
| 12. Alsuper | 49. Grupo Rotoplas |
| 13. Banorte-lxe | 50. Grupo Sacsa |
| 14. Bio Pappel | 51. Harinera de Sinaloa |
| 15. Bioconstrucción y Energía Alternativa | 52. Harsco Industrial IKG de México |
| 16. Carso Infraestructura y Construcción | 53. Herbalife Internacional de Mexico |
| 17. Central Progreso | 54. Hortícola del Desierto |
| 18. CGV | 55. Hospital Mexico Americano |
| 19. Cobra Instalaciones México | 56. Iberoamericana de Hidrocarburos |
| 20. Comercializadora Santo Tomás | 57. ICA Fluor Daniel |
| 21. Compusoluciones y Asociados | 58. Icac Delegación Guanajuato |
| 22. Conduzinc | 59. Industrias Recio |
| 23. Conserva | 60. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey Campus Sinaloa |
| 24. Covaf | 61. Jafra México |
| 25. Dagal | 62. Johnson Controls Power Solutions México y su Marca Lth |
| 26. Dagal Autotransportes | 63. Lapisa |
| 27. Damsa | 64. Lored del Pacífico |
| 28. Dan Eli del Caribe | 65. Manufacturera 3m |
| 29. Danfoss Industries | 66. Marco Marketing Consultants |
| 30. Diageo México | 67. Medworks |
| 31. Diprolisa | 68. Minera Mexicana El Rosario |
| 32. Distribuidora Dagal | 69. Minera Real de Ángeles |
| 33. Efim | 70. Minera Santa Rita "Mina El Chanate" |
| 34. Emaus Casa Funeraria | 71. Mirador Torre Latino |
| 35. Fábricas Monterrey | 72. Molytex |
| 36. Galper | 73. Novo Nordisk Servicios Profesionales |
| 37. Gentera | |

Listado de Empresas que recibieron el Distintivo de Cemefi 2014



Empresas con 4 años

74. Onest Logistics
75. Partida Soberanes y Asociados
76. Passa Agroservicios
77. Praxair México
78. Prodigy MSN
79. Promoción AT
80. Proveedora Galsa
81. Quimic
82. R. Baidón y Asociados
83. Rci México
84. Rr Donnelley
85. Rsa Seguros México
86. Saint Gobain Gypsum Operadora
87. Saint-Gobain Abrasivos
88. Saint-Gobain México
89. Sales del Valle
90. San José y su Agricultura
91. Satélites Mexicanos (Satmex)
92. Sealy Colchones
93. Sílices de Veracruz
94. Simex
95. SP Group
96. Talento Visión Educativa
97. Tecnológico de Monterrey Campus Toluca
98. Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo
99. Universidad Tecnológica de México
100. Universidad Tecnológica de San Juan del Río
101. Urrea Tecnología Para Vivir El Agua
102. Vesta Continental
103. Volkswagen de Mexico

Empresas con 5 años

1. A de A México
2. Ab&C Leasing de Mexico
3. Abitat Constructora
4. Aceros del Pacífico
5. Ado y Empresas Coordinadas
6. Agrana Fruit México
7. Agrícola Daniel Cárdenas Cevallos
8. Agrícola El Rosal
9. Agroexportadora del Noroeste
10. Alcatel-Lucent México
11. Animactiva
12. Autos de Hermosillo
13. Axa Seguros
14. Azanza y Asociados
15. Bepensa
16. Bexel Internacional
17. Casas Rucer
18. Central
19. Cia. Azucarera del Río Guayalejo
20. Clean Service
21. Cms Consultores
22. Comercializadora Trizalet
23. Compañía Minera Autlán
24. Continental Tire de México
25. Corporate Travel Services
26. Dal Tile México
27. De La Costa
28. Delagelanden
29. Deportivo Parque España
30. Dir Group
31. Doorlock
32. Estructuras Metálicas de Puebla
33. Expo Guadalajara
34. Fabrica de Sandalias
35. Fimex
36. Fresenius Medical Care de México
37. Grupo Azor
38. Grupo Chocolates Ibarra
39. Grupo Diquima
40. Grupo Equipamientos Urbanos
41. Grupo Fidalex
42. Grupo Morsa de Mexico
43. Grupo Tampico
44. Grupo Velsimex
45. GSI Seguridad Privada
46. Guy Carpenter
47. Hermes Empresarial
48. Hershey México
49. Imprenta Azteca
50. Ingenio El Mante
51. Ingenio La Margarita
52. Innovación Textil Eal
53. Innovative de México
54. Intermex
55. Jumex
56. Kratos Edificaciones
57. Marsh Brockman y Schuh
58. Mercer
59. Minera San Xavier
60. Molinera del Fuerte
61. Molino La Fama
62. Navistar México
63. Nomitek
64. Notaria 134 del D.F.
65. Pan American Silver Mina Álamo Dorado
66. Pisa Farmacéutica
67. Plata Panamericana Mina La Colorada
68. Prudential Seguros México
69. Psicofarma
70. Sanilock

Listado de Empresas que recibieron el Distintivo de Cemefi 2014



Empresas con 5 años

- | | |
|--------------------------------|---|
| 71. Sekisuis S-Lec | 78. Telcel |
| 72. Sepsa Custodia | 79. Universidad del Valle De México |
| 73. S-Mart | 80. Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla |
| 74. Sodisa | 81. Vivo Grupo Inmobiliario |
| 75. Softtek | 82. Volaris |
| 76. Stanza Espacio Residencial | |
| 77. Tecnoval de Mexico | |

