



Casa abierta al tiempo
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA
UNIDAD IZTAPALAPA

CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES

**“RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL: UNA VISIÓN ALTERNATIVA
DE LA EMPRESA EN EL CONTEXTO CONTEMPORÁNEO.”**

Tesina presentada para obtener el grado de

Licenciado en Administración,

Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Iztapalapa.

Elaborado por:

Rangel Mendieta Monica 2133049422

Sandoval Sánchez Isabel 2133050461

Asesores:

Mtro. Rafael Reyes Avellaneda

Dr. Blanca Elvira López Villareal

Dr. Pedro Constantino Solís Pérez

CIUDAD DE MÉXICO, 2017.

17-P

AGRADECIMIENTOS

A mis padres Alfonso Rangel e Isaura Mendieta; Por su amor incondicional y apoyo en cada uno de los momentos importantes en mi vida, los amo inmensamente.

A mi abuelita Gaby, mis hermanos Griselda y Alfonso por su apoyo; en especial a Erika y Adriana por siempre darme palabras de aliento y estar a mi lado cuando más lo necesite.

A mis niños por inyectar alegría a mi vida.

A una gran persona que la vida me puso en esta etapa y ahora la culminamos juntas, Isabel gracias por enseñarme el significado de la amistad.

A Rafael Reyes Avellaneda gracias por la confianza para trabajar juntos, por su apoyo y amistad brindada, pues fue pilar fundamental para mi formación académica, le agradezco infinitamente.

Y finalmente gracias a Dios por permitirme llegar hasta este momento de mi vida.

MONICA RANGEL MENDIETA

A todos los que han sido parte de este viaje.

A los que se fueron por esas cosas del destino

o incluso porque no quisieron quedarse...

Especialmente a los que a pesar del tiempo y la distancia

que nos separa, siguen caminando conmigo.

=Sue Zurita=

AGRADECIMIENTOS

A Dios por darme la oportunidad de luchar por mis sueños y, sobre todo, por permitirme hacerlos realidad.

A mis padres, Isidro y María Isabel, por ser mi soporte y fuerza para no darme por vencida. Todo es por ustedes y para ustedes.

A mis hermanos: Alejandro, Verónica, Sandra, José, Javier, Fernando, Andrea y Montserrat, cada uno fue pieza fundamental para este logro, sin ustedes hubiera sido imposible.

A mis sobrinos por ser mi motivación y alegría, esto también es para ustedes.

A Monica por estar conmigo desde el primer día pero, sobre todo, por nunca soltarme en estos cuatro años.

A Jazmín y Paola por seguir en mi vida a pesar de la distancia

Al profesor Rafael Reyes Avellaneda, por su apoyo, sus valiosos conocimientos y consejos en mi formación académica.

ISABEL SADOVAL SÁNCHEZ

“Algunas personas llegan a nuestra vida para ser puentes y ayudarnos a cruzar al otro lado, después que nos ayudan desaparecen.”

“A lo largo de mi vida, se han sumado en mi destino, almas que me han regalado un pedacito de sí mismas y me han convertido en una mejor persona.” Sue Zurita

Contenido

INTRODUCCIÓN	10
CAPÍTULO I. LA ÉTICA EN LAS EMPRESAS	12
1.1 Ética empresarial	12
1.2 Concepto de ética	13
1.3 Concepto de moral	14
1.4 Ética empresarial	15
1.4.1. Cultura Organizacional	16
1.4.2 Código de ética	18
CAPÍTULO II. CONTEXTO GLOBAL DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	20
2.1 Pensamiento de los economistas clásicos	20
2.2 Evolución histórica	21
CAPÍTULO III. RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	29
3.1 Concepto	29
3.2 Ejes	32
CAPÍTULO IV. CARACTERÍSTICAS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	37
4.1 Crecimiento económico	38
4.2 Desarrollo económico	40
4.3 Desarrollo sostenible	41
CAPÍTULO V. GRUPOS DE INTERÉS	48
5.1 Grupos de interés internos	49
5.1.2 Empleados	49
5.1.3 Accionistas o propietarios	49
5.2 Grupos de interés externos	50
5.2.1 Clientes	50
5.2.2 Proveedores	50
5.2.3 Competidores	50
5.2.4 Agentes sociales	51
5.2.5 Administraciones públicas	51
5.2.6 Comunidad local	52

5.2.7 Sociedad y público en general	52
5.2.8 Medio ambiente y generaciones futuras	52
CAPÍTULO VI. ESTÁNDARES INTERNACIONALES HACIA LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	54
6.1 Declaración de los derechos humanos	54
6.2 Organización internacional del trabajo	58
CAPÍTULO VII. MARCO EUROPEO INTERNACIONAL Y EUROPEO	63
7.1 Libro verde	63
7.2 Global Compact	67
7.3 Declaración tripartita de principios sobre las empresas multinacionales y la política social	70
7.4 Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos	71
7.4.1 Líneas Directrices para Empresas Multinacionales	73
7.4.1.1 Concepto	73
7.4.1.2 Objetivo	73
7.4.1.3 Principios generales	73
7.4.1.3.1 Divulgación de información	77
7.4.1.3.2 Derechos humanos	79
7.4.1.3.3 Empleo y relaciones laborales	81
7.4.1.3.4 Medio ambiente	84
7.4.1.3.5 Lucha contra la corrupción	88
7.4.1.3.6 Intereses de los consumidores	91
7.4.1.3.7 Ciencia y tecnología	93
7.4.1.3.7 Competencia	94
7.4.1.3.8 Cuestiones tributarias	95
CAPÍTULO VIII. NORMAS DE APEGO A LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	97
8.1 ISO	97
8.2 ISO 26000	97
8.2.1 Materias fundamentales	98
8.2.1.1 Gobernanza de la organización	98
8.2.1.2 Derechos humanos	99
8.2.1.3 Prácticas laborales	99

8.2.1.4 El medio ambiente	99
8.2.1.5 Prácticas justas de operación	100
8.2.1.6 Asuntos de consumidores	100
8.2.1.7 Participación activa y desarrollo de la comunidad	101
8.3 Directrices para la protección del consumidor	101
8.3.1 Objetivos	101
8.3.2 Principios generales	102
8.3.3 Principios para unas buenas prácticas comerciales	103
8.3.4 Políticas nacionales para la protección del consumidor	104
8.3.5 Seguridad física	105
8.3.6 Promoción y protección de los intereses económicos de los consumidores	105
8.3.7 Normas para la seguridad y calidad de los servicios y bienes de consumo	106
8.3.8 Sistemas de distribución de servicios y bienes de consumo esenciales	106
8.3.9 Programas de educación e información	106
CAPITULO IX. CENTRO MEXICANO PARA LA FILANTROPIA	108
9.1 Misión	108
9.2 Visión	108
9.3 Ámbitos estratégicos	109
9.4 Distintivo de Empresa Socialmente Responsable	111
9.4.1 Categorías de participación	112
9.4.2 Ventajas competitivas	114
9.5 Empresas socialmente responsables en México	116
9.5.1 Cemex	117
9.5.1.1 Modelo de sostenibilidad	117
9.5.1.2 Certificaciones	121
9.5.2 GRUMA S.A.B DE C.V	123
9.5.2.1 Los pilares en las que basa su Responsabilidad Social	124
9.5.2.2 Fundación Gruma	125
9.5.2.3 Patronato Cerralvo	125
9.5.2.4 Certificaciones	126

CONCLUSIÓN	133
BIBLIOGRAFÍA	135
ANEXOS	138

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Rasgos de la ética y sus implicaciones	13
Tabla 2 Dimensión interna	65
Tabla 3 Dimensión externa.....	66
Tabla 4 Cuotas del año 2017.	113
Tabla 5 Por tamaño.....	113
Tabla 6 Modelo de sostenibilidad.....	118

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1Tres pilares del desarrollo sostenible	44
Ilustración 2 Ejes y Dimensiones vinculadas al DS	47
Ilustración 3	
https://www.cemefi.org/esr/images/2016/Convocatoria_Distintivo_ESR_2017_grandes.pdf	116

GLOSARIO

RSE Responsabilidad Social Empresarial

DS Desarrollo Sostenible

OCDE Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico

OIT Organización Internacional del Trabajo

CEMEFI Centro Mexicano para la Filantropía

ESR Empresa Socialmente Responsable

STAKEHOLDERS Grupos de interés

INTRODUCCIÓN

La presente investigación que aquí se presenta tiene como finalidad conocer la forma en que, el concepto de Responsabilidad Social Empresarial se ha introducido en el mundo actual de una manera integral. La RSE no es un tema nuevo, pero es verdad que en los últimos años el concepto ha retomado fuerza en la manera en que se vincula con el desarrollo de la sociedad.

