

A large, stylized logo consisting of the Roman numeral 'XI' in a bold, blue font with a white outline. The background of the entire page is a blue and white abstract design with light rays.

# Asamblea General de ALAFEC

22 al 25 de septiembre 2009

**Guayaquil - Ecuador**

**Título de la ponencia:**

**Modelo de responsabilidad social  
corporativa**

Área Temática:

**Ética y responsabilidad social empresarial**

Autor (es):

Lic. Elda A. Morales Espinosa  
Mtro. Carlos Augusto Hernández Gómez

Universidad Autónoma Metropolitana

Calzada del hueso 1100, col. Villa Quietud, delegación Coyoacán, C.P. 04960, México, D.F.

Tel. 5483 7000  
Fax: 5483 7235

<http://www.xoc.uam.mx/>  
[moraleselda@hotmail.com](mailto:moraleselda@hotmail.com)

Calzada del hueso 1100, col. Villa Quietud, delegación Coyoacán, C.P. 04960, México, D.F.  
Edificio de profesores "V" (tercer piso), Departamento de Producción Económica

## **Modelo de responsabilidad social corporativa**

### *RESUMEN*

*En los últimos años ha surgido una conciencia de la problemática a nivel internacional, gubernamental, empresarial y educativa de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC). A través de tratados, acuerdos, guías, entre otros, se han generando alternativas y políticas de solución para prevenir y controlar la contaminación y por ende contribuir al desarrollo sustentable, es decir, el desarrollo con responsabilidad y respeto del entorno con el máximo aprovechamiento de los recursos.*

*Dada la trascendencia del tema, en este trabajo se desarrolla el significado e implicaciones del concepto de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en las industrias y la educación superior. Inicia con antecedentes generales, se sustenta la hipótesis de que la evolución, el conocimiento e información de la RSC para lograr el Desarrollo Sustentable está en proceso de definición por lo que el desarrollo ambiental y social es todavía incipiente. Se propone el Modelo de Responsabilidad Social Corporativa, se desarrolla el marco conceptual del mismo; las dimensiones que incluye; se describen las variables e indicadores sobre las cuales debe enfocarse la industria para evaluar su desempeño y establecer estrategias de RSC para lograr el desarrollo sustentable. Finalmente se presentan las conclusiones.*

*Palabras clave: Desarrollo Sustentable, Responsabilidad Social, Ética*

### **Objeto de estudio**

La Responsabilidad Social en las Organizaciones y las estrategias que implementan para transitar de un nivel inactivo (bajo cumplimiento) a un nivel proactivo en la realización de una producción basada en procesos sustentables.

### **Objetivos**

- Elaborar un modelo de Responsabilidad Social Corporativa que defina y establezca las dimensiones (variables e indicadores) que permita a las organizaciones identificar las fortalezas y debilidades así como las amenazas y oportunidades para establecer un plan estratégico en materia de desarrollo sustentable.
- Realizar una taxonomía de las diversas estrategias implementadas por las organizaciones en materia de desarrollo sustentable para identificar los diversos niveles de responsabilidad social

- Promover acciones para que las instituciones educativas implementen metodologías y modelos para la enseñanza de la Responsabilidad Social y el Desarrollo Sustentable, con el propósito de que los alumnos y profesores analicen, evalúen y propongan proyectos de investigación en estos ámbitos

### **Antecedentes**

Han pasado más de 30 años desde que las naciones del mundo comienzan a preocuparse de algunas manifestaciones ambientales y de la repercusión que ha tenido el desarrollo generalizado a nivel internacional. Desde la **“Conferencia Mundial sobre el Medio Ambiente”**<sup>1</sup>, celebrada en Estocolmo en 1972, a partir de la cual la “crisis ambiental” ocupa un lugar preponderante a nivel internacional, destaca la necesidad de:

- Incorporar un conjunto de medidas preventivas y correctivas sobre los impactos ambientales de las prácticas productivas y de consumo, lo que conlleva a establecer nuevos criterios y normas para la actividad industrial.
- Implementar estrategias de Política Pública Nacional.
- Incorporar en sus estructuras y sus funciones, dependencias oficiales encargadas de la dimensión ambiental y social en sus procesos de planeación del desarrollo.
- Generar un cambio en la legislación.
- Reorientar el sistema educativo en conjunto.

En 1975 en la **“Conferencia Intergubernamental de Educación Ambiental”**, realizada en Tbilisi, Unión Soviética, y posteriormente en Belgrado (1977), se establecen las orientaciones para impulsar el sistema educativo a nivel mundial, en todos los niveles educativos.

---

<sup>1</sup> Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente, se reunió en Estocolmo del 5 al 16 de junio de 1972. Al término de ésta, se emite la “Declaración sobre el Medio Ambiente y Humano”, que fue signada por los 113 países que asistieron, y se crea el Programa de Naciones para el Medio Ambiente (PNUMA).

En 1985 en el “**Primer Seminario sobre Universidad y Medio Ambiente en América Latina y el Caribe**”, realizado en Bogotá, Colombia, con la participación de más de 200 universidades, se establece la urgente necesidad de impulsar la educación ambiental en los distintos ámbitos de la sociedad incluida la educación superior. Se busca:

- Generar una opinión pública bien informada.
- Promover un sentido de responsabilidad.
- Tomar conciencia respecto de los problemas ambientales.
- La puesta en práctica de acciones para preservar el ambiente.

En junio de 1992, en la “**Conferencia sobre Medio Ambiente y Desarrollo de las Naciones Unidas**”, conocida también como “Cumbre de la Tierra”, realizada en Río de Janeiro, Brasil, se legitimó una agenda de medidas relacionadas con el cambio medio ambiental, económico y político. El objetivo central de la Cumbre fue el Desarrollo Sustentable, es decir, crecimiento económico, equidad social y preocupación ambiental, y con ello, la idea de incorporar la dimensión ambiental a la educación superior, adquiriendo nuevas y complejas perspectivas.