Empresas con 6 años

- | | |
|--|--|
| 1. Adecco | 38. Industrias Alen |
| 2. Agrícola San Emilio | 39. Ingenio Constanca |
| 3. American Standard | 40. Ingenio Quesería |
| 4. Arquitectura y Consultoría | 41. Ingenio San Francisco Ameca |
| 5. Artículos Exclusivos y Especializados J.A. | 42. Ingenio San Miguel del Naranjo |
| 6. Avon Cosmetics | 43. Ingenio San Rafael de Pucté |
| 7. Bemis de México | 44. Instituto de Contadores Públicos de Nuevo León |
| 8. Binney & Smith (México) - Crayola | 45. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey Campus Chihuahua |
| 9. Cajeme Motors | 46. Jaztea |
| 10. Cisco Systems México | 47. Jyrsa |
| 11. Citrofrut | 48. Kaeser Compresores de México |
| 12. Clorox México | 49. Koppert México |
| 13. Club de Fútbol Monterrey Rayados | 50. Laboratorios Silanes |
| 14. Coeur Mexicana | 51. L'oreal México |
| 15. Compañía Mexicana de Traslado de Valores | 52. Mapfre México |
| 16. Compañía Minera Dolores | 53. Maquinaria del Humaya |
| 17. Creaciones Artísticas Publicitarias | 54. Metalsa |
| 18. Dirección General de Operaciones - Tequila Sauza | 55. Mi Agente de Seguros y de Fianzas |
| 19. Dowell Schlumberger de México | 56. Minas de Oro Nacional |
| 20. Electrónica Clarión | 57. Office Depot de México |
| 21. Empresas ICA | 58. Quaker State |
| 22. Escuela Bancaria y Comercial | 59. Randstad |
| 23. First Majestic Silver Corp. | 60. Sabio Solutions |
| 24. FMC Agroquímica de Mexico | 61. Saint Gobain Euroveder Operadora |
| 25. Fresnillo PLC | 62. Sanofi |
| 26. Gilsa | 63. SBS Facilitadores |
| 27. Grupo Aeroportuario del Pacífico | 64. Securitec |
| 28. Grupo Atención | 65. Seguros BBVA Bancomer |
| 29. Grupo Gigante | 66. Sepsa |
| 30. Grupo GP | 67. Servicios de Intendencia |
| 31. Grupo Hérdez | 68. Steelcase |
| 32. Grupo MAP | 69. Tecnológico de Monterrey, Campus Morelia |
| 33. Gubasa | 70. Tomaco |
| 34. Hogares Herso | 71. Tradecorp |
| 35. Hotel Presidente Intercontinental Ciudad de México | 72. Whirlpool México |
| 36. Icac, Delegación Sonora | |
| 37. Icono Comercial | |

Listado de Empresas que recibieron el Distintivo de Cemefi 2014



Empresas con 7 años

1. Agnico Eagle México
2. Agrícola Divemex
3. Agroindustrias Unidas de México
4. American Industries
5. Análisis Delia Barraza
6. Apolo Textil / Baby Mink
7. Asur
8. Axtel
9. Buró de Crédito
10. Cinemagic
11. Colgate Palmolive / Mission Hills
12. Cremería Americana
13. Díaz Salazar y Asociados
14. Everis
15. Exportalizas Mexicanas
16. Fedex Express
17. GDF Suez, México
18. GlaxoSmithKline
19. Goldcorp México
20. Grupo Crasa y Asociados
21. Grupo Ges
22. Grupo Vasconia
23. Human Kind
24. Ifa Celtics
25. Imac Ingles Total
26. Ingenio La Gloria
27. Instituto Tecnológico de Sonora, Unidad Navojoa
28. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, Campus Puebla
29. KPMG
30. Mexichem
31. Natura
32. Odebrecht
33. OMA
34. Phytomonitor
35. Promociones Turísticas Av
36. Roche México
37. Scotiabank
38. Serdi
39. Sinergia Deportiva Club Tigres
40. Soluciones Pop
41. Solutions Klean Group
42. Tecnológico de Monterrey Campus Hidalgo
43. Ticketmaster
44. Urbi
45. Vitro
46. WTC Ciudad de México

Empresas con 8 años

1. Accenture
2. Agrícola Paredes
3. Atento México-Centroamérica (México, Guatemala y El Salvador)
4. Aurum Consulting Group
5. Bank of América Merrill Lynch
6. Casa Cuervo
7. Consorcio Ara
8. Cuauhtémoc Moctezuma
9. Ey México
10. Fensa
11. Genomma Lab Internacional
12. Granjas Carroll de México
13. Grupo Cie
14. Grupo Mexicano de Desarrollo
15. Grupo Premier
16. Helvex
17. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey Campus San Luis Potosí
18. Kidzania
19. Marhnos
20. Multiservicios Agencia Aduanal
21. Promotora Accse
22. Restaurantes Toks
23. Revista Ganar-Ganar
24. Salles Sainz Grant Thornton
25. Sony
26. Takeda México
27. Tecnológico de Monterrey Campus Querétaro
28. The Home Depot México
29. Unilever de México

Empresas con 9 años

1. Agrícola Chaparral S
2. Amway de México
3. Del Campo y Asociados
4. Descafeinadores Mexicanos

Listado de Empresas que recibieron el Distintivo de Cemefi 2014



Empresas con 9 años

- | | |
|-------------------------------------|----------------------------|
| 5. Eli Lilly de Mexico | 17. Mc Donalds |
| 6. Expok | 18. Mondeléz International |
| 7. Gas Natural Fenosa en México | 19. Produban México |
| 8. Grupo Anjor | 20. Productos Medix |
| 9. Grupo Cementos de Chihuahua | 21. Provident México |
| 10. Grupo Dolphin Discovery | 22. Pwc México |
| 11. Grupo Peñafiel | 23. Sicrea |
| 12. Grupo Zapata | 24. Siemens |
| 13. Holding del Golfo | 25. Soluciones Dinámicas |
| 14. Isban México | 26. Sukarne |
| 15. Jáuregui, Navarrete y del Valle | 27. Sura México |
| 16. Laboratorios Liomont | 28. UBS |