Actualmente nos emergemos en un mundo globalizado que se caracteriza por cambios constantes y de manera abrupta que generan problemas a nivel económico, social, político y medioambiental, en el cual la sociedad civil y las empresas toman un papel protagónico en nuestro trabajo, ya que hoy en día; las empresas son conscientes de que pueden contribuir al desarrollo de la comunidad en la que se instauran orientando sus actividades a fin de favorecer a sus principales grupos de interés y el medio ambiente.

En este trabajo se tiene como objetivo adentrarnos al concepto de RSE, por medio de IX capítulos, que tienen por finalidad lograr generar reflexión y acrecentar el grado de conocimiento sobre el tema de la RSE, pues somos conscientes que al día de hoy es un tema que más que un requerimiento, puede generar un valor agregado a las organizaciones.

En el capítulo 1 ,2 y 3 se hace referencia a la ética empresarial como base fundamental para lograr desarrollar el concepto de Responsabilidad Social así como los antecedentes que marcaron pauta para el desarrollo y auge del concepto de acuerdo a diferentes perspectivas de autores.

El capítulo 4 y 5 nos proporcionara la identificación de rasgos esenciales y características que han planteado diversos autores además de el vínculo que se tiene directamente con el Desarrollo Sostenible y sus dimensiones fundamentales: ámbito económico, ámbito social y ámbito medioambiental ámbitos que son esenciales y se preocupa el concepto de RSE: ; y la importancia del impacto de la empresa con su entorno, tanto a nivel interno como externo, describiendo a sus principales grupos de interés (stakeholders).

Por otro lado en los capítulos 6 y 7 se hace una breve revisión de aquellas iniciativas internacionales dedicadas a guiar a las empresas más allá de los requerimientos legales para así poder abordar el tema de la RSE, de organismos como las Naciones Unidas o la OCDE organismos que resaltan la importancia de las responsabilidades de la empresa encaminadas a la necesidad de una respuesta ante los impactos que generan.

Y finalmente el capítulo 8 y 9 donde en específico se habla de la Norma ISO 26000 sobre Responsabilidad Social para las Organizaciones, pues debemos recordar que ISO es uno de los organismos que cuenta con una extensa presencia en el campo de los negocios a través de diversas normas internacionalmente aceptadas y utilizadas. Posteriormente damos paso a observar el tema de la RSE para el caso de México, en específico CEMEFI y el distintivo que otorga de Empresa Socialmente Responsable poniendo como ejemplo a dos grandes empresas que fueron reconocidas por dicho distintivo en el año 2015 y que no solo tienen participación a nivel nacional sino internacional CEMEX y GRUMA.

CAPÍTULO I. LA ÉTICA EN LAS EMPRESAS.

1.1 Ética empresarial

Para podernos introducir al concepto de RSE se considera necesario definir el termino de responsabilidad; el cual proviene del verbo latino responderé, (prometer, pagar) dicha palabra está ligada a un compromiso o una obligación determinada por el nivel de exigencia en el medio en que se interactúa.

Por lo tanto podemos inferir que el actuar de una persona u organización está condicionado por las expectativas de la sociedad y por ende están sujetas a asumir comportamientos voluntarios de responsabilidad que legitimen su actuación en torno al medio en que se rodee.

Actualmente nos emergemos en un mundo globalizado que trae consigo crisis económicas que han afectado de manera grave el equilibrio de la sociedad, crisis que generan desconfianza de las personas no solo hacia el sistema económico y gubernamental sino a uno de nuestro temas centrales de nuestro trabajo “la empresa” y en consecuencia hoy en día sus valores, políticas empresariales y principios de conducta se han vuelto fundamentales para la credibilidad de su visión y su razón de ser.

La ética de la empresa se ha relacionado con el comportamiento y las buenas acciones que tiene hacia la sociedad, que parten de reglas económicas y jurídicas, donde ya no se concibe como una institución económica sino social.

1.2 Concepto de ética

Lo anterior nos encamina a un concepto que es parte esencial de la RSE, la “ética”

Según la Real Academia Española ética se refiere al conjunto de normas morales que rigen la conducta de la persona en cualquier ámbito de la vida.

Para Adela Cortina. (1994) la ética es: un tipo de saber de los que pretenden orientar la acción humana en un sentido racional, es decir, pretende que obremos racionalmente (...). La ética es esencialmente un saber para actuar de modo racional (...) en el conjunto de la vida.

Tabla 1. Rasgos de la ética y sus implicaciones

RASGOS	IMPLICACIONES PRÁCTICAS	IMPLICACIONES TEÓRICAS
Es un saber	-No cualquier afirmación en cuestiones éticas es válida. -Se puede enseñar y aprender	-Hay criterios para la argumentación ética. -Existen una terminología y nos conceptos específicos.
Para actuar	-Sirve para tomar decisiones en situaciones concretas. -Exige un riguroso análisis de la realidad	-Exige pensar los tipos de aplicación de los principios (deductiva, inductiva, o hermenéutica).
De un modo racional	-Permite juzgar prácticas y	-No es arbitrario. Se puede

	acciones morales de otras personas de otra cultura, fe o tradición.	argumentar, con base en “buenas razones”, si algo es justo o injusto.
En el conjunto de nuestra vida	-Cada día ponemos en acción nuestro juicio moral sobre situaciones tanto cotidianas como trascendentes.	-Permite elaborar juicios éticos sobre todos los ámbitos de nuestra vida (social, laboral, personal, etc.)

Lozano, 2011

Connock y Jhons (1995) deciden dividir a la ética en tres aéreas. Ética social: que consta de reglas que ayuden a que las personas puedan vivir civilizadamente, y que pueden variar de un grupo social a otro. Ética trascendental, en donde se explica el concepto del bien, del mal y de la justicia. Esto se aplica equitativamente sin tomar en cuenta el grupo social, la demografía ni la cultura. Y por último, la ética táctica, que se basa en obedecer reglas y leyes para evitar infracciones o castigos. Este tipo de ética generalmente se practica por conveniencia e intereses propios y no la esencia del bien y del mal.

1.3 Concepto de moral

Retomando los conceptos anteriores nosotros referimos a la ética como un comportamiento establecido por reglas y normas que se tienen que efectuar para cumplir cierta conducta en un entorno, y se da tanto a nivel individuo, empresa o sociedad y que está a su vez tiene relación estrecha con la moral, que es aquel comportamiento, conducta humana y valores que son determinados por el entorno en donde se desarrolla el individuo

como la familia, información e instrucciones y esta se presenta de manera intrínseca según cada individuo.

Moral proviene del latín *mores*, *moralis* que también significa costumbre; De acuerdo con el diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, la moral es la ciencia que trata del bien general y de las acciones humanas en orden a su bondad y maldad. Por lo tanto el acto moral se caracteriza por la libertad de acción y libre elección.

La ética y la moral son parte necesaria en las organizaciones, ya que afectan directamente con sus decisiones a la sociedad, pues hoy por hoy las personas que la conforman se han vuelto más conscientes del mundo en el que viven, dirigiéndose hacia una sociedad regida por valores donde es importante respetar las reglas y normas y es ahí donde se vuelve esencial la existencia de la ética empresarial. Las empresas, en el marco económico actual, deben tomar a diario decisiones que les permitan sobrevivir en un mercado cada vez más globalizado, especialmente si hablamos de las empresas multinacionales que operan en la mayor parte de las economías del mundo, influyendo directamente sobre las localidades en donde están conformadas.

1.4 Ética empresarial o ética en la administración

Con respecto a este tema, Aristóteles, Adam Smith, Marx Weber, Amartya Sen y Adela Cortina, opinan que la ética tiene mucho que ver con la economía y los negocios. Es una necesidad práctica con implicaciones muy importantes para la calidad de vida de muchas personas. Por ello el desarrollo de la ética de la empresa y de la RSE es una dimensión esencial e inseparable del mundo de la economía y los negocios, no es una mera

moda administrativa. (Raufflet, Lozano Aguilar, Barrera Duque, & García de la Torre, 2012, pág. 16).

Para Adela Cortina es el descubrimiento y la aplicación de valores y normas compartidos por una sociedad pluralista al ámbito peculiar de la empresa, lo cual requiere entender según un modelo comunitario.

La ética de la empresa son las normas y principios éticos que se utilizan para resolver los distintos problemas éticos o morales dentro del contexto empresarial. Se ocupa de cuestiones como los procedimientos y normas para integrar la ética en la gestión diaria, en la comunicación y transparencia interna, calidad de los productos y servicios, en la misión y visión de la organización, en los códigos de valores y en el clima laboral.

Retomando el párrafo anterior deducimos que la moral y ética de una empresa se relaciona directamente con la cultura de la empresa, ya que va de la mano con los valores individuales, y estos deben estar ligados al sistema de creencias que sostienen la visión de la empresa apoyada por códigos de conducta aceptables. Para ello es preciso construir una cultura que promueva el respeto a valores y principios, que reconozcan la justicia, la dignidad de las personas, sus creencias, y sobre todo promover el respeto de manera interna en la organización.

1.4.1. Cultura Organizacional

La cultura organizacional refleja los valores, creencias y actitudes de han aprendido y que comparten los miembros. A diferencia de los enunciados de la misión y la visión, la cultura nos suelen estar de forma escrita y, sin embargo, son el alma de la organización. Una cultura es un conjunto de tradiciones y reglas tacitas que operan las 24 horas del día.

La función de la cultura pesa mucho al determinar la calidad de vida que existe en la organización.

La cultura organizacional incluye:

- Las vías usadas de forma rutinaria para comunicarse, como los rituales y las ceremonias o el lenguaje empleado habitualmente en la organización
- Las normas que comparten las personas y los equipos de toda la organización, como que no existan espacios reservados en los estacionamientos.
- Los valores dominantes en la organización, como la calidad de los productos o el servicio al cliente
- La fisiología que rige las políticas y la toma de decisiones de la gerencia, incluso la determinación de los grupos que serán incluidos en las decisiones o consultados respecto a ellas.
- Las reglas del juego para llevarse bien con otros dentro de la organización.
- El clima o la sensación que transmiten la distribución física y la forma en que los gerentes y los empleados interactúan con los clientes, los proveedores y las personas del exterior.

Ninguno de estos componentes por si solo representa la cultura de la organización. Sin embargo, en conjunto proyectan el concepto de la cultura organizacional y le dan sentido. (Hellriegel & W. Slocum, 2009)

1.4.2 Código de ética

Las organizaciones aplican una serie de estrategias que pretenden controlar la conducta ética de los empleados, entre ellas la socialización de los empleados, la elaboración y aplicación de códigos de ética en los que definen principios que se pretende que los integrantes respeten cuando se actúa en nombre de la organización.

Consideramos al código de ética como el soporte de manera escrita de la cultura organizacional pues es la declaración formal de los valores de una organización en relación con aspectos éticos y sociales. Por lo general está basado en principios y políticas en que está basada la actividad de la empresa. También puede ser un punto de referencia para la toma de decisiones pues permite administrar los riesgos y disminuir la probabilidad de que se presenten conductas indebidas.

Como hemos venido mencionando la ética influyen todas las decisiones dentro de la organización actualmente muchas organizaciones cuentan con su código de ética, como una declaración formal para orientar y guiar la conducta de sus integrantes, es por ellos que las organizaciones deben comunicar su código de ética a todos sus afiliados, es decir, las personas dentro y fuera de la organización; para lograr establecer un código de ética dentro de una empresa existen ocho principios sugeridos para lograr un código de ética de categoría mundial aplicables a grupos de interés con los que interactúa cada organización de acuerdo a la OCDE.

1. Principio de confiabilidad: honrar los compromisos estén contenidos o no en contratos fundamentados legalmente.
2. Principio de transparencia: No recurrir a prácticas ni actos engañosos.

3. Principio de dignidad: proteger la salud, seguridad, privacidad y los derechos humanos de terceros. Adoptar prácticas que refuercen el desarrollo humano en el centro de trabajo y la comunidad.
4. Principio de equidad: tratar de forma justa y equitativa, no discriminar en el empleo o la contratación.
5. Principio de ciudadanía: respetar leyes cooperando con las autoridades públicas.
6. Principio fiduciario: El representante de la organización y accionistas, deben llevar a cabo las actividades de forma leal y diligente con el grado de confianza que se les confiere.
7. Principio patrimonial: no robar ni plagiar y salvaguardar el patrimonio encomendado.
8. Principio de capacidad de respuesta: participar con aquellos que tengan inquietudes con las actividades de la organización.

Por lo tanto la ética en la organización es mucho más que un requerimiento, ya que si una empresa desarrolla una cultura basada en estándares éticos, no solo se percibe como una guía del comportamiento de sus integrantes para una mejor toma de decisiones o ambiente laboral, sino desde nuestra perspectiva se vuelve una ventaja competitiva que mejora su rentabilidad y credibilidad ante sus principales grupos de interés ya sea internos o externos.

CAPÍTULO II. CONTEXTO GLOBAL DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

2.1 Pensamiento de los economistas clásicos

En el siglo XVIII, las empresas se crecieron con el pensamiento de Adam Smith, creyendo que el bien colectivo se obtenía cuando había un beneficio propio, en un mercado vendiendo bienes y servicios, dejando de lado cualquier tipo de intervención institucional.

En el siglo XVIII, Adam Smith, formula su teoría del mercado de competencia perfecta según la cual el libre juego de la oferta y la demanda y la búsqueda privada de la ganancia monetaria no sólo no disolvía la cohesión social, sino que, además, suponía la solución más apropiada para la pobreza. La maximización del valor para el accionista ha representado la expresión más avanzada de este enfoque de mercado según el cual, el beneficio colectivo se alcanza desde la maximización del beneficio individual, en un mercado sin intervenciones de tipo institucional. (Empresas, 2003)

Por otro lado en 1970, Milton Friedman, publica en el New York Times Magazine “The social responsibility of business is to increase its profits” considera que toda desviación económica que no sea dirigida en beneficio de la empresa o de los accionistas se convertiría en un desperdicio de recursos, por lo que la responsabilidad social empresarial, no tiene cabida dentro de los objetivos de la empresa.

Las empresas, como instituciones económicas, deben contribuir a la maximización de la eficiencia del sistema económico, y esto se consigue, bajo ciertas condiciones, cuando maximizan sus beneficios. No hay lugar, pues para otras responsabilidades y, en concreto, para el ejercicio de la llamada acción social o filantropía: la participación de la empresa en

actividades caritativas o de mecenazgo supone, al menos, un incumplimiento del deber fiduciario de los directivos respecto de los propietarios y, probablemente, un uso ineficiente de los recursos de la empresa. (Argandoña, 2006).

Los planteamientos de los economistas clásicos evitan cualquier tipo de acción social de la empresa, ya que su único objetivo es el de crear riqueza para la empresa y sus accionistas, y son éstos mismos los que deben aprobar si debe haber recursos para acciones sociales y medioambientales. En los años siguientes, las empresas sobrepasan todo tipo de límites legales, éticos y sociales aceptados por la mayoría, teniendo como única meta el enriquecimiento personal. Por consiguiente, se genera una nueva directriz acerca del actuar de la empresa, teniendo como base el enfoque clásico y como principal objetivo, la creación de la riqueza sin dejar de lado la responsabilidad social, de acuerdo a medidas sociales más allá de las legales

2.2 Evolución histórica

A principios del siglo XX el objetivo principal de las empresas lucrativas fue exclusivamente económico, hoy en día bajo un nuevo modelo abren sus puertas a la participación social. Donde la empresa replantea sus prácticas hacia un compromiso social además de generar resultados en lo financiero, debe preocuparse, por lo social y lo ambiental para poder crecer y/o sobrevivir en los mercados.

La década de los ochenta abrió, formalmente, espacios a un nuevo modelo de empresa, más comprometida con la sociedad y más moderna en sus aspectos internos y organizativos. Hacia dentro, reaparece como una institución que reformula sus prácticas orgánicas en torno a la iniciativa y la creatividad, siendo más abierta y flexible. El principio

de confianza se impone a la idea de disciplina, la democracia y la participación de los trabajadores se establecen como principios de funcionamiento.

Hacia fuera, el compromiso social vincula los beneficios económicos con la satisfacción de las necesidades humanas y con el cumplimiento de obligaciones ciudadanas y servicio a la sociedad (Perdiguero, 2003, págs. 22-29).

Este nuevo concepto va desarrollándose a lo largo de la década de los ochenta, pero recibe un impulso importante durante los noventa con nuevas propuestas teóricas como en 1953 con el libro *Social Responsibilities of the Businessman*, de Howard R. Bowen, acompañado de crisis económicas y protestas ciudadanas que evidencian los efectos inmorales de carácter social, económico y medioambiental por parte de las grandes empresas.

La Responsabilidad Social Empresarial da sus primeros pasos en 1945 con la creación de la Organización de las Naciones Unidas, aunque su principal objetivo es mantener la paz y la seguridad internacionales después de la devastación que dejó la Segunda Guerra Mundial, entre otros temas que le confiere está el de proteger los derechos humanos. En 1946 la OIT se convirtió en la primera agencia de las Naciones Unidas, creando una importante alianza a favor de los trabajadores ya que, entre sus principales objetivos son promover los derechos laborales, fomentar oportunidades de trabajo decente, mejorar la protección social y fortalecer el diálogo al abordar los temas relacionados con el trabajo. Sin embargo, las organizaciones siguen viendo como prioridad tener un crecimiento económico sin importar las consecuencias como la

destrucción del capital social y ambiental, la profundización de las desigualdades, el aumento de la pobreza y exclusión social.

Por capital social se entiende como las conexiones disponibles entre la gente: la confianza, el mutuo entendimiento y los valores compartidos y la conducta que congrega a los miembros de las redes humanas y comunidades y hace posible la acción cooperativa.

Mientras que Putman, en “Para que la democracia funcione” define capital social como: las características de organización social, tales como la confianza, las normas y redes, que pueden mejorar la eficiencia de la sociedad mediante la facilitación de las acciones coordinadas.

Por otra parte y de manera más reciente en el presente siglo XXI que acapara las miradas y prejuicios de la sociedad hacia las grandes empresas, es el multi sonado caso de Enron, es de un claro ejemplo de corrupción corporativa, donde los ahorros de miles de personas se perdieron. El descubrimiento de ingresos inflados y pasivos no registrados, causó una agitación en la economía global y en la profesión contable.

Enron, una empresa comercializadora de energía con sede en Houston, Texas, famosa por anunciar grandes utilidades en las recientes desreguladas industrias de la electricidad y el gas natural. Su éxito tenía un lado oscuro. No sólo era innovadora en el negocio de la comercialización de energía, sino que además, sustentaba su crecimiento en mercados emergentes mundiales sobre un considerable endeudamiento. Con la ayuda de su auditor Arthur Andersen, infló sus ingresos de una manera indetectable para el inversionista promedio.

Es necesario considerar que siendo la séptima empresa más grande de Estados Unidos, estaba premiada por la Revista Fortune como la empresa más innovadora, más admirada y todo el mundo decía de ella que era uno de los mejores lugares para trabajar. Enron se distinguía por sus balances sociales ejemplares que detallaban sus políticas anticorrupción, sus hazañas medioambientales y sus benevolentes proyectos comunitarios. En noviembre de 2001 los títulos de Enron se derrumban en la bolsa hasta alcanzar mínimos de diez años atrás, y se destapan mayores pérdidas de las declaradas. Se produce entonces la mayor quiebra de la historia empresarial estadounidense. Dando fin a la historia, a la corrupción y el fraude, de la famosa firma auditora Arthur Andersen. Uno de los tantos impactos del caso Enron, es la de haber incrementado la sospecha alrededor de los reportes de RSE.

Eron puso en evidencia las deficiencias en materia de gobierno y las consecuencias que pueden tener las malas prácticas administrativas, cayendo así en un desvanecimiento de la cultura ética e integridad de la alta dirección de la organización, desde los inversionistas, empleados y clientes.

Más allá del ámbito de las relaciones laborales y de los problemas relacionados con el empleo, las lógicas ambivalentes del modelo de crecimiento adoptado en la mayor parte de las sociedades industrializadas han creado falsos e irónicos equilibrios. Los discursos de los dirigentes de las grandes corporaciones sobre la prosperidad, el crecimiento económico y la creación de riqueza coexisten con la palmaria realidad de la pobreza en la mayoría de los países del Tercer Mundo. (Perdiguero, 2003, pág. 80)

La RSE creció con diferentes hechos, hechos que involucran la violación de los derechos humanos: discriminación por: raza, color, sexo, idioma, religión; esclavitud, libertad de expresión, relaciones laborales, trabajo infantil, que fuerzan a movilizar a las organizaciones civiles y demás diversas organizaciones no gubernamentales, usando como principal estrategia exponer ante la opinión pública sus denuncias.

En su libro *La responsabilidad social de las empresas en un mundo global*, Tomás G. Perdiguero señala a Shell como un ejemplo paradigmático de una empresa que parte de una situación adversa para adoptar la responsabilidad social. En 1995, Shell fue acusada de complicidad con el gobierno autoritario de Nigeria en la ejecución del escritor ambientalista Ken Saro-Wiwa, como culminación de la explotación abusiva de los recursos del delta del Níger. El mismo año, bajo la presión de los grupos ecologistas, la empresa tuvo que abandonar su proyecto de hundir la plataforma Brent Spar en el Mar del Norte.

Como respuesta a esas experiencias negativas-afirma perdiguero-, Shell ha revisado sus principios de negocio para incluir de forma explícita el respeto a la Declaración Universal de los Derechos Humanos de las Naciones Unidas. Igualmente, la compañía acepta que tiene responsabilidad de asegurar que sus negocios se gestionen de una manera éticamente aceptable e invita a las organizaciones no gubernamentales y otras instituciones de la sociedad a revisar ciertas áreas específicas de las actividades del grupo

Perdiguero menciona en el capítulo 5 de “*La responsabilidad social de las empresas en un mundo global*” que en la segunda mitad de los noventa se intensifican las denuncias

sobre los abusos de importantes compañías de la industria de indumentaria y prendas deportivas. Denuncian a compañías como Gap, Nike, Adidas o Reebok, que no hacen nada efectivo para impedir la violación de los derechos humanos y de los estándares laborales establecidos con las convenciones internacionales por parte de sus contratistas en Asia y América del Sur. Carecen de instalaciones propias de producción y subcontratan a fabricantes en países del Tercer Mundo, en los que la legislación laboral y sobretodo los derechos humanos es mucho menos rigurosa que en Occidente desarrollado. La fabricación de compañía líder de la industria del calzado y uno de los principales blancos de denuncia se realiza íntegramente en cientos de fábricas asentadas en países de Asia y América del Sur, en los que cientos de subcontratistas de la multinacional emplean más de 500,000 trabajadores, la mayoría mujeres.

Ante la debilidad de la legislación y las regulaciones gubernamentales de muchos países del Tercer Mundo, poco exigentes en materia de derechos humanos y laborales, y de acuerdo con una estrategia bipolar de presión/negociación, el movimiento de denuncia ha presentado a las compañías multinacionales iniciativas de “códigos de conducta” aplicables en todos los países y vinculantes para los contratistas y subcontratistas que manufacturan sus productos. (Perdiguero, 2003, pág. 87)

Otro acontecimiento que ayudó a la RSE fue el Consejo Europeo de Viena celebrado en 1998 con el “Informe sobre la Gestión del Cambio” donde se da la primera propuesta institucional significativa que se formula en Europa sobre la Responsabilidad Social Empresarial en particular sobre una de las dimensiones decisivas para el fortalecimiento de la cohesión social, como de las relaciones laborales, la organización del

trabajo y el empleo. Mientras que en 2001 con la aprobación de la “Agenda Social” en Niza, se propone una perspectiva de desarrollo basada en el empleo, y las “tres calidades”: calidad del trabajo, de las relaciones laborales y de la política social. La agenda social según Perdiguero (2003), constituye un paso decisivo para la consolidación y fortalecimiento del modelo social europeo, ya que en este, se establece un “círculo virtuoso” de progreso económico y social.

En el mismo año se crea el “Libro Verde” que tiene por objeto iniciar un amplio debate sobre cómo podría fomentar la Unión Europea la responsabilidad social de las empresas a nivel europeo e internacional, en particular sobre cómo aprovechar al máximo las experiencias existentes, fomentar el desarrollo de prácticas innovadoras, aumentar la transparencia e incrementar la fiabilidad de la evaluación y la validación. Propone un enfoque basado en asociaciones más profundas en las que todos los agentes desempeñen un papel activo. “El verdadero valor del libro verde consiste en la apertura de una primera reflexión pública sobre las finalidades y responsabilidades de la empresa en el nuevo mundo global, así como la incorporación de esta discusión al diálogo social y al debate político sobre Europa que se pretende construir en el Siglo XXI” (Perdiguero, 2003, pág. 131)

Dando paso así la sociedad tenga una opinión propia acerca de la responsabilidad que tienen las organizaciones en el mundo global, que si bien han contribuido con avances científicos y tecnológicos ayudando a la sociedad, de la misma manera, han ayudado al incremento de la desigualdad social. Ya que, como lo menciona Hupperts en Responsabilidad Social empresaria: gran parte de los problemas sociales y ambientales del

planeta son producto de una gestión empresarial no ética, ilegítima, codiciosa e irresponsable, facilitada por la falta de marcos legales apropiados y por gobiernos y sistemas de regulación, control y fiscalización frágiles y poco eficientes. (Hupperts, 2005, pág. 121).

En este periodo con unos niveles de creciente consenso social, político e institucional en todas las sociedades desarrolladas, las denuncias y boicots de este abigarrado movimiento de contestación, ya sea sobre las prácticas comerciales fraudulentas los riesgos medioambientales provocados por un crecimiento sin control, el aumento de las desigualdades y la pobreza, o las políticas de violación reiterada de los derechos humanos en el Tercer Mundo, con la implícita complicidad de las grandes corporaciones, han sido determinantes para el desadormecimiento de una sociedad occidental ensimismada, con una progresiva deriva hacia el individualismo y cada vez más encerrada en lo estrictamente privado.” (Perdiguero, 2003, pág. 84)

Podemos decir que las empresas actuales aparecen bajo un nuevo sistema con una diversidad de ordenamientos legales poco eficientes, grupos sociales con diferentes intereses que influyen directamente sobre la organización y las prácticas que están llevando a cabo, por ende las empresas toman decisiones cuyo impacto político, social y económico puede ubicarse principalmente en los intereses de la sociedad. Hoy en día consideramos que las empresas tienen la capacidad de demostrar su responsabilidad social con la generación de buenas acciones desde una manera interna, mediante sus procesos productivos, y hacia afuera, con buenas acciones que ayuden a la sociedad a tener una mejor calidad de vida.

CAPÍTULO III. RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

3.1 Concepto

La responsabilidad social empresarial se debe percibir más allá de una moda, pues actualmente la empresa asume ciertos compromisos y toma decisiones que promuevan el bienestar de la sociedad, otorgándole un valor agregado a esta.

Si se considera a la empresa como un negocio cuyo único fin es el de optimizar beneficios, el lugar de la responsabilidad social empresaria será más que limitado. Pero, si la empresa es entendida como una comunidad de personas y, por ende, como grupo social, tendrá que asumir en su propia estrategia corporativa otros objetivos desde el momento en que tome conciencia de su implicación, para bien o para mal, en el proceso de configuración de la sociedad. Ya no se espera de la empresa una simple producción de bienes y servicios sino un aporte a la mejora global del entorno que la rodea. (Debeljuh, 2013)

Enfoques de la Responsabilidad Social Empresarial.

Según Carroll (1991), para que las organizaciones acepten de manera consciente la responsabilidad social empresarial, ésta se debe estructurar de tal manera que contenga cuatro tipos de responsabilidades sociales, como son: lo económico, lo ético y lo filantrópico, y que se describen a continuación.

- Responsabilidad económica: las organizaciones fueron creadas como entidades destinadas a proporcionar bienes y servicios a los miembros de la sociedad. El afán de beneficio económico se estableció como el principal incentivo para la iniciativa

empresarial. En algún momento la idea de ese beneficio económico se transformó en un concepto de máximo beneficio, y éste ha sido el valor permanente desde entonces.

- Responsabilidad legal: la sociedad espera que las empresas obtengan sus beneficios económicos dentro del marco legal, es decir, que cumplan con las leyes y reglamentos promulgados por el gobierno. Que los bienes y servicios cumplan al menos los requisitos legales mínimos.
- Responsabilidad ética: es importante ser coherentes en las costumbres sociales y las normas éticas. Además, respetar la evolución que se pueda dar en la evolución tanto ética como moral de la sociedad. Se debe evitar también que las normas éticas se vean comprometidas con el fin de alcanzar objetivos corporativos. Se debe entender que la integridad corporativa y el comportamiento ético van más allá del simple cumplimiento de leyes y reglamentos.
- Responsabilidad filantrópica: la filantropía corporativa debe dar respuesta a las expectativas de la sociedad, con relación a que las empresas deben ser buenos “ciudadanos” corporativos. Esto incluye la participación voluntaria en los proyectos que mejoren la “calidad de vida” de una comunidad. La diferencia entre la filantropía y responsabilidad ética es que de la primera no se espera un sentimiento ético o moral, en la segunda se espera un comportamiento, que sea ético, justo, correcto y equitativo.

El concepto es prácticamente nuevo por lo que no es único y no existe una definición única, a continuación se mencionan algunas definiciones.

Responsabilidad Social Empresarial: el concepto general de que las empresas son más que entidades que producen utilidades y tienen obligaciones con la sociedad. Tratar a los grupos de interés de una manera ética o de una manera aceptable en las sociedades civilizadas. Una meta más elevada es crear estándares de vida más altos para la gente dentro y fuera de la empresa, al mismo tiempo que se garantiza la productividad. (Mejia & Newman, 2011)

El Banco Mundial, considera que: la responsabilidad social empresarial es el compromiso de la empresa a contribuir al desarrollo económico sostenible (trabajando con empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad en su conjunto) para mejorar la calidad de vida, de manera que ambas sean buenas para el negocio y para el desarrollo.

La responsabilidad social corporativa va más allá del mero cumplimiento de la normativa legal establecida y de la obtención de resultados exclusivamente económicos a corto plazo. Supone un planteamiento de tipo estratégico que afecta a la toma de decisiones y a las operaciones de toda la organización, creando valor en el largo plazo y contribuyendo significativamente a la obtención de ventajas competitivas duraderas.

Según el Consejo “la ganancia de los valores” del Consejo Económico y Social de los Países Bajos dos elementos determinan si se puede hablar de responsabilidad social empresaria en estos tiempos:

1. Dirigir conscientemente hacia la creación de valor de tres dimensiones: ganancia (rendimiento económico), recursos humanos (consecuencias para las personas dentro y fuera de la empresa) y medio ambiente (los efectos sobre el entorno no vital) y, de esta manera, hacer un aporte al bienestar social a largo plazo.
2. Mantener contactos con los distintos interesados, basados en los requerimientos de la sociedad. (Hupperts, 2005, pág. 61)

3.2 Ejes de la responsabilidad Social Empresarial

Sin embargo, han pasado de por alto tres factores elementales que de no cumplirse no se puede considerar responsabilidad social empresarial. Kloter (2012) la llama estrategia de tres flancos.

Comportamiento Legal: Las organizaciones deben asegurarse de que todos sus empleados conozcan y cumplan las leyes pertinentes para su negocio. Sus afirmaciones deben coincidir con lo que ofrezca la publicidad de sus productos, y no pueden obtener ni utilizar secretos técnicos o comerciales de la competencia a través del soborno o del espionaje industrial. Por último, los vendedores no deben menospreciar a los competidores ni a sus productos haciendo comentarios falsos. Por su parte, los gerentes deben asegurarse de que todos los vendedores conozcan las normas vigentes y actúen en consecuencia.

En general el comportamiento legal, se refiere a como las organizaciones deben asegurarse de que todos los empleados conozcan y cumplan las leyes para su negocio. Se refiere a cumplir con las normativas obligatorias de acuerdo a su giro y los requisitos mínimos de un producto o servicio, y para que este puede comercializarse. Se puede analizar desde dos ángulos:

- Para garantizar que no perjudique al consumidor: que su uso o contenido no dañe la salud del consumidor.
- Para que no engañe al consumidor: se refiere al contenido del producto y su funcionamiento.

Comportamiento ético: las prácticas de negocios podrían ser criticadas debido a que las situaciones de comerciales suelen plantear dilemas éticos: es fácil trazar una línea clara entre la práctica normal de marketing y el comportamiento poco ético. En este sentido, los críticos muestran agudas discrepancias ante ciertos temas.

Por supuesto, ciertas prácticas de negocios son claramente antiéticas o ilegales. Entre ellas están el soborno, el robo de secretos comerciales, la publicidad falsa y engañosa, los acuerdos comprometedores o de exclusividad, el ocultamiento de defectos de calidad o de seguridad, las garantías falsa, el etiquetado con información inexacta, la fijación de precios indebida o que este guiada por pretensiones discriminatorias, las barreras de entrada y competencia depredadora.

Las empresas deben adoptar y divulgar por escrito un código ético, desarrollar una tradición ética dentro de la empresa, y responsabilizar a sus empleados del cumplimiento de directrices éticas y legales.

La ética se refiere a la cultura organizacional, que incluye aspectos como: calidad de vida laboral, las adecuadas condiciones de trabajo y la participación activa de los empleados en los objetivos y el proyecto empresarial como un todo. Va relacionada con la conducta legal.

Comportamiento socialmente responsable: Las empresas deben hacer alarde de su conciencia social en cada uno de sus tratos específicos con clientes y otros grupos de interés.

El comportamiento social se refiere a que las empresas se preocupan por los clientes, la comunidad y el medio ambiente, busca hacer el bien para todos, y se certifica de forma voluntaria. Ésta no va ligada con las dos anteriores, ya que no reemplaza el papel que tienen las autoridades publicas

Las organizaciones se encuentran en un estado de convergencia, en donde crear solo riqueza ha dejado de ser el objetivo principal dando paso a nuevos enfoques en donde se incluyen responsabilidades de aspecto social y medioambiental. La responsabilidad social empresarial se refiere a la estrategia y a las actividades principales que tiene un valor agregado para la empresa y para la sociedad. Este nuevo enfoque es dirigido a un tipo de empresa que sea gestionada y enmarcada en sus procesos productos y de operación por principios éticos respeto, transparencia, responsabilidad y equidad.

Para que una organización se considere socialmente responsable deberá instaurar nuevas prácticas tanto en sus acciones diarias como en sus procesos productivos y de operación, coadyuvar a sus partes interesadas internas y externas, mejorando su entorno, cuidando y preservando el medio ambiente.

Las nuevas prácticas que deberán instaurar las organizaciones son las siguientes:

- Ofrecer a sus trabajadores condiciones de trabajo dignas que garanticen una mejor calidad de vida, a través de capacitación, desarrollo y seguridad laboral.

- Los bienes y servicios deben tener un valor agregado para sus consumidores que contribuyan a su bienestar: los consumidores están buscando alternativas más sustentables
- La ética como cultura empresarial, empezando por la visión, misión y políticas para que a largo plazo se vea reflejado en las prácticas cotidianas de la empresa.
- Cuidar los aspectos medioambientales implicados en sus procesos productivos, a través de operaciones transparentes y responsables.
- Cumplir con normas de certificación y estándares de calidad
- Ayudar a la comunidad a resolver problemáticas a favor del desarrollo de la sociedad.
- Además los beneficios que pueden obtener cuando tienen acciones de responsabilidad social de manera interna y externa.
- Mejorar las relaciones con la comunidad, al trabajar en conjunto para mejorar y reparar su entorno.
- Mejorar la imagen, al ser una empresa, la cual lleva a cabo, más actividades que solo las que están marcadas por la ley.
- Mejorar la lealtad de los clientes y proveedores. al ser una leal y ética, en la realización de sus actividades y procedimientos.

- Mejorar la satisfacción laboral de los trabajadores, mejorando sus condiciones laborales, a través de capacitación, seguridad laboral, respeto a la diversidad de género.
- Mejorar resultados económicos, por la eficiencia y eficacia de las operaciones y a responsabilidad individual y colectiva, generando así un impacto positivo en la productividad de la organización.

Una vez analizadas estas definiciones podemos entender que la responsabilidad social es un compromiso voluntario y que puede obtener diferentes certificaciones en pro de sus clientes, la comunidad y el medio ambiente, buscar hacer el bien tanto dentro de la organización como fuera, promoviendo la distribución equitativa de los recursos económicos, sociales y ambientales, tomando decisiones conscientes sin afectar a las generaciones actuales y futuras.

CAPÍTULO IV. CARACTERÍSTICAS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Las responsabilidades de la empresa son parte del sistema en el que actualmente operamos, el lazo de esta responsabilidad con la sociedad se encuentra dado en el sentido que la economía actualmente juega un papel importante en el desarrollo de las personas dentro de la sociedad, a través de la generación y distribución de la riqueza se hacen posibles formas y modos de convivencia, el empleo, el pago de sueldos, la generación de bienes y servicios determinan hasta cierto punto las formas de vida que cada sociedad adopta y a las que tiene acceso, por lo tanto, se puede afirmar que la responsabilidad económica de la empresa va mas allá de las ganancias para sus accionistas para infiltrar los recursos económicos que distribuye.

El concepto de desarrollo sostenible, en antinomia con los últimos tipos de racionalidad social empresarial, al proponer un paradigma de crecimiento económico y de creación de riqueza en armonía con la protección del medio ambiente y el desarrollo social. (Perdiguero, 2003, pág. 122).

De acuerdo con Perdiguero al desarrollar la idea de DS con base a una relación estrecha entre el crecimiento económico, la protección del medio ambiente y social, nos damos a la tarea de diferenciar los conceptos de crecimiento económico y desarrollo económico, para así poder tener una definición más clara sobre el DS como una de las características importantes que incluye el concepto de la RSE el cual se desarrolla en tres ámbitos que son: económico, ambiental y social.

4.1 Crecimiento económico

Los economistas clásicos del siglo XVIII y principios del siglo XIX, Adam Smith, David Ricardo, Y Thomas Malthus se preocuparon por explicar el concepto de crecimiento económico, sostenían que el motor principal de la economía lo constituía la acumulación del capital.

Según la Real Academia Española economía es: es el conjunto de bienes y actividades que integran la riqueza de una colectividad o un individuo.

Posteriormente John M. Keynes se orienta en postulados del crecimiento económico, y coloca como centro de análisis la cuestión de desarrollo económico, impulsándolo para tomar conciencia en las grandes disparidades de ingreso per cápita que existe entre las naciones. Ello dio origen a nuevas teorías del crecimiento y desarrollo económico.

El primer modelo que se tiene en cuenta es el Modelo de crecimiento de Harrod (1939) Domar (1946), el cual amplía las ideas de Keynes, a través de la Macro Economía dinámica; el otro Modelo es R. Solow (1956), que consideró como eje central la acumulación del capital físico, y emerge como variable principal el capital humano por su capacidad para generar nuevo conocimiento que posibilite el crecimiento endógeno. (Cardona et al. 2012)

J. Schumpeter construyó un sistema teórico para explicar los ciclos de los negocios como la teoría del desarrollo económico, donde establece que el proceso clave en el cambio económico es con la introducción de innovaciones y el principal innovador es el

empresario. Todo esto seguido por esbozos de Nurkse y Lewis ya que ambos proporcionan ideas sobre desarrollo económico.

En la actualidad se ha mostrado una evolución en el concepto de desarrollo económico, apartándose cada vez más de su relación con la acumulación de capital y el concepto de crecimiento económico, pues se incorporan nuevos elementos, como la idea, de que el ser humano tiene capacidad directa e indirecta para conseguir el desarrollo de acuerdo a sus fines; y a su vez este debe generar conciencia sobre el proceso de transformación de los medios económicos, sociales, ambientales y culturales, surgiendo así una nueva perspectiva sobre desarrollo.

Se entiende a la sociedad como la unión intencional, estable y estructurada, de seres humanos que buscan activa y conscientemente la obtención de un bien común.

Podemos considerar al medio ambiente como; un sistema constituido por elementos físicos, biológicos, sociales, y culturales que interactúan entre sí con los individuos y con la comunidad en que vive, siendo esto, lo que determina el comportamiento y la supervivencia de ambos.

El concepto de desarrollo sostenible se ha utilizado para expresar varios cambios con respecto, a la manera en que nos relacionamos con el mundo que nos rodea, las interacciones entre las personas, el sistema económico y la naturaleza. Y con ello, concientizar en las actividades y prácticas que realizamos los individuos en contra del medio ambiente y así como encontrar la manera de reducir los impactos negativos en el mismo.

4.2 Desarrollo económico.

El crecimiento económico es el incremento en la producción real de una nación (PIB) que ocurre a lo largo del tiempo. Resulta de: 1) las mayores cantidades de recursos naturales, los recursos humanos y el capital; 2) el mejoramiento en la calidad de los recursos y, 3) los adelantos tecnológicos que incrementan la productividad. (Brue & Grant R., 2009)

El crecimiento económico es la capacidad que tiene una economía para producir cada vez más bienes y servicios. (Krugman & Wellls, 2013)

El desarrollo económico es el proceso mediante el cual una nación mejora su estándar de vida a lo largo del tiempo. (Brue & Grant R., 2009, pág. 99)

Por tanto el Crecimiento económico se entiende generalmente como el aumento de la utilidad ó el valor de bienes y servicios producidos generalmente de un país o una región. Habitualmente el crecimiento económico se mide en función al aumento del PIB (Producto Interno Bruto) y se asocia a la productividad. Desde nuestro punto de vista el crecimiento de la población y de la riqueza, no se debe entender como desarrollo.

De acuerdo con, Cardona et al. 2012, el concepto de desarrollo se relaciona con el grado de satisfacción de las necesidades humanas. El ser humano precisa transformar su medio para poder potencializar sus capacidades, y es como se genera el proceso del desarrollo. Las sociedades son desarrolladas en la medida en que el hombre logra de forma justa satisfacer sus necesidades y renovar sus aspiraciones.

Por ende las premisas sobre el bienestar general, la acumulación de riqueza y la satisfacción del desarrollo del ser humano han sido la base del debate para la definición del concepto de desarrollo económico. Las condiciones para el desarrollo económico no sólo se definen por la acumulación de capital en un territorio; este va más allá de eso, se trata de crear instrumentos eficaces para gestionar los procesos de ordenamiento social, las instituciones y el marco regulatorio que permitan potencializar una óptima organización del mercado y la distribución económica, en función de una eficiente utilización de los recursos y de una justa distribución de la riqueza. Ya que dichas características de una región pueden disminuir o empeorar las desigualdades, dentro del espacio.

Según Furtado, la idea de desarrollo posee por lo menos tres dimensiones: 1) El incremento de la eficacia del sistema social de producción; 2) La satisfacción de las necesidades elementales de la población; y 3) La consecución de objetivos a los que aspiran grupos dominantes de una sociedad y que compiten en la utilización de recursos escasos. (Acevedo, Cano Gamboa, Zuluaga Díaz, & Gómez Alvis, 2012)

Mientras que el desarrollo económico tiene dos dimensiones: el crecimiento económico por un lado, y la calidad de vida por el otro.

4.3 Desarrollo sostenible

Desarrollo sostenible: desarrollo que cubre las necesidades del presente sin poner en riesgo la capacidad de las futuras generaciones de cubrir las propias. (Tracey & Bayley, 2012)

Como lo menciona Strance en el capítulo primero de “desarrollo sostenible” el término de desarrollo sostenible comenzó, a ganar una amplia aceptación a finales de la

década de 1980 después de la aparición del informe de Brundtland (TheBrundtlandReport) resultado de una comisión conformada por la ONU para proponer un programa global para el cambio, en el concepto y las prácticas de desarrollo.

El término desarrollo sostenible se instaló en el debate político internacional desde 1980 fue introducido por el grupo de trabajo que desarrolló la “Estrategia para la Conservación del Planeta”, dependiente del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA). Se define al desarrollo sustentable como “aquel que satisface las necesidades actuales sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades”.

El desarrollo sostenible pretende ser un modelo que permita, simultáneamente, cubrir los requerimientos de calidad de vida de la población del planeta, así como conservar el medio ambiente incluso mejorarlo. De esta forma, las generaciones futuras dispondrán de las mismas oportunidades que las actuales para conseguir lo que más adelante se considere como calidad de vida. (Raufflet, Lozano Aguilar, Barrera Duque, & García de la Torre, 2012, pág. 61)

La declaración de Río de Janeiro, Brasil 1992.

En la cumbre de Río de Janeiro, en 1992, los 172 países asistentes (casi la totalidad del planeta) acordaron seguir las propuestas recogidas en un documento llamado la Declaración de Río sobre Medio Ambiente y Desarrollo.

(Raufflet& otros, 1992) Destacan cinco principios que han cambiado la forma de operar de las empresas:

Principio 3. Establece que ninguna actividad humana puede mermar los derechos de las generaciones futuras a aprovechar el medio ambiente.

Principio 4. Obliga a considerar la preservación del ambiente como objetivo estratégico de cualquier actividad, integrada con el resto de los objetivos de esa actividad (lo que ha llevado al importante desarrollo de la auditoría y la evaluación ambiental)

Principio 10. Establece que la información y la transparencia, así como la participación de los grupos de interés, son derechos de éstos y se deben fomentar (ésta es una de las bases del desarrollo de los informes sobre sustentabilidad).

Principio 15. Instauro el “principio de precaución“ por el cual, si no se tiene certeza de que algo no contamina, se debe asumir que si contamina.

Principio 16. Establece que “quien contamina paga”. Así, un producto o servicio que contaminen, aunque estén permitidos, deben proveer los recursos necesarios para compensar su impacto ambiental, principalmente a través de impuestos.

El informe de Brundtland señaló la urgencia de representar nuevas formas de vida y de gobierno, la satisfacción responsable de las metas y aspiraciones de la humanidad. La Comisión Mundial sobre el medio ambiente y desarrollo, se propuso atraer la atención global del acelerado deterioro de los recursos naturales y humanos, así como las consecuencias para el desarrollo económico y social. Al conformar la comisión la asamblea general de la ONU explícitamente subrayó dos ideas:

- El bienestar del medio ambiente y el bienestar de las economías y de las personas ligadas de manera intrincada.
- El desarrollo sostenible implica la cooperación a una escala global.

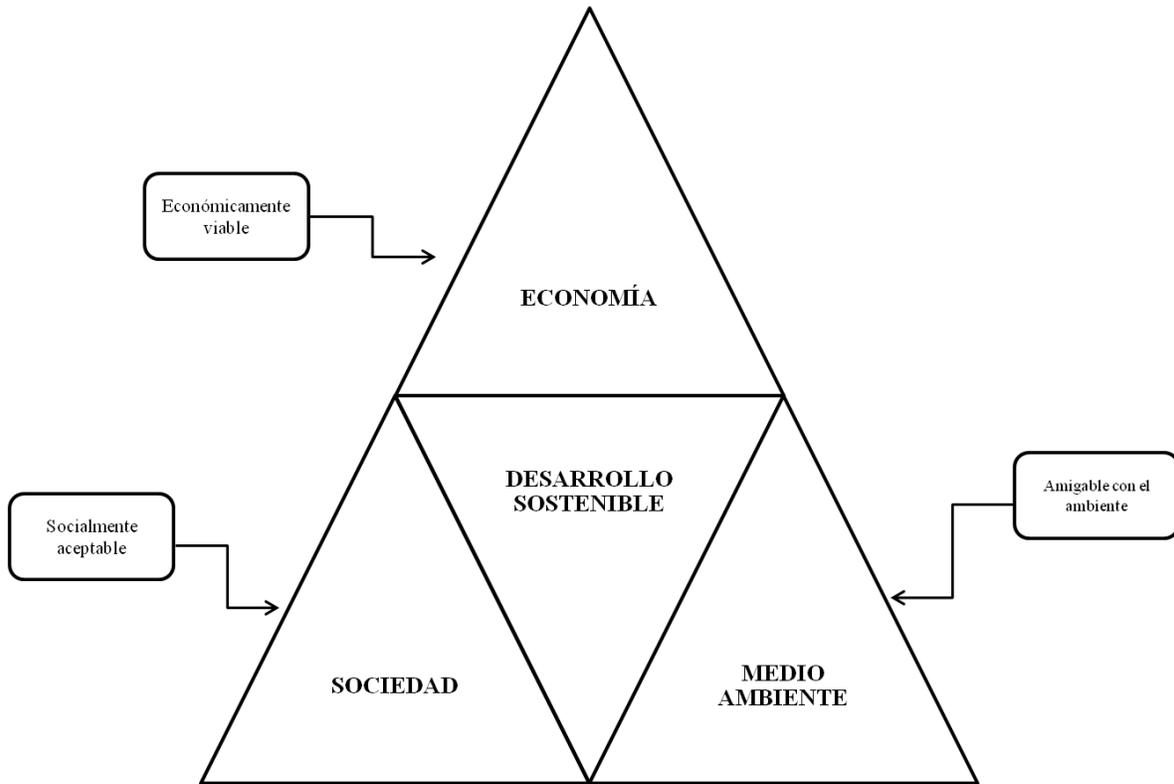


Ilustración 1. Tres pilares del desarrollo sostenible. Elaboración propia

El desarrollo sostenible representa integración: desarrollarse en una manera que beneficie al conjunto más amplio de sectores, a través de fronteras e incluso entre generaciones. En otras palabras nuestras decisiones no tomar en consideración los posibles efectos en la sociedad, el medio ambiente y la economía. (Tracey & Bayley, 2012, pág. 32).

El desarrollo sostenible pretende ser un modelo de desarrollo que permita simultáneamente cubrir los requerimientos de calidad de vida en la población del planeta, así como conservar el medio ambiente e incluso mejorarlo.

Por lo tanto se entiende que si los individuos son capaces de satisfacer sus necesidades de acuerdo a una distribución equitativa de la riqueza, acompañada de un desarrollo humano, conciencia del uso, cuidado de los recursos naturales y del medio ambiente es así como existe una nueva concepción de desarrollo, el “desarrollo sostenible”.

Desarrollo humano es la evolución del entorno de todas las personas y de las personas mismas para que cada vez más, puedan hacer realidad plenamente sus posibilidades, así como vivir en forma productiva y creadora de acuerdo a sus necesidades e intereses.” (Tracey & Bayley, 2012)

Este nuevo concepto de desarrollo es un proceso continuo que junto con la responsabilidad social empresarial crean una coalición, donde la empresa modifica la visión de sus procesos productivos y continua al aplicar esa nueva visión a todas las actividades de la empresa, donde ya no sólo busca tener un crecimiento exclusivamente económico, además de buscar impactar con sus decisiones de manera positiva sobre la sociedad, elevando el nivel de bienestar de ésta, y además se preocupa por la posibilidad de heredar a las generaciones futuras un planeta con aceptables niveles de salud ambiental y económica.

Si consideramos las dimensiones del DS en relación a los ejes de la responsabilidad empresarial que presentamos de Kotler en el capítulo anterior, en el campo de las

responsabilidades legales, es compromiso de la empresa cumplir con las leyes de los lugares en los que opera, la empresa debe cumplir con las reglas que le atañen, se cuenta con normas para todos los ámbitos; socialmente a través de las leyes laborales, de derechos de los trabajadores, normas de acuerdo a su actividad o giro por mencionar algunas, del mismo modo se cuenta con legislación en materia económica, más ahora con la apertura del comercio y las operaciones a mercados globales. También se cuenta con legislación ambiental la lista es amplia, desde tratados internacionales hasta regulaciones locales que sientan las bases para el desempeño de la empresa en el lugar donde opera.

En materia a lo ético es importante tener en cuenta ante cualquier disyuntiva el ambiente y las personas son un fin y no un medio y la ética identifica el espacio para el buen o mal