



**EMPRESA
SOCIALMENTE
RESPONSABLE**

Consejo Directivo:

PRESIDENTE:

Jacqueline Butcher de Rivas

SECRETARIO:

Mario Garcíadiego González Cos

TESORERO:

Jorge Aguilar Valenzuela

VICEPRESIDENTES:

Mercedes C. Aragonés y Ruipérez

Fernando Castro y Castro

Miguel Mancera Aguayo

José Manuel Muradás Rodríguez

Bruno J. Newman

Pilar Serviŕe de Mariscal

MIEMBROS DEL CONSEJO:

Sara Patricia Arabian Couttolenc

Manuel Arango Arias

Antonio Ariza Alduncin

Susana Barnetche y Pous

María Luisa Barrera de Serna

Juan Domingo Beckmann Legorreta

Jaime Bolaños Cacho Guzmán

Mario Bronfman

Emilio Carrillo Gamboa

Concepción Creel de Legorreta

Laura D.B. De Laviada

José Igancio de Nicolás Gutiérrez

Roberto Delgado Gallart

Frank J. Devlyn

Jorge Familiar Haro

Cándida Fernández de Calderón

Elias Freig Delgado

Loreto García Muriel

Pablo García Sainz

Félix Gavito Olivar

Claudio X. González Guajardo

Ary Kahan Freund

Samuel G. Kalish Valdéz

Ma. Luisa lara de Starke

Agustín Llamas Mendoza

Antonio López de Silanes Pérez

Eugenio Madero Pinsón

Charlene McArthur De Albarrán

Clamencia Muñoz Tamayo

Alberto Nuñez Esteva

Juan Orozco Gómez Portugal

Efraín E. Orozco Guerra

Arturo Ortega Olivé

Eduardo Ortíz Tirado

Monchita Pando de Cosío

José Miguel Quintana

Daniel Silva Jáuregui

Martha Smith de Rangel

Jorge Rodrigo Valles Morales

PRESIDENTE HONORARIO

Manuel Arango Arias

COMISARIO

Arturo García Bello

PRESIDENTE EJECUTIVO

Jorge V. Villalobos Grzybowicz

Fundamentos



EMPRESA
SOCIALMENTE
RESPONSABLE



AliaRSE (Alianza por la Responsabilidad Social Empresarial en México):

Administración por Valores (AVAL)
Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI)
Confederación de Cámaras Industriales de los Estados Unidos Mexicanos (CONCAMIN)
Confederación Patronal de la República Mexicana (COPARMEX)
Confederación USEM
Consejo Coordinador Empresarial (CCE)
Impulsa

Consejo de AliaRSE:

*Juan Manuel Arriaga (Presidente),
Carlos Ludlow, Gabriel Rosales Hueso, Gustavo de la Torre,
Jaime Santibáñez, Jorge Villalobos,
Juan Felipe Cajiga, Luis Miguel Pando, Alejandro Loera,
Ma. Fernanda Garza, Mercedes Aragonés,
Germán Araujo y Sergio Castro.*

Comisión técnica de desarrollo conceptual de AliaRSE:

*Juan Felipe Cajiga
Gustavo de la Torre
Carlos Ludlow
Alejandro Loera*

2001-2006

Comité de Responsabilidad Social Empresarial:

Lic. Mercedes Aragonés de Fernández
Ing. Agustín Santamarina
C.P. Gustavo de la Torre
Lic. Jorge Aguilar Valenzuela
Sra. Martha Smith de Rangel
Lic. Martha Patricia Herrera
Lic. Jorge Villalobos Grzybowicz
Sra. María Luisa Lara de Starke
Sra. Pilar Mariscal Servitje
Lic. Juan Felipe Cajiga
Sra. M^ª. Luisa Barrera de Serna
Dra. Bertha Rodríguez
Arq. Vivian Alegria de Gallo
Sr. Flavio J. Díaz Tueme
Lic. Madelaine Girod
Lic. Gustavo E. Guadarrama Bernal
Dra. M^ª. Teresa García Carrera
Ing. Gustavo Gastélum Gómez
Lic. M^ª. Teresa Maldonado
Lic. Miguel Ángel Oliva
Ing. Alejandro Lorea
Lic. Mónica Noriega
Lic. Bertha Angulo
Lic. Luis Miguel Pando
Lic. Germán Araujo
Lic. Gabriel Rosales
Lic. Gisela Noble Colín
Lic. Laura Solano Martino
Mtro. Mony de Swaan Addati
Dra. Guadalupe Serna Pérez
Lic. Armida Liévana Durazo
Lic. Guillermina Pilgram Santos
Lic. Sonia Bozzi
Lic. Mónica Pérez Roldán
Lic. Karina Gutiérrez
Lic. Marcela Espinosa Macías

Sub comité de indicadores:

*Alejandro Lorea
Federico Santacruz
Germán Araujo
Gustavo De la Torre
Jorge Villalobos
Juan Felipe Cajiga
Manuel Flores
Mercedes Aragonés
Mónica Noriega*

2006

Autor y editor del presente documento:

Juan Felipe Cajiga Calderón
Director de Responsabilidad Social Empresarial
Centro Mexicano para la Filantropía, A.C.

Aportaciones especiales de:

- Administración por Valores (Caux Round Table México)
- Consejo de USEM
- Foro de Empresas Socialmente Responsables
- Mesa de Responsabilidad Social Empresarial, Convención Nacional de Contribuyentes
- México Unido contra la delincuencia, A.C.
- UN Global Compact
- Agustín Santamarina,
- Gustavo Gastelum,
- Ma. Luisa Lara de Starke,
- Ma. Teresa Maldonado,
- Martha Smith de Rangel,
- Flavio Díaz,
- Guadalupe Serna,
- Pilar Mariscal,
- Mónica Noriega

RSE Cemefi

Jorge V. Villalobos Grzybowicz
Mercedes C. Aragonés de Fernández
Juan Felipe Cajiga Calderón
Lydia Ibarrola Vergara

Presentación

Hace diez años en el Cemefi tomamos la decisión de impulsar la Responsabilidad Social Empresarial en nuestro país. Hoy nos da mucho gusto constatar que además de nosotros diversos organismos y movimientos nacionales e internacionales han hecho suyo el compromiso por la RSE, con ellos compartimos la visión y respaldamos sus iniciativas. Hoy constatamos con satisfacción que la Responsabilidad Social ya es reconocida en México y en muchos países del mundo, como un imperativo empresarial incorporado a la estrategia de negocios.

Día a día estamos mejorando la metodología del Diagnóstico y el Proceso de evaluación y otorgamiento del distintivo. Los indicadores que integran el Diagnóstico son afines a 13 estándares nacionales e internacionales que son guía en el establecimiento de mejores políticas, programas, acciones y un reporte público de la actuación de la empresa en los cuatro ámbitos que se valoran.

Es importante resaltar que uno de los logros más importantes está el haber logrado mediante un largo diálogo y reflexión de varios años entre los organismos de Alianza por la Responsabilidad Social en México (AliaRSE) y otras organizaciones que comparten esta Misión, condensar una definición y un cuerpo teórico, que conforman ahora una plataforma común que alinea nuestra visión, que facilita la orientación a la empresa. Esto es algo sin precedente.

Todos coincidimos en el importante papel de la empresa para enfrentar los retos del desarrollo, la competitividad, el combate de la pobreza y la desigualdad de nuestro país.

Este documento pretende acercar a la empresa, estos conceptos y algunos otros apoyos como una guía para la implementación, adaptación y mejora continua de sus programas de Responsabilidad Social, compartiendo con ustedes algunos de los aprendizajes más importantes que hemos tenido en este camino.

Jorge V. Villalobos
Presidente Ejecutivo
Centro Mexicano para la Filantropía A.C.

Indice

Centro Mexicano para la Filantropía A.C. (CEMEFI)	1
Alianza por la Responsabilidad Social Empresarial en México (AliaRSE)	1
Concepto de Responsabilidad Social Empresarial para AliaRSE	2
Definición de Responsabilidad Social Empresarial	3
Dimensión Integral de la Responsabilidad Social Empresarial	5
Lineas Estratégicas	5
Principios Básicos	11
Porque la Responsabilidad Social Empresarial es tan Importante	11
Medición del Desempeño	11
Recuperaciones Positivas de la Responsabilidad Social Empresarial Congruente:	13

Decálogo	15
Herramientas de la Responsabilidad Social Empresarial	17
Que es el Pacto Mundial?	18
Los 10 Principios	20
Desafíos del País	23
Desafíos Empresariales	23
Desafíos para el Exito del País	24
Piedras angulares del éxito	24
Qué Implica la Responsabilidad Social Empresarial para las Empresas Socialmente Responsables	25
Guía para la implementación de la Responsabilidad Social de la Empresa	36
Auto evaluación de la Gestión de RSE	41
Matriz de Acciones de RSE con valor agregado	45

Prácticas	53
Cuidado y preservación del Medio Ambiente	54
Principios del Pacto Mundial	55
Calidad de Vida en la Empresa	56
Vinculación con la Comunidad	59
Documentación de una Práctica de RSE	61
Descripción operativa de la Práctica	64
Ligas de Interés	66

El Centro Mexicano para la Filantropía, A.C. (Cemefi)

Es la organización mexicana más importante en materia impulso y promoción de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE)¹, que agrupa a empresas, fundaciones e individuos para la promoción de una cultura filantropía y de Responsabilidad Social.

Desde 1996 Cemefi ha contribuido con su Programa de Responsabilidad Social Empresarial a la promoción del tema y apoyando a la empresa en la comprensión, adopción de mejores prácticas y mejora continua. El programa agrupa a 85 empresas y 32 fundaciones empresariales asociadas a él a través del Foro de Empresas Socialmente Responsables, el primer y único grupo formado por empresas, con el exclusivo propósito de discutir y compartir prácticas de la RSE. Mayor información sobre el Centro Mexicano para la Filantropía y su programa de Responsabilidad Social Empresarial, está disponible vía Web en www.cemefi.org

AliaRSE

AliaRSE es la alianza de COPARMEX, CCE, CONCAMIN, Confederación USEM, Cemefi, Aval e Impulsa, comprometida e interesada en promover la responsabilidad social empresarial en México. En AliaRSE, entendemos a la Responsabilidad Social Empresarial como el compromiso consciente y congruente que asume el empresario y la empresa 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, las personas, las comunidades y la construcción del bien común con justicia social. Hasta hace relativamente poco tiempo, la responsabilidad de las empresas se entendía únicamente como generar utilidades. Al día de hoy, este entendimiento no es suficiente ni aceptable; cualquier empresa debe además de generar utilidades para sus accionistas, tomar en cuenta que sus actividades pueden afectar, ya sea positiva o negativamente, la calidad de vida de sus empleados o de las comunidades donde realizan sus operaciones. Como consecuencia, cada vez más las empresas perciben que la Responsabilidad Social es un tema que no está restringido solamente a las acciones sociales o ambientales desarrolladas por la organización en la comunidad, sino que implica también el diálogo e interacción con los diversos públicos de la empresa. Para que la empresa trabaje en el tema de la Responsabilidad Social, en una perspectiva sistémica y amplia, es necesario que este concepto sea incorporado a los procesos de gestión y por lo tanto formar parte integral de las estrategias de negocio y del sistema de planeación interna de la empresa.

¹ Lozano, Gerardo Lozano, Leal, Lizette. "México: dejando atrás la Filantropía" en " Situación de la Responsabilidad Social Empresarial en Latino América, hacia un desarrollo sustentable. RSE Red Interamericana, Septiembre, 2005

El Concepto de Responsabilidad Social Empresarial

Hasta hace relativamente poco tiempo, la responsabilidad de las empresas se entendía únicamente como generar utilidades. Al día de hoy, este entendimiento no es suficiente ni aceptable; cualquier empresa debe además de generar utilidades para sus accionistas, tomar en cuenta que sus actividades pueden afectar, ya sea positiva o negativamente, la calidad de vida de sus empleados o de las comunidades donde realizan sus operaciones.

Como consecuencia, cada vez más las empresas perciben que la Responsabilidad Social es un tema que no está restringido solamente a las acciones sociales o ambientales desarrolladas por la organización en la comunidad, sino que implica también el dialogo e interacción con los diversos públicos de la empresa. Para que la empresa trabaje en el tema de la Responsabilidad Social, en una perspectiva sistémica y amplia, es necesario que este concepto sea incorporado a los procesos de gestión y por lo tanto formar parte integral de las estrategias de negocio y del sistema de planeación interna de la empresa.

En México se han logrado avances importantes en materia de RSE y se está creando un ambiente favorable a la expansión de la participación de las empresas en la actividad de inversión social, junto con un estímulo para incrementar la interacción con organizaciones sociales. El sector privado se ha involucrado en actividades que han ayudado a combatir algunas necesidades sociales. Asimismo, existe un número sustancial de actividades desarrolladas a título personal, generalmente asociadas a grandes empresas y fundaciones².

Se aprecia un creciente -aunque muy desigual- número de iniciativas en el campo de la RSE. Estudios realizados por Cemefi, por el Tecnológico de Monterrey, otras universidades y centros de investigación, indican que un mayor número de empresas participan en estas actividades, aunque, en algunos casos, los montos involucrados son relativamente pequeños y la mayoría de las iniciativas carecen de un plan permanente³.

² Lozano, Gerardo Lozano, Leal, Lizette. "México: dejando atrás la Filantropía" en " Situación de la Responsabilidad Social Empresarial en Latino América, hacia un desarrollo sustentable. RSE Red Interamericana, Septiembre, 2005

³ Agüero, Felipe. La Responsabilidad Social Empresarial en América Latina. Escuela de Estudios Internacionales, Universidad de Miami. Mayo 2002.

Alianza por la Responsabilidad Social Empresarial en México (AliaRSE)⁴

Es la primera alianza en su tipo que agrupa a 7 organizaciones con antecedentes importantes de trabajo en la promoción del tema en nuestro país, que pretende "lograr que la empresa sea y se perciba como creadora de valor y generadora de un bienestar que promueve el bien común, por medio del ejercicio de su responsabilidad social, apalancando, coordinando y facilitando la sinergia de los esfuerzos de nuestras organizaciones en beneficio del país y en particular de nuestros miembros". AliaRSE es presidida actualmente por el Consejo Coordinador Empresarial (CCE) y miembro de Forum Empresa, alianza hemisférica de organizaciones basadas que comparten la visión de promover la Responsabilidad Social Empresarial en América en, es la red de responsabilidad social más grande del mundo.

Para Forum Empresa⁷, la Responsabilidad Social Empresarial es vista por empresas líderes como algo más que un conjunto de prácticas o iniciativas ocasionales o motivadas por la mercadotecnia, las relaciones públicas u otro tipo de beneficio. **Es una visión de negocios que integra el respeto por los valores éticos, las personas, la comunidad y el medioambiente.** Elementos incluidos en la concepción de AliaRSE.