Empresas con 10 años

- | | |
|-----------------------------|--|
| 1. Accor México | 13. Grupo Lala |
| 2. Amanco de México | 14. Imbera (Femsa Empaques) |
| 3. Arancia Industrial | 15. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey Campus Monterrey |
| 4. Ceuta Produce | 16. Interceramic |
| 5. Coca-Cola Femsa | 17. Metlife México |
| 6. Cooperativa La Cruz Azul | 18. Microsoft México |
| 7. Delphinus | 19. Nextel de México |
| 8. Edenred México | 20. Nueva Agroindustrias del Norte |
| 9. Femsa Comercio | 21. Pepsico México |
| 10. Femsa Logística | 22. Santander |
| 11. Financiera Planfia | 23. Sodexo México |
| 12. Grupo Financiero Monex | |

Empresas con 11 años

- | | |
|------------------------|---|
| 1. Arca Continental | 8. Homex |
| 2. Cemex México | 9. Parque Xcaret |
| 3. Cinépolis | 10. Seguros Monterrey New York Life |
| 4. Danone De México | 11. Soluciones 24/7 |
| 5. GNP Seguros | 12. Tecnológico de Monterrey, Campus Estado de México |
| 6. Grupo Modelo | 13. Telefónica México |
| 7. Grupo Nestlé México | |

Empresas con 12 años

- | | |
|--|---------------------|
| 1. Financiera Independencia | 4. Jugos del Valle |
| 2. Interprotección, Agente de Seguros y de Fianzas | 5. Manpower Group |
| 3. J.P. Morgan Grupo Financiero | 6. Novartis |
| | 7. Philips Mexicana |

Listado de Empresas que recibieron el Distintivo de Cemefi 2014



Empresas con 13 años

- | | |
|--------------------------------------|------------------------|
| 1. American Express Company (México) | 4. Parque Xel-Há |
| 2. Industrias Peñoles | 5. Teléfonos De Mexico |
| 3. Janssen México | 6. Zuum |

Empresas con 14 años

- | | |
|---------------------------|--------------------------------------|
| 1. BBVA Bancomer | 6. Holcim México |
| 2. Coca-Cola | 7. Sc Johnson |
| 3. Deloitte | 8. Shell |
| 4. Grupo Bimbo | 9. Walmart de México y Centroamérica |
| 5. Hewlett Packard México | 10. Zimat Consultores |

ANEXO 2

Listado de Emisoras incluidas en la última muestra del IPC Sustentable de la BMV, efectiva a partir del 3 de febrero del 2015 y hasta el 29 de enero del 2016.



- | | |
|--|---------------------------------------|
| 1. Alfa | 18. Grupo Bimbo |
| 2. Alsea | 19. Grupo Elektra |
| 3. América Móvil | 20. Grupo Financiero Banorte |
| 4. Arca Continental | 21. Grupo Financiero Santander México |
| 5. Axtel | 22. Grupo Hérdez |
| 6. Bolsa Mexicana de Valores | 23. Grupo Lala |
| 7. Cemex | 24. Grupo México |
| 8. Coca-Cola Femsa | 25. Grupo Sports World |
| 9. Compartamos | 26. Grupo Televisa |
| 10. Controladora Comercial Mexicana | 27. Industrias Peñoles |
| 11. Corporación Inmobiliaria Vesta | 28. Infraestructura Energética Nova |
| 12. Empresas ICA | 29. Kimberly – Clark de México |
| 13. Fomento Económico Mexicano | 30. Mexichem |
| 14. Genomma Lab Internacional | 31. OHL México |
| 15. Grupo Aeroméxico | 32. Organización Soriana |
| 16. Grupo Aeroportuario del Centro Norte | 33. Tv Azteca |
| 17. Grupo Aeroportuario del Sureste | 34. Wal Mart de México |

Listado completo de Emisoras BMV 2014

- | | |
|---|---|
| 1. Accel | 31. Corporación Inmobiliaria Vesta |
| 2. Agro Industrial Exportadora | 32. Corporación Interamericana de Entretenimiento |
| 3. Alfa | 33. Corporación Moctezuma |
| 4. Alpek | 34. Corporativo Fragua |
| 5. Alsea | 35. Corporativo GBM |
| 6. Altos Hornos de Mexico | 36. Crédito Real |
| 7. América Móvil | 37. Cydsa |
| 8. Anheuser-Busch Inbev Sa/Nv | 38. Desarrolladora Homex |
| 9. Arca Continental | 39. Dine |
| 10. Axtel | 40. Edoardos Martin |
| 11. Banco Bilbao Vizcaya Argentaria | 41. El Puerto de Liverpool |
| 12. Banco Santander | 42. Elementia |
| 13. Banregio Grupo Financiero | 43. Empresas Cablevisión |
| 14. Bio Pappel | 44. Empresas Ica |
| 15. Bolsa Mexicana de Valores | 45. Farmacias Benavides |
| 16. Casa De Bolsa Finamex | 46. Financiera Independencia |
| 17. Cemex | 47. First Majestic Silver Corp. |
| 18. Citigroup Inc. | 48. Fomento Económico Mexicano |
| 19. Cmr | 49. Fresnillo Plc |
| 20. Coca-Cola Femsa | 50. G Collado |
| 21. Compañía Minera Autlán | 51. General de Seguros |
| 22. Consorcio Ara | 52. Genomma Lab Internacional |
| 23. Consorcio Aristos | 53. Gentera |
| 24. Consorcio Hogar | 54. Gruma |
| 25. Controladora Comercial Mexicana | 55. Grupe |
| 26. Controladora Vuela Compañía de Aviación | 56. Grupo Aeroméxico |
| 27. Convertidora Industrial | 57. Grupo Aeroportuario del Centro Norte |
| 28. Corporación Actinver | 58. Grupo Aeroportuario Del Pacifico |
| 29. Corporación Geo | 59. Grupo Aeroportuario Del Sureste |
| 30. Corporación Inmobiliaria Vesta | |