En 1999, en el Foro Mundial de Davos, Suiza, se anuncia el “**Pacto Mundial de las Naciones Unidas**”. Es puesto en marcha en el 2000 haciendo un anuncio a las empresas para que adopten nuevos principios universales en el ámbito de los derechos humanos, las normas laborales y el medio ambiente.

En 2001 surge el término “objeto de estudio” en el *Libro Verde sobre Responsabilidad Social de las Empresas* publicado por la Comisión de las Naciones Europeas.

En 2002 en la “**Cumbre Mundial sobre Desarrollo Sustentable**”, celebrada en Johannesburgo, en la Declaración Política y Plan de Implementación, se incluyeron cuatro niveles para realizar la Responsabilidad Social:

- Estimular a las organizaciones para mejorar su desempeño ambiental y social a través de iniciativas voluntarias (que incluye sistema de Gestión Ambiental, códigos de

conducta, certificación, etc. ) tales como las directrices sobre informes de sustentabilidad de la Iniciativa del Informe Global (GRI), o los estándares incluidos en la Organización Internacional para la Estandarización.

- Fomentar el diálogo entre las empresas y las comunidades y de éstas con otros stakeholders.
- Impulsar a las instituciones financieras para que se incorporen consideraciones del Desarrollo Sustentable en sus procesos de Toma de Decisiones.
- Desarrollar asociaciones y programas basados en los lugares de trabajo incluyendo entrenamiento y programas de educación (Naciones Unidas, 2002).

La conciencia de esta nueva problemática de desarrollo en el mundo ha generado cambios en éste. En nuestro país, como respuesta a los planteamientos y principios de una perspectiva ambiental, social y económica, es necesaria una nueva ética (Morales, E., Ramírez H., 2007).

### **Ética**

Se refiere a los principios aceptados de lo que es correcto o incorrecto que gobiernan la conducta de una persona, de los miembros de una profesión, las acciones de una organización o la conducta de los empresarios. Una estrategia ética no viola esos principios.

Los valores son criterios para la acción, la relación entre la naturaleza y el hombre, entre la naturaleza y la economía, y entre la economía y el hombre. El desafío es lograr la conciencia de RSC.

### **Conceptos innovadores**

#### **Desarrollo Sustentable**

“Aquel que satisface las necesidades esenciales de la generación presente sin comprometer la capacidad de satisfacer las necesidades esenciales de las generaciones futuras”.<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> **Nuestro Futuro Común, Comisión Mundial del Medio Ambiente y del Desarrollo, Alianza Editorial, España, 1988, p. 29.**

De acuerdo con la definición Bruntland, es evidente que las generaciones actuales y futuras no sólo del país sino del mundo tienen que trabajar para alcanzar el tan deseado desarrollo sustentable, lo que implica un manejo de los aspectos que abarca: ambiental, económico y social y cada uno de los indicadores que estos contienen con los cuales es posible medir el grado de desarrollo sustentable.

### **Responsabilidad Social Corporativa**

- Es la integración voluntaria por parte de las empresas, de las preocupaciones laborales, sociales y del medio ambiente en sus operaciones comerciales y en su relación con sus interlocutores.<sup>3</sup>

Esta definición se puede complementar con la idea expresada por algunos autores que definen otro contenido de la Responsabilidad Social Corporativa:

- La obligación de los directivos de desarrollar las políticas empresariales, tomar las decisiones o emprender las acciones más acorde con los objetivos y valores de la sociedad.<sup>4</sup>
- **Ámbito interno.-** incluye un compromiso de transparencia con sus accionistas y socios, tomando en cuenta a sus recursos humanos (en temas de condiciones laborales, capacitación y desarrollo, higiene y seguridad, entre otros), para adaptarse a los cambios.
- **Ámbito externo.-** considera a la comunidad local, los proveedores, los clientes, las autoridades públicas y organizaciones civiles, que representan los intereses de la comunidad del medio ambiente.

