



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA
DE MÉXICO**

FACULTAD DE QUÍMICA

“EMPRESAS SOCIALMENTE RESPONSABLES”

TRABAJO ESCRITO VÍA CURSOS DE EDUCACIÓN CONTINUA

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

“LICENCIADA CURSADA”

PRESENTA

MÓNICA VALERIA OEST PÉREZ

MÉXICO D.F.

2011



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.

JURADO ASIGNADO

PRESIDENTE: María Eugenia Ivette Gómez Sánchez

VOCAL: Raúl Lugo Villegas

SECRETARIO: Algo Gonzalo Pérez Taboada

1er SUPLENTE: Rafael Hernández Medina

2do SUPLENTE: Jorge Rafael Martínez Peniche

FACULTAD DE QUÍMICA

ASESOR: I.Q. Aldo Gonzalo Pérez Taboada

SUSTENTANTE: Mónica Valeria Oest Pérez

Índice

Introducción.....	1
Capítulo 1. Bases de una Responsabilidad Social Empresarial.....	3
Implementación de un proceso de Responsabilidad Corporativa Sustentable.....	5
Capítulo 2. Responsabilidad Social Empresarial en México y el mundo.....	8
Capítulo 3. Distintivo Empresa Socialmente Responsable (ESR).....	12
Capítulo 4. Beneficios de la Responsabilidad Social Empresarial.....	17
Capitulo 5. Acciones de Responsabilidad.....	20
Conclusión.....	25
Glosario.....	26
Bibliografía.....	31

Introducción

A lo largo de la historia, los modelos económicos han ido evolucionando a la par de la sociedad. El incremento de la población, la multiplicación de las necesidades personales y comunitarias, la necesidad de ambientes más seguros en términos económicos, políticos y sociales, ha dado como resultado que durante los últimos dos siglos se haya experimentado grandes cambios en nuestra manera de interactuar con el mundo y de producir nuestros satisfactores.

La revolución industrial del siglo XIX, que acabó extendiéndose por todo el mundo, implicó el más importante cambio en nuestra forma de concebir y participar en una sociedad. Años de evolución en materia de producción, desarrollo económico, competencia y productividad influyeron directamente en la calidad de vida de las personas. La revolución industrial ha sido el principal generador de la desigualdad social pero también de las políticas en beneficio de los trabajadores; ha hecho a la población dependientes de la manufactura de productos pero también ha impulsado la investigación y el avance científico y tecnológico; en algún momento de la historia representó la desaparición de modos tradicionales de vida, pero también ha significado la construcción de sociedades más complejas, donde las oportunidades de desarrollo impactan de manera positiva la educación y el bienestar de las personas.

Actualmente, el modelo económico enfrenta un nuevo reto. Los procesos de producción han causado daños cada vez mayores a la ecología; lo que comenzó como una idea que parecía excéntrica ha ido cobrando relevancia ante las evidencias de que los daños a la biosfera no sólo afectan la imagen de los ecosistemas, sino la fuente de los recursos, la posibilidad de mantener la capacidad de producción y, lo que es peor, no sólo la calidad de vida, sino la vida misma.

Ante esta coyuntura, son cada vez más los esfuerzos encaminados al establecimiento de sistemas de responsabilidad social por parte de las empresas, la búsqueda de fuentes de energía limpia y renovable y la necesidad de reparar el daño que se ha hecho al planeta, sin que esto represente un detrimento en los sistemas de producción y desarrollo económicos.

Los cambios que enfrenta la sociedad día con día obligan a buscar un nuevo paradigma para el desarrollo empresarial, que ahora debe ser congruente con la idea de un mundo sustentable. Esto implica la necesidad de establecer un compromiso que se debe asumir no sólo a nivel personal, sino también como

parte de las empresas para las que trabajamos y de aquellas cuyos productos consumimos.

Empresas con cero emisiones: ¿cero residuos sólidos?, ¿cero líquidos?, ¿cero consumo de energía?, ¿se trata de un ideal o de una realidad? Desafortunadamente aún no se cuenta con los elementos para saberlo, pero en definitiva se trata de una posibilidad que se debe analizar por necesidad; la reducción del impacto ambiental debe ser una obligación científica y para los jóvenes, por lo que se debe crear las mediciones necesarias, los procesos más eficientes y los productos que lo hagan posible. Se debe tener muy claro que, entre las cosas que se han aprendido como parte de la formación profesional, la vocación por alcanzar metas ocupa un lugar preponderante, sin importar cuán lejanas puedan parecer.

Hasta hace algunas décadas se creía que la responsabilidad empresarial se limitaba a la generación de utilidades. Como se ha expuesto anteriormente, hoy en día las empresas deben tomar en cuenta que sus actividades afectan, positiva o negativamente, la calidad de vida de sus empleados y de las comunidades en las que realizan sus operaciones, por lo que el nuevo reto consiste en la implementación de la tecnología y los procesos que permitan transformar las empresas con modos de producción sustentables y respetuosos del medio ambiente.

Las empresas son instituciones que diariamente están tomando decisiones que afectan a su propio desarrollo: invertir más o no, formar a los trabajadores o no formarlos, respetar el medioambiente o no respetarlo, etc. Esto significa que las empresas son organizaciones y quienes trabajan en ellas no toman decisiones como sujetos particulares, sino como miembros de la organización, que actúan y deciden tomando como base la libertad para actuar en un sentido o en otro. De este modo, igual que las personas somos responsables de las decisiones que tomamos, siempre y cuando no hayamos sido forzados por algo externo a tomar dicha decisión, las empresas deben serlo también de las decisiones que ellas libremente toman, de las consecuencias que éstas tienen en su entorno social o medioambiental.

Capítulo 1

Bases de una Responsabilidad Social Empresarial

La búsqueda de soluciones a la creciente desigualdad ha llevado a muchas empresas a la implantación de políticas que permitan mejorar su relación no sólo con sus empleados, sino con la comunidad de la que forman parte. Este cambio en la relación comunidad-empleados-empresa es el eje de un trato más humanitario y de la creación del concepto de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), una expresión nueva en el lenguaje empresarial, pero cuyos componentes se han venido construyendo a lo largo de los años.

Aunque no existe una definición consensuada de Responsabilidad Social Empresarial, en los países de habla hispana la más utilizada es la propuesta en 2005 durante el Foro de Expertos en RSE constituido en el seno del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales del gobierno español, para debatir posibles medidas a adoptar por la administración pública y fomentar prácticas de responsabilidad social, en el que participaron representantes de organizaciones de la sociedad civil (organizaciones sociales, empresariales y universidades) y de varios ministerios:

“La responsabilidad social de las empresas es, además del cumplimiento estricto 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.”

Otra definición que va en el mismo sentido que la anterior, aunque con otras precisiones, es la que ofrece la Organización Internacional del Trabajo (OIT)

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.

Si bien las definiciones anteriores nos permiten comprender el concepto de RSE, también han sido fundamentales para la generación de una definición local, más apegada a la realidad y condiciones de nuestro país. Así, para el Centro Mexicano para

la Filantropía (CEMEFI), organismo encargado de la gestión y evaluación para la obtención del distintivo Empresa Socialmente Responsable en México, la definición es la siguiente:

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es el compromiso consciente y congruente de cumplir integralmente con la finalidad de la empresa tanto en lo interno como en lo externo, considerando las expectativas de todos sus participantes en lo económico, social o humano y ambiental, demostrando el respeto por los valores éticos, la gente, las comunidades y el medio ambiente y para la construcción del bien común.

La RSE se refiere a la manera en que las empresas de cualquier ramo son gobernadas respecto de los intereses de sus trabajadores, sus clientes, sus proveedores, sus accionistas y su impacto ecológico y social. En otras palabras, la RSE tiene una incidencia directa en la gestión de una empresa, y se traduce en el respeto de ésta hacia todos sus grupos de interés, por lo que supone un planteamiento de tipo estratégico que debe formar parte de la gestión cotidiana respecto de la toma de decisiones y las operaciones de toda la organización. Así, la RSE crea valor en el largo plazo y contribuye significativamente a la obtención de ventajas competitivas duraderas.

Es importante resaltar la necesidad de que la implantación de la RSE se lleve a efecto mediante la gestión de la empresa. De lo contrario, si se limita a la puesta en marcha de prácticas socialmente responsables de manera aislada, se corre el riesgo de que éstas, al no responder a un mandato y cultura institucionales, corran el peligro de suspenderse ante cualquier eventualidad, como pueden ser las coyunturas de tipo económico a nivel externo o interno, las crisis presupuestales o los cambios en la dirección de la empresa. Para evitar que la continuidad de los esfuerzos realizados en esta materia peligre, un elemento fundamental es que la RSE sea apoyada e incentivada desde los altos mandos de la organización, y que además sea establecida como parte integral de las responsabilidades de la empresa, contando incluso con planes de contingencia que permitan garantizar su funcionamiento permanente.

En cuanto al soporte documental y las experiencias exitosas que pudieran servir como modelo para la implantación de la RSE, a nivel mundial coexisten aún diversas definiciones que dan una idea bastante amplia de este concepto, pero no indican cómo es que una empresa puede ponerla en práctica, dado las características tan diversas de los contextos en que opera una organización.

Para asegurar el éxito de una iniciativa tan ambiciosa como la implantación de la RSE, es necesario disponer de información de calidad de las políticas y prácticas de empresas, así como de sus productos; esto permitirá dotar de una base sólida y bien documentada a las decisiones del resto de actores, como son los consumidores, los inversionistas y la normatividad administrativa y legal.

Parte de esta información suele proporcionarse en forma de sellos, como el Distintivo ESR, o bien mediante certificaciones, como ISO 14- 000 e ISO 9000.

Implementación de un proceso de Responsabilidad Corporativa Sustentable

Para que una organización se transforme en una empresa sustentable, se recomienda que los cambios a nivel de gestión interna contemplen los siguientes seis aspectos, debidamente apoyados por grupos de interés:

Organización

Para conseguir el éxito corporativo se necesita generar una cultura de liderazgo en los diferentes niveles de la organización. Para ello, será necesario establecer con claridad las funciones, responsabilidades, alcances y metas de todos los involucrados en el organigrama, a fin de fortalecer el liderazgo de las figuras clave para dirigir el proceso hacia la responsabilidad sustentable.

Normatividad

Para desarrollar un plan estratégico es necesario diseñarlo con base en el concepto de visión global que aplique al interior de la empresa. Por lo general, el plan estratégico debe estar basado en códigos de conducta, políticas internas y programas de apoyo dirigidas no sólo al personal, sino también a la comunidad, y que además cuenten con un presupuesto determinado.

Difusión

Una comunicación interna eficiente resulta de gran utilidad para llevar a cabo procesos de capacitación. A nivel general permite difundir criterios normativos aplicables a toda la estructura organizacional, y a nivel particular puede contribuir para lograr los objetivos de la implementación, la promoción interna y externa, así como el *stakeholder engagement* (procesos de participación con compromiso).

Medición

Consiste en el seguimiento a las actividades con base en indicadores propios o estandarizados, con el propósito de solicitar distintivos de reconocimiento nacional.

Evaluación

Es el proceso mediante el cual se valora el desempeño con base en indicadores previamente establecidos. Se sugiere llevar un seguimiento semanal acompañado del diagnóstico de problemas y la aplicación de soluciones que permitan asegurar una mejora continua de los procesos. Una manera de sistematizarlo para facilitar su manejo es el establecimiento de alcances a nivel trimestral, lo que permite valorar en cuatro etapas los avances de la empresa durante el periodo de un año.

Mejora continua

Está directamente relacionada con el resultado de la evaluación, y consiste en formalizar las tendencias del plan original, para obtener un control interno y corregir las desviaciones haciendo uso de auditorías y herramientas de análisis de calidad.

En virtud de que su naturaleza no pierde de vista la necesidad de mantener la eficiencia en los procesos productivos, los ámbitos de la RSE también son congruentes con los principios empresariales universales, por lo que el conocimiento y la profundización continua de esos principios aseguran su implantación exitosa:

- Dignidad humana
- Empleo digno
- Ética en los negocios
- Prevención de negocios ilícitos
- Transparencia
- Honestidad y legalidad
- El bien común (vinculación con la comunidad)
- Principio de subsidiaridad
- Participación social
- Principio de solidaridad
- Calidad de vida

- Justicia y equidad
- Cuidado del medio ambiente
- Desarrollo humano
- Desarrollo científico y ético

La RSE no debe confundirse con prácticas de filantropía, éticas o ambientales exclusivamente, ni con cualquier otra actividad adicional al propósito de la empresa. Su implantación conlleva actividades de medición y reporte de los impactos que tenga en relación con el desempeño de la organización, por lo que también exige de la empresa una cultura de transparencia en cuanto a su operación y una estricta política de rendición de cuentas.

Con base en lo anterior, es posible decir que la RSE lleva a la actuación consciente y comprometida de mejora continua, medida y consistente que permite a la empresa generar valor agregado tanto para sus consumidores como para sus clientes internos, y con ello lograr ser sustentable sin dejar de ser competitiva.

Capítulo 2

Responsabilidad Social Empresarial en México y el mundo

A nivel internacional, la iniciativa del Informe Global (GRI, por sus siglas en inglés) es un conjunto de orientaciones cuyo propósito es avanzar hacia el logro de una mayor calidad, rigor y utilidad en los informes de Responsabilidad Social Empresarial. El GRI es el resultado de un proceso internacional iniciado en 1997 por la Coalición de Economías Responsables Ambientalmente (CERES) y el Programa de Medio Ambiente de las Naciones Unidas, y considera los siguientes aspectos:

Inversión Socialmente Responsable (ISR)

La ISR reúne todos los elementos para integrar criterios extrafinancieros, medioambientales y sociales, en las decisiones de inversión en carteras o portafolios bursátiles.

Normas para los sistemas de gestión

Permiten a la empresa tener una visión clara sobre el impacto de sus actividades en los ámbitos social y medioambiental, proporcionando indicadores útiles para la mejora continua de sus procesos.

Indicadores de resultados económicos

Son los que se presentan ante clientes, proveedores, empleados, proveedores de capital y sector público.

Indicadores de resultados ambientales

Son los que permiten medir el impacto por el uso de materiales, energía y agua, así como la calidad de las emisiones, el tipo de basura generada y la influencia de los productos y servicios en el entorno natural. También incluye las respuestas a las reclamaciones que se deriven de lo anterior.

Indicadores de resultados sociales

Reflejan la calidad de las prácticas laborales, así como la responsabilidad integral de la empresa sobre el producto.

Guías o principios

Lineamientos que orientan a la empresa en la construcción de un marco social, ético y medioambiental que apoye y afiance la gestión de su negocio, en concordancia con valores universalmente reconocidos, por ejemplo: Pacto Mundial (*UN Global Compact*), *Sullivan Principles*, entre otros.

Pacto Mundial

Es una iniciativa del anterior Secretario General de las Naciones Unidas, Kofi Annan, lanzada en enero de 1999. Se trata de un llamado a las empresas del mundo entero para que participen en la construcción de una sociedad global más justa. La mayoría de los gobiernos nacionales del mundo han aceptado estos principios; por tanto, se alude a ellos con frecuencia como "Principios universales". Los principales organismos de Naciones Unidas que están implicados en el Pacto Mundial son la Organización Internacional del Trabajo (OIT), el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) y la Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos (ACNUDH). El Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) también participa ayudando a estos organismos a formular respuestas y actividades específicas para cada país.

El Pacto Mundial no es un código de conducta ni un instrumento ligado a un control o a una auditoría exterior a cargo de las Naciones Unidas o de cualquier otro grupo u organismo, para verificar los esfuerzos que desarrollan las empresas. La ONU no tiene ni el mandato ni la capacidad para controlar o auditar los resultados empresariales relativos al Pacto Mundial. A través del Pacto Mundial, las empresas demuestran a sus empleados y a la comunidad que son empresas comprometidas a actuar como ciudadanas responsables. La empresa escoge cómo lo asume, e incluso si da a conocer su compromiso.

Al buscar los orígenes de la RSE en México, habrá que ubicarlos hacia mediados del siglo XX, cuando dos organizaciones empresariales destacaron por su insistencia y pronunciamiento en el tema: la Confederación Patronal de la República Mexicana (COPARMEX) y la, en ese entonces, Unión Social de Empresarios de México, A. C. (USEM). Ambas aportaron elementos teórico-prácticos para la fundamentación y desarrollo del concepto mismo. Más tarde, en 1992, el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI), creó el programa de Filantropía Empresarial con 6 empresas participantes. A partir de ese momento, se genera una serie de acontecimientos, entre los cuales cabe destacar los siguientes:

- En 1997 CEMEFI crea el Programa de Responsabilidad Social Empresarial.
- En 2000, con base en una iniciativa del mismo CEMEFI, se lanza la convocatoria para reconocer a las mejores prácticas de Responsabilidad Social Empresarial. A esta

iniciativa se suman las siguientes organizaciones: COPARMEX, Confederación USEM, Desarrollo Empresarial Mexicano y el Grupo Editorial Expansión.

- Al siguiente año, se lanza por primera vez la convocatoria para poder ostentar el Distintivo ESR 2001 a la Empresa Socialmente Responsable. En esa ocasión, el Distintivo ESR se otorga a 17 empresas. Desde entonces este certamen se ha mantenido, de modo que en 2010 el Distintivo se otorgó a 349 empresas socialmente responsables y en 2011 a 572 empresas.
- Dentro del marco de la Asamblea Nacional de COPARMEX en 2001, se presenta a la Alianza por la Responsabilidad Social Empresarial en México o AliaRSE, integrada por Administración por Valores (AVAL), COPARMEX, el Consejo Coordinador Empresarial (CCE), CEMEFI, la Confederación USEM e IMPULSA (antes Desarrollo Empresarial Mexicano).
- En 2002, CONCAMIN se integra a AliaRSE.

Estos fueron los fundamentos que realizó el sector empresarial mexicano al tomar conciencia de su condición de ciudadano corporativo, materializando el valor de la Responsabilidad Social Empresarial.

En fechas recientes, el proceso de inserción de las empresas mexicanas en la economía global las está enfrentando a diversas presiones adicionales ejercidas por clientes extranjeros, gobierno, consumidores, etcétera, quienes les demandan no sólo la calidad especificada del producto o servicio que se trate, sino que sus procesos y estándares de trabajo cumplan con requisitos legales y éticos, reforzando la integración de la Responsabilidad Social Empresarial dentro de sus estrategias de negocio.

Tomando en cuenta el valor de oportunidad que representa la adopción y promoción de los principios del Pacto Mundial de la ONU en nuestro país, AliaRSE ha iniciado, a través de COPARMEX, la relación con diversas agencias especializadas de la ONU y dependencias gubernamentales para lanzar dicha iniciativa en México.

En el contexto nacional, uno de los mayores avances en el tema es haber logrado el consenso de los principales organismos empresariales y de responsabilidad social sobre un concepto y un marco ideológico comunes, lo que sin duda facilita su difusión y comprensión. Los

organismos que comparten estos fundamentos a nivel nacional, para formar AliaRSE (Alianza por la Responsabilidad Social Empresarial en México) son:

CEMEFI. Centro Mexicano de la Filantropía.

CONCAMIN. Confederación de Cámara Industriales de los Estados Unidos Mexicanos.

CANACINTRA. Cámara Nacional de la Industria de la Transformación.

IMPULSA México.

CONCANACO. Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio, Servicios y Turismo.

CONFEDERACIÓN USEM. Unión Social de Empresarios de México, A.C.

CCE. Consejo Coordinador Empresarial.

COPARMEX. Confederación Patronal de la República Mexicana.

IMEF. Instituto Mexicano de Ejecutivos de Finanzas.

COMPITE. Comité Nacional de Productividad e Innovación Tecnológica.

FESAC. Fundación del Empresario Sonorense.

UNIRSE JALISCO. Unidad Regional de Servicios del Estado de Jalisco.

SINALOA ECOREGION

CMIC. Cámara Mexicana de la Industria de la Construcción.

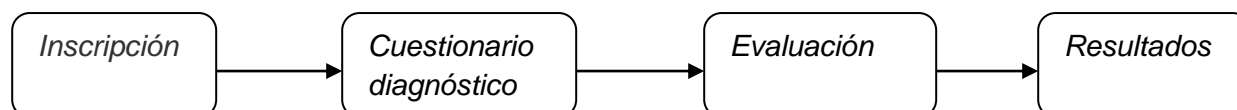
Capítulo 3

Distintivo Empresa Socialmente Responsable

El Distintivo ESR® es un elemento gráfico que se alcanza por medio de un proceso de auto diagnóstico, sustentado documentalmente por la empresa a través de un sistema electrónico y verificado por el Centro Mexicano para la Filantropía A.C. (CEMEFI). Su principal objetivo es acreditar a la empresa ante empleados, inversionistas, clientes, autoridades y sociedad en general, por asumir voluntaria y públicamente el compromiso de una gestión socialmente responsable como parte de su cultura y estrategia de negocio. Sin embargo, no es una certificación, ya que no contempla procedimientos de auditoría o inspección directa por parte de los organismos promotores.

Sólo pueden participar por el distintivo empresas legalmente constituidas que operen en México, de cualquier tamaño y sector productivo, sean empresas grandes, micro, pequeñas y medianas, proveedores de PyMes y de consumo responsable (bebidas alcohólicas, medicinas sin receta, industria de alimentos, medios de comunicación o centros de entretenimiento).

Para concursar por la obtención del Distintivo ESR® se deben realizar los siguientes trámites.



Inscripción

Para participar en el proceso se debe presentar una carta de motivos que contenga:

- a) Las razones por las cuales la empresa quiere obtener el distintivo.
- b) El compromiso de asumir el decálogo de la ESR. (Anexo I)
- c) Nombrar a un representante para conducir el proceso.
- d) Enviar el logotipo de la empresa.
- e) Realizar un pago.

Una vez que se ha dado trámite a la recepción de la carta, se le envía a la empresa una constancia de inscripción del proceso, una clave de acceso al sistema, un cuestionario y una capacitación dirigida a un ejecutivo de la empresa interesada.

Cuestionario Diagnóstico

La CEMEFI ofrece un taller de introducción a la RSE y capacitación para el uso del sistema electrónico. Mediante este sistema se envía toda la evidencia (indicadores) que se utilizará para calificar a la empresa, se registra la evidencia y se proporciona la información que respalde las respuestas dadas por la empresa al cuestionario.

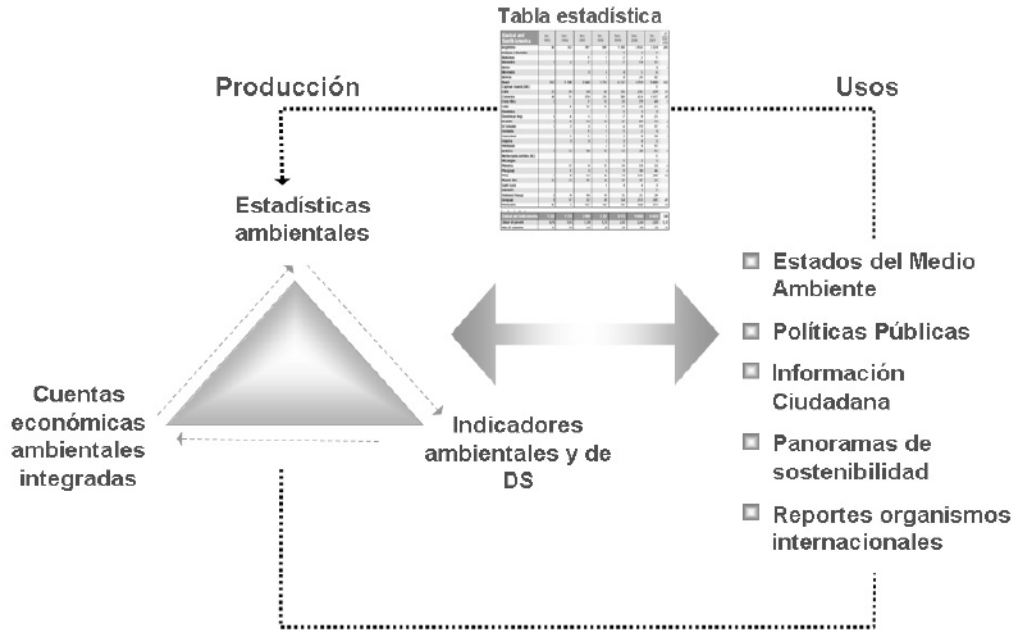
Los indicadores son una serie estadística producida sobre las principales dinámicas ambientales en el territorio y el tiempo: agua, aire, clima, biota (biodiversidad), suelo, uso del suelo, bosques, borde costero, ecosistemas marinos, contaminación (medios), residuos sólidos, acceso, agua y saneamiento, etcétera. Se construyen a partir de fuentes tales como registros administrativos, encuestas y censos, estaciones de monitoreo, percepción remota y aplicaciones geoespaciales, estimaciones y modelos.

La elaboración de IA (indicadores ambientales) requiere de la construcción y sostenimiento en el tiempo, y de un sistema u integrado en forma de flujo continuo de información que se alimente, actualice y retroalimente de manera constante.

De acuerdo con el enfoque utilizado en el área de trabajo de Estadísticas Ambientales (EA), un ámbito de desarrollo estadístico comprende lo siguiente:

- Series de estadística ambientales básicas.
- Indicadores ambientales y de desarrollo sostenible.
- Cuentas económico ambientales integradas.

CONCEPCIÓN INTEGRADA DE LA ESTADÍSTICA AMBIENTAL



Tal como se observa en la figura, las EA se fundamentan en una concepción integradora y sistémica, que incluye la elaboración y el uso de series estadísticas, IA selectos y cuentas ambientales integradas; recomendándose abordar la elaboración de estos tres productos en forma coordinada, progresiva y sinérgica.

Las diversas instituciones en el país podrán organizarse para llevar a cabo la producción de las series estadísticas básicas, los indicadores y las cuentas, lideradas por la institución que decidan (ONE o Secretaria Ambiental correspondiente), pero con la colaboración de todas las demás y siempre con apego a las normas estadísticas y al conocimiento ambiental especializado. Así, la producción, descripción y difusión de estadísticas posibilita el cálculo de indicadores y cuentas.

INTEGRACIÓN ENTRE INDICADORES SOCIALES, ECONÓMICOS Y AMBIENTALES



Unión IA+IE+IS = Indicadores de Desarrollo Sostenible
 Intersección IA ∩ IE ∩ IS = Indicadores de Sostenibilidad

Fuente: elaboración propia.

Algunos organismos como la Comisión de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas, incorpora a estos elementos, el ámbito institucional para constituir su propuesta de Indicadores de Desarrollo Sostenible. Ver <http://www.un.org/esa/sustdev/natlinfo/indicators/isd.htm>

Tipos de indicador:

Tipo de indicador	Definición	Ejemplos
Indicador Ambiental	Son aquellos que proporcionan información acerca de las condiciones del ambiente en el ámbito local, regional o global.	<ul style="list-style-type: none"> • Cantidad total de químicos utilizados • Parámetros del agua residual • Cantidad de residuos sólidos generados • Cantidad de bacterias y hongos

Indicador Social	Son aquellos que permiten ubicar o clasificar las unidades de análisis (personas, naciones, sociedades, bienes, etc.) con respecto al concepto o conjunto de variables que se están analizando.	<ul style="list-style-type: none"> • Cambios en una comunidad tras un proyecto • Responsabilidad civil • Planes de salud • Participación social
Indicador Económico	Son aquellos que muestran los cambios en una variable económica o un grupo de variables relacionadas, con respecto al tiempo u otra característica.	<ul style="list-style-type: none"> • Disponibilidad de viviendas • Salario mínimo • Turismo • Empleos y sueldos en la industria

Los mismos indicadores, cuantitativos y cualitativos, servirán de base para que la empresa y sus directivos establezcan las medidas necesarias para hacer más efectiva y eficiente la manera en que la responsabilidad social se integrará a sus estrategias medulares.

Capítulo 4

Beneficios de la Responsabilidad Social Empresarial

La gobernabilidad corporativa tiene tres dimensiones generales importantes: la ética, la eficiencia y la responsabilidad. La imagen de la empresa depende de cómo maneja estas tres dimensiones. Las fallas en su gobernabilidad implican una amenaza real para su futuro. La buena gobernabilidad es, por tanto, muy importante para la supervivencia de la empresa.

La gobernabilidad define cómo la empresa logra sus propósitos. Abarca el significado mismo de la compañía y señala cómo cumple con sus metas. Tiene elementos de liderazgo, protección, ética, seguridad, visión, dirección, influencia y valores. La gobernabilidad corporativa trata también acerca de cómo proteger los intereses de los grupos que forman parte de la organización.

Adoptar la responsabilidad social provee de muchas ventajas y beneficios tanto para la empresa como para la comunidad, ya sea con planes que abarcan desde becas, escuelas sostenidas por corporaciones, planes de salud pública y hasta recreación, por mencionar algunas. Con el apoyo de dimensiones particulares.

En su *dimensión económica interna*, generará y distribuirá el valor agregado entre colaboradores y accionistas, considerando no sólo las condiciones de mercado sino también la equidad y la justicia. Con esto, se espera generar utilidades y mantener viva y pujante la productividad. Es decir, la empresa se vuelve económicamente sustentable.

En su *dimensión económica externa*, generará y distribuirá bienes y servicios útiles y rentables para la comunidad, además de su aportación a la causa pública mediante la contribución impositiva. Asimismo, la empresa deberá participar activamente en la definición e implantación de los planes económicos de su región y su país.

En *dimensión social interna*, implicará la responsabilidad compartida y subsidiaria de inversionistas, directivos, colaboradores y proveedores para el cuidado y fomento de la calidad de vida en el trabajo y el desarrollo integral y pleno de todos ellos.

En su *dimensión sociocultural y política externa*, conllevará la realización de acciones y aportaciones propias y gremiales de tiempo y recursos, que contribuyan a la generación de condiciones que favorezcan la expansión del espíritu empresarial y el pleno desarrollo de las comunidades. Por lo tanto, se apoya la creación de un entorno de mercado favorable para el desarrollo del negocio.

En su *dimensión ecológica interna*, implicará la responsabilidad total sobre las repercusiones ambientales de sus procesos y subproductos. Por consiguiente, también implica la prevención, y en su caso remedio, de los daños que causen o pudieran causar.

En su *dimensión ecológica externa*, conllevará a la realización de acciones específicas para contribuir a la preservación y mejora de la herencia ecológica común para el bien de la humanidad actual y futura.

El análisis de cada dimensión particular lleva a la definición de las estrategias de acción específicas para que cada empresa actúe de acuerdo con su propio contexto, tome a su cargo y asuma el costo de la realización de proyectos completos en lo individual o de manera colaborativa con otros actores y/o sectores que compartan metas similares.

Al ser ejercida, la RSE modifica el papel social y ético de la empresa según las necesidades y el contexto propio de cada una y según los requerimientos de cada sociedad. La RSE brinda beneficios reales y tangibles para la empresa, que pueden medirse de diferentes maneras, con base en información cuantitativa y cualitativa. Entre ellos están:

- Lealtad y menor rotación de los grupos de relación (*stakeholders*).
- Mejoramiento de las relaciones con vecinos y autoridades.
- Contribución al desarrollo de las comunidades y al bien común.
- Aumento de la visibilidad entre la comunidad empresarial.
- Acceso a capital, al incrementar el valor de sus inversiones y su rentabilidad a largo plazo.
- Decisiones de negocio mejor informadas.
- Aumento en la capacidad para recibir apoyos financieros.
- Mejoramiento en el desempeño financiero, ya que se reducen costos operativos.
- Optimización de esfuerzos y uso eficiente de recursos enfocados al desarrollo sustentable.
- Mejoramiento de la imagen corporativa y fortalecimiento de la reputación de la empresa y de sus marcas.
- Incremento en las ventas mediante el refuerzo de la lealtad del consumidor.
- Incremento de la productividad y de la calidad.
- Mejoramiento en las habilidades para atraer y retener empleados, pues se genera lealtad y sentido de pertenencia entre el personal.
- Reducción de la supervisión regulatoria.
- Promoción y mayor eficiencia del trabajo en equipo.

La adopción de la Responsabilidad Social Empresarial no siempre resulta fácil, es un camino que implica decisiones de liderazgo en la empresa para superar problemas como la baja cultura cívica, la corrupción, los insuficientes marcos legales, las formas autoritarias de ejercer el liderazgo y otros que han impedido a la empresa desarrollarse cabalmente como ciudadano responsable.

La empresa recibe beneficios como la eficiencia y la responsabilidad individual y colectiva; un mejor balance entre la vida personal y laboral de sus empleados; un impacto positivo en la rentabilidad, eficiencia y productividad; mejores relaciones obrero-patronales; y la percepción de la empresa como altamente humana y socialmente responsable. En términos puntuales, se pueden enumerar otros beneficios adicionales como los siguientes:

- Reducción del ausentismo laboral.
- Disminución de la rotación de personal.
- Reducción del estrés y motivación a los trabajadores.
- Mejora eficiencia y rendimiento en el trabajo.
- Creación de líderes proactivos al interior de la empresa.
- Mejora de la imagen de la compañía.
- Identificación con la empresa e integración del personal.
- Mejora del clima organizacional al interior de la empresa.
- Brinda un aspecto humano a la empresa y la pone en contacto directo con la sociedad.
- Desarrollo de los empleados en los planos personal y profesional, al abrirles más posibilidades de participación en las actividades de la empresa, acumulando más experiencia y ofreciéndoles más oportunidades de realización.

Mientras que el desarrollo económico y social continúa mejorando la vida de algunos sectores sociales en nuestro país, todavía hay mucho trabajo por hacer para alcanzar condiciones que beneficien a toda la sociedad en los ámbitos económico, social y ambiental. Con la privatización aumentando en todo el hemisferio, la potencia y la influencia de las empresas continúa creciendo, por lo que resulta cada vez más evidente que la construcción de una sociedad más justa y una economía más sostenible depende, en gran parte, de influenciar a la comunidad de negocios para poner en ejecución acciones que permitan alcanzar estas metas.

Capítulo 5

Acciones de Responsabilidad

Las empresas que han cumplido con el perfil de Empresa Socialmente Responsable (ESR) y dignas de contar con el Distintivo Empresa Socialmente Responsable por los 11 años que ha existido en México por sus diversas acciones emprendidas son :

BBVA Bancomer

Toma como principio corporativo la ética y la integridad, buscando en la responsabilidad social una palanca de generación de valor para sus grupos de interés.

Algunos de sus logros destacados son que a finales de 2008 realizó estudios de reputación interna para sus empleados , emprendieron el *Programa de Educación Financiera Adelante con tu Futuro* , programa de educación financiera enfocada a sus clientes con el fin de mejorar el uso de sus servicios, BBVA Bancomer presento su Tercer Informe de Responsabilidad Corporativa correspondiente al 2009, basado en la versión 3.0 de la metodología internacional GRI (Global Reporting Initiative) que estandariza los contenidos de los reportes en todo el mundo y que ha otorgado a BBVA Bancomer el máximo nivel de calificación "A+GRI Checked"(Anexo II), por segundo año consecutivo.

El Informe incorporó la Norma AA 1000 (Accountability Principles Standard), que sirve para evaluar, atestiguar y fortalecer la credibilidad y calidad del reporte de sustentabilidad de una organización, así como de sus procesos, sistemas y competencias.

Deloitte

El enfoque de Responsabilidad Social de Deloitte, está basado en cinco ejes rectores: **educación, niñez, cultura, medio ambiente y salud**; reconociendo que su impacto en el interés público se da, en gran parte, en la forma en que sirven a sus clientes y se vinculan con sus comunidades internas y externas.

El equipo de trabajo de Deloitte destina un día al año, para promover actividades ambientales, educativas, de salud, culturales en instituciones sin fines de lucro; con la participación de 1,300

voluntarios en 22 eventos en 13 oficinas a nivel nacional, llamando a este programa “*IMPACT Day*”.

Grupo Bimbo

El grupo Bimbo ha creado su programa “Comprometidos con tu Salud” han realizado acciones concretas en cinco áreas:

1. Productos
2. Educación en Salud y Nutrición
3. Fomento y Promoción de la Actividad Física
4. Alianzas Estratégicas e Investigación
5. Empresa Ejemplar

En el rubro de conservación del Medio Ambiente Grupo Bimbo se ha enfocado en lo que ellos consideran sus cinco áreas claves: Ahorro de energía, Reducción de emisiones, Ahorro de agua, Manejo integral de residuos sólidos y la creación de su asociación civil “*Reforestemos México*”.

Hewlett Packard México

Hewlett Packard lleva desde 1975 reduciendo su consumo de energía al instalar sistemas de energía solar en sus oficinas, acciones que hasta el día de hoy los han ayudado a reducir el 25 % de su consumo energético y emisiones de gases.

Han creado el programa “*Epicentro para la conservación del clima y Testimonio del clima*” que se centra en el análisis, investigación y desarrollo de datos para reducir emisiones de gases de efecto invernadero, mejorar el uso energético de sus productos y educar e inspirar a otros a seguir estas técnicas.

Holcim Apasco

La Responsabilidad Social es importante para Holcim Apasco y se incorpora en su estrategia de negocio a través de seis pilares que guían sus actividades relacionadas con el desarrollo social. Pilares de Responsabilidad Social.

1. Conducta del Negocio.
2. Prácticas de empleo.
3. Seguridad y salud ocupacional (OH&S).
4. Vinculación comunitaria.
5. Relaciones con clientes y proveedores.
6. Monitoreo del cumplimiento de los cinco pilares anteriores.

Holcim Apasco expresa su responsabilidad social principalmente en tres vertientes: Vinculación comunitaria, Programas de vivienda social y Apoyo a las comunidades afectadas por desastres naturales.

SC Johnson and Son

SC Johnson and Son abarca algunas áreas de desarrollo de la mujer, especialmente programas productivos que le permitan valerse por sí misma y poder sacar adelante a su familia, ya que en la mayoría de los casos, ella es la que sostiene el hogar.

Internamente cuenta con los programas:

- Programa Reducir, Reusar, Reciclar.
- Planta de tratamiento de aguas residuales.
- Programa de sustitución de materias primas identificadas como riesgos para el medio ambiente.
- Programa de reducción de materiales de empaque virgen.
- Programa de reducción de emisiones contaminantes al aire.
- Programa de reducción de desperdicios sólidos, etc.

Externamente:

- Programa "Adopta una Escuela" para los programas educativos ambientales de Xochitla Reserva Ecológica del Edo. de México.
- Proyecto para la recuperación de los Humedales en Lerma, Estado de México.
- Apoyo a proyectos productivos para los ejidatarios de la zona de los Humedales de Lerma, Estado de México.
- Protección de 4 hectáreas de bosque en Sierra Morelos, Toluca, Estado de México para la recuperación de nuestras zonas boscosas.

Shell México

Shell tiene en cuenta los factores medioambientales y sociales en las decisiones de inversión y en la planificación de nuevos proyectos de envergadura incluyendo, por ejemplo, los costos futuros esperados de emitir CO₂.

Tienen un Comité Corporativo y de Responsabilidad Social - abre en otra ventana, formado por cuatro directores no ejecutivos para evaluar nuestra política y prestaciones. El Presidente del Consejo de administración de Royal Dutch Shell plc es responsable del desarrollo sostenible y preside la Comisión de HSSE y SP, que examina las prestaciones medioambientales y sociales y determina las prioridades, los indicadores fundamentales de rendimiento y los objetivos.

Dos de sus proyectos más sustentables para la reducción de consumo de agua son su planta Pearl GTL de Qatar se ha diseñado para no tomar agua dulce de sus áridos alrededores. El proyecto Schoonebeek de los Países Bajos reutilizará el agua residual municipal para hacer vapor.

The Coca-Cola Export Corporation, Sucursal en México

The Coca-Cola Corporation ayuda a la reducción de emisiones de CO₂ gracias a que el 98 % de sus equipos de refrigeración utilizan en sus componentes hidrocarburos que no dañan la capa de ozono con una tecnología de refrigeración basada en CO₂ que cuenta con aval de Greenpeace. Coca-Cola es la primera compañía de bebidas en México en adquirir

transportación híbrida a su flota de distribución, hoy, más de 29,000 de sus unidades cuentan con tecnologías ecológicamente amigables.

Para la reducción de residuos sólidos ha diseñado su PlantBottle©, una botella de plástico PET fabricada con cerca de 30% de materiales derivados de plantas y con una huella de carbono hasta 20% menor que su antecesora.

Conclusión

El desarrollo económico y social mejora las condiciones de vida de las comunidades. En el caso de México, es claro que aún existen innumerables asuntos por resolver como el tratamiento de aguas, reciclaje de basura, proyectos de carácter social, impulso a las empresas y viviendas sustentables para construir un entorno que ofrezca a toda la sociedad los satisfactores que necesita. Al ser el proceso de globalización una realidad en el mundo, las comunidades de negocios disfrutan, día con día, de mayor influencia, y sus aportes son cada vez más significativos en la construcción de una sociedad más justa y de una economía con crecimiento sostenible que permita aminorar y erradicar la miseria y la pobreza que enfrenta un importante segmento de la población.

La única forma de atacar a la pobreza es generando una sociedad socialmente responsable y asegurando su justa distribución. La pobreza es asunto de los mexicanos. Las empresas no podrán ser prósperas en un país que no crece y no genera empleos.

Se debe buscar en México una mejor práctica de la responsabilidad social, acciones, proyectos, programas o procesos que, en atención a una expectativa de un grupo de relación y preferentemente en congruencia con las políticas de las compañías, generen soluciones a diversos problemas, a superación de deficiencias, al mejoramiento de un proceso, al cambio de cultura organizacional y que, además contribuyan a implantar la RSE en las empresas y la sociedad.

Los resultados deben ser medibles, innovadores, sostenibles y replicables.

Indicador

Los indicadores son estadísticas seleccionadas por su capacidad de mostrar un fenómeno importante. Los indicadores a menudo resultan de procesar series estadísticas en formas de agregación, proporción y tasas de crecimiento, entre otras, para poder mostrar el estado, la evolución y las tendencias de un fenómeno que interesa monitorear. Los indicadores se diseñan y producen con el propósito de seguir y monitorear algunos fenómenos o conjuntos de dinámicas que requieren algún tipo de intervención o programa. Por lo tanto, los indicadores se dotan de una intención desde su origen y requieren de un cuidadoso proceso de producción en el que se calibran varios criterios como la disponibilidad y calidad de información, la relevancia del indicador, el aporte del indicador al Sistema de Indicadores, entre otros. Los indicadores a menudo se presentan en forma contextualizada (se explica al usuario qué muestra el indicador, su importancia e implicaciones), se representan en forma amigable y clara (utilizando infografía, gráficos y mapas) y en general se publican como Sistemas de Indicadores (del tema en cuestión) como documento en papel y digital, y en forma de sitios Web para facilitar el acceso no experto a su contenido. Al igual que con las estadísticas, los indicadores deben ser respaldados por metadatos, que se conocen habitualmente como hojas metodológicas o fichas técnicas

En términos generales, se denomina indicador a una observación empírica o estimación estadística que sintetiza aspectos de uno o más fenómenos que resultan importantes para uno o más propósitos analíticos y de monitoreo en el tiempo. Si bien el término indicador puede aludir a cualquier característica observable de un fenómeno, suele aplicarse a aquellas que son susceptibles de expresión numérica y que son pertinentes o de máxima importancia para el interés público.

Los usuarios principales de los indicadores son los tomadores de decisiones y las autoridades, la ciudadanía y los líderes de opinión, quienes por lo general no tienen el tiempo ni el conocimiento especializado para utilizar directamente las series estadísticas y para los cuales se producen en forma ex profeso los conjuntos de indicadores.

DECÁLOGO EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE

Las empresas pueden adaptar, adoptar y publicar el Decálogo de la **Empresa Socialmente Responsable**.

La Empresa Socialmente Responsable...

1. Promueve e impulsa una cultura **de competitividad responsable** que busca las metas y el éxito del negocio, contribuyendo al mismo tiempo al bienestar de la sociedad.
2. Hace públicos sus valores, **combate interna y externamente prácticas de corrupción** y se desempeña con base en un código de ética.
3. Vive esquemas de liderazgo participativo, solidaridad, servicio y de respeto a los **derechos humanos** y a la dignidad humana.
4. Promueve **condiciones laborales favorables para la calidad de vida**, el desarrollo humano y profesional de toda su comunidad (empleados, familiares, accionistas y proveedores).
5. 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. Identifica las necesidades sociales del entorno en que opera y colabora en su solución, impulsando el desarrollo y mejoramiento de la calidad de vida.
7. Identifica y apoya causas sociales como parte de su estrategia de acción empresarial.
8. Invierte tiempo, talento y recursos en el desarrollo de las comunidades en las que opera.
9. Participa, mediante alianzas intersectoriales con otras empresas, organizaciones de la sociedad civil, cámaras, **agrupaciones** y/o gobierno, en la discusión, **propuestas y atención de temas sociales de interés público**.
10. Toma en cuenta e involucra a su personal, accionistas y proveedores en sus programas de inversión y desarrollo social.

Anexo II

CALIFICACION “A+ GRI Checked” DEL GRI (GLOBAL REPORTING INITIATIVE)

La Iniciativa Global de Reporte (GRI) es una organización que administra el esquema de reportes de sostenibilidad económica, social y ambiental más empleado en el mundo. El GRI establece que los reportes de RSE deben contener indicadores detallados sobre las actividades en los ámbitos económico, social, ambiental y de derechos humanos, así como datos relativos al perfil organizacional y el gobierno corporativo.

Los niveles que otorga el GRI no hacen referencia al desempeño de la organización que elabora el reporte, sino a la cantidad de indicadores cubiertos, lo que refleja su compromiso con la sostenibilidad y la transparencia en la relación con sus grupos de interés. El signo “+” representa el hecho que el informe ha sido auditado previamente por una organización externa, anticipado por una letra A, B o C, según el nivel de aplicación de los estándares de la GRI.

El nivel A es para las organizaciones que han reportado todos sus indicadores basados en la lista de G3 o G3.1 (protocolos de los indicadores) los cuales proveen un rango de los datos independientes que constituyen los perfiles de los indicadores.

NORMA DE ASEGURAMIENTO AA1000 DE ACCONUNTABILITY PRINCIPLES STANDART

La norma de aseguramiento AA1000 es un estándar de aplicación general para evaluar, atestiguar y fortalecer la credibilidad y calidad del informe de sostenibilidad de una organización y de sus principales procesos, sistemas y competencias. Asimismo, provee de orientación sobre los elementos clave del proceso de aseguramiento.

Las características clave de la norma de aseguramiento AA1000 son las siguientes:

- Cubre todos los aspectos del resultado organizacional como «resultados disponibles».
- Se centra en la relevancia del tema en relación con las partes interesadas, así como en la precisión.
- Examina de manera exhaustiva cómo la organización comprende sus propios resultados e impacto, y los puntos de vista de las partes interesadas.

- Evalúa cómo la organización informante responde a las demandas de las partes interesadas y, al hacerlo, interpreta la preparación del informe como parte de un continuo compromiso con ellas.
- Tiene un enfoque previsor al indicar la habilidad de una organización para ejecutar las políticas y metas establecidas, así como para cumplir futuras normas y expectativas.
- Establece la base de las declaraciones de aseguramiento público que sustentan la credibilidad de los informes públicos de sostenibilidad.
- Apoya e integra enfoques de aseguramiento mediante múltiples proveedores, perspectivas y estándares, incluida la compatibilidad específica que mantiene con los Sustainability Reporting Guidelines de la Global Reporting Initiative (GRI).
- Se puede aplicar a diferentes tipos y tamaños de organizaciones y puede ser usado por expertos en aseguramiento provenientes de diversas áreas geográficas y de otras culturas y sociedades.
- Requiere la asesoría de los expertos en aseguramiento para cubrir sus competencias y relaciones con la organización informante.

Anexo III

ISO 26000 : GUÍA EN RESPONSABILIDAD SOCIAL

La necesidad de la ISO (International Standard Organization) de trabajar en la responsabilidad social se identificó desde el 2001, para el 2004 se realizó una conferencia de sí se debería trabajar en la responsabilidad social, gracias a la positiva participación se formó el ISO/WG SR (ISO Working Group on Social Responsibility para desarrollar lo ahora conocido como ISO 26000.

Los negocios sustentables no solo proveen productos y servicios que satisfacen al cliente, sino una operación amigable con el ambiente y responsable ante la sociedad , donde el reto es como poner en práctica los principios y como implementar la responsabilidad social de manera efectiva y eficiente aún cuando el concepto de “responsabilidad Social” varié de programa a programa, es por eso que la ISO creo la ISO 26000 publicada en Septiembre del 2010 con el objetivo de generar una herramienta internacional que promoviera y difundiera el concepto y la buena práctica de Responsabilidad Social para lograr desarrollo sustentable a través de una guía para organizaciones públicas y privadas.

La ISO 26000 contiene términos, definiciones, principios, ejemplos de iniciativas voluntarias de Responsabilidad social y una guía para integrar la responsabilidad social en las organizaciones; con la finalidad de ser objetiva y aplicable a todas las organizaciones aun sin ser experto en el tema.

La guía que incluye la ISO 26000 asesora a organizaciones de todo tipo públicas, privadas, países desarrollados o en desarrollo , así como economías en transición a realizar esfuerzos para tener una responsabilidad social y como llevar las iniciativas de buenas prácticas a la organización que se esté tratando, siendo consistente con complementos y declaraciones de la ILO (International Labour Organization) con quien la ISO a establecido un Memorandum de Entendimiento (MoU), también firmo otros MoU con la UNGCO (United Nations Global Compact Office) y con la OECD (Organization for economics Co-operation and Development).

Existen seis principales grupos interesados que se representan: industria, gobierno, laboral, consumidor, organizaciones no gubernamentales y participantes en balance género y ubicación geográfica, en Julio 2010, 450 participantes expertos y 210 observadores de 99 países (dentro de ellos México) acordaron los parámetros de la norma.

Bibliografía

GREAVES LAINE PATRICIA (2005). *Empresarios mexicanos ante la responsabilidad social*. Universidad Iberoamericana, México.

RSE, Red Interamericana y VINCULAR (2005). *Situación de la RSE en Latinoamérica. Hacia un desarrollo sustentable*. En <http://www.vincular.org/docs/libro/SituacionRSELatinoamerica.pdf>, consulta el 10 Junio 2011.

COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS (2002), *Comunicación de la Comisión Responsabilidad Social de las Empresas: una contribución empresarial al desarrollo sostenible*.

COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS (2001), *Libro Verde Fomentar un marco europeo para la Responsabilidad Social de la Empresa*.

GARCÍA-MARZÁ, D. (1996), *La ética como instrumento de gestión empresarial*, Castellón, Publicaciones de la Universitat Jaume I de Castellón.

FREEMAN, R. E. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*. Boston: Pitman.

CEMEFI: <http://www.cemefi.org/spanish/index.php> , consulta el 11 Mayo 2011.

GLOBAL REPORTING INITIATIVE, www.globalreporting.org , consulta 01 Junio 2011

COCA-COLA DE MEXICO, www.coca-cola.com.mx, consulta 12 Junio 2011

SHELL MEXICO, www.shell.com.mx , consulta 12 Junio 2011

SC JOHNSON AND SON, www.scjohnson.com.mx, consulta 12 Junio 2011

HOLCIM APASCO, www.holcim.com.mx, consulta 12 Junio 2011

HEWLETT PACKAGE MEXICO, welcome.hp.com/country/mx/es/cs/home.html, consulta 12 Junio 2011

GRUPO BIMBO, www.bimbo.com.mx , consulta 12 Junio 2011

DELOITTE MEXICO, www.deloitte.com/mx , consulta 12 Junio 2011

BBV BANCOMER, www.bancomer.com , consulta 12 Junio 20