Los organismos integrantes de AliaRSE, afirmamos que la Responsabilidad Social⁵ Empresarial es:

El compromiso consciente y congruente de cumplir integralmente con la finalidad de la empresa tanto en lo interno, como en lo externo, considerando las expectativas⁶ 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 empresa debe tomar conciencia de su propia Responsabilidad Social ya que esta es algo inherente a ella misma, a su condición de ciudadano corporativo, no es algo que se adopte o se adquiera.

⁴ Es la alianza de organizadores empresariales (Cemefi, Coparmex, CCE, Concamin, Confederación USEM, Aval e Impulsa) comprometidas e interesadas en promover la responsabilidad social en México. Esta Alianza facilita las compañías a través de sus miembros la operación en la región de forma que puedan "pensar regionalmente y actuar localmente".

⁵ La RESPONSABILIDAD es la "obligación de responder ante hechos o situaciones", la RESPONSABILIDAD SOCIAL es la obligación de responder ante la sociedad en lo general y sus contribuyentes en lo específico. Entonces la Responsabilidad Social Empresarial, es la capacidad de entender y dar respuesta al conjunto de solicitudes que los diversos entornos le piden a la empresa.

⁶ De conducta, legales, ambientales, sociales, comerciales, de gestión, y públicas.

⁷ Es la Red de organizaciones de Responsabilidad Social en América y la más grande del mundo, Cemefi es miembro de esta red desde su origen.

La Responsabilidad Social Empresarial debe sustentarse en un conjunto integral de políticas, prácticas y programas a lo largo de las operaciones empresariales y de los procesos de toma de decisión, y el cual es apoyado e incentivado por los mandos altos de la empresa⁸. Para el Centro Empresarial de Inversión Social (Cedis)⁹ de Panamá esto permite a la empresa incrementar su competitividad a través de la confianza como base de su negocio.

Esta responsabilidad lleva, por tanto, a la actuación conciente y comprometida de mejora continua, medida y consistente que permite a la empresa generar valor agregado y ser sustentablemente competitiva. Esta actuación no será a costa de, sino respetando y promoviendo el desarrollo pleno de las personas, de las comunidades en que opera y del entorno, atendiendo, de manera ética y responsable, las expectativas de todos sus participantes: Inversionistas, colaboradores, directivos, proveedores, clientes, gobierno y comunidad.

- En su **dimensión económica interna**, su responsabilidad se enfoca a la generación y distribución del valor agregado entre colaboradores y accionistas, considerando no sólo las condiciones de mercado sino también la equidad y la justicia. Se espera de ella que genere utilidades y se mantenga viva y pujante.
- En su **dimensión económica externa**, implica la generación y distribución de bienes y servicios útiles y rentables para la comunidad, la aportación a la causa pública vía la contribución impositiva; Así mismo debe participar activamente en la definición e implantación de la planeación económica de su región y del país.
- En su **dimensión social interna**, implica 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**, conlleva a la realización de acciones y aportaciones propias y gremiales seleccionadas para **contribuir con tiempo y recursos** a la generación de condiciones que permitan y **favorezcan** la expansión del espíritu empresarial y el pleno desarrollo de las comunidades.
- En su **dimensión ecológica interna**, implica la **responsabilidad total** sobre de las repercusiones ambientales de sus procesos, productos y subproductos, y por lo tanto, la prevención y, en su caso remedio, de los daños que les cause o pudiera causarles.

⁸ Héctor Rangel ex Presidente de la Asociación de Banqueros de México declaraba que "el empresario debe ser promotor de la Responsabilidad Social Empresarial adentro y afuera de la empresa" Ceremonia presentación de las Empresas Socialmente Responsables 2002, AliaRSE / CEMEFI, A.C.

⁹ Cedis, miembro panameño de Forum Empresa Empresa. www.cedis.org.pa "La Responsabilidad Social Empresarial: Una prioridad en el mundo moderno"

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

Dimensión integral de la Responsabilidad Social Empresarial

La acción responsable “**integral**” implica el análisis y la definición del alcance que la organización tendrá con relación a las distintas necesidades y valores que conforman el ser y quehacer de las personas y de las sociedades:

Básicas, tales como vivienda, salud, condiciones de vida y trabajo, seguridad e higiene, etc.; **Sociales, Estéticas, Trascendentales, Políticas, Culturales:** Conocimiento y educación, Ecología, etc.

No se puede ser y hacer todo en todo. Por lo tanto el análisis lleva a la definición de las **estrategias de acción específicas** para cada empresa de acuerdo a su propio contexto: desde el respeto pero no ingerencia, la tolerancia o aceptación, llegando hasta la promoción, contribución o actuación plena y fondo tomando a su cargo y costo la realización completa de proyectos.

Lineas estratégicas

La responsabilidad social empresarial se comprende y se ejerce de acuerdo a cuatro lineamientos estratégicos:

- **Calidad de Vida en la empresa (dimensión social del trabajo)**
 - Balance Trabajo-Familia
 - Condiciones Laborales
 - Capacitación y Desarrollo
 - Diversidad
 - Seguridad Laboral
- **Ética empresarial**
 - Misión, Visión y Valores
 - Código de Conducta
 - Clientes y Consumidores
 - Empleados
 - Autoridades
 - Competidores
 - Gobierno Corporativo
 - Legalidad
- **Vinculación y compromiso con la Comunidad y su Desarrollo**
 - Políticas y Procedimientos
 - Grupos de Interés
 - Inversión Social
 - Balance Social
 - Mercadotecnia Responsable
 - Desarrollo de Proveedores
 - Voluntariado Corporativo
 - Alianzas
- **Cuidado y Preservación del Medioambiente.**
 - Operaciones Ambientales
 - Políticas Ambientales
 - Inversión
 - Capacitación y Programas Ambientales
 - Información y Comunicación Ambiental
 - Relaciones Externas
 - Instalaciones
 - Entrada y Salida de Recursos
 - Transporte
 - Manejo del Impacto Ambiental

1. RESPONSABILIDAD SOCIAL Y CALIDAD DE VIDA EN LA EMPRESA

Principio: ➔ Promover y establecer como prioridad la calidad de vida en la empresa

- Empleo, Productividad
- Balance familia y trabajo
- Seguridad
- Calidad de vida en el trabajo
- Igualdad de Oportunidades

La Empresa crea internamente un ambiente de trabajo favorable, estimulante, seguro, creativo, no discriminatorio y/o participativo en el que todos sus miembros interactúan bajo bases justas de integridad y respeto que propician su desarrollo humano y profesional contribuyendo a que alcancen una mejor calidad de vida.

Recibe por ello beneficios como: la eficiencia y la responsabilidad individual y colectiva; un

balance de vida personal y laboral; el impacto positivo en la productividad, relaciones obrero-patronales y la percepción de la empresa como altamente, humana y socialmente responsable.

Aplicación:

Lineamientos y políticas que definen y aseguran condiciones físicas y ambientales en la empresa, que ofrecen oportunidades para el pleno desarrollo de las capacidades de los colaboradores y sus familias, generando un equilibrio entre el tiempo de trabajo y la vida personal (familia) de sus empleados; además, cuenta con remuneraciones, prestaciones y condiciones que van más allá de lo que exige la ley.

Beneficios:

Recibe por ello beneficios como: eficiencia y responsabilidad individual y colectiva, equilibrio entre la vida personal y laboral, y un impacto positivo en la productividad, en las relaciones obrero-patronales y en la percepción de la empresa como una organización altamente productiva, humana y socialmente responsable.

Referencias adicionales:

Great Place to Work Institute México. www.greatplacetowork.org.mx

Instituto Nacional de las Mujeres www.inmujeres.gob.mx

UN Global Compact www.globalcompact.org

USEM www.usem.org.mx

2. RESPONSABILIDAD SOCIAL Y ÉTICA EMPRESARIAL

Principio: ➔ **Vivir los valores y desempeñarse éticamente**

• **Honestidad y Transparencia Empresarial**

La ética empresarial es la base de relaciones más sólidas entre la empresa sus proveedores, clientes, accionistas y otros, permite la interpretación y solución de controversias de acuerdo a principios que guían la toma de decisiones, formación del personal, evaluación del personal y la forma en que se debe conducir el negocio. “Una empresa ética y socialmente responsable debe contar con mecanismos que aseguren un trato igualitario a todos sus accionistas (shareholders) (grandes y pequeños), así como a los terceros interesados” (grupos de interés / stakeholders)¹⁰.

Aplicación:

Principios que guían y aseguran la operación transparente de la empresa y sus relaciones internas y externas, establecidos en su código de conducta.

Beneficios:

Las empresas socialmente responsables con programas de integridad elevan el respeto interno y externo para la marca, para la empresa, para su personal y para sus directivos, lo que percute directamente en la competitividad. Reciben por ello beneficios como:

- Reducción de gastos asociados a la corrupción y a los conflictos legales por su compromiso de respeto a sus valores y a las leyes.
- Contratan y conservan a los empleados y ejecutivos mejor calificados, pues ellos prefieren trabajar para compañías en las que confían y cuyos valores respetan.
- Los socios potenciales preferirán hacer negocios en los que no se comprometa su reputación o en los que se ponga en riesgo su capital, por lo que las empresas integradas y responsables tienen mayores posibilidades de atraer inversiones.

Referencias adicionales:

Caux Round Table. www.cauxroundtable.org

Ethics resource Center. www.ethics.org

Función Pública www.funcionpublica.gob.mx

OCDE <http://www.funcionpublica.gob.mx/ocde/>

UN Global Compact www.globalcompact.org

México Unido contra la delincuencia www.mexicounido.org

¹⁰ Herramienta de Integridad para fortalecer la Competitividad de las Empresas Cap. “Tendencias globales que creas identidad” Pagina 7. Coordinador Empresarial / Secretaría de la Función Pública, 2006.

3. RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LA VINCULACIÓN DE LA EMPRESA CON LA COMUNIDAD

Principio: ➔ **Involucrarse con las comunidades en las que opera**

- **Maximización del Valor Agregado (considerando los intereses de todos los participantes: Inversionistas, colaboradores, directivos, competidores, proveedores, clientes, gobierno, organizaciones sociales y comunidad)**
- **Compromiso con la Comunidad y su desarrollo**
- **Presencia Pública: macro influjo vía las estructuras civiles y políticas**

La Empresa percibe e instrumenta el compromiso y responsabilidad con su comunidad. Identifica y monitorea las expectativas públicas que la comunidad tiene de ella, la innovación y el involucramiento sostenido de miembros, autoridades u organizaciones de la comunidad debe estar incluido. Busca la sinergia entre sectores (empresa, gobierno y organizaciones de la sociedad civil) que le permita multiplicar los resultados en solución de problemas sociales. Se destacaran el papel y los beneficios de cada uno de los participantes. Muestra como la participación e inversión social de la empresa beneficia el desarrollo de

procesos sociales o comunitarios y beneficia directa o indirectamente a la empresa.

Aplicación:

Lineamientos políticas y acciones que hacen coincidir los objetivos de la empresa con los intereses y necesidades de la comunidad en la que opera, haciendo de la empresa un “ciudadano empresarial, sensible, solidario y responsable.”

Beneficios:

- Desarrolla una relación comprometida, abierta y responsable con las comunidades en las que opera.
- Es sensible y respetuosa a la cultura y necesidades de su comunidad.
- Desempeña un papel proactivo, cooperativo y propositivo en hacer de la comunidad un mejor lugar para vivir y desarrollar su negocio.
- Identifica y responde a los derechos, necesidades y expectativas razonables de sus miembros como parte de su propio interés de negocio.

Referencias adicionales:

Business in the Community www.btc.org.uk

Impulsa www.impulsa.org.mx

RedAmerica www.redeamerica.org

UN Global Compact www.globalcompact.org

4. RESPONSABILIDAD SOCIAL EN EL CUIDADO Y PRESERVACIÓN DEL MEDIO AMBIENTE

Principio: ➔ **Cuidar y preservar su entorno, los recursos y el medio ambiente**

- **Optimización de Recursos**
- **Sustentabilidad**
- **Ecoefectividad**

Uno de los grandes retos de la empresa es la generación de riqueza y la conservación del medio ambiente. Estas prácticas demuestran como la empresa respeta el medio ambiente,

promueve la optimización de recursos, prevé la generación de desperdicios y/o desarrolla procesos de reciclaje o reaprovechamiento de recursos o incorporación de sus productos y procesos a los ciclos naturales. La Empresa considera los factores ambientales como un elemento importante en su toma de decisiones y reflejar claramente el liderazgo de la empresa en alcanzar la máxima calidad en su manejo y relación con el medio ambiente.

La actuación empresarial responsable surge del conocimiento y profundización continua de los siguientes **principios del orden social** que sustentan a la Responsabilidad Social Empresarial y aseguran su implementación exitosa:

Aplicación:

Políticas y acciones que aseguran la operación sustentable de la empresa y que fomenten una actitud de respecto al entorno y el uso de tecnologías amigables con el ambiente.

Beneficios:

Recibe por ello beneficios como: eco eficiencia y productividad.

Referencias adicionales:

CESPEDES (CCE) <http://www.cce.org.mx/CCE/CentrosEstudio/CESPEDES/>

Hombre Naturaleza www.hombrenaturaleza.org.mx

IGEMI www.igemi.org.mx

Sinaloa EcoRegión www.sinaloaecoregion.org.mx

UN. Global Compact www.globalcompact.org

World Business Council www.wbcsd.ch

Como toda estrategia de negocios sus resultados se vinculan tanto a los objetivos de la empresa, como a sus diferentes grupos de relación (beneficiarios o stakeholders), Se ha convenido que existen 7 principales:

- **Clientes**
- **Proveedores**
- **Accionistas**
- **Empleados**
- **Sociedad**
- **Medio Ambiente**
- **Medios**

En base a todo lo anterior, *una empresa socialmente responsable* es aquella que asume como parte de su propósito su ciudadanía, fundamentando su visión y compromiso social en políticas, programas, toma de decisiones y acciones que benefician a su negocio impactando positivamente a las comunidades en las que operan. La empresa socialmente responsable establece compromisos de minimizar los impactos negativos y maximizar los impactos positivos de sus actividades, basado en una abierta y constante comunicación con sus grupos de interés.

La responsabilidad Social es una forma de ética y actividades relacionadas concernientes a la responsabilidad de las organizaciones frente al impacto de sus actividades ante otros principalmente ante sus grupos de relación, de forma de hacerlas consistentes con los intereses de la sociedad. Principalmente involucra a aquellas actividades y decisiones de gestión empresarial que son voluntarias y que van más allá de las obligaciones legales, pero en armonía con la ley. La Responsabilidad Social exige respeto de los valores universalmente reconocidos.

La Responsabilidad Social no es filantropía, ni cualquier otra actividad que no corresponda al propósito de la empresa. Su implementación con lleva actividades de medición y reporte de sus impactos y su relación con el desempeño de la organización. Por lo que exige de la empresa rendición de cuentas y transparencia.