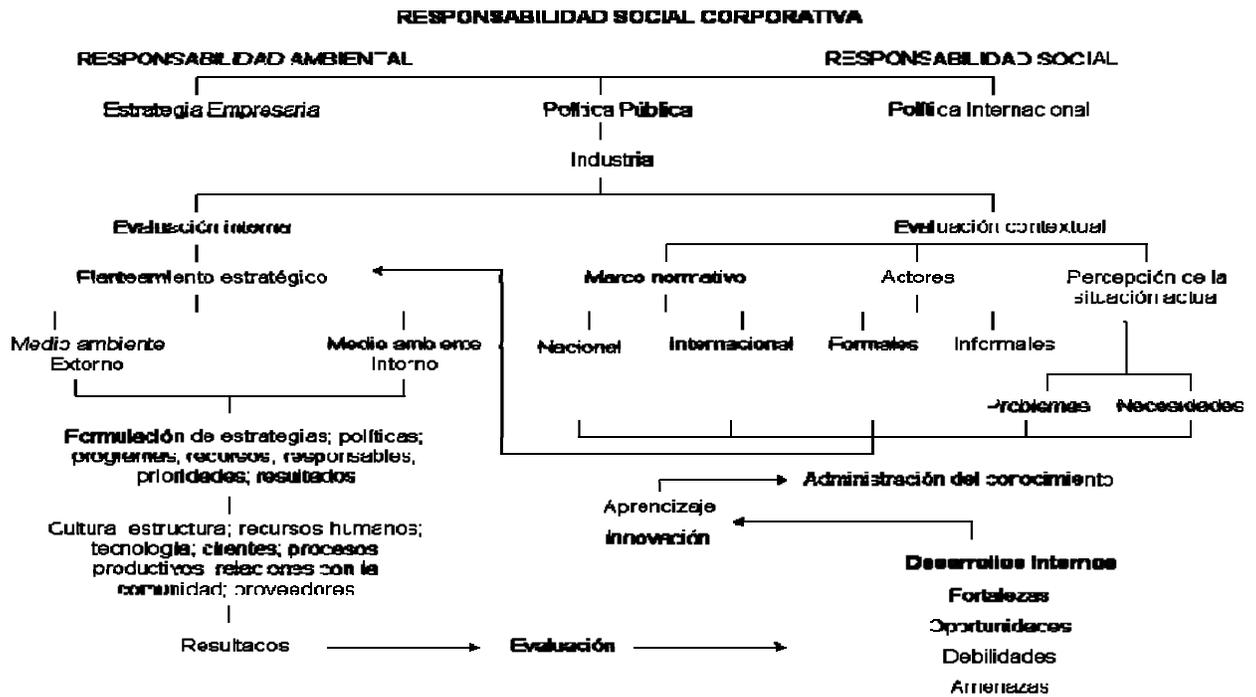
---

<sup>3</sup> Comisión de la Naciones Europeas: “Libro Verde Fomentar un marco europeo para la Responsabilidad Social de las Empresas” (OM (2001) 366 Final)

<sup>4</sup> Anderson J.W. Corporate Social Responsibility: Guidelines For Top Management. New York: Quorum Books. 1989

## MODELO INTEGRAL DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA<sup>5</sup>

El Modelo Integral de Responsabilidad Social Corporativa destaca todos los elementos a considerar de la Responsabilidad Social Corporativa. Es la base para el desarrollo del Modelo de Responsabilidad Social Corporativa que se presenta, y se ubica en la estrategia empresarial.



El Modelo de Responsabilidad Social Corporativa que se presenta, es el resultado de los proyectos de investigación de los autores:

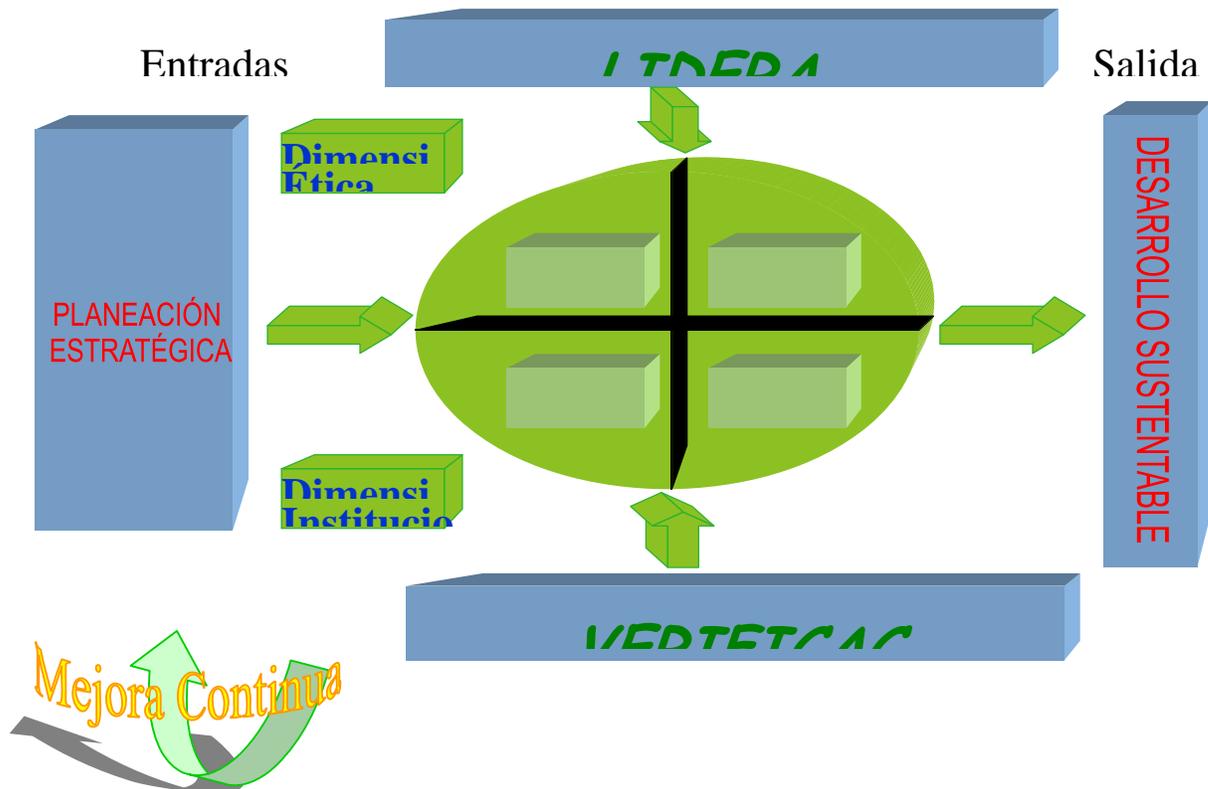
- Elda A. Morales. “Responsabilidad Social y Ambiental de las Corporaciones en México”, aprobado en la sesión 9.01 del Consejo Divisional, de la División de Ciencias Sociales y Humanidades, el 17 de octubre de 2001.
- Elda A. Morales, Carlos Hernández. “Responsabilidad Social de las Organizaciones”, aprobado en la sesión 2.07 del Consejo Divisional de la División de Ciencias Sociales y Humanidades, celebrada el 12 de marzo de 2007.

Estrategias de los proyectos de investigación

<sup>5</sup> Morales, E. (2005)

- Evaluar iniciativas organizacionales.
- Analizar y evaluar la Política Pública.
- Generar, promover y aplicar iniciativas de Responsabilidad Social.
- Formar y desarrollar capacidades o competencias de Responsabilidad Social en los alumnos.
- Crear foros de participación plural.
- Documentar y difundir experiencias de Responsabilidad Social en las Organizaciones.

### MODELO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA<sup>6</sup>



Conceptos del modelo (Morales, Estrada, 2008)

<sup>6</sup> Elaboración propia en base al Modelo Administrativo de NHUMO, S. A. de C. V., Dimensiones para el Desarrollo Sustentable, 2006

## **Responsabilidad Social Corporativa**

La Responsabilidad Social Corporativa implica la existencia de una política más allá de acciones empresariales aisladas. Es propositiva, proactiva y comprometida en el tiempo. Promueve el desarrollo de iniciativas empresariales que rebasan el cumplimiento de las leyes, la normatividad y el cumplimiento de objetivos solamente económicos o de rentabilidad.

La empresa social y ambientalmente responsable es la que se preocupa del bienestar de quienes trabajan en ella, desde el punto de vista de salud, seguridad e higiene, educación, remuneración justa, procesos de selección de personal, respeto al ambiente, reducción de impactos negativos, ahorro de energía, uso de tecnologías limpias; se preocupa en general por el bien común .

Propicia el desarrollo de valores éticos que guían la conducta empresarial y la relación con su entorno: siempre con transparencia, honestidad y pertinencia. Establece fines estratégicos para mejorar y/o cambiar la imagen de la empresa, aumentar su competitividad, adaptar la Administración a nuevos contextos, que permita la mejora continua del desempeño ambiental.

## **Planeación Estratégica<sup>7</sup>**

Es el proceso por el cual, los miembros guía de una organización, previenen su futuro y desarrollan procedimientos y operaciones necesarias para alcanzarlo, considerando elementos tales como: accionistas, productos o servicios, proveedores, comunidad y sus recursos humanos.

## **Estrategia**

---

<sup>7</sup> Goodstein, Leonar D.; M. Timothym; Preiffer, J. William. Planeación Estratégica Aplicada. Editorial Mc. Graw Hill, Colombia 1998.

Es un conjunto de acciones estructuradas que los administradores adoptan para mejorar el desempeño de su compañía. Para la mayoría de las empresas es lograr un desempeño superior al de sus rivales, si las estrategias de una empresa dan como resultado un desempeño superior, se dice que tiene una ventaja competitiva.<sup>8</sup>

Representa una repuesta a las fortalezas y debilidades (internas) y a las oportunidades y amenazas (externas), con el fin de desarrollar una ventaja competitiva.

### **Liderazgo**

La empresa con Responsabilidad Social Corporativa, requiere de un director, que comprenda la relación e interacción entre empresa productiva, comunidad y medio ambiente.

El líder debe contar con las siguientes características: innovador, anticipador, estratégico, emprendedor, de cultura flexible y ganadora, las que le llevan a mejorar, comunicar y administrar el desempeño y sistemas comunes.

El líder es la fuerza organizativa de cada decisión corporativa, participativo pero exigente que respeta a las personas y fomenta la autoadministración, los equipos autónomos y las unidades empresariales.

### **Verificación**

Los planes y programas estratégicos de la empresa deben evaluarse periódicamente con la finalidad de verificar el cumplimiento de los objetivos planteados en función a los resultados obtenidos.

### **Mejora Continua**

---

<sup>8</sup> Hill, C.; Jones, G. R., “Administración Estratégica”, (8va edición), México; Mc Graw Hill, 2009.

En base a los resultados obtenidos de la verificación, se deben dirigir los esfuerzos al desarrollo, mantenimiento y mejoramiento de la calidad en todos los sectores de la empresa.

### **Cultura Corporativa**

Al implementar una empresa la Responsabilidad Social Corporativa, considerando los elementos antes mencionados logra trascender más allá de cada una de las dimensiones, es decir se difunde e interioriza en toda la organización.

### **Desarrollo Sustentable**

Aquel desarrollo que satisface las necesidades esenciales del presente, sin comprometer la capacidad de satisfacer las necesidades futuras. Es decir, el desarrollo con pleno respeto del entorno y con el máximo aprovechamiento de los recursos. Es un intento por integrar el desarrollo económico y social con el desempeño ambiental.

### **Conceptualización de variables**

#### **Dimensión Ética**

Es la base para el cumplimiento de la visión y misión de la empresa, ya que guía y hace explícita su posición ante aquellos con quien mantiene relaciones.

#### **Dimensión Social**

- **Interna**

- **Recursos humanos**

El recurso humano es el más importante en una empresa, y de la calidad y compromiso de estos dependerá el éxito de la empresa. La seguridad y salud ocupacional, la igualdad de oportunidades, la capacitación y el desarrollo, la remuneración justa, entre otros, son la base para el desarrollo de la cultura que asegure la satisfacción integral de los recursos humanos de la empresa.

- **Externa**

- **Consumidores**

Los consumidores son la razón de ser de la empresa, por lo que los productos y servicios que ofrece deben tener un valor agregado para los consumidores, proporcionarles información sobre sus características y cumplir con los estándares de salud y seguridad que garantice su consumo.

- **Proveedores**

Promover la calidad y desarrollo de proveedores mediante la asistencia técnica, entrenamiento y transferencia de conocimiento y tecnología.

- **Comunidad**

El respeto de las normas y costumbres locales, la participación de la empresa para mejorar la calidad de vida de la comunidad, a través de donaciones, participación en proyectos de desarrollo, entre otros con la finalidad de lograr el desarrollo sostenible de la comunidad donde opera la empresa.

## **Dimensión Ambiental**

- **Interna**

Es el compromiso de la empresa con el medio ambiente, expresado en las acciones concretas en las áreas del impacto ambiental de las actividades productivas.

- **Externa**

Corresponde a las asociaciones y alianzas de la empresa con la comunidad y ONGs para llevar a cabo iniciativas ambientales, promover el uso de tecnologías amigables y educación ambiental.

### **Dimensión Económica**

El objetivo económico de la empresa es la rentabilidad. Por lo que deben generar valor para los accionistas, logrando resultados que mejoren la calidad de vida de los empleados de la comunidad, protegiendo el medio ambiente y la competitividad del país.

### **Dimensión Tecnológica**

Los nuevos tiempos tecnológicos implican, conservar los recursos, minimizar las emisiones no deseables, no afectar en forma negativa a los ecosistemas y llegar, en general a que la eco-innovación<sup>9</sup> y la eco-eficiencia<sup>10</sup> mantengan el orden de nuestro planeta, proporcionando la máxima COMPETITIVIDAD a los sistemas productivos.

### **Fortalecimiento Institucional**

Dado el contexto macroeconómico y político de México, la participación de las empresas con organismos internacionales a través de acuerdos, convenios entre otros, que contribuyan al fortalecimiento colaborando con el gobierno en el desarrollo de políticas públicas y la RSC.

---

<sup>9</sup> Producción de más con menos, esto es utilizar menos recursos naturales y energía en procesos productivos, reducir los desechos y atenuar la contaminación.

<sup>10</sup> Proceso de desarrollo de nuevos productos, servicios o procesos los cuales disminuyen el proceso ambiental.

**Tabla de variables e indicadores del modelo MRSC<sup>11</sup>**

| Variables   | Indicadores  |
|---|--|
| <b>DIMENSIÓN ÉTICA</b>                                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Valores éticos y su comunicación</li> <li>• Relación con los públicos de interés</li> <li>• Sistema de información compartida</li> </ul>  |
| <b>DIMENSIÓN SOCIAL</b><br><b>Interna: Recursos Humanos</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gerencia participativa y educación organizacional</li> <li>• Prácticas de igualdad de oportunidades y equidad</li> <li>• Atracción del talento y desarrollo profesional</li> <li>• Remuneración y jornada laboral</li> <li>• Asociaciones laborales</li> <li>• Salud y seguridad ocupacional</li> </ul>   |
| <b>Externa</b>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Buenas prácticas de marketing</li> <li>• Seguridad y calidad de los productos y servicios</li> <li>• Atención al cliente y garantías</li> <li>• Criterios de selección de los productos</li> <li>• Apoyo al desarrollo sustentable de sus proveedores</li> <li>• Inversiones, donaciones y participación en proyectos sociales</li> <li>• Implementación de proyectos sociales</li> <li>• Trabajo voluntario promovido por la empresa</li> <li>• Patrimonio socio-cultural</li> </ul> |
| <b>DIMENSIÓN AMBIENTAL</b><br><b>Interna</b>                | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Impacto ambiental de la actividad productiva</li> </ul>   |
| <b>Externa</b>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Compromiso con el medio ambiente</li> <li>• Educación ambiental</li> <li>• Impacto ambiental del producto</li> <li>• Situaciones de riesgo y vulnerabilidad frente a desastres y siniestros</li> </ul>  |
| <b>DIMENSIÓN ECONÓMICA</b>                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Planeación estratégica</li> <li>• Desempeño económico y financiero</li> </ul>   |
| <b>DIMENSIÓN TECNOLÓGICA</b>                                | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollo de tecnologías ambientales amigables</li> <li>• Desarrollo, transferencia y difusión de ciencia y tecnología</li> </ul>  |
| <b>DIMENSIÓN INSTITUCIONAL</b>                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Participación en proyectos sociales con el gobierno y los convenios internacionales.</li> <li>• Papel político de la organización</li> </ul>  |

<sup>11</sup> Elaboración Propia

## **INDICADORES**

Un indicador es un signo, dado que éste, es todo lo que se refiere a otra cosa (variable), y se encuentran en la punta de la pirámide de información, cuya base la constituyen datos primarios derivados del monitoreo y análisis de datos.

Los indicadores agregan o simplifican información relevante, hacen visible o perfectible fenómenos de interés y cuantifican, miden y comunican información relevante; son un juicio de valor de quien los calcula o los interpreta.

Para el Modelo de Responsabilidad Social Corporativa consideramos dos tipos de indicadores:

- Los indicadores A están diseñados para que la empresa evalúe su desempeño a lo largo del tiempo y como método de registro de información.
- Los indicadores B permitirán a la empresa ubicarse en uno de los cuatro niveles y obtener su posición de Responsabilidad Social Corporativa:
  - Bajo cumplimiento.- Inactivo
  - Cumplimiento.- Reactivo
  - Más allá del cumplimiento.- Responsable
  - Sustentable.- Proactivo

Es importante mencionar que en este trabajo solo se presentan dos ejemplos de los indicadores propuestos para el modelo. En el trabajo general se han conceptualizado y desarrollado todos los indicadores incluidos de la Tabla de Variables e Indicadores.

## Dimensión Ética<sup>12</sup>

### Valores éticos y su comunicación de la empresa

*Los principios y valores de empresa son la base para el cumplimiento de su visión y misión. Éstos guían su accionar y hacen explícita la posición ética y social con quienes mantiene relaciones. La comunicación, la asimilación de estos principios y valores es un código de conducta.*

|  |    |    |
|--|----|----|
| ¿Tiene un código de ética que rige la conducta y proceder de la empresa?   | Si | No |
| ¿El código de ética, se realizó a través de un proceso participativo? Indique que grupos de la empresa estuvieron representados:   | Si | No |
|  |    |    |
|  |    |    |
| ¿El código de ética, principios o valores de la empresa explícitamente hace compromisos con la transparencia, así como con la precisión y confiabilidad de la información proporcionada a todos los públicos de interés? | Si | No |
| ¿La Junta Directiva y alta gerencia están comprometidas en lograr que sus principios, valores y/o código de ética encajen en la cultura y procesos organizacionales de la empresa?                                       | Si | No |
| ¿Tiene la compañía comités y/o juntas para la administración o gerencia de temas éticos?   | Si | No |
| ¿Tiene la empresa mecanismos internos de denuncia de faltas al código de ética?  | Si | No |
| ¿Existen políticas que incluyen medidas disciplinarias a colaboradores que no cumplan con el código de ética?  | Si | No |
| ¿Existen prácticas para monitorear el cumplimiento del código de ética por parte del personal de la empresa?   | Si | No |
| ¿La empresa participa en comités locales o regionales para discutir e impulsar temas de ética y valores con el Gobierno y la comunidad?  | Si | No |

|  |  |   |   |
|--|--|---|---|
| No cuenta con un código ético formal, por lo que la incorporación de los principios y valores de la empresa a la conducta de sus empleados y ejecutivos es limitada. | Tiene un código ético formal, que aplica igualmente a todos los niveles de la organización, sin embargo éste no ha sido completamente asimilado por todos sus empleados y colaboradores. | Tiene un código ético formal, ampliamente difundido y asimilado por sus empleados y colaboradores. Pone en práctica procedimientos de control y auditorias regulares con la finalidad de supervisar y garantizar su cumplimiento. | En adición a lo anterior transmite sus principios y valores a sus proveedores, clientes y socios. |
| Marque el cuadrante con la descripción que más se ajusta a la realidad de la empresa.  |  |   |   |

<sup>12</sup> Elaboración propia

**Dimensión ambiental interna<sup>13</sup>**

*Impacto ambiental de la actividad productiva*

*La conducta empresarial responsable incluye la evaluación del impacto ambiental de todos los procesos productivos de la compañía, yendo incluso más allá de las obligaciones legales. Para tal fin se hace necesario contar con programas ambientales formales y estandarizados, que incluyan el establecimiento de metas, planes de acción y asignación de recursos. Asimismo, la estrategia ambiental, en especial de las empresas industriales debe incluir la realización de inversiones en investigación y desarrollo o utilización de nuevas tecnologías a fin de reducir el consumo de energía, agua, materias primas, u otros insumos, e implementar procesos de manejo de desechos adecuados.*

|  |      |      |           |           |
|--|------|------|-----------|-----------|
| ¿La empresa implementa acciones destinadas a reducir el impacto ambiental negativo de su actividad productiva?   | Si   | No   | No aplica |           |
| ¿La empresa está certificada por ISO 14001, u otro estándar ambiental equivalente? De ser afirmativa la respuesta especifique qué estándar equivalente:                                    | Si   | No   | No aplica |           |
|  |      |      |           |           |
| -Indique que porcentaje de las ventas totales de la empresa están certificadas de acuerdo a ISO 14001, u otro estándar equivalente. Cuales?  | 2007 | 2008 | 2009      | No aplica |
| ¿La empresa hace esfuerzos explícitos para reducir el consumo, para separar y para reciclar materiales?  | Si   | No   | No aplica |           |
| ¿Tiene un plan de emergencia ambiental que cubre todas sus actividades y servicios productivos que pudieran generar situaciones de riesgo, entrenando a sus empleados de manera constante? | Si   | No   | No aplica |           |
| ¿Tiene información ambiental fácilmente accesible a todos sus miembros y colaboradores?  | Si   | No   | No aplica |           |
| ¿Ha tenido sanciones por transgresión a la legislación ambiental?  | Si   | No   | No aplica |           |
| - Indique el número de sanciones.  | 2007 | 2008 | 2009      | No aplica |
| ¿Emite gases en la atmósfera, tales como CO <sub>2</sub> , generados por su actividad productiva?  | Si   | No   | No aplica |           |
| -Indique el volumen anual de CO <sub>2</sub> y otros gases emitidos en la atmósfera (expresado en toneladas métricas)  | 2007 | 2008 | 2009      | No aplica |
| ¿Controla y evita la contaminación producida por vehículos propios?  | Si   | No   | No aplica |           |
| ¿Evita utilizar vehículos contaminantes pertenecientes a terceros?   | Si   | No   | No aplica |           |
| ¿Cuantifica la empresa su ahorro por ecoeficiencia?  | Si   | No   | No aplica |           |
| -Indique el consumo anual de energía expresado como porcentaje de las ventas totales.  | 2007 | 2008 | 2009      | No aplica |
| -Indique el consumo anual de combustibles fósiles expresado como porcentaje de las ventas totales.   | 2007 | 2008 | 2009      | No aplica |

<sup>13</sup> Elaboración propia

|  |      |      |      |           |
|--|------|------|------|-----------|
| -Indique el consumo anual de agua expresado como porcentaje de las ventas totales.                       | 2007 | 2008 | 2009 | No aplica |
| ¿Realiza tratamiento a sus desechos? De ser afirmativa la respuesta indique que procesos de tratamiento: |      | Si   | No   | No aplica |
|  |      |      |      |           |
|  |      |      |      |           |

Continúa →

|  |      |      |      |           |
|--|------|------|------|-----------|
| -Volumen de producto final (expresado en toneladas métricas).  | 2007 | 2008 | 2009 | No aplica |
| -Volumen de desechos depositados en ríos, mares o lagos, expresados como porcentaje del total de desechos generados. | 2007 | 2008 | 2009 | No aplica |
| -Volumen de "desechos peligrosos" (expresado en toneladas métricas).   | 2007 | 2008 | 2009 | No aplica |
| -Volumen de desechos sólidos (expresado en toneladas métricas).  | 2007 | 2008 | 2009 | No aplica |
| -Volumen de desechos líquidos (expresado en toneladas métricas).   | 2007 | 2008 | 2009 | No aplica |

|                            |   |   |   |
|----------------------------|---|---|---|
| Cumple con la legislación. | Identifica el impacto ambiental de todas sus actividades productivas. | Tiene un plan de seguimiento y mejora continua. | Busca retroalimentación de la comunidad y públicos de interés principales, con la finalidad de prevenir impactos negativos y mejorar su desempeño en materia ambiental. |
|----------------------------|---|---|---|

Marque el cuadrante con la descripción que más se ajusta a la realidad de la empresa.

## CONCLUSIONES

La empresa actual necesita legitimación por parte de la sociedad. Esto implica, además de responder a los requerimientos del mercado, comprender el medio donde actúa y estar atenta ante las nuevas demandas económicas, tecnológicas, financieras, ambientales y sociales. Para ello le es preciso replantear constantemente su razón de ser, misión, principios y valores, y revisar su conducta empresarial en el día a día. Por tanto, la planeación estratégica es importante como instrumento que posibilite la conceptualización, organización e

instrumentación de acciones integrales para producir con un sentido de Ética y Responsabilidad Social Corporativa.

Hay diversas apreciaciones sobre la Responsabilidad Social Corporativa y de ello se han derivado mitos y falacias que desvirtúan la esencia del concepto; en el imaginario social, en ocasiones ha sido considerada como una *moda* que es necesario atender para generar una buena imagen de la empresa ante la sociedad; como un *conjunto de obligaciones* que debe cumplir la empresa en base a la normatividad establecida; que las prácticas de RSC se limitan a *acciones filantrópicas* y finalmente que solo las *grandes empresas* (nacionales y transnacionales) pueden realizar prácticas de RSC y de manera aislada.

Al respecto el trabajo presentado pretende destacar las siguientes cuestiones:

- La RSC es un concepto que está estrechamente asociado al paradigma tecnoeconómico actual. Por tanto es necesario contextualizar a la RSC en las condiciones estructurales que definen a dicho paradigma. En este sentido el modelo propuesto para el estudio de la RSC enfatiza el análisis de las condiciones internas y externas a la organización, como dimensiones que permitirán entender el alcance y las limitaciones de las acciones para alcanzar un desarrollo sustentable. Por tanto, hay una gran cantidad de factores y variables que determinan las estrategias que cada organización debe seguir en materia de RSC; este es un campo fértil para la investigación desde la disciplina de la administración pero con un enfoque multidisciplinario y transversal, ya que el objeto de estudio natural de esta ciencia, se centra en las organizaciones.
- La RSC implica el diseño de una estrategia global cuya características generales deben ser: *colectiva* (involucrar a toda la estructura de la organización); *abierta y compartida* (involucrar a proveedores, clientes, competidores, accionistas, gobierno, entre otros); *extendida* (implica no solo el diseño de acciones y normas, sino además la ejecución de las mismas); *permanente* (dar continuidad a las acciones y buscar la mejora continua en la RSC) y *orientada* (debe tener como propósito implícito mejorar la calidad de vida de la comunidad en la que están inmersas las organizaciones).

- Existe vasta información sobre RSC pero mucha de ella se encuentra fragmentada, con diversos grados de sistematización y sin un cuerpo teórico que la integre. Los centros de enseñanza superior pueden ser un crisol para sistematizar dicha información y construir marcos conceptuales apropiados para jerarquizar los enfoques, las dimensiones y los indicadores que lleven a un mejor entendimiento de la RSC. En este sentido, la enseñanza de contenidos relacionados con RSC como parte de la curricula de administración es un primer avance en esta dirección.

## **BIBLIOGRAFÍA**

Anderson J.W. Corporate Social Responsibility: Guidelines for Top Managment. Ney York; Quorum Books. 1989

Atisaf, Gestión de Calidad, Seguridad y Medio Ambiente. España. W. Atisae.com/calid.htm

Bajo Albarracin, Juan Carlos. Primer Modelo de Excelencia Preventiva, [www.auditec.com](http://www.auditec.com)

Barkin D. (1999). The Greening of Bussines in México. Disccuion Paper. United NationsResearch Institute for Social Development (UNRISD). Geneve.

Benedetto-Alexanderson M. (1997), Convenios e Instrumentos aplicados internacionalmente en Gestión Ambiental Racional de las Sustancias Químicas desde la perspectiva de la Industria, México; INE/SEMARNAP.

Brañes, Raúl, Manual de Derecho Ambiental, Fundación Mexicana para la Educación Ambiental. Fondo de cultura Económica. México, 2000.

Cantú H. Desarrollo de una Cultura de Calidad, México; Mc Graw Hill, 2001

CEMEFI Responsabilidad Social Empresarial. Boletín Informativo. Año 2. No 7. Centroamericano para la Filantropía, A.C., México, 2001

Comisión de las Naciones Europeas: “Libro Verde fomentar un marco europeo para la Responsabilidad Social de las Empresas” (COM 2001) pag. 7

Chiavenato, J. Administración de Recursos Humanos. México. Mc Graw Hill Interamericana, 1995

Comisión Europea. Libro Blanco sobre la Responsabilidad Ambiental. Luxemburgo. 2002  
Comisión Nacional del Medio Ambiente (CONAMA). Programa de Responsabilidad y Ética para la Gestión Ambiental. Chile. 2001

Comisión Metropolitana / SEMARNAT, Bases Conceptuales y de Diagnóstico del Programa para la Prevención y Manejo Integral de Residuos peligrosos. 2002

Conesa V. Los Instrumentos de la Gestión Ambiental en la Empresa. Madrid. Mundi Prensa; 1997

Espinosa, L. “Programa de Responsabilidad Integral” en Gestión Ambiental Racional de las Sustancias Químicas desde la perspectiva de la Industria, México; INE/SEMARNAP. 1997  
Este País Tendencias y Opiniones, “Desarrollo Sostenible, un reto importante que México aun debe enfrentar”, No 116, Noviembre 2000.

Gibson Rb “Questions about a Gift Horse: Voluntary Comparete Initiatives for Enviromental Improvement are Attractive, Worrissome and Significant”, In Voluntary Initiatives the New Politics of Corporate Greening, Gibson Rb (Ed.), Canada; Broadview Press.1999

Goodstein Leonard D. ; Nolan M. Timothy; Preiffer, j. William Planeación Estratégica Aplicada, Colombia; Mc Graw Hill. 1998

Guía Práctica de Protección Ambiental para Municipio de América Latina, Ciudades y Medio Ambiente. México, Federación Mundial de Ciudades Unidas FMCU, 2001.

Gunning ham N., “Environment Self Regulation, and the Chemical Industry:Assesing Responsible Care”, Law and Policy, (17): No1, 1995

Hill, C.; Jones, G. R., “Administración Estratégica”, (8va edición), México; Mc Graw Hill, 2009

Informe Brundtland, Informe generado por la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo creada por la Asamblea General de las Naciones Unidas. 1987

Larrain, Luis, Hurtado Javier. Ecología de Mercado, Instituto Libertad.

Lago Pérez, Lázaro. Metodología General para la evaluación del Impacto Ambiental de Proyectos. [www.monografias.com](http://www.monografias.com)

Ley General del Equilibrio Ecológico y la Protección Ambiental (LGEEPA), Capítulo I, art. 116, publicada en el Diario Oficial de la Federación, el 28 de enero de 1988

Mercado García Alonso, Instrumentos Económicos para un Comportamiento Empresarial Favorable al Ambiente en México, México; Fondo de Cultura Económica. 1999

Michel J., “Fin de Siglo: Construcción del Mercado Ambiental Global”, Comercio Exterior. Vol. 50 No. 3 (Marzo). Banco Comercio Exterior. México. 2000

Morales, E. (2005) Modelo Integral de Responsabilidad Social Corporativa, Informe de Periodo Sabático, Documento Inédito, UAM-X.

Morales, E. (2008) La Legislación Ambiental en México. Para la responsabilidad Ambiental, Libro Electrónico Anual del Departamento de Producción Económica UAM-X.

Morales, E.; Estrada R. (2008) Iniciativas Voluntarias para la Responsabilidad Ambiental Corporativa en la Industria Química, UAM-X n° 17.

Morales, E.; Ramírez, H. (2007) Ética y Responsabilidad Social Empresarial, Memorias XI, Coloquio de Administración “Innovación, Calidad y Conocimiento en las Organizaciones”, UAM.

Morales, E. (2007) Fundamentos para Incorporar la Responsabilidad Social en Planes y Programas de Administración, Primer Encuentro de Ética y Responsabilidad Social, Documento Inédito, IPN.

Norma Oficial Mexicana, NOM-052- ECOL 93, publicada en el Diario Oficial de la Federación, el 22 de octubre de 1993

Nuestro futuro común, Comisión Mundial del Medio Ambiente y del Desarrollo. Alianza, España. 1988, pag. 29

Oit. Informe de la Reunión de expertos sobre las Directrices Relativas a los Sistemas de Gestión de la Seguridad y la Salud en el trabajo. Ginebra, 19-27 de abril 2001

Oropeza, R. Coronado M. “Las Nuevas Normas ISO 14000 y La contaminación”. Revista del Instituto Mexicano de Ingenieros Químicos, IMIQ. México.1995

Porter, Michel E. “Ventana Competitiva Creación y Sostenimiento de un Desempeño Superior”, México; CECSA. 1999

PROFEPA, Programa Nacional de Auditoria Ambiental. Procuraduría Federal de protección al Ambiente. México. 2002

Reglamento de la Ley General de Equilibrio Ecológico y la Protección al Ambiente (LGEEPA), en materia del Impacto Ambiental, publicada en el Diario Oficial de la Federación, el 7 de junio de 1988

Reglamento de la Ley General de Equilibrio Ecológico y la Protección al Ambiente (LGEEPA), en materia de Prevención y Control de la Contaminación Atmosférica, pag. 24, publicada en el Diario Oficial de la Federación, el 25 de noviembre de 1988

Schatan, Jacob (editor), Crecimiento o Desarrollo. Un debate sobre la Sustentabilidad de los Modelos Económicos, Cepaur. Fundación Freidrich Ebert Stiftung. E.U. Jurídica Conosur Ltda. 1993

TUV Latinoamericana (1999), Sistemas de Administración Ambiental ISO 14001. TUV Latinoamericana Servicios Ambientales. México.

**PRINCIPALES SITIOS WEB CONSULTADOS:**

[ANUV.TRIPOD.com.ue/elpactomundial/id8html](http://ANUV.TRIPOD.com.ue/elpactomundial/id8html)

<http://www.anuies.mx/principal/programas/convenios/a.html>

[www.desc.com.mx](http://www.desc.com.mx)

[www.epa.gob](http://www.epa.gob)

[www.forumambiental.org](http://www.forumambiental.org)

[www.oecd.org](http://www.oecd.org)

[www.plazanueva.org.com](http://www.plazanueva.org.com)

[www.profepa.gob.mx](http://www.profepa.gob.mx)

[www.prohumana.cl](http://www.prohumana.cl)

[www.sequia.edu.mx//eyes](http://www.sequia.edu.mx//eyes)

[www.semarnat.gob.mx](http://www.semarnat.gob.mx)

[www.sma.df.gob.mx/sma/deciip/sis\\_tema\\_administración.html](http://www.sma.df.gob.mx/sma/deciip/sis_tema_administración.html)

[www.unamosapuntos.com](http://www.unamosapuntos.com)

<http://www.cca.cec.org>

<http://www.cec.org>

[www.senado.gob.mx/comunicación/content/versión/2002/v25abril.html](http://www.senado.gob.mx/comunicación/content/versión/2002/v25abril.html)