Listado completo de Emisoras BMV 2014

60. Grupo Bafar
61. Grupo Bimbo
62. Grupo Carso
63. Grupo Casa Saba
64. Grupo Cementos de Chihuahua
65. Grupo Comercial Chedraui
66. Grupo Comercial Gomo
67. Grupo Elektra
68. Grupo Famsa
69. Grupo Financiero Banorte,
70. Grupo Financiero Inbursa
71. Grupo Financiero Interacciones
72. Grupo Financiero Multiva
73. Grupo Financiero Santander Mexico
74. Grupo Gicsa
75. Grupo Gigante
76. Grupo Hérdez
77. Grupo Hotelero Santa Fe,
78. Grupo Industrial Maseca
79. Grupo Industrial Saltillo
80. Grupo Kuo
81. Grupo Lala
82. Grupo Lamosa
83. Grupo Mexicano de Desarrollo
84. Grupo Mexico
85. Grupo Minsa
86. Grupo Nacional Provincial
87. Grupo Palacio de Hierro
88. Grupo Pochteca
89. Grupo Posadas
90. Grupo Profuturo
91. Grupo Qumma
92. Grupo Radio Centro
93. Grupo Rotoplas
94. Grupo Sanborns
95. Grupo Simec
96. Grupo Sports World
97. Grupo Televisa
98. Grupo Tmm
99. Grupo Vasconia
100. Hilasal Mexicana
101. Holding Monex
102. Hoteles City Express
103. Impulsora del Desarrollo y el Empleo en America Latina
104. Industria Automotriz
105. Industrias Bachoco
106. Industrias Ch
107. Industrias Peñoles
108. Infraestructura Energética Nova
109. Ingeal
110. Inmuebles Carso
111. Internacional de Cerámica
112. Invex Controladora
113. Kimberly - Clark de México
114. La Latinoamericana Seguros
115. Maxcom Telecomunicaciones
116. Médica Sur
117. Megacable Holdings
118. Mexichem
119. Minera Frisco,
120. Nemark
121. Ohl Mexico
122. Organización Cultiva
123. Organización Soriana
124. Peña Verde
125. Procorp Sociedad de Inv de Capital de Riesgo
126. Promotora Ambiental
127. Promotora Y Operadora De Infraestructura
128. Proteak Uno
129. Q.B. Industrias
130. Quálitas Controladora
131. Rassini
132. Real Turismo
133. Rlh Properties
134. Sare Holding
135. Savia
136. Tekchem
137. Tenaris
138. Tv Azteca
139. Unifin Financiera
140. Urbi Desarrollos Urbanos
141. Value Grupo Financiero
142. Vitro
143. Wal - Mart de Mexico

ANEXO 3



Ranking Best Place to Work México 2014

Empresas con 50 a 500 colaboradores

1. AB&C Leasing de México
2. Advenio
3. Agentia
4. AOC México
5. Asociación Programa Lazos, AIP
6. Azenti Negocio Fluida
7. Bansi
8. Better House
9. Biomédica de Referencia
10. Buró de Crédito
11. Caintra
12. Cementos Moctezuma
13. Cien Negocios
14. Cintermex
15. CITI
16. Club de Fútbol América
17. Colegio Ingles Hidalgo
18. Compañía Topo Chico (Arca Continental)
19. Compucad
20. Compu Soluciones
21. Concepto Móvil
22. Consistent Consulting
23. Consultores en Riesgos y Beneficios Agente de Seguros y de Fianzas
24. CONTPAQi
25. Cooperativa Acreimex
26. Crediclub
27. Credit
28. Crédito Real
29. Creel, García, Cuellar, Aiza y Enríquez
30. Delphinus
31. Dextra Technologies
32. Diverza
33. El Águila Compañía de Seguros
34. Electro Controles del Noroeste
35. Endeavor México
36. Entidad Mexicana de Acreditación
37. Escala
38. Expo Guadalajara
39. Fechac
40. Finestra
41. Finvivir
42. Gasored
43. Grupo Argos
44. Grupo el Ángel
45. Grupo Financiero ASERTA
46. Grupo IMU
47. Grupo Lamitec
48. Grupo Map
49. Grupo Ordás
50. Grupo Prodensa
51. Grupo Prom
52. Grupo Vidanta - Mayan Puerto Peñasco
53. Grupo Vidanta - Grand Mayan Los Cabos
54. Grupo Vidanta Desarrollo Mazatlán
55. Grupo Villautos
56. Hágalo
57. Henco Global
58. Hospital Almater
59. Hotel Marriott Aguascalientes
60. Hotel Marriott Reforma México City
61. Hotel Marriott Tijuana
62. Index
63. Industrias Recio
64. Inflación Point
65. Ingenes
66. Interprotección, Agente de Seguros
67. IOS Office
68. IPASA: Industrial de Plásticos Arma
69. Kalisch Fierro y Acero
70. KIO Networks
71. Kreston BSG Puebla
72. Lodela
73. Manual Moderno
74. Mi Agente
75. Murguía Consultores
76. Nearsoft
77. Notarias 229 y 242
78. Orange Investments
79. Parque Xplor
80. Perifel Member of Comparex Group
81. Pescaharina de Guaymas
82. Plomaq
83. PM on Street
84. Resuelve Tu Deuda
85. Sanilock
86. Sanki Nanotechnology
87. Seacon Global Productions
88. SI UCMicrocreditos empleados
89. Steren Centro
90. Steren Corporativo
91. Steren Guadalajara
92. Tequila San Matías de Jalisco
93. TI-América

Ranking Best Place to Work México 2014



Empresas con 50 a 500 colaboradores

- | | |
|--|----------------------------|
| 94. Tu Hipoteca Fácil Asesores Patrimoniales | 98. Vialux |
| 95. Turismo y Convenciones | 99. Vitro Vidrio y Cristal |
| 96. Únete | 100. Voit |
| 97. Universidad Humanitas | |

Empresas con 500 a 5000 colaboradores y multinacionales

- | | |
|--|---------------------------------------|
| 1. Accor México (Hoteles Ibis y Novotel) | 44. Hotel Catalonia Playa Maroma |
| 2. Adidas Group | 45. Hotel Catalonia Riviera Maya |
| 3. Agnico Eagle México | 46. Hotel Catalonia Royal Tulum |
| 4. Air Liquide | 47. Iké Asistencia |
| 5. Alcoa Monterrey | 48. Infonavit |
| 6. American Express | 49. Ingram Micro México |
| 7. Amgen | 50. Jafrá Cosmetics |
| 8. Assurant Solutions México | 51. JW Marriott México City |
| 9. Azor | 52. Kaeser Compresores de México |
| 10. Bandag de México | 53. Landsteiner Scientific |
| 11. BASF Mexicana Sitio Puebla | 54. Lego Operaciones de México |
| 12. BBVA Bancomer Seguros y Multiasistencia | 55. Lockton |
| 13. Belcorp | 56. Mann+Hummel |
| 14. Borgwarner | 57. Mapfre México |
| 15. Breg México | 58. Mayan Acapulco |
| 16. Bridgestone de México | 59. Microsoft México |
| 17. Cisco | 60. Monex Grupo Financiero |
| 18. Continental Guadalajara Div IT | 61. Monsanto |
| 19. Corporativo Diestra Hoteles | 62. National Instruments de México |
| 20. Dell México | 63. Navistar México |
| 21. Diageo de México | 64. Newell Rubbermaid |
| 22. Dimensión Data | 65. Nielsen |
| 23. Edenred | 66. Nike |
| 24. EMC ² | 67. Novo Nordisk |
| 25. Epson México | 68. Occidental Hotels & Resorts |
| 26. EY | 69. Odebrecht |
| 27. Four Seasons Hotel | 70. Oracle México |
| 28. Freescale Semiconductor México | 71. Philips Mexicana |
| 29. Fundación Teletón México | 72. Plantronics México |
| 30. Gasmart | 73. Quintiles |
| 31. Greatbatch Medical | 74. Ragasa Industrias |
| 32. Grupo Aeroportuario del Centro Norte (OMA) | 75. RCI |
| 33. Grupo Cancún | 76. RSA Seguros México |
| 34. Grupo Nichos | 77. SABIC Innovative Plastics Tampico |
| 35. Grupo Ruba | 78. SABIC Polymershapes en México |
| 36. Grupo Urrea Herramientas | 79. Salud Digna |
| 37. Grupo Vidanta - Mayan Vallarta | 80. SAS Institute |
| 38. Grupo Vitalmex | 81. SC Johnson and Son |
| 39. Gulfstream | 82. Scotiabank Casa de Bolsa |
| 40. Harman de México Planta Tijuana | 83. Scotiabank Servicios Corporativos |
| 41. HDI Seguros | 84. Seguros Monterrey New York Life |
| 42. Helvex | 85. SEL México |
| 43. Hilti Mexicana | 86. Servicios Pinos Altos |

Ranking Best Place to Work México 201



Empresas con 500 a 5000 colaboradores y multinacionales

- | | |
|----------------------------------|--------------------------------------|
| 87. Sintec | 94. Universidad de Monterrey (UDEM) |
| 88. Stendhal Pharma | 95. Vector Casa de Bolsa |
| 89. Stryker | 96. Vidanta Riviera Maya |
| 90. TECMA | 97. Vidriería Monterrey, Planta FAMA |
| 91. Telefónica México (Movistar) | 98. Vidrio Plano de México LAN |
| 92. Tequila Sauza | 99. Welch Allyn de México |
| 93. Terra México | 100. XEL-HA |

Empresas con más de 5000 colaboradores

- | | |
|--|------------------------------|
| 1. Arca Continental | 9. Grupo Alsea |
| 2. Atento México | 10. Grupo Comercial Chedraui |
| 3. BBVA Bancomer | 11. Grupo Eaton |
| 4. Bebidas Mundiales (Una empresa de Arca Continental) | 12. Grupo Vidanta |
| 5. Deloitte | 13. John Deere México |
| 6. FedEx Express | 14. Liverpool |
| 7. Fresnillo | 15. Scotiabank |
| 8. Genera | 16. Supermercados S-Mart |
| | 17. Whirlpool México |

ANEXO 4

Listado de empresas que reportaron en el 2014 bajo el modelo G4 del *Global Reporting Initiative*.



1. Gas Natural Fenosa
2. Arca
3. FEMSA
4. Grupo Financiero Banorte
5. Praxair México
6. American Industries
7. Empresas ICA
8. FEMSA Logística
9. Consorcio ARA
10. New Gold Minera San Xavier
11. Ayuntamiento de Mérida, Yucatán

BIBLIOGRAFÍA

Artículos

ABREU, J. L. and BADDI, M. Análisis del concepto de responsabilidad social empresarial. *International Journal of Good Conscience*, 2 (1): 54-70, 2006.

AGUILERA, Adriana, and PUERTO, Doria. Crecimiento empresarial basado en la Responsabilidad Social. *Pensamiento & Gestión*, 32: 1-26, 2012.

AMABILE, Teresa. Motivation and Creativity: *Effects of Motivational Orientation on Creative Writers*. *Journal of Personality and Social Psychology*, 48: 393-399, 1985.

ARGANDOÑA, A., and ISEA, R. ISO 26000, Una Guía para la Responsabilidad Social de las Organizaciones. *IESE Business School*, Universidad de Navarra, 2011.

BERBEL, Gaspar. La responsabilidad social en las organizaciones: análisis y comparación entre guías y normas de gestión e información. *Revista Innovar*, 17(29):27-48, 2007.

BLÁZQUEZ, Santana, DORTA, José Andrés, and VERONA, María Concepción. Concepto, perspectivas y medida del crecimiento empresarial. *Cuadernos de Administración*, 19 (31): 165-195, 2006.

CAAMAL, Ignacio, ÁVILA, José Antonio, and RAMÍREZ, Juana. Tendencias actuales de la responsabilidad social en las empresas en México. *Políticas Públicas y Economía*, 47-68, 2010.

CARROLL, Archie. *The pyramid of corporate social responsibility: toward the moral management of organizational stakeholders*. *Business Horizons*, 34 (4): 39-48, 1991.

CARROLL, Archie. *Corporate Social Responsibility. Evolution of definitional construct*. *Business & Society*, 38 (3): 268-295, 1999.

CASTILLO, Ana María. El resurgir de la Responsabilidad Social de la Empresas en Europa: el Libro Verde. Noticias de Economía Pública, Social y Cooperativa, 35: 40-45, 2002.

DE LA CUESTA, Marta. El porqué de la responsabilidad social corporativa. Boletín Económico de ICE, 2813: 45-58, 2004.

DUQUE, Yenni Viviana, CARDONA, Marleny, and RENDÓN, Jaime. Responsabilidad Social Empresarial: Teorías, índices, estándares y certificaciones. Cuadernos de Administración, Universidad del Valle, 29 (50): 196-206, 2013.

FERNÁNDEZ, Daniel, and MERINO, Anna. ¿Existe disponibilidad a pagar por responsabilidad social corporativa? Percepción de los consumidores. Universia Business Review, 7: 38-53, 2005.

FONT, Isabel, GUDIÑO, Patricia, MEDINA, César, SÁNCHEZ, Arturo, and CARDOSO, Miriam. Responsabilidad Social Empresarial en América Latina: Un panorama general". Administración y Organizaciones, 2010.

GARAY, I., and SÁNCHEZ, C. Responsabilidad corporativa y medios de comunicación. Fundación de Estudios Financieros, 191- 210, 2006.

GARZÓN, Manuel Alfonso, and IBARRA, Alberto. Innovación empresarial, difusión, definiciones y tipología. Una revisión de literatura. Dimensión empresarial, 11 (1): 45-60, 2013.

GARRIGA, Elisabet, and MELÉ, Domènec. *Corporate social responsibility theories: mapping the territory*. Business Ethics, 53 (1-2), 51-71, 2004.

GELDRES, Valeska, RUSQUE, Ana, PINTO, Jorge, and ETCHEBARNE, María. Responsabilidad Social Empresarial a mediados del Siglo XX en Chile. Escrit. Cont. Y de Adm., 2(1): 33-34, 2011.

HEALD, Morrell. *Business Thought in the Twenties: Social Responsibility*. *American Quarterly*, 13 (2-1): 126-139, 1957.

KIM, Hyo-Sook. *A reputational approach examining public's attributions on corporate social responsibility motives*. *Asian Journal of Communication*, 21(1): 84-101, 2011.

LEÓN, María de Fátima, BAPTISTA, María Virginia, and CONTRERAS, Hernán. La innovación social en el contexto de la responsabilidad social empresarial. *Forum Empresarial*, 17 (1): 31-63, 2012.

MARENS, Richard. *Recovering the past: reviving the legacy of the early scholars of corporate social responsibility*. *Journal of Management History*, 14 (1): 55-72, 2008.

NAVARRO, José Luis and GONZÁLEZ, José Manuel. (2006). Responsabilidad Social Corporativa y Crecimiento Económico. *Estudios de Economía Aplicada*, 24 (2): 723-749, 2006.

NIETO, Mariano, and FERNÁNDEZ, Roberto. Responsabilidad social corporativa: la última innovación en *management*. *Universia Business Review-Actualidad Económica*, 1: 28-39, 2004.

ORJUELA, Sandra. La comunicación en la gestión de la Responsabilidad Social Empresarial. *Correspondencias & Análisis*, 1: 137-156, 2011.

OROZCO, Jaime Alberto, and FERRÉ, Carme. La comunicación estratégica de la Responsabilidad Social Corporativa. *Razón y Palabra*, 83, 2013.

PHILLS, James, DEIGLMEIER, Kriss, and MILLER, Dale. *Rediscovering social innovation*. *Stanford Social Innovation Review*, 6 (4): 34-43, 2008.

PRAHALAD, C. K., and HART, Stuart. *The Fortune at the Bottom of the Pyramid*. *Strategy+business*, 26: 4, 2002.

SOLANO, David. Responsabilidad Social Corporativa: qué se hace y qué debe

hacerse. Universidad ESAN (Perú), 10: 18-19, 2005.

VACA, Rosa María, MORENO, María Jesús, and RIQUEL, Francisco. Análisis de la Responsabilidad Social Corporativa desde tres enfoques: stakeholders, capital intelectual y teoría institucional. Ayala Calvo, J. C y grupo de investigación FEDRA, Conocimiento, innovación y emprendedores: Camino al futuro, 3130-3143, 2007.

VERDUZCO, Gustavo. Organizaciones no lucrativas. Visión de su trayectoria en México. Estudios Sociológicos, El Colegio de México, XXIII (67): 293-302, 2003.

Libros

ALFARO, J. M., LIMÓN, B., MARTÍNEZ, G. A., y TIJERINA, G. *Ambiente y sustentabilidad. Por una educación ambiental*. México: Grupo Editorial Patria, 2014

CAPRIOTTI, P., y SCHULZE, F. *Responsabilidad Social Empresarial*. Colección Libros de la Empresa EXECUTIVE Business School, Chile, 2010.

DE LA CERDA, J., y NÚÑEZ, F. *La administración en desarrollo. Problemas y avances de la administración en México*. México: Instituto Internacional de Capacitación y Estudios Empresariales, 1993.

DEL PULGAR, L. *Comunicación de empresa en entornos turbulentos*. Madrid: ESIC Editorial, 1999.

DRUCKER, P. *La innovación y el empresario innovador, principios y prácticas*. Buenos Aires: Editorial Suramericana, 1986.

FERNÁNDEZ, R. *Responsabilidad Social Corporativa*. España: Editorial Club Universitario, 2009.

FONSECA, M. *Comunicación Oral Fundamentos y Práctica Estratégica*. México: Pearson Educación, 2000.

FREEMAN, R. *Strategic Management: A stakeholder approach*. Boston: Ed. Pitman, 1984.

HERNÁNDEZ SAMPIERI, R. *Metodología de la investigación*. México: McGraw Hill, 2010.

HERTZ, N. *The silent take over*. Buenos Aires: Editorial Planeta, 2002.

HOFSTEDE, G. *Cultures and Organizations, Software of the Mind*. London, McGraw Hill, 1991.

LOZANO, J. *Los gobiernos y la responsabilidad social de las empresas. Políticas p. blicas más allá de la regulación y la voluntariedad*. Barcelona: Granica, 2005.

NAVARRO, F. *Responsabilidad Social Corporativa: Teoría y Práctica*. México: Alfaomega, 2013.

RODRÍGUEZ, M. *Motivación al Trabajo, Serie de Capacitación Integral, 2ª Ed.* México: Manual Moderno, 1988.

VIVES, A., y PEINADO-VARA, E. *La Responsabilidad Social de la Empresa en América Latina*. Nueva York: Banco Interamericano de Desarrollo, 2011.

Tesis

AGUILAR, R. *Las Organizaciones de la Sociedad Civil en México: su Evolución y sus principales Retos*. Tesis (Doctorado en Ciencias Políticas). Distrito Federal, México, Universidad Iberoamericana, 2006.

CEA, R. *La Responsabilidad Social Corporativa en las Entidades Bancarias de la Unión Europea. Análisis Empírico y Propuesta de Modelo Normalizado*. Tesis (Doctorado). España, Universidad Autónoma de Madrid, 2009.

HENAO, J. F. *La Responsabilidad Social Empresarial como Estrategia de Gestión en la Organización Pranha, S.A.* Tesis (Maestría en Administración). Manizales,

Colombia, Universidad Nacional de Colombia, Facultad de Ciencias y Administración, 2013.

OLVERA, C. La responsabilidad Social de las Empresas en México. Tesis (Maestría en Ciencias de Administración). Distrito Federal, México, Instituto Politécnico Nacional, Unidad Profesional Interdisciplinaria de Ingeniería y Ciencias Sociales y Administrativas, 2010.

OROZCO, J. Comunicar la RSC y la incidencia en la reputación de las empresas de comunicación. El caso de La Marató de TV3. Tesis (Doctorado en Ciencias de la Comunicación). Barcelona, España, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Departamento de Medios, Comunicación y Cultura, 2014.

ORTÍZ, P. C. La Responsabilidad Social Empresarial como base de la estrategia competitiva de HZX. Tesis (Grado de Administrador de Empresas). Bogotá, Colombia, Pontificia Universidad Javeriana, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, 2009.

SALAZAR, J. La Responsabilidad Social de la Empresa, Teoría y Evidencia para México. Tesis (Doctorado en Ciencias Sociales). Monterrey, México, Universidad Autónoma de Nuevo León, 2006.

CIBEROGRAFÍA

Documentos electrónicos

ABURBÉ, Sebastián, BORRELLO, Martín, CALVO, Federico, y GUIDINI, Javier. ABC Cooperativo. Aspectos básicos para construir una cooperativa [en línea]. Argentina: Subsecretaría de Acción Cooperativa, Secretaría de Participación Ciudadana, 2003 [fecha de consulta: 03 de Septiembre de 2015]. Disponible en: <<http://www.participacionciudadana.gba.gov.ar/pdfs/ABC%20PDF.pdf>>

BERMEJO, Roberto. *Del desarrollo sostenible según Brundtland a la sostenibilidad como biomimesis* [en línea]. España: Instituto de Estudios sobre Desarrollo y Cooperación Internacional, Universidad del País Vasco, 2014 [fecha de consulta: 03 de Septiembre de 2015]. Disponible en: <<http://www.upv.es/contenidos/CAMU NISO/info/U0686956.pdf>>

CAJIGA, J. F. *El Concepto de Responsabilidad Social Empresarial* [en línea]. México: Centro Mexicano para la Filantropía [fecha de consulta: 28 de Septiembre de 2015]. Disponible en: <http://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf>

Carvajal Educación, S.A.S. *Guía Académica. La oportunidad de negocios en la base de la pirámide, C. K. Prahalad* [en línea]. México: Carvajal Educación, 2012 [fecha de consulta: 01 de Octubre de 2015]. Disponible en: <http://www.librerianorma.com/images/dinamicas/capitulos/guia_la_oportunidad.pdf>

Convergencia Research. *Monitor Acision de Valor Agregado Móvil*, ^a Edición. [en línea]. México: Acision, 2011 [fecha de consulta: 27 de Octubre de 2015]. Disponible en: <<http://amiti.org.mx/wp-content/uploads/2012/03/Estudio-MAVAM-ACISION-2011.pdf>>

Grupo Enersis. *Guía de formación Desarrollo Sostenible Empresarial* [en línea]. Chile: Endesa, 2010 [fecha de consulta: 15 de Octubre 2015]. Disponible en: <<http://www.endesa.cl/ES/NUESTROCOMPROMISO/PUBLICACIONESEINFORMES/Documents/Guia%20DSE.pdf>>

H. Congreso de la Unión. *Ley del Impuesto sobre la Renta* [en línea]. México: Cámara de Diputados, 2013 [fecha de consulta: 21 de Octubre de 2015]. Disponible en: <<http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LISR.pdf>>

National Geographic & GlobeScan. Greendex: 2012: Consumer Choice and the Environment – A Worldwide Tracking Survey [en línea]. *National Geographic & GlobeScan*, 2012 [fecha de consulta: 21 de Octubre de 2015]. Disponible en:

<http://images.nationalgeographic.com/wpf/mediacontent/file/NGS_2012_Final_Global_report_Jul20-cb1343059672.pdf>

OCDE, Eurostat. *Manual de Oslo, Directrices para la Recogida e Interpretación de Información Relativa e Información* [en línea]. España: OCDE, Eurostat, 2006 [fecha de consulta: 28 de Septiembre de 2015]. Disponible en: <https://www.uam.es/personal_pdi/economicas/palomas/Traduccion%20%20espanola%20del%20Manual%20de%20Oslo.pdf>

ORTIZ, D. *Reflexiones sobre la RSE en tiempos de crisis*, en MORATO, F., and SUÁREZ, C. *La Responsabilidad Social de la Empresa a Debate: lecciones de la crisis. Una perspectiva Europea* [en línea]. España: *Institut Universitari d'Estudis Europeus*, 2010 [fecha de consulta: 10 de Septiembre de 2015]. Disponible en: <http://www.ddgi.cat/infodiputacio/48/docs/ii/recomana_2.pdf>

PALADINO, M. and ROCHA, H. *De la Responsabilidad Social Empresarial al Desarrollo Integral Local* [en línea]. Buenos Aires: LID Editorial Empresarial, 2013 [fecha de consulta: 17 de Octubre de 2015]. Disponible en: <<https://books.google.com.mx/books?id=ZDj4AgAAQBAJ&pg=PT29&lpg=PT29&dq=ciudadan%C3%ADa+corporativa+mcintosh&source=bl&ots=Sx2gipQ7Cu&sig=1JI7KroubqY0jDTFa0Q9mkd1ot4&hl=es&sa=X&ved=0CBsQ6AEwAGoVChMIInsiu8pr3yAIVRPdjCh2EXQIZ#v=onepage&q=ciudadan%C3%ADa%20corporativa%20mcintosh&f=false>>

Pwc. *17th Annual Global CEO Survey*. [en línea]. Pwc, 2014. [fecha de consulta: 01 de Octubre de 2015]. Disponible en: <<http://www.pwc.com/gx/en/ceo-survey/2014/assets/pwc-17th-annual-global-ceo-survey-jan-2014.pdf>>

VILLALOBOS, J. *Indicadores Experiencia Distintivo ESR. Foro Internacional de RedEAmérica, Vinculación Empresa-Comunidad* [en línea]. Chile: Foro Internacional de RedEAmérica Mesa #6, 2014 [fecha de consulta: 04 de Septiembre de 2014]. Disponible en: <http://www.redeamerica.org/Portals/0/Documentos/Foros/VI_Foro_%20Mesa6_Cemefi.pdf>

Fuentes electrónicas generales

Altaempresa

<http://blog.altaempresa.com/?p=127>

Central Intelligence Agency / The World Factbook

<https://www.cia.gov/library/publications/the-world-book/>

Centro de Información de las Naciones Unidas

<http://www.cinu.mx>

Centro Mexicano para la Filantropía

<http://www.cemefi.org>

CERES Mobilizing Business Leadership for a Sustainable World

<https://www.ceres.org>

CNN Expansión

<http://www.cnnexpansion.com>

Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros

<http://www.condusef.gob.mx>

Cooperativas de las Américas. Región de la Alianza Cooperativa Internacional

<http://www.aciamericas.coop>

COMPITE Para el desarrollo de tu negocio

<http://www.compite.org.mx>

CONACULTA

<http://www.conaculta.gob.mx>

Council on Economic Priorities Accreditation Agency

http://www.citinv.it/associazioni/CNMS/archivio/lavoro/Presentazione_SA8000.htm

Dinero en Imagen

<http://www.dineroenimagen.com>

El Economista

<http://eleconomista.com.mx/Publicidad.php>

El País, el Periódico Global

http://elpais.com/elpais/portada_america.html

Eudoxa

<http://eudoxa.mx>

EUR-Lex. Access to European Union law

<http://eur-lex.europa.eu/>

Excélsior

<http://www.excelsior.com.mx>

Expok, Comunicación de Sustentabilidad y RSE

<http://www.expoknews.com>

Global Reporting Initiative

<https://www.globalreporting.org/Pages/default.aspx>

Great Place to Work México

<http://www.greatplacetowork.com.mx>

Grupo Bolsa Mexicana de Valores

<https://www.bmv.com.mx>

Instituto Ethos

<http://www3.ethos.org.br>

International Labour Organization

<http://www.ilo.org/global/lang--en/index.htm>

International Organization for Standardization

<http://www.iso.org/iso/home.html>

Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresarial

<http://www.iarse.org>

Instituto Nacional de Estadística y Geografía

<http://www.inegi.org.mx>

Instituto Nacional de las Mujeres

<http://www.inmujeres.gob.mx>

International Co-operative Alliance

<http://ica.coop/es/>

Procuraduría Federal del Consumidor

<http://www.profeco.gob.mx>

Red Pacto Mundial España

<http://www.pactomundial.org>

Red Pacto Mundial México

<http://www.pactomundial.org.mx/site/>

ResponSable

<http://www.responsable.net>

Responsabilidad Social y Sustentabilidad

<http://www.responsabilidadsocial.mx>

Secretaría del Trabajo y Previsión Social

<http://www.stps.gob.mx/bp/index.html>

Social Accountability International

<http://www.sa-intl.org>

Sustainia 100

<http://www.sustainia.me/solutions/>

The Global Journal

<http://theglobaljournal.net>

Twitter

<https://twitter.com/?lang=es>

UN Global Compact

<https://www.unglobalcompact.org>

UNIAPAC International

<http://www.uniapac.org>

United Nations

<http://www.un.org/en/index.html>

United Nations Development Programme

<http://www.undp.org>

World Business Council for Sustainable Development

<http://www.wbcsd.org/home.aspx>

World Bank Group

<http://www.worldbank.org>