Podemos decir entonces que la Responsabilidad Social Empresarial se refiere también a la actitud y conocimiento de una empresa encaminada a mantener el balance entre el desarrollo de la sociedad, un entorno sustentable, y la viabilidad comercial y económica de ella misma.

La aspiración de una empresa por la responsabilidad social se fundamenta en el reconocimiento de la mutual interdependencia de todos los actores sociales, económicos y ambientales afectados positiva o negativamente por la actividad de la organización, y por lo tanto en el reconocimiento que cuentan todos ellos con legítimos intereses sobre estas actividades.

Principios Básicos:

- **Respeto a la Dignidad de la Persona** y fomento de su desarrollo integral;
- **Solidaridad** con todos y en especial, hacia los menos favorecidos y **subsidiariedad** en la interacción para buscar continuamente la creación de condiciones y oportunidades que favorezcan el auto desarrollo mejor calidad de vida;
- **Contribución al bien común;**
- **Corresponsabilidad;**
- **Confianza;**
- **Transparencia**
- **Honestidad y legalidad** en la gestión de los procesos y actividades
- **Justicia y equidad;**
- **Corresponsabilidad.**

¿Por que la Responsabilidad Social Empresarial es tan Importante?

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 para construir un entorno que ofrezca los satisfactores necesarios a toda la sociedad. 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 para la realización 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 la pobreza es generando riqueza. La pobreza es asunto de todos. Las empresas no podrán ser prósperas en un país que no crece y no genera empleos, no produce valor.

Medición del Desempeño

Las acciones sistemáticas que una empresa realiza comprometida con los distintos ámbitos o componentes de la Responsabilidad Social Empresarial deben ser medibles y dar lugar a su difusión con el ánimo de divulgar los buenos ejemplos y las mejores prácticas.

Por lo mismo, es esencial que la medición del desempeño se haga de la manera más confiable, finalmente se trata de la utilización de los recursos de la empresa con una visión de sustentabilidad. Por lo mismo, la medición del desempeño de la empresa en forma de reporte debe contener los indicadores cuantitativos y cualitativos que evidencien la generación de valor agregado a las diferentes partes interesadas.

**La
Responsabilidad
Social Empresarial
es conveniente**

Mientras que el desarrollo económico y social continúan mejorando las vidas de algunos en nuestro país, todavía hay trabajo considerable que hacer para alcanzar las condiciones económicas, sociales y ambientales que beneficiarán a toda la sociedad. Con la privatización aumentando a través de todo el hemisferio, la potencia y la influencia de la comunidad

de negocio continúa creciendo, y es cada vez más evidente que la realización de una sociedad más justa y de una economía más sostenible depende en parte de influenciar a la comunidad de negocio para poner las políticas en ejecución que utilizan estas metas.

"La Responsabilidad Social Empresarial es hoy en día un valor agregado y una ventaja competitiva para la empresa. Aquellas empresas que desde hoy incorporen o refuercen sus acciones de Responsabilidad Social lo harán a su propio ritmo y de acuerdo a sus posibilidades; mañana tendrán la exigencia del entorno.

Es a un mismo tiempo un imperativo para los negocios y una ventaja competitiva - actualmente se considera que los pilares de una estrategia exitosa de negocios son: capital adecuado, buena gerencia, productos / servicios de calidad, dominio de la tecnología, servicios al cliente y una estrategia integral de Responsabilidad Social. Todos estos pilares están ligados entre sí y son inter-dependientes"¹¹.

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 integra a las propias estrategias medulares de la empresa.

"Cada vez más las empresas perciben que la Responsabilidad Social es un tema que no está restringido solamente a las acciones sociales o ambientales desarrolladas por la organización en la comunidad, sino que implica también las prácticas de dialogo e interacción con los diversos públicos de la empresa... Para que la empresa trabaje en el tema de la Responsabilidad Social en una perspectiva sistémica y amplia, es necesario que este sea incorporado a los procesos de gestión y por lo tanto tratarlo como parte de las estrategias de negocio y del sistema de planeación interna de la empresa."¹²

¹¹ Una de las conclusiones de III Congreso de Responsabilidad Social Empresarial en América, Forum Empresa / Cemei México, Mayo 2000.

¹² Libro Verde: "Fomentar un marco europeo para la Responsabilidad Social Empresarial". Comisión de las Comunidades Europeas. Bruselas, Julio 2001.

Recuperaciones Positivas de la Responsabilidad Social Empresarial Congruente:

La RSE Apuntala los Activos Intangibles - los cuales son claves en la etapa actual del mundo empresarial (de cada US \$ 900 del precio de una empresa, US \$ 600 vienen de los activos intangibles tales como imagen empresarial y percepción de los consumidores/inversionistas -US Federal Reserve)

La Responsabilidad Social Empresarial al ser ejercida modifica el papel social y ético de la empresa, según las necesidades y contexto propio de cada empresa y según los requerimientos de cada sociedad. Esta brinda beneficios reales y tangibles para la empresa, que pueden ser medidas de diferentes maneras, basándose en información cuantitativa y cualitativa como es:

- Lealtad y menor rotación de los grupos de relación (stakeholders).
- Mejora la relación con vecinos y autoridades.
- Contribución al desarrollo de las comunidades y al Bien Común.
- Aumenta la visibilidad en la comunidad empresarial.
- Acceso a Capital al incrementar el valor de sus inversiones y la rentabilidad a largo plazo.
- Permite decisiones de negocio mejor informadas.
- Mejora la capacidad de recibir apoyos financieros.
- Mejoramiento del desempeño financiero, reduce costos operativos optimizando esfuerzos y el uso de recursos localizándolos hacia el desarrollo sostenible.
- Mejora de la Imagen Corporativa y Fortalece la reputación de la empresa y de sus marcas.
- Incremento de Ventas y Refuerza la lealtad del consumidor.
- Productividad y Calidad incrementadas.
- Mejores habilidades para atraer y retener empleados. (Genera lealtad y sentido de pertenencia en el personal).
- Reducción de supervisión regulatoria.
- Promueve y eficientiza el trabajo en equipo.

Índices de desempeño sobre RSE han sido desarrollados para los mercados financieros más importantes del mundo: New York, Japón, Sud-Este Asiático, Europa.

Amy Domini de Domini Social Investments defiende que “ el capitalismo no puede funcionar ahí donde la sociedad civil está fracturada”

55% de los consumidores ha premiado o castigado a empresas a causa de su conducta social (Global Survey on CSR in the Americas. WBI 2002)

Las compañías líderes en el mundo han incorporado a la Responsabilidad Social Empresarial a su estrategia de negocios, como elemento diferenciador y de ventaja competitiva, con resultados financieros positivos.

LAS EMPRESAS SOCIALMENTE RESPONSABLES 2005 EN OTROS ESTANDARES Y LINEAMIENTOS

500 empresas más importantes de México	49
Global Compact	39
mejor lugar para trabajar 2005	16
World Most Respected Corporations	13
ISO 9001:2000 Gestión de Calidad, Registro No. RSGC-100	1
ISO 14001:1996 Gestión Ambiental, Registro No. RSGA-021	1
NMX-SAST-001IMNC-2000 (OHSAS 18000) Administración de Seguridad y Salud en el Trabajo.	1
Certificación de Equidad de Género.	11
Industria Limpia	3
Mejor Práctica RSE	9
ESR desde 2001	11
BITC diversity Award 2005	1
2005Fortune's Global Most Admired Companies	7
Empresas más admiradas de México	1
Global Report Initiative	1
Mejor Práctica Responsabilidad Social Empresarial	1
Mejor Lugar para trabajar en Latinoamérica	
BITC Power in partnership Award 2005	1
BITC Healthy Communities Award 2005	1
Most Respected Global Citizenship	6

Cada vez más estudios, realizados en distintas partes del mundo, comprueban la correlación positiva entre resultados económicos y financieros y comportamiento socialmente responsable por parte de la empresa.

La opinión pública espera hoy que la empresa aporte un cambio positivo a la sociedad, contribuyendo de manera sustentable al desarrollo de las comunidades.

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 tales como: la baja cultura cívica, la corrupción, los insuficientes marcos legales, las formas autoritarias de ejercer liderazgo y otros que han impedido a la empresa desarrollar cabalmente su ser de ciudadano responsable, por lo que identificamos **diez** compromisos de acción básicos¹³:

¹³ Decálogo postulado por las 17 Empresas mexicanas portadoras del Distintivo ESR 2001 como Empresa Socialmente Responsable, ante el C. Presidente de México Lic. Vicente Fox Quesada en Noviembre de 2001. Reunión Anual del CEMEFI, A.C.

Decálogo

- 1. Buscar los fines y el éxito de la empresa. Contribuyendo, al mismo tiempo, al bienestar de la sociedad en general y de las comunidades en que opera en lo particular, más allá de lo que marca la ley.**
- 2. Considerar las necesidades del entorno social del negocio en la toma de decisiones y la definición de las estrategias de la empresa y colaborar en su solución.**
- 3. Hacer públicos sus compromisos con la sociedad y los logros alcanzados.**
- 4. Vivir conforme a esquemas de liderazgo participativo, solidario, de servicio y respetuoso de la dignidad humana, actuando con base a un código de ética.**
- 5. Fomentar el desarrollo humano y profesional de su comunidad laboral y de sus familias.**
- 6. Apoyar alguna causa social afín a la actividad que desarrolle la empresa, como parte de su estrategia de negocios.**
- 7. Respetar, preservar y regenerar el entorno ecológico en todas y cada uno de los procesos de operación, actividades y comercialización que realice.**
- 8. Invertir todo el tiempo, talento y recursos empresariales que estén disponibles a favor de los grupos y comunidades en las que opera y de las causas sociales que ha decidido apoyar.**
- 9. Participar en alianzas intersectoriales que, en conjunto con las organizaciones de la sociedad civil y el gobierno, le permitan corresponsablemente contribuir al bien común, dentro de un marco de legalidad.**
- 10. Motivar y apoyar al personal, accionistas y proveedores para que participen en los programas empresariales de inversión y desarrollo social.**

Adopte y adapte el Decálogo de la ESR a su Empresa...

1. _____

2. _____

3. _____

4. _____

5. _____

6. _____

7. _____

8. _____

9. _____

10. _____

Practíquelo y Difundalo...

El movimiento y la práctica de la Responsabilidad Social Empresarial es una tendencia que se ha tornado relevante en el nuevo orden económico mundial y que se ha consolidado en los últimos años, y que sin duda será distintivo de las empresas del nuevo milenio.

Herramientas de la Responsabilidad Social Empresarial

La **transparencia** es un componente esencial en el debate sobre la RSE ya que éste contribuye a mejorar sus prácticas administrativas y de comportamiento al tiempo que permite a las empresas y a terceras partes el cuantificar y difundir los resultados obtenidos.

Existen diferentes herramientas o instrumentos de RSE que permiten implementar prácticas socialmente responsables. Entre ellas podemos mencionar¹⁴:

- **Código de conducta** es un documento que describe los derechos básicos y estándares mínimos (respeto a los Derechos Humanos y a los Derechos Laborales, entre otros), que una empresa declara comprometerse a respetar en sus relaciones con sus trabajadores, la comunidad y el medio ambiente.
- **Códigos de ética**: enunciados de valores y principios de conducta que norman las relaciones de los integrantes de la empresa y hacia el exterior de ella.
- **Informes o reportes de responsabilidad social**: es un informe preparado y publicado por la empresa midiendo su desempeño económico, social y medioambiental de sus actividades, y comunicado a las partes interesadas de la empresa (stakeholders).
- **Indicadores de resultados ambientales**¹⁵: materiales, energía, agua, emisiones, basura, productos/servicios, reclamos. (vg. Industria limpia) (vg. Global Report Initiative)
- **Inversión Socialmente Responsable (ISR)**: la ISR reúne todos los elementos que consisten en integrar criterios extra-financieros, medioambientales y sociales, en las decisiones de inversión en carteras o portafolios bursátiles.
- **Normas de sistemas de gestión**: permiten a la empresa tener una visión clara del impacto de sus actividades en los ámbitos social y medioambiental para la mejora continua de sus procesos. (vg. SA 8000, 150 14000, 150 1800)
- **Indicadores de resultados económicos**: clientes, proveedores, empleados, proveedores de capital y sector público.

¹⁴ Fuente: "Responsabilidad Social en México: situación actual y perspectivas" AliaRSE-GTZ en México, 2003

¹⁵ Fuente: "Introducción a la Gestión de la Responsabilidad Social" Dante Pesce, Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, Chile.

- **Indicadores de resultados sociales:** prácticas laborales, responsabilidad integral sobre producto.
- **Guías o principios** principios o lineamientos que orientan a la empresa en la construcción de un marco social, ético y/o medioambiental que apoye y afiance la gestión de su negocio alineado con valores universalmente reconocidos. (vg. Pacto Mundial o UN Global Compact, Sullivan Principles, etc.)

iniciativas Vinculadas

¿Qué es el Pacto Mundial?

El Pacto Mundial es una iniciativa del Secretario General de las Naciones Unidas, Kofi Annan. Lanzado en enero de 1999, el Pacto Mundial es un llamamiento a las empresas del mundo entero para que participen.

Los diez principios que abarca el Pacto Mundial corresponden al ámbito de los derechos humanos (extraídos de la Declaración Universal de Derechos Humanos), laboral (extraídos de la Declaración de la OIT relativa a los principios y derechos fundamentales en el trabajo), medioambiental (extraídos de la Declaración de Río de Janeiro sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo) y corrupción (extraídos del Convenio de la ONU contra corrupción). El décimo principio relativo a la corrupción se agregó en junio de 2004. La mayoría de los gobiernos nacionales del mundo entero han aceptado estos principios; por tanto se alude a ellos con frecuencia como "principios universales". Los principales organismos de Naciones Unidas que están implicados son la Organización Internacional del Trabajo (OIT), el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) y el 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.

En México tanto Cemefi, Coparmex y el Consejo Coordinador Empresarial como todos los organismos que conformamos AliaRSE participamos activamente en el comité nacional del Pacto Mundial, encargado de su promoción y seguimiento en nuestro país. (www.pactomundial.org.mx). Los indicadores de Responsabilidad Social Empresarial propuestos para el proceso de Empresa Socialmente Responsables, son afines a estos principios, incorporándolos desde 2003.

El Pacto Mundial no es un código de conducta, ni es un instrumento prescriptivo 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. El Pacto crea un foro para aprender y compartir experiencias en relación con la promoción de los diez principios. 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 asume, e incluso si da a conocer su compromiso.

Los instrumentos de los que se han extraído los principios corresponden al ámbito de responsabilidad de los gobiernos. El Pacto Mundial no traslada esta responsabilidad a las empresas. El Pacto promueve la idea de que es mucho lo que las empresas pueden hacer y están haciendo en sus propios ámbitos de influencia para promover y fomentar los diez principios en su seno y en el de sus empresas y de su comunidad, como es el caso de las Empresas Socialmente Responsables en México.

El Pacto Mundial no es un instrumento legal, sino una aspiración. Al aceptarlo, la empresa se declara dispuesta a trabajar para lograr los objetivos del mismo. No se espera lograrlos de la noche a la mañana, pero se confía en que los empresarios mantengan el impulso de mejora. Es un buen principio para la empresa que desea ir incorporando una cultura y gestión socialmente responsable en su organización.

El Pacto Mundial desempeña un papel en la promoción de prácticas adecuadas inspiradas en los diez principios. No se creó como foro para debatir el significado de los principios ni para evaluar resultados.

Aunque se trata en primer lugar de un llamamiento a las empresas, el Pacto Mundial también implica a participantes distintos de las empresas, a saber, los sindicatos y toda una serie de organizaciones de la sociedad civil (OSC) activas en el ámbito de los derechos humanos y del medio ambiente entre otras.

La promoción de los diez principios es una manera de apoyar el actual enfoque de apertura de los mercados y de demostrar que se trata de la única vía para garantizar el desarrollo económico.

Esto también se aplica a otros tipos de iniciativas emprendidas por las empresas durante los últimos años. Los códigos de conducta voluntarios, el apoyo a las Directivas de la OCDE para las Empresas Multinacionales, la Declaración Tripartita de la OIT relativa a las empresas multinacionales, los Principios Globales de Sullivan, el Decálogo de la Empresa Socialmente Responsable (Cemefi 2001) y otras iniciativas privadas voluntarias constituyen otras tantas respuestas válidas de las empresas a los problemas que se les plantean en la actualidad. El Pacto Mundial es compatible y concuerda con estas iniciativas, ya que no sólo no trata de suplantar o de imponerse a estos otros enfoques, sino que facilita un instrumento viable para que las empresas puedan comprometerse a promover los principios en un contexto voluntario.

El Pacto Mundial consiste en tratar a los demás del mismo modo que usted querría que se le tratara. Es una cuestión de respeto. Se refiere a la manera en que usted hace negocios sin perder de vista las cuestiones de derechos humanos en el contexto de su empresa y de la sociedad en la que vive. Se trata de asegurar que, a través de un trato justo, sus empleados se sientan capaces de aportar su mejor contribución a la empresa en beneficio de la misma. Se trata de que usted examine los procesos de trabajo atendiendo a las repercusiones medioambientales que puedan estar generando. No se trata de convertirle a usted en el patrono de estas causas; más bien se trata de introducir algunas consideraciones muy simples en su manera de dirigir su negocio.

Los 10 Principios.

Derechos humanos

Principio 1: Las empresas deberían apoyar y respetar la protección de los derechos humanos proclamados internacionalmente. Es de sentido común. Si un empleador actúa de una manera que infringe los derechos humanos de los trabajadores, está perjudicando la productividad del personal. Existen medidas muy simples que un empleador puede adoptar para asegurarse de que sus trabajadores reciben un trato digno. Del mismo modo que las empresas esperan que se respeten sus derechos humanos, los trabajadores no esperan menos de su empleador.

Principio 2: Asegurarse de que no son cómplices de abusos de los derechos humanos. Las empresas no deberían aprovecharse de situaciones en que se estén produciendo abusos de los derechos humanos, o utilizar esto como pretexto para actuar indebidamente. Las empresas no sólo no deberían rebajarse a este nivel de complicidad sino que, a través de su comportamiento, deberían tratar más bien de mantener y restaurar un reconocimiento social de tales derechos. Las empresas también pueden propagar entre sus proveedores la consigna de que ha de observarse un comportamiento correcto, y ocuparse de los abusos que pudieran perjudicar su reputación ante el personal y la clientela.

Trabajo

Principio 3: Las empresas deberían defender la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva. Como se indicó anteriormente, este principio laboral y los que se mencionan más adelante se han extraído de la Declaración de la OIT relativa a los principios y derechos fundamentales en el trabajo, y por tanto deben considerarse en dicho contexto. En primer lugar, la referencia a la libertad de asociación no se refiere a que se abran las puertas a los sindicatos o a que se obligue a la gente a afiliarse a sindicatos. Se trata de una cuestión de respeto. Si un trabajador escoge libremente afiliarse a un sindicato, este principio le pide a usted que respete esa opción. Del mismo modo, si un trabajador decide libremente no afiliarse a un sindicato, esa decisión también debe respetarse. Se pide a las empresas que no ejerzan una influencia indebida sobre la decisión de un trabajador. En lo que atañe a la negociación colectiva, el Pacto Mundial no espera que el empleador altere el marco de las relaciones laborales; no obstante, muchas organizaciones líderes reconocen la utilidad del diálogo y la negociación para lograr la competitividad. La negociación colectiva ha de ser una cuestión de libre elección. Sólo puede darse si usted está de acuerdo. El Pacto Mundial no le exige estar de acuerdo.

Principio 4: Eliminación de todas las formas de trabajo forzoso y obligatorio. Este principio se refiere tanto a problemas ligados al trabajo en régimen de servidumbre, que implica el trabajo en pago de una deuda, como a problemas de trabajo forzoso. Afirma que los trabajadores tienen derecho a ser remunerados por su trabajo con dinero, y no en especie; que deben prestar su trabajo libremente; y que, si así lo desean, pueden renunciar a su trabajo de acuerdo con la legislación y la práctica nacionales. No deberían estar encerrados en su lugar de trabajo ni quedar expuestos a la violencia en el trabajo.

Principio 5: Abolición efectiva del trabajo infantil. La OIT adoptó un Convenio sobre la eliminación de las peores formas de trabajo infantil (Convenio núm. 182), y el primer objetivo han de ser los principios recogidos en este instrumento. Los niños representan la fuerza laboral del futuro. Puesto que la calidad de la fuerza de trabajo determina tanto la competitividad de las empresas como la del propio país, el hecho de mantener a los niños en el empleo en lugar de educarlos socava la competitividad futura. Las empresas no deberían recurrir a modalidades socialmente inaceptables del trabajo infantil, que llevan al niño a perder sus oportunidades de educación. Es preciso encontrar un equilibrio en virtud del cual, si un niño tiene que trabajar, no tenga que hacerlo en un entorno de explotación o peligro, sino en un entorno en que se atienda a sus necesidades educativas. Sin embargo, como objetivo a largo plazo, las empresas tienen que considerar la manera de que tanto ellos como la sociedad en la que viven reemplacen a los niños que forman parte de la fuerza laboral a fin de proteger la vida de esos niños y de contribuir al desarrollo del capital humano de la sociedad.

Principio 6: Eliminar la discriminación en relación con el empleo y la ocupación. Esto sólo exige a las empresas contratar a las personas en base a su capacidad para realizar el trabajo que requiere el puesto que ofrecen. Si, en lugar de ello, basan la contratación en el género de las personas, la raza, la religión u otros prejuicios, significa que están perjudicando a su negocio. Los ascensos también deberían basarse en el mérito de las personas. Existen sobradas pruebas de las consecuencias positivas de las prácticas no discriminatorias sobre la productividad y la rentabilidad de las empresas. Este principio le pide que, en la manera de dirigir su empresa, no caiga en la trampa de los prejuicios.

Medioambiente

Principio 7: Las empresas deberían apoyar un enfoque preventivo ante los retos medioambientales. La obligación relativa a la legislación medioambiental recae sobre los gobiernos nacionales, y seguirá siendo de actualidad el debate en torno a lo que se entiende en la práctica por un enfoque preventivo.

No obstante, para las empresas significa en términos prácticos que deberían guiarse por criterios científicos fiables en cuanto a las posibles repercusiones medioambientales de un determinado producto o proceso. No debería exigirse a usted lo que resulta imposible en la práctica, a saber, demostrar que un determinado producto o proceso no tendrá repercusiones medioambientales negativas. Antes bien, basándose en su propia valoración, fundada en criterios científicos fiables, y en su propia evaluación del riesgo, y en ausencia de pruebas científicas de que un determinado producto o proceso pueda resultar peligroso, debe sentirse libre de recurrir al mismo con arreglo a lo dispuesto en la legislación nacional.

Principio 8: Adoptar iniciativas para promover una mayor responsabilidad medioambiental. La respuesta en este apartado depende de las características y del tamaño de la empresa. Sin embargo, al aplicar políticas y prácticas medioambientales responsables, las empresas mejoran la productividad y dan ejemplo a los demás. Se alienta a las empresas a pronunciarse en favor de la responsabilidad medioambiental dentro de su red de contactos comerciales.

Principio 9: Fomentar el desarrollo y la difusión de tecnologías respetuosas del medio ambiente. Se insta a las empresas a estudiar el uso y el desarrollo de tecnologías respetuosas del medio ambiente, que no sólo benefician al medio ambiente local y mundial, sino que mejoran además la eficacia y productividad de las empresas. Las tecnologías respetuosas del medio ambiente contribuyen a garantizar que el aire y el agua, así como los recursos naturales, son accesibles a un costo razonable. Las empresas deberían empeñarse en el perfeccionamiento continuo de las tecnologías respetuosas del medio ambiente.

Corrupción

Principio 10: Las empresas deberán trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluyendo la extorsión y el soborno. Este décimo principio se incorporó a raíz de la adopción de la Convención de las Naciones Unidas contra la Corrupción en diciembre de 2003, y pretende fortalecer los valores fundamentales del estado de derecho, la honradez, la responsabilidad, la integridad y la transparencia. También aborda la cuestión de la desconfianza en las instituciones generada por la corrupción y de sus consecuencias en términos de "deslegitimación" del gobierno.

En la Convención se reconoce que la responsabilidad de adoptar medidas contra la corrupción incumbe a los gobiernos. Sin embargo, también se reconoce que tanto el sector privado como la sociedad civil tienen un papel que cumplir en este ámbito. Un cometido primordial es la promoción, el apoyo y la instigación a los gobiernos para que cumplan con sus obligaciones en virtud de la Convención, así como la exigencia de responsabilidades a los gobiernos por sus acciones. A través de este principio, las empresas también pueden contribuir a garantizar que se establece el entorno de estabilidad y seguridad que requieren las inversiones para producir beneficios. A través de la lucha contra la corrupción, las empresas pueden enfrentarse a las distorsiones del mercado que ésta genera, y contribuir así a la creación de un entorno de igualdad de oportunidades.



Es posible que la empresa no pueda abordar los diez principios al mismo tiempo, y tampoco se espera que lo hagan. Habida cuenta de las grandes diferencias en cuanto al tamaño y la ubicación de las empresas en todo el mundo, se alienta a las empresas a que se esfuercen, a su manera y a su propio ritmo, para asumir, apoyar y aplicar estos principios en el lugar de trabajo.

Las empresas están, y seguirán estando, en el foco de atención por razón de sus políticas y prácticas sociales y medioambientales. El Pacto Mundial es una manera de que las empresas demuestren públicamente de qué manera promueven y apoyan los principios universales de los derechos humanos, los principios y derechos fundamentales en el trabajo, las prácticas medioambientales sostenibles y la lucha contra la corrupción.

Contexto para la actuación empresarial socialmente responsable:

DESAFÍOS DEL PAÍS

- Asegurar su viabilidad económica (competitividad a nivel mundial: atracción de inversiones, acceso a mercados)
- Mantener la estabilidad social y política (los conflictos representan costos de transacción sociales y económicos altísimos)
- La viabilidad del país depende de la viabilidad de la empresa, igualmente cierto, la viabilidad de la empresa requiere la viabilidad del país
- Si bien muchas pequeñas y medianas empresas han comenzado a asumir su responsabilidad social, cuentan con una mayor y mejor sensibilización en cuanto a prácticas socialmente responsables y la motivación y apoyo de grandes empresas a las que se integran como parte de su cadena de proveedores, aún falta mucho por hacer para contribuir a fomentar y expandir la Responsabilidad Social Empresarial entre estas empresas.

DESAFÍOS EMPRESARIALES

- Presiones crecientes sobre la competitividad empresarial
- Presiones crecientes sobre la *governabilidad* empresarial
- El consumidor informado
- Las corrientes de opinión

Es necesario reflexionar y discutir sobre la instrumentación de iniciativas que nos permitan impulsar, financiar e integrar los esquemas de promoción de los siguientes puntos de la Agenda sobre Responsabilidad Social Empresarial¹⁶:

¹⁶ Conacon, Convención Nacional de Contribuyentes, Mesa de Responsabilidad Social Empresarial, Coparmex / AliaRSE, 2004.

- Competitividad;
- Capacitación;
- Integración de cadenas productivas;
- Desarrollo de proveedores;
- Impulso a empresas micro, medianas y pequeñas;
- Utilidades y Patrimonio de los accionistas;
- La persona en el centro de nuestra atención;
- Creación de riqueza, empleo y fuentes de trabajo;
- Abasto de productos que exige el mercado;
- Pago de los impuestos que exige la ley;
- Compromiso con el entorno físico y social;
- Oportunidades para lograr una mejor contribución social;
- Impulso a la formación de más y mejores empresas socialmente responsables;
- Generación y distribución equitativa de riqueza;
- Papel de la empresa frente a las Prioridades Nacionales para los próximos 20 años.

DESAFÍOS PARA EL ÉXITO DEL PAÍS¹⁷

- Un país libre, caracterizado por la vigencia de un régimen de Derecho y por instituciones y principios éticos y valores, que conduzca por medios pacíficos a una democracia plena representativa y participativa con una Economía de mercado socialmente responsable. *
- Corresponsabilidad, caracterizada por la participación conjunta, solidaria y complementaria de la sociedad civil, gobierno y empresa en la solución de los retos que enfrenta el país. Cada uno aportando sus capacidades y talentos de acuerdo a sus propias posibilidades, en Beneficio de nuestro país.
- Transparencia, mediante actitudes y canales de comunicación e información que promuevan el dialogo y el análisis nacional, el intercambio de ideas y la confianza.
- Libertad, acceso y fomento a la educación en un marco de principios éticos y valores que contribuya a la formación de ciudadanos responsables.

PIEDRAS ANGULARES DEL ÉXITO

- Empresarialidad (una cultura empresarial vibrante y responsable y un sector privado diversificado es una de las grandes fuentes de riqueza que un país puede tener)
- Desarrollo Social (el factor humano y el capital social son fundamentales para contar con una sociedad funcional)

¹⁷ Documento "La Transición mexicana y nuestra propuesta para un desarrollo sostenible en el Largo Plazo" publicado por el Consejo Coordinador Empresarial, Abril 2001.



La empresa además de operar dentro del marco legal y contribuir directamente al crecimiento económico, pueden hacer una contribución al desarrollo del país al maximizar los beneficios económicos, sociales y ambientales de sus actividades principales (y minimizar los aspectos negativos); realizar inversiones sociales y filantropía estratégica e involucrarse en el debate de políticas públicas a nivel local, nacional e internacional.

Hablar de la Responsabilidad Social Empresarial, hace referencia a decisiones empresariales vinculadas a valores éticos, consecuentes con los requerimientos legales y respetuosos de las personas, las comunidades y el medio ambiente. Más allá de cumplir, exceder las expectativas éticas, legales, comerciales y públicas que la sociedad tiene de la empresa.

La empresa esta llamada a integrar políticas, prácticas y programas que contribuyan al mejor desempeño de la vida nacional y se reflejen a lo largo de las operaciones empresariales y de los procesos de toma de decisión, apoyadas e incentivado por los empresarios.

Algunos desafíos son marcados por Gerardo Lozano y Lizeth Leal en el documento "México: dejando atrás la Filantropía"¹⁸ como son el que las empresas pequeñas y medianas integren programas de Responsabilidad Social Empresarial; acercarse más al enfoque estratégico en la adopción de la Responsabilidad Social Empresarial, es decir integrar las preocupaciones de la sociedad y la comunidad a la administración diaria y a la planificación estratégica de las empresas.

Que implica la Responsabilidad Social Empresarial para las Empresas Socialmente Responsables

Statements

Holcim Apasco

"Para Holcim Apasco la responsabilidad social es más que una colección de proyectos o apoyos ocasionales; es un elemento integral de nuestro negocio y parte fundamental de nuestro compromiso como ciudadano corporativo."

Ing. Pierre A Froidevaux
Director General

SC Johnson and Son

"En SC Johnson creemos que debemos contribuir al bienestar económico y social de cada país y comunidad donde operamos nuestros negocios y que éstos deben ser un mejor lugar para vivir, por el simple hecho de que nos encontremos ahí."

Eduardo Ortiz Tirado
VP y Director General

¹⁸ Situación de la Responsabilidad Social Empresarial en Latinoamérica, hacia un desarrollo sustentable" Publicado por RSE Red Interamericana. Septiembre 2005

Pfizer

"Pfizer quiere mantenerse en la vanguardia de la Responsabilidad Social Empresarial en México y servir de ejemplo a las demás empresas acerca del cambio a seguir hacia una sociedad más justa y equitativa"

Jorge Bracero

Presidente y Director General

México y Centroamérica

Coca Cola México

"Coca Cola de México somos parte de México, aquí vivimos, aquí trabajamos y por ende todo lo que acontece nos afecta en todos los sentidos, por ello asumimos nuestra responsabilidad con absoluta convicción y firmeza. Una responsabilidad que va mucho más allá del altruismo y la filantropía, sentimientos que también compartimos, y ejercemos"

Martín Machinandiarena

Presidente

Kraft Foods de México

"En Kraft Foods a nivel global entendemos la responsabilidad social como un compromiso de largo plazo para alcanzar el éxito empresarial en formas que dignifiquen los valores éticos, así como que respeten a las personas, las comunidades y el medio ambiente"

Carlos Magán

Director General

Nestlé

"Enfrentando las necesidades del presente sin comprometer la habilidad de las generaciones futuras de enfrentar sus propias necesidades y su habilidad de escoger su estilo de vida, en los países donde invertimos y trabajamos".

Meter Brabeck-Letmathe

Presidente y Director General

Grupo Financiero HSBC

Esencialmente, para nosotros la Responsabilidad Social significa hacer lo correcto. Es decir, administrar nuestro negocio de manera responsable, mantener los más altos estándares éticos en nuestras actividades diarias, actuar siempre dentro del marco legal, respetar los derechos humanos, contribuir a la mejora del medio ambiente y apoyar a las comunidades en que operamos.

Sandy Flockhart

Presidenta Ejecutiva y Director General

Bimbo

"Una estrategia bien implementada en Responsabilidad Social repercute positivamente en la competitividad de una compañía y en sus resultados, y esto se traduce en un mayor bienestar para sus empleados en particular y para la sociedad en general". "Una empresa socialmente responsable establece relaciones armónicas dentro de la sociedad y contribuye al sano desarrollo y crecimiento de su entorno".

Daniel Servitje

Director General

Interprotección

"Es impulsar las acciones necesarias dentro de nuestra empresa, para crear una conciencia colectiva sobre la problemática social económica y política que caracterizan a nuestro País; buscando disminuir las brechas de desigualdad con acciones concretas e impactos cuantificables."

Francisco Javier Casanueva
Director General

Hewlett-Packard

En HP hemos mantenido el compromiso de trabajar responsablemente en todas las áreas y lugares donde operamos. En HP nunca olvidamos que somos parte de México y que cada una de nuestras acciones influye en el desarrollo y progreso en conjunto de todos como sociedad.

Ing. Carlos Guzmán Bofill,
Presidente y Director General HP México

Nextel

Creemos en la responsabilidad social, como el mejor camino para reforzar nuestra cultura, y orientar los esfuerzos de la compañía no solo al crecimiento económico de la misma, sino también al desarrollo de nuestros empleados, proveedores, clientes y todo el entorno social y medioambiental, cuidando todos estos aspectos es la única manera en que Nextel podrá continuar asegurando el éxito y contribuir a tener una mejor sociedad y un mejor país.

Sr. Peter Foyo
Director General

Sabritas

"La responsabilidad social es una actitud personal permanente y consistente que debe estar presente en todos nuestros actos y que se traduce en la atención a todos los que nos rodean, la sensibilidad a sus necesidades y la responsabilidad a colaborar en su satisfacción. Esos que nos rodean son nuestra familia, compañeros de trabajo, clientes, proveedores, representantes de la autoridad y miembros de las comunidades en las que nos movemos. La responsabilidad social no se refiere a sólo algunas acciones en beneficio de quienes menos tienen, debe ser un componente de todo lo que hacemos, estar presente y ser la forma en que operamos en cualquier ámbito de nuestra vida.

Pedro Padierna
Presidente

Merck Sharp and Dohme

El compromiso de MSD con la comunidad es ineludible, estamos comprometidos con ella y creemos que trabajar en conjunto nos permite una mejor integración y apoyo mutuo. Apoyar sectores como la salud, la ética en los negocios o el respeto al medioambiente, a grupos vulnerables y trato digno a nuestros empleados es una parte esencial de nuestro compromiso empresarial.

Dr. José Luis Roman Pumar
Director General

Cadbury Adams

El éxito de nuestro negocio está basado en el talento de nuestra gente, pero lo que le dá sentido a nuestras vidas es la pasión y la entrega por servir a los demás y poder compartir el privilegio de ser parte de la familia Cadbury Adams , la responsabilidad social la vivimos colaborando para el bienestar de nuestras comunidades.

José Carlos Gómez Rosales

Vicepresidente

Sodexo

Hoy en día, el aceptar lazos y responsabilidades con las comunidades donde gestionamos nuestros negocios, el encargarse de la calidad de vida diaria en nuestros clientes y el inculcar principios de ética, no son más una opción, son un deber.

Humberto Patorniti

Presidente y Director General

Phillips Mexicana

Phillips cree firmemente que un comportamiento social y ambiental responsable contribuye para generar el crecimiento del lucro sustentable y la creación de valor, de esa forma procuramos la prosperidad económica para la empresa, para sus accionistas y para las comunidades donde actuamos.

Paulo Sismas

Presidente Ejecutivo

Metrofinanciera

Ser socialmente Responsable, implica empezar con nosotros mismos como empresa y estamos conscientes que nos brinda muchos beneficios, lo que implica beneficios para nuestra gente y eso nos motiva a seguir trabajando. Nuestra misma gente es nuestro mayor facilitador para lograrlo. Siempre hemos tenido como principio, en nuestra filosofía de trabajo, la honestidad, la responsabilidad, el compromiso y en buscar siempre el bienestar de nuestra gente.

Lic. Armando Guzmán

Director General

Amanco

“La Responsabilidad Social para Amanco es una parte integral del ADN de nuestra Empresa, la cual tiene como meta el triple resultado que incluye el buen Desempeño Económico, el Cuidado y Respeto al Medio Ambiente y la proactiva Gestión Social para así poder impulsar modelos de negocio innovadores que contribuyan a mejorar la calidad de vida de los segmentos de más bajos recursos en nuestro país.

Ing. Francisco De la Torre

Director General

Cinepolis

"El compromiso de Cinépolis con la sociedad no termina en ofrecer el mejor servicio y la mejor atención en nuestras salas de cine para el entretenimiento de millones, sino que es un compromiso por mejorar las condiciones de vida de la población, incluyendo las de nuestros empleados, nuestros clientes y las comunidades en donde nos desarrollamos.

Lic. Alejandro Ramírez Magaña

Director General

Provident Financiera

La responsabilidad social es nuestro compromiso con la sociedad mexicana, mediante la cual, fortalecemos con acciones, el bienestar de las comunidades en donde operamos. De esta manera, retribuimos lo mucho que éstas nos otorgan por medio de nuestro clientes en diversas regiones. Esta filosofía se permea a todos nuestros empleados, haciéndolos responsables del entorno en donde habitan.

Dave Morgan

Director General

Office Coffe Service

Como **Empresa Socialmente Responsable**, tiene el compromiso de crear cultura de responsabilidad social, tanto a nuestro personal como a nuestros clientes, la concientización de nuestro ambiente y la ética de nuestras relaciones personales y comerciales.

Ignacio Jacques Pérez

Director General

Agroindustrias del Norte

Hace 36 años entendimos que nuestro compromiso con la comunidad Sinaloense debía ser el convertirnos en una empresa de talla mundial; lo que no es precisamente fácil, pues no se trata exclusivamente ser una empresa comercialmente exitosa, si no también consolidarnos como una Empresa Socialmente Responsable; hoy por hoy la responsabilidad Social en Agroindustrias del Norte no es un compromiso es un estilo de vida; Trabajar por y para todos.

LAE Marco Esteban Ojeda Elías

Director General de Nueva Agroindustrias del Norte

ALTEC México

"Para nuestra empresa, ser Socialmente Responsables y formar parte de este esfuerzo es fundamental, no sólo por los lineamientos de responsabilidad social definidos por Grupo Santander, sino también porque consideramos que la participación activa de empresas como la nuestra, es justo lo que hará la diferencia entre ser una empresa rentable o una empresa conciente del impacto que tiene la comunidad que nos rodea."

Estanislao de la Torre Alvarez

Director General

Consortio ARA

"Para consorcio ARA, Responsabilidad Social es el compromiso que mantiene con la sociedad, a través de una ética ejecución de sus operaciones, contribuyendo al desarrollo económico y social del país mediante la construcción de comunidades donde las familias mejoren su calidad de vida y estén orgullosas de formar parte de ellas."

Sr. Donald Forsek Orive
Director General

Embotelladoras ARCA

En Embotelladoras Arca consideramos La Responsabilidad Social como parte integral de la estrategia de negocio y como el inmejorable medio para lograr el desarrollo armónico en las comunidades en las que nos desempeñamos así como una valiosa oportunidad de darle trascendencia y reconocimiento a la labor comunitaria que realiza activamente nuestro personal.

Ing. Francisco Garza Egloff
Director General

GRUPO BBVA BANCOMER

"La RSC es el conjunto de valores, criterios, actitudes, comportamiento y prácticas dirigidas a mejorar la sociedad en que vivimos y a la vez satisfacer las expectativas de sus grupos de interés y aportarles valor agregado".

Ing. Héctor Rangel Domene
Presidnete Consejo de Administración

CEUTA PRODUCE

Es entender a la empresa no solo como un generador de utilidades, sino como un vehículo para mejorar las condiciones de vida y trabajo de los que participan en la empresa, así como promover el respeto al medio ambiente y cooperar con la comunidad que habita en el lugar donde están establecidas nuestras instalaciones de trabajo, a través de mejores medios y servicios que les ofrezcan mejor calidad de vida.

Ing. Ivan Tarriba Haza
Director General

Grupo Concord

Una empresa socialmente responsable, además de producir bienes o servicios de calidad, generar empleos y pagar impuestos; identifica problemas que aquejan a su comunidad y participa activamente en su solución.

Manuel Arango Arias
Presidente

Fincamex

El distintivo ESR representa nuestra actitud de empresa comprometida en la construcción de un futuro, en el cual nuestro país tenga la capacidad de crear bienestar sustentable. Este distintivo ratifica nuestro compromiso de colaborar en la construcción de una sociedad orientada hacia el bien común.

Lic. Enrique de Rueda Piero
Director General

Del Campo y Asociados

El distintivo ESR surge como el fruto de nuestras acciones cotidianas; en virtud de que este concepto coincide con la misión de la empresa, basada en tres compromisos:

1. Con nuestros empleados, fomentando la honestidad, responsabilidad y productividad.
2. Con nuestros clientes, ofreciendo productos de calidad.
3. Con la naturaleza, por que cuidándola esta nos permite lograr nuestros obeitivos.

C.P. Diego Ley López
Director General

Jugos Del Valle

Jugos Del Valle es una empresa socialmente responsable que actúa con pasión y responsabilidad para generar valor a consumidores, colaboradores, socios de negocio, accionistas y a la comunidad. A través de la FUNDACION GRUPO DEL VALLE se ayuda a personas indigentes de todas edades y condiciones mejorando así su calidad de vida y apoyando activamente a nuestra sociedad”.

Lic. Roberto Albarrán Campillo
Presidente de JDV

Diconsa

De nada sirve alcanzar la eficiencia operativa y financiera, si no cumplimos con nuestro objetivo social; por ello, nuestro trabajo contempla de manera permanente, el ser una empresa sana y eficiente, asegurando al mismo tiempo que los productos básicos y complementarios estén en la mesa de quienes más lo necesitan a precios que transfieran un margen de ahorro.

Ing. Ramón Zamanillo Pérez
Director General

Grupo de Oro

Nuestra colaboración permitirá ser partícipes del progreso de la sociedad mexicana, como un organismo social en constante interacción con sus miembros, comprometidos con el fortalecimiento y desarrollo de la sociedad, respetando su entorno natural.

German Oteiza Figaredo
Presidente de Grupo de Oro

Grupo XCARET

“Queremos ser un ejemplo en lo que nos marca nuestra Misión: ser protagonistas de importancia en la asesoría, diseño, desarrollo, operación y comercialización de parques naturales sustentables. Pero también queremos ser un modelo de compromiso y apoyo a nuestra sociedad. Esa es nuestra vocación y nos llena de orgullo el contribuir a hacer de nuestro México un mejor y más digno lugar para vivir.”

Miguel Quintana Pali
Presidente y Director General

XEL-HÁ

Creo firmemente en las Empresas Socialmente Responsables y espero que muchos empresarios, que muchos mexicanos se unan en una misión de responsabilidad social porque podemos sacar adelante al país con esta visión.

Francisco Córdova Lira
Director Ejecutivo.

Garrafón Isla Mujeres

Yo creo que cualquier ser humano se puede sentir satisfecho si hace el bien, pero si aparte de hacer el bien, tu negocio se vuelve importante, pues se debe hacer con más convicción.

Francisco Córdova Lira
Director Ejecutivo

GE, Corporate

"Para mi la Responsabilidad Social va más allá del compromiso corporativo, es un compromiso personal"

Ing. Edmundo Vallejo Venegas
Presidente y CEO GE Latinoamérica

Grupo Zapata

La responsabilidad de Grupo Zapata se manifiesta en su compromiso social de contribuir con el bienestar y el mejoramiento de la calidad de vida de nuestro personal, sus familias y el entorno de nuestra comunidad, en donde tengamos presencia, a nivel nacional e internacional.

Irazema Zapata
Directora General

Arancia Industrial

"Hemos basado esta acción en dos columnas vertebrales, por un lado en una cultura de valores y por otra, en una de efectividad. Es por ello, que para Arancia Industrial ser reconocidos en nuestro esfuerzo significa fortalecer aún más nuestro propósito de elevar el concepto de filantropía a un proceso mucho más organizado que es el de mejora continua, tanto en los ámbitos de responsabilidad social como en nuestro que hacer empresarial cotidiano".

Ing. Ignacio Aranguren Castiello
Director General

Interprotección, Agente de Seguros y Fianzas

"Impulsar las acciones necesarias dentro de nuestra empresa, para crear una conciencia colectiva sobre la problemática social económica y política que caracterizan a nuestro País; buscando disminuir las brechas de desigualdad con acciones concretas e impactos cuantificables."

Francisco Xavier Casanueva
Director General



Manpower México y Centro América

En Manpower tenemos claro que la persona es el eje del desarrollo en la familia, en el trabajo, en la sociedad. En Manpower el ser incluyente es parte de nuestra forma de pensar y de vivir en el cambiante mundo laboral, por lo que toda persona tiene derecho a tener oportunidades.

Jorge Pérez Izquierdo

Director General

México y Centro América

Compañía Mexicana de Aviación

"Cuidamos nuestra relación con la comunidad y el Medio Ambiente, concientes de que trascendemos en la vida de las personas que se relacionan con nuestro negocio"

Lic. Emilio Romano

Director General

Monex

"La Responsabilidad Social Empresarial es una estrategia para alcanzar la excelencia en el negocio impactando positivamente a nuestros grupos de interés"

Héctor Lagos Dondé

Presidente y Director General

Agrícola Chaparral

Es el cambio de conciencia, basado en la retribución intelectual, social y de negocios, donde los vértices que sirven de base en su desarrollo se encaminan al compromiso con una nueva cultura de valores que impulsan la competitividad responsable, haciendo de las actividades diarias de nuestra empresa puntos neutrales en la calidad de vida de las personas, su desarrollo humano y el cuidado y preservación del entorno ambiental, e invirtiendo todos estos recursos, talentos y tiempo en la búsqueda del bienestar de nuestra empresa, nuestras comunidades y nuestro país.

Lic. Sergio Raul Esquer Peiro

Director General

Soluciones Dinámicas

La oportunidad de interactuar con un gran número de personas con diversidades sociales, económicas y culturales nos da la sensibilidad y el compromiso a la acción, entendiendo como primera tarea la excelencia en el servicio y al mismo tiempo compartir con la sociedad nuestras experiencias, conocimientos y recursos que nos ayudan a ser mejores personas.

Lic. Aida Rojo Zazueta

Directora General

Hipotecaria Crédito y Casa

"Responsabilidad Social es una manera de hacer negocios; es cambiar el concepto de empresa de generadora de riqueza a generadora de bienestar"

José Ignacio De Nicolás Gutiérrez

Presidente de Consejo

Dolphin Discovery

La responsabilidad social nos ha permitido consolidar nuestra misión, fortalecer nuestra integridad empresarial y trascender a todos nuestros grupos de interés en la sociedad de la que somos parte, siempre regidos por principios universales y valores éticos.

Eduardo Albor Villanueva
Director General

Tecnológico de Monterrey Campus Estado de México

Refrendar diariamente nuestro compromiso con la comunidad, teniendo presente en el trabajo cotidiano, que los crecientes problemas que afectan a nuestro país son también nuestros, y debemos contribuir a su resolución con nuestra principal fortaleza: la formación de personas comprometidas con el desarrollo y cuidado de los ámbitos social, ecológico, político, económico y cultural.

Dr. Pedro Grasa Soler
Director General

ING

"La responsabilidad social está en el corazón de nuestra filosofía y de nuestra estrategia de negocios. En México, como en el resto del mundo, entendemos nuestra responsabilidad social de manera amplia e incluyente, y por ello tenemos un pleno compromiso con nuestros clientes, accionistas, colaboradores, socios y proveedores, y con la comunidad en general. Este compromiso es el fundamento de nuestro crecimiento sostenido y está basado en el respeto, la confianza y el respaldo a iniciativas que impulsen el desarrollo humano".

Carlos Muriel nuestro
Presidente y CEO:

Productos Medix

"Nuestra responsabilidad social camina de la mano con el compromiso de procurar salud a la población en general. Somos conscientes de las necesidades de la sociedad, por lo que nos preocupamos por otorgar beneficios a los grupos más necesitados dentro de nuestro ámbito de acción."

Lic. Julio Hoth y Alatríste
Director General

Seguros Monterrey New York Life

La responsabilidad social es buscar día con día cumplir los compromisos con su gente, clientes y la comunidad.

Sr. William Carlin Beaty Whittaker
Director General

Grupo Via Delphi

"Falta compromiso empresarial, porque tenemos que mejorar el entorno: con educación, justicia, y ética, cuidando el ambiente con generosidad; entre mejores consumidores sean nuestros 100 millones de habitantes, más dinero vamos a ganar todos. Si seguimos pensando 'me voy a hacer rico aunque haga pobre al otro' vamos por mal camino. Por el contrario, debemos hacer a todos grandes consumidores: mujeres y hombres realizados, porque así se genera muchas más riquezas para todos."

Francisco Córdova Lira

Director General

Tecnológico de Monterrey Campus Monterrey

Es parte de la misión del Tecnológico de Monterrey formar ciudadanos comprometidos con el desarrollo de su comunidad. La responsabilidad social es un valor fundamental en la formación de personas que interactúen con su sociedad y se preocupen por mejorarla. La responsabilidad social brinda a nuestros alumnos una sensibilidad que los hará líderes dinámicos y preocupados por su comunidad.

Dr. Alberto Bustani Adem

Rector Zona Metropolitana

SICREA

Crear negocios productivos, ofreciendo consistentemente productos y servicios competitivos, en un marco de calidad, equidad y responsabilidad social.

C.P. Jesús Carrera Ramirez

Director General

Shell México

"Shell contribuye al desarrollo sustentable ayudando a enfrentar el reto global del sector energético; cuidando el desempeño ambiental de sus operaciones y tomando medidas concretas en material de desempeño social.

Corenelis van der Bom

Presidente

Microsoft México

"En 2006 cumpliremos 20 años de operaciones en México, durante los cuales hemos sido una organización responsable dentro de la industria de Tecnologías de la Información, trabajando con el objetivo de cumplir nuestra misión: habilitar a las personas y negocios para que desarrollen su máximo potencial, contribuyendo al bienestar social y económico de nuestro país".

Felipe Sánchez

Director General

UBS AG de Zurich y Basilea

Para UBS AG, miembro de la comunidad financiera mexicana, la responsabilidad social corporativa es parte importante de nuestra identidad y modelo de negocio; ya que procuramos el bienestar y la prosperidad de las comunidades de las que somos parte.

Mr. Robert Bernhard Kaech Weber

Director General

IMPLEMENTACION DE LA RSE



Prohibida la reproducción parcial o total sin autorización escrita del autor y el Cemefi, A.C. y sin hacer mención de la fuente.
MR Derechos Reservados

¹⁹ Instrumento avalado por AliARSE, desarrollado por Carlos Ludlow (USEM), Gustavo De la Torre (AVAL) y Juan Felipe Cajiga (Cemefi). 2004

Reconocer, asumir y expresar la Responsabilidad Social Empresarial como componente indispensable de la competitividad sustentable de la empresa.

1. Definir el interés organizacional en Responsabilidad Social en términos de valor agregado a todas las partes interesadas.*
2. Dirección de asuntos: La empresa identifica y monitorea los temas sociales, éticos y ambientales importantes para sus operaciones y reputación.
3. Determinar objetivos específicos del ejercicio de la Responsabilidad Social de la Empresa.
4. Desarrollar y difundir Mandato Ético y el Compromiso de la empresa. (principios, código, líneas de acción)
5. **Liderazgo***: Construir soporte directivo. (formación y coordinación): Los altos directivos y ejecutivos de la empresa demuestran su compromiso, respaldo y participación en los esfuerzos de responsabilidad social.

Observaciones:

¹⁹ Instrumento avalado por AliaRSE, desarrollado por Carlos Ludlow (USEM), Gustavo De la Torre (AVAL) y Juan Felipe Cajiga (CemeFi), 2004

Diagnóstico del cumplimiento de la Responsabilidad Social Empresarial en sus dimensiones económica, social y ambiental en su contexto interno y externo.

A la luz del **mandato ético**, identificar la capacidad potencial y congruencia de la empresa para maximizar sustentablemente el valor agregado (económico, social, cultural, etc.) en los ámbitos de:

1. Gestión empresarial
2. Calidad de vida de la empresa
3. Vinculación e impacto en la comunidad
4. Cuidado y preservación del medioambiente

Observaciones:

Planeación

1. **Estrategia*** : La empresa desarrolla un plan estratégico para sus programas sociales internos y externos, basados en una visión y compromiso compartido entre los temas, expectativas y metas tanto de su negocio como de la comunidad en la que opera.
2. Determinar metas y alcances específicos
3. Desarrollar políticas y programas clave
4. Presupuestar recursos
5. Asignar responsables
6. Definición de indicadores
7. Establecer mecanismos de seguimiento y control

Observaciones:

Instrumentación

1. Formación e involucramiento de toda la organización.
2. **Infraestructura***: La empresa incorpora sistemas y políticas que dan soporte, comunican e institucionalizan los objetivos de responsabilidad social.
3. Asignar responsables con autoridad para el seguimiento de políticas y programas.
4. Reglamento de estímulos y sanciones.
5. Involucrar a los grupos de relación o **construcción de relaciones***: La dirección de la empresa reconoce que, construir y mantener relaciones de confianza y diálogo con la comunidad y los principales grupos de relación, es un componente crítico de estrategia y operación.
6. **Seguimiento***: Todos los niveles de la empresa tienen una función y responsabilidades específicas para alcanzar los objetivos de responsabilidad social planteados.
7. **Medición de avances***: Para poder ser efectiva en la práctica de su Responsabilidad Social Empresarial, cada empresa debe establecer un proceso externo de evaluación de sus estrategias, programas y actividades de responsabilidad social en los cuatro ámbitos de la Responsabilidad Social Empresarial y su impacto tanto en el negocio como en la comunidad. Debe perfilar sus indicadores y establecer sus rutinas de revisión y consecuente retroalimentación a sus programas y proyectos en cada uno de los ámbitos estratégicos de la Responsabilidad Social.

Observaciones:

<hr/> <hr/> <hr/>

Difusión interna y externa

1. Difusión pública del compromiso
2. Reporte público (rendición de cuentas)
3. Retroalimentación de las partes interesadas
4. Eventos y reconocimientos

Observaciones:

<hr/> <hr/> <hr/>

Mejora Continua *

1. Estadística y Análisis de los resultados
2. Diagnóstico y benchmarking a la luz de lineamientos
3. Reconocimientos: Premios, distintivos, certificados que la comparen con otras organizaciones, identificar, compartir y adoptar Mejores Prácticas
4. Determinación de áreas de oportunidad.
5. Ajuste de metas y programas.

Observaciones:

<hr/> <hr/> <hr/>

Repetición

1. Crear alianzas estratégicas para apoyar proyectos a gran escala.
2. Fortalecer la infraestructura para apoyar los esfuerzos de repercusión.
3. Integrar las actividades de Responsabilidad Social Empresarial con las prácticas comerciales habituales.
4. Compartir las mejores prácticas de Responsabilidad Social Empresarial con otras operaciones de la empresa.
5. Expandir el programa de Responsabilidad Social Empresarial con el objetivo de abarcar nuevos conjuntos de actividades

Observaciones:

** Prácticas o estándares de excelencia en el desempeño socialmente responsable de una empresa.*



Su empresa ha realizado...

1. Identificación de los motivadores internos y externos en cuanto a la adopción y al ejercicio de la RSE

Observaciones:

2. Análisis de los sistemas y procedimientos actuales:

a. Mapeo de

- i. Los temas
- ii. De grupos de relación clave,
- iii. De funciones y áreas vinculadas con la RS dentro de la empresa

b. Opciones estructurales para organizar su RSE

c. Funciones y Personal responsable

d. Presupuestos

Observaciones:

3. Organización formal de responsabilidad social empresarial (RSE)

a. Su empresa cuenta con un diseño, políticas y procedimientos para el funcionamiento de su gobierno corporativo y planeación estratégica

b. Su empresa ha creado una organización ormal para normar, vigilar, difundir y evaluar la RSE.

c. La administración asigna un presupuesto suficiente para el cumplimiento de los programas autorizados para el el cumplimiento de la RSE.

d. Presupuestos

Observaciones:



4. Difusión interna y externa

- a. Difusión interna y externa de su código de conducta y programas, políticas y procedimientos relativos a la RSE.
- b. Se emplean todos los medios y oportunidades a su alcance para sensibilizar a las partes interesadas respecto a su filosofía de RSE.
- c. El presupuesto asignado para la difusión interna y externa de RSE permite cumplir con su cometido.
- d. Existe dentro de su página en el Internet un capítulo específico para que los interesados consulten la filosofía de la empresa respecto a RSE.
- e. Se garantiza la apertura a la retroalimentación de las partes relacionadas con la RSE.
- f. Existe una política de información clara que establezca los límites de transparencia y confidencialidad para funcionarios y empleados.
- g. Reporta públicamente sus resultados.

Observaciones:

5 Medición y supervisión del cumplimiento

- a. La empresa ha desarrollado o adoptado alguna metodología de medición del cumplimiento de RSE. (Mide sistemáticamente su aplicación)
- b. Se mantienen indicadores de gestión de RSE actualizados.
- c. Evalúa periódicamente su desempeño
- d. Involucra a sus grupos de relación
- e. Realiza la empresa benchmarking interno y externo de sus avances en programas políticas y procedimientos de RSE.
- f. Mantiene la empresa estadísticas y bases de datos relativos al cumplimiento de su RSE.
- g. Participa la empresa en programas de premios y reconocimientos públicos o certificación en RSE.

Observaciones:

6. Mejora continua

- a. Se tiene algún procedimiento o fuente confiable para la investigación de mejores prácticas de RSE.
- b. Se realizan estudios de posicionamiento periódico de RSE actual contra las metas establecidas en su planeación estratégica.
- c. La empresa favorece la participación de sus miembros en foros de RSE.
- d. Existen planes, etapas y metas para llevar a cabo una estrategia de cambio respecto a RSE.
- e. Se cuenta con programas participativos para la obtención de recomendaciones y sugerencias para el cambio de políticas relacionadas con la RSE.
- f. La dirección de la empresa mantiene un plan de revisión periódica del cumplimiento de los indicadores de gestión de RSE.
- g. Se han establecido reglamentos o procedimientos claros para el otorgamiento de incentivos y sanciones por el cumplimiento o incumplimiento del código de conducta

Observaciones:

GRUPO DE INTERES	PRINCIPALES EXPECTATIVAS
<hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>	<hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>

Notas

Matriz de acciones de RSE con valor agregado

INDICADORES DE EXITO EMPRESARIAL	ETICA EMPRESARIAL (EE)				Impacto +
	+	- Inversión			
					Grupo de Interés 1:
					Grupo de Interés 2:
					Grupo de Interés 3:
					Grupo de Interés 4:
					Principales expectativas

GRUPO DE INTERES	PRINCIPALES EXPECTATIVAS

Notas

Matriz de acciones de RSE con valor agregado

INDICADORES DE ÉXITO EMPRESARIAL	VINCULACIÓN CON LA COMUNIDAD (CV)				Impacto +
	- Inversión				
					Grupo de Interés 1:
					Grupo de Interés 2:
					Grupo de Interés 3:
					Grupo de Interés 4:
					Principales expectativas

GRUPO DE INTERES	PRINCIPALES EXPECTATIVAS

Notas

Matriz de acciones de RSE con valor agregado

INDICADORES DE EXITO EMPRESARIAL		MEDIOAMBIENTE (MA)				Principales expectativas	Grupo de Interés 1:	Grupo de Interés 2:	Grupo de Interés 3:	Grupo de Interés 4:
		+			- Inversión					

GRUPO DE INTERES	PRINCIPALES EXPECTATIVAS

Notas

MEJORES PRACTICAS

2005	2004	2003	2002	2001
"Seguridad en Plantas" de Cemex México Cuidado y preservación del Medio Ambiente.	"HP promoviendo una conciencia ambiental" de Hewlett-Packard México Cuidado y Preservación del Medio Ambiente	"Ciclo de Desarrollo Comunitario de Naica, Chihuahua" de Compañía Fresnillo, Unidad Naica Cuidado y Preservación del Medio Ambiente	"Programa de Eficiencia Ambiental" de Grupo Apasco Cuidado y Preservación del Medio Ambiente	"Centro de capacitación agroforestal" de Cementos Apasco Vinculación con la Comunidad
Reconocición de Envases Vacíos de Plásticos" De Agronegocios del Norte Cuidado y preservación del Medio Ambiente.	"Materias Primas Alternas" de Cemex México Cuidado y Preservación del Medio Ambiente	"Comité Pro Desarrollo Zacazonapan" de Minera Trizapa Cuidado y Preservación del Medio Ambiente	"Internet en mi Biblioteca" De Microsoft México Vinculación con la Comunidad	"Construimos sus sueños" de Danone Comunidad
"Implementación del Modelo de Equidad de Género" de Janssen-Cilag Principios del Pacto Mundial	"Pasión por vencer" de British American Tobacco Calidad de Vida en la Empresa	"Reporte Social" de British American Tobacco Vinculación con la Comunidad	"Programa de Donativos" "Farmacia para Pacientes" de Janssen-Cilag Vinculación con la Comunidad	"Disminución en la generación de residuos" de Janssen-Cilag Cuidado y Preservación del Medio Ambiente
"Programa de Educación para los trabajadores de Odra de Homex Principios del Pacto Mundial	"Programa 0.5/10" de General Electric Calidad de Vida en la Empresa	"Caminemos Juntos" de Manpower Calidad de Vida en la Empresa	"Jefe Responsable" Desarrollo Potencial de personal de Grupo Birbo Calidad de Vida en la Empresa	"Empleado Apasionado" de Janssen-Cilag Calidad de vida en la empresa
"FLORECE" de COINAINTA Principios del Pacto Mundial	"Enfoque Holístico" De Minera Penmont Calidad de Vida en la Empresa	"Organización de Alto Desempeño Química del Rey Calidad de Vida en la Empresa	"Jefe Responsable" Desarrollo Potencial de personal de Grupo Birbo Calidad de Vida en la Empresa	"Modelo de autodesarrollo y promoción comunitaria" de Servicios Industriales Peñoles Desarrollo Comunitario
"Con y por la gente lo hacemos posible" de Hewlett-Packard Principios del Pacto Mundial	"Momas del Carmen" Janssen-Cilag Vinculación con la Comunidad	"Global Volunteer Action Fund" Amex de México Vinculación con la Comunidad		
"Mejorando Nuestra Calidad de Vida" De Financiera Independencia Calidad de Vida en la Empresa	"365 Días Detectando Gtaucoms" de Merck Sharp & Dohme Vinculación con la Comunidad	"Proyecto Nutrida" de Philip Morris de México Vinculación con la Comunidad		
"Orgullosamente Manpower" De Manpower Calidad de Vida en la Empresa	"Brigada Alimentados" de Philip Morris-Cigatam Vinculación con la Comunidad	"Tu Caté ayuda a la niñez" de Financiera Independencia Vinculación con la Comunidad		
"Inversión Patrimonial de Empleados" de Merck Sharp & Dohme Calidad de Vida en la Empresa	"Patrimonio Hoy" de Cemex México Vinculación con la Comunidad	"Conocimiento y atención de personas con VIH-SIDA" de Merck Sharp and Dohme Vinculación con la Comunidad		
"Sistema de Calidad de Vida" De CCM Empresa	Planta Tecate Calidad de Vida en la Empresa	"Centros Comunitarios de Aprendizaje" de Hewlett Packard de México Vinculación con la Comunidad		
"Universidad Interactiva" De Intereramic Calidad de Vida en la Empresa				
"Centro de Desarrollo Comunitario La Ceiba Chermuyil, Q. Roo" de Xelha Vinculación con la comunidad				
De la Cabeza al Corazón" de Armsstrong Laboratorios Vinculación con la Comunidad				
"Elige Ayudar" De American Express Vinculación con la Comunidad				
"Elige Escuchar" De Mixup Vinculación con la Comunidad				
"Desarrolla" De Holcim Apasco Vinculación con la Comunidad				

CUIDADO Y PRESERVACION DEL MEDIO AMBIENTE

“Seguridad en Planta” de Cemex México S.A. de C.V.

Número total de personas que se benefician con la práctica: 3500.

Descripción de la práctica: La práctica consiste en asegurar que el personal trabaje bajo condiciones seguras y que estos beneficios lleguen a las familias de los mismos. CLARITY. Programa interactivo de capacitación en seguridad: es un curso interactivo de temas clave sobre seguridad el cual es impartido mediante una plataforma de trabajo on line que se ha instaurado en las 14 plantas de cemento con la finalidad de prevenir y contrarrestar los accidentes.

SAFE START. Es un programa de concientización que le enseña al empleado como evitar el comportamiento que causa descuidos, los cuales pueden tener consecuencias negativas para la salud y seguridad del mismo.

Promoción de la seguridad: concurso de dibujo infantil: programa de promoción de la seguridad para concientización y motivación a observar las reglas y procedimientos de seguridad. Involucra a los hijos de nuestros trabajadores, lo que lleva nuestra filosofía de seguridad más allá de nuestros espacios de trabajo.

Excelencia en seguridad: programa instaurado con el fin de lograr la participación de todos los trabajadores en la identificación y eliminación de condiciones de riesgo, así como fomentar y reforzar la cultura de seguridad en las plantas.

“Recolección de Envases Vacíos de Plaguicidas” de Nueva Agroindustrias del Norte, S.A. de C.V.

Número total de personas que se benefician con la práctica: Beneficiadas directamente a 22,790, impacta a 43,478 personas en general.

Descripción de la Práctica: Agroindustrias del Norte mediante la práctica de “Recolección de envases vacíos de plaguicidas” tiene como objetivo contribuir con el cuidado y preservación del medio ambiente, promoviendo el desarrollo saludable de las comunidades agrícolas de nuestra zona de influencia, mediante la capacitación y culturización sobre el buen uso y manejo de plaguicidas a agricultores, técnicos, fumigadores, campesinos, trabajadores sociales, jornaleros y sus familias, haciendo hincapié en la perforación de los envases para evitar su re-uso y recolectándolos para su reciclaje mediante procesos que preserven y cuiden el medio ambiente.

PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL

“Implementación del Modelo de Equidad de Género” de Janssen-Cilag S.A. de C.V.

Número total de personas que se benefician con la práctica: 1164

Descripción de la Práctica: Actualmente, estamos en fase de documentación de prácticas y actualización de políticas y procedimientos, para la obtención del distintivo en el 2006. El objetivo que nuestra compañía busca con la implementación de esta práctica es generar igualdad de oportunidades para tod@s l@s emplead@s de la empresa. Las etapas que se están considerando para este proceso son:

- Conformación y capacitación del Comité de Equidad de Género en el modelo
- Diagnóstico de la situación actual
- Sensibilización de los emplead@s
- Implementación continua del Modelo Equidad de Género

“Programa de educación para los trabajadores de obra” de Homex Administradora Picsa S.A. de C.V.

Número total de personas que se benefician con la práctica: Ha beneficiado a 1860 Trabajadores contando hoy día con 900 estudiantes y 820 graduados.

Descripción de la Práctica: En Homex sabemos que el éxito de una empresa depende en gran parte de las personas que integren su equipo de trabajo, es por esta razón que fue creado el comité de Bienestar del Personal; conformado por trabajadores de las diferentes áreas, es así como se atienden las peticiones y se hacen las propuestas de los empleados para mejorar el ambiente laboral; una de las propuestas de dicho comité es eliminar el rezago educativo dentro de la organización acentuado en el personal de obra, en base a esto surge el programa de Educación para los trabajadores de Homex. En el mes de Julio del año 2003, nace este programa en nuestra empresa con el objetivo de contribuir a eliminar el rezago educativo de nuestro país, en convenio con el Instituto Nacional para la Educación de los Adultos (INEA), Homex pone en marcha el primer punto de encuentro de estudio en el Fraccionamiento Chulavista de la ciudad de Culiacán Sinaloa, es así como inicia el proyecto mas ambicioso, con el firme compromiso de hacer que todos los lugares donde la empresa tenga un desarrollo en proceso de construcción, cuente con al menos un punto de encuentro de estudio, dos años después de hacer este compromiso podemos decir que hemos cumplido.

“FLORECE”

de Consejo Nacional de la Industria Tabacalera CONAINTA

Número total de personas que se benefician con la práctica: Aproximadamente 3,179 niños y niñas durante los 4 años del programa.

Descripción de la Práctica: FLORECE fue creado con el objeto de contribuir a eliminar el uso de mano de obra infantil en los campos tabacaleros. Es un programa que ofrece a los jornaleros, que son padres y madres de familia, los centros FLORECE, un espacio donde sus hijos reciben alimentación, educación, salud y actividades de esparcimiento, piedras angulares para un adecuado desarrollo infantil. Para los trabajadores representa la oportunidad de contar con un mejor nivel educativo y cultural, generando un cambio de actitud en nuestro personal. El reconocimiento de autoridades educativas y de gobierno. Representa una oportunidad de contar con ciudadanos mas educados con mayor autoestima.

“Con y por la gente lo hacemos posible”

de Hewlett-Packard México

Número total de personas que se benefician con la práctica: La comunidad en general y 3000 empleados.

Descripción de la Práctica: Dar prioridad al ser humano y ofrecer una participación activa y comprometida hacia la comunidad en donde operan. HP desde su fundación ha compartido el éxito de la Compañía con sus empleados, ofreciéndoles oportunidades de empleo basado en el desempeño y un entorno laboral seguro, interesante e incluyente que los valore como personas; en donde existan oportunidades de desarrollo y crecimiento tanto personal como laboral y que les permita obtener un sentido de satisfacción y logro en sus tareas.

CALIDAD DE VIDA EN LA EMPRESA

“Mejorando Nuestra Calidad de Vida”

de Financiera Independencia

Número total de personas que se benefician con la práctica: 3700 empleados y sus familias.

Descripción de la práctica: Actividades organizadas por la empresa, destinadas a: Cuidado de la salud de empleados y su familia; Educación y prevención de enfermedades; Mejorar el clima laboral; Mejorar y proteger el entorno, como lugares de trabajo y ciudades donde la empresa tiene presencia. Detección de problemas de salud; Prevención y Educación en la salud; Mayor integración entre áreas; mayor sentido de pertenencia. Los beneficios del programa se hacen extensivos a los familiares de nuestro personal, quienes participan en las revisiones y en las pláticas acerca del cuidado de la salud. Mejoramos y llevamos a cabo acciones en materia de Protección al Medio Ambiente de las 63 localidades en donde la empresa tiene presencia.



“Orgullosamente Manpower” de Manpower

Número total de personas que se benefician con la práctica: Es de 45,300 personas en la República Mexicana.

Descripción de la práctica: Motivar a los empleados temporales y staff por medio de un programa que les dé beneficios personales y laborales a través de:

- Descuentos en establecimientos médicos, educativos, recreativos, restaurantes, tiendas de conveniencia, etc.
- Reconocimientos al compromiso
- Las promociones son vigentes en la mayoría de los casos por un año.
- Cada cuatrimestre se entrega a los trabajadores MANPOWER un folleto de los descuentos vigentes con los establecimientos afiliados para ese período. Se agregan cada período más establecimientos en diversas partes de la República.

“Inversión Patrimonial de Empleados”

Merck Sharp & Dohme

Número total de personas que se benefician con la práctica: 1300 empleados de MSD y sus familias.

Descripción de la práctica: MSD, conciente del reto que representan los planes de pensión y jubilación en México y previendo las necesidades futuras de sus empleados, desarrolló un programa denominado Inversión Patrimonial de Empleados (IPE) cuyo objetivo es promover y contribuir con los empleados de la empresa a generar un patrimonio de retiro que les permita mantener la calidad y nivel de vida durante esta etapa de su vida, el retiro.

Dicho plan consiste en:

Primero, generar conciencia entre los empleados sobre la importancia de planear su futuro y prever las condiciones necesarias para el retiro que cada empleado desea.

Segundo, ofrecer la información sobre la regulación vigente.

Tercero, motivar el ahorro personal y voluntario de los empleados a través de contribuir en una relación uno a uno para incrementar este ahorro para su retiro.

Los beneficios de este programa se suman a los de ley lo que multiplica de manera muy importante la inversión de los empleados en su futuro y se considera un elemento vital que trasciende a la vida laboral.

**“Sistema de Calidad de Vida Planta Tecate”
de Cervecería Cuauhtémoc Moctezuma**

Número total de personas que se benefician con la práctica: 1900 personas.

Descripción de la Práctica: En Cervecería Cuauhtémoc Moctezuma Planta Tecate entendemos la responsabilidad social como el compromiso integral que tenemos con todo lo que nos rodea y con la preservación del medio ambiente, empezando por nuestros colaboradores y sus familias, la comunidad en donde operamos. Es por ello que a través del Sistema de Calidad de Vida que tienen establecido desde el año 2001, buscan promover el desarrollo integral del socio y su familia, para contribuir a mejorar su satisfacción, motivación, salud y bienestar, bajo el lema de Respeto, desarrollo integral y excelencia del personal. A través de 65 distintas actividades, concentradas en 8 áreas como son: espíritu, familia, sociedad, físico, emocional, económico, laboral y cultural, Cervecería Cuauhtémoc Moctezuma Planta Tecate busca mejorar las condiciones de vida de sus 400 socios y de los 1,500 familiares de éstos, además de generar entre ellos conciencia para transmitir sus potencialidades hacia su entorno y las comunidades en donde se desenvuelven, con acciones como ética, honestidad y corresponsabilidad.

**“Universidad Interactiva Interceramic”
de Interceramic**

Número total de personas que se benefician con la práctica:

Descripción de la práctica La Universidad Interactiva Interceramic es una herramienta electrónica (LMS learning management system) que tiene como objetivo los siguientes:

Empresa	Colaboradores
Administrar la capacitación del personal	Facilidad de autocapacitación
Incrementar las horas de capacitación y reducir el costo por hora	Acceso a cualquier hora desde cualquier acceso a Internet
Llegar a mas lugares físicos en menos tiempo –CAPACITACIÓN E INFORMACIÓN AL MOMENTO	Capacitación a su propio ritmo
	Plan de capacitación personalizado

Brinda a nuestros colaboradores una opción de desarrollo sencilla para crecer profesionalmente y mantenerse actualizado. Actualmente contamos con 1603 usuarios, distribuidos de la siguiente manera: 885 en Franquicias, 344 en Plantas México y 374 en Plantas EUA.

Nuestra dispersión geográfica nos obliga a implementar innovadores esquemas aprovechando la tecnología. Por medio de ella podemos estar presentes en cada uno de nuestros más de 200 puntos de venta y reducir el problema más común en RETAIL “alta rotación” y falta de capacitación. También nos ha permitido tener un parámetro de medición de la capacitación que ligado al desempeño para identificar a nuestros mejores colaboradores y reconocerlos a través de nuestros programas, ha generado compromiso y motivación para el logro de los objetivos.



VINCULACION CON LA COMUNIDAD

“Centro de Desarrollo Comunitario La Ceiba, en Ciudad Chemuyil, Q. Roo” de Xel Há

Número total de personas que se benefician con la práctica:

Descripción de la práctica: El parque Xel-Há apoya desde hace 8 años el reordenamiento urbano de Ciudad Chemuyil, poblado de apoyo que inició con la construcción de casas de interés social sin calles pavimentadas ni servicios urbanos completos. Cuando Grupo Xcaret comienza a operar el parque Xel-Há al obtener la concesión del gobierno del estado de Quintana Roo, el director ejecutivo observa las deplorables condiciones de vida de las personas que vivían en Ciudad Chemuyil y que representaban en ese momento el 60% de los colaboradores del parque. Ante esta necesidad se decide apoyar financieramente y gestionar ante las instancias gubernamentales para dotar de servicios básicos a esta comunidad como aulas para preescolar, primaria y tele secundaria, espacios deportivos, recoja de basura, planta de tratamiento de aguas negras y jardinería, además de establecer un Centro de Desarrollo Comunitario llamado La Ceiba, multifuncional que ofrece actividades educativas (educación abierta para niños y adultos) servicios de salud (consulta de medicina general y campañas de salud reproductiva, desparasitación y vacunación), biblioteca y centro de reunión para los alcohólicos anónimos de la comunidad. Además lleva programas culturales de intercambio y eventos deportivos. Durante 2005 se construye el segundo piso de La Ceiba, y ésta pasará a ser un centro de desarrollo y plaza comunitaria, con lo que ampliará su oferta y recibirá infraestructura digital para mejorar los servicios que proporciona a la comunidad. Con la firma del convenio con el Instituto Estatal de Educación de los Adultos (Ilea), en diciembre de 2004, los habitantes de Ciudad Chemuyil podrán concluir sus estudios de primaria, secundaria y preparatoria, y en un futuro próximo tendrán la posibilidad de cursar una carrera profesional a distancia de acuerdo con las características del mercado laboral de la Riviera Maya, ya que esta misma red se encuentra incorporada al Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey (TEC de Monterrey). El compromiso por parte del Ilea es proporcionar el equipo y material; por parte de Xel-Há será acondicionar las instalaciones, el mobiliario, dar mantenimiento al equipo y la presencia de asesores.

“De la cabeza al corazón” de Armstrong Laboratorios

Número total de personas que se benefician con la práctica:

Descripción de la Práctica: La ética al servicio de la salud es el principio fundamental de Armstrong Laboratorios de México, SA de CV, y bajo éste se han logrado coadyuvar al desarrollo y en la salud de 12 mil 350 personas que habitan en los Altos de Chiapas.

Para alcanzar estas metas, se colabora de forma continua y consistente con distintas organizaciones e instituciones, como Fundación Chi A y Grupo para Promover el Desarrollo Sustentable A.C., a las que nos une la conciencia de preservación de la calidad de vida en el ser humano.

El Impacto Social de la Práctica arrojó los siguientes resultados:

- 12 mil 350 indígenas atendidos con el Programa de Despiojización;
- La construcción del Centro de Desarrollo Alternativo, que se utiliza para cursos de capacitación en desarrollo sustentable, replicando conocimientos en acciones como la construcción de piso compactado, lo que evita enfermedades gastrointestinales entre los habitantes; la atención de problemas de salud y rezago con las comunidades indígenas de Tapalapa, Pantepec y San Cristóbal de las Casas, interactuando y respetando creencias y tradiciones, llevándoles herramientas que mejores su calidad de vida, ha sido una gran experiencia para la gente de Armstrong Laboratorios de México, pues en estas acciones devuelven a la sociedad, sobre todo a la de más escasos recursos, parte de lo que ella nos otorga, además de descubrir en la responsabilidad social una forma de crecimiento y desarrollo.

“Elige Ayudar “ de American Express

Número de personas que se benefician con la práctica:

Descripción de la práctica: Elige Ayudar: responde a uno de los valores corporativos de American Express:

Ser buenos ciudadanos en la comunidad donde vivimos y trabajamos:

- Elige Ayudar es complemento al programa filantrópico corporativo externo.
- Programa diseñado y desarrollado por el área de Asuntos Corporativos y Comunicación.

Reto de la Práctica: Crear un programa que fuera continuo, eficiente en costos y ligado a Educación que ofreciera diversidad de actividades a lo largo del año con una inversión mínima de recursos e infraestructura.

- Elige Ayudar se crea con el objetivo de involucrar a los empleados en:
- Toma de decisiones del destino de los donativos
- Participación de los empleados en actividades de voluntariado
- En 2003 se condujeron estudios cualitativos y cuantitativos
- 73% deseaba apoyar proyectos relacionados con EDUCACION



**“¡OYE! TU QUE OYES ayuda a educar a un niño sordo”
de Mixup**

Número total de personas que se benefician

Descripción de la práctica: La campaña tiene un efecto multiplicador ya que localmente se atienden a 188 alumnos y sus padres que se encuentran en el IPPLIAP (Instituto Pedagógico para Problemas del Lenguaje I.A.P) que se ven directamente beneficiados, sin embargo, a nivel nacional con el programa se capacitaron a 240 maestros de niños sordos que atienden un número indeterminado de niños en las localidades de donde provienen. En un rato más te daremos la cifra exacta.

**“DesarrollaT”
de Holcim Apasco**

Número de personas que se benefician con la práctica: Del año 2002 al 2004 se han capacitado 319 distribuidores; lo que ha beneficiado a cerca de cinco mil personas de manera directa y alrededor de 12 mil personas de manera indirecta.

Descripción de la práctica: Holcim Apasco cuenta con una red de más de 1800 distribuidores. En apoyo a este grupo de empresarios mexicanos, **Holcim Apasco** crea junto con la Fundación para el Desarrollo Sostenible (FUNDES) y la Secretaría de Economía un programa de desarrollo de Pymes llamado **DesarrollaT**. El objetivo de este programa es implementar cursos, pláticas y consultorías, enfocadas al desarrollo de habilidades y conocimientos para profesionalizar a la pequeña y mediana empresa; lo que incrementa las probabilidades de que éstas sean competitivas. Para Holcim Apasco el hacer equipo con una red de distribuidores eficiente y comprometida, que comparta metas y que esté enfocada a la creación de valor, contribuye en gran medida al éxito de la empresa y es condición indispensable para continuar ofreciendo a los clientes productos y servicios de la más alta calidad.

DOCUMENTACION DE UNA PRACTICA DE RSE

Nombre de la Práctica:

Breve Descripción de la Práctica

Beneficiarios:

1. Anote el numero de personas que se beneficiaran directamente

Numero Total de Personas que se benefician

Población Beneficiada

a) Edad:	b) Problemática:	c) Genero:	d) Población:
<input type="checkbox"/> Jóvenes (17-29 años)	<input type="checkbox"/> Adicciones	<input type="checkbox"/> Hombres	<input type="checkbox"/> Urbana
<input type="checkbox"/> Adultos (30-64 años)	<input type="checkbox"/> Discapacidad Intelectual	<input type="checkbox"/> Mujeres	<input type="checkbox"/> Rural
<input type="checkbox"/> Adultos Mayores (65° +)	<input type="checkbox"/> Enfermos Terminales	<input type="checkbox"/> Ambos	<input type="checkbox"/> Mixta
<input type="checkbox"/> Población General	<input type="checkbox"/> Convictos y Ex Convictos		
	<input type="checkbox"/> En situación de calle		
	<input type="checkbox"/> Escasos Recursos		
	<input type="checkbox"/> Medio Ambiente y Animales		
	<input type="checkbox"/> Madres Solteras		
	<input type="checkbox"/> Discapacidad Física		
	<input type="checkbox"/> Enfermos Familiar		
	<input type="checkbox"/> Maltrato/Violencia		
	<input type="checkbox"/> Sin Hogar/ Abandono		
	<input type="checkbox"/> VIH/SIDA		
	<input type="checkbox"/> Otra:		

Implementada desde:	Area/Departamento de la Empresa en que se aplica o la aplica:
---------------------	---

Area de Acción en la que se desarrolla

<input type="checkbox"/> Arte y cultura	<input type="checkbox"/> Bienestar Social	<input type="checkbox"/> Ciencia y Tecnología
<input type="checkbox"/> Derechos Humanos	<input type="checkbox"/> Desarrollo	<input type="checkbox"/> Educación
<input type="checkbox"/> Medio Ambiente	<input type="checkbox"/> Salud	<input type="checkbox"/> Otra:

Objetivos de la Práctica:	Status:
---------------------------	---------

Nueva Iniciativa (1 año de implementación):

Iniciativa Revisada (más de un año de operación y con mejoras):

Iniciativa en proceso de Revisión:

Evalúa periódicamente la Práctica	Reporta sobre ella en su informe anual
<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No	<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No

Participantes

- | | | |
|--|---|---|
| <input type="checkbox"/> Accionistas | <input type="checkbox"/> Directivos | <input type="checkbox"/> Gerentes |
| <input type="checkbox"/> Personal operativo y/o producción | <input type="checkbox"/> Consumidores finales | <input type="checkbox"/> Proveedores |
| <input type="checkbox"/> Organizaciones sociales | <input type="checkbox"/> Sindicato | <input type="checkbox"/> Organismos gubernamentales |
| <input type="checkbox"/> Familiares del personal | <input type="checkbox"/> Otros: | |

Principio o Política de la Empresa a la que responde con la práctica:

Repercusión entre el personal de la Empresa

Impacto de la Empresa:

Impacto en la Comunidad:

Tipo de recursos invertidos

- Tiempo
- Talento empresarial
- Recursos financieros
- Recursos técnicos o materiales

Aportación de terceros

Tipo:

- Tiempo voluntario
- Talento empresarial
- Recursos financieros
- Recursos técnicos o materiales

Presupuesto.^{*}
(Totales)

Porcentaje de la inversión con respecto a las utilidades brutas:

- Personal
- Comunidad
- Gobierno
- Otras organizaciones
- Otras empresas
- Otro (cual):

^{*} Inversión Anual o Total realizada

Listado de documentos y/o materiales que se anexan para soportar la aplicación de la práctica

Descripción operativa de la práctica (puede ampliarse)

Acciones*

Participantes

Tiempo de realización

Tipo de recursos involucrados

Mecanismo de monitoreo y evaluación

Principales resultados obtenidos

* Describa las acciones principales en orden secuencial que realiza como parte de la práctica

Objetivo de la Empresa al implementar la práctica (exposición de Motivos para implementar la Práctica)

Principales Retos y oportunidades que ha presentado la práctica a la empresa

Descripción narrativa del proceso de implementación (arranque)

Aportación de la práctica al desarrollo y mejora de la Empresa

Resultados Esperados

Resultados Obtenidos hasta la fecha

Factores del éxito

Porque la considera una práctica ejemplar de Responsabilidad Social Empresarial

¿Hacia donde va la Práctica?

Las Capacidades a Fortalecer

Replicabilidad

Listas de Interés

Acción RSE / www.accionrse.org.cl

Business for Social Responsibility / www.bsr.org

Business in the Community / www.btc.org.uk

Caux Round Table / www.cauxroundtable.org

Forum Empresa / www.empresa.org

Great Place to Work Institute / www.greatplacetowork.org

Global Report Initiative / www.globalreport.org

IDB and Corporate Social Responsibility in Latin America & the Caribbean / www.csramericas.org

Instituto Ethos / www.ethos.org.br

Organización Internacional del Trabajo / www.wlo.org

RedEAmerica / www.redeamerica.org

UN Global Compact / www.unglobalcompact.org

World Bank Institute / www.worldbank.org/privatesector/csr/doc/csrtool_userguide.pdf

Conferencias Interamericanas de Responsabilidad Social de la Empresa / www.csramericas.org

Retos del Milenio / www.un.org/spanish/millenniumgoals/ares552.html

Red Interamericana de RSE / www.responsabilidadsocial.org

Para más información sobre el tema y vínculos relacionados, consulte: www.cemefi.org en la sección RSE

Cemefi, A. C.
Responsabilidad Social Empresarial

Cerrada de Salvador Alvarado # 7 Col. Escandón,
México, D.F. C.P. 11800
T. (52 55) 5276-8530 e. 110
rse@cemefi.org



Miembro de:



Una iniciativa de:



Prohibida la reproducción parcial o total sin autorización del CEMEFI, A.C. y sin hacer mención de la fuente.

© Derechos Reservados 2006 Centro Mexicano para la Filantropía A.C.
El distintivo ESR y Empresa Socialmente Responsable,
son marcas registradas por el CEMEFI, A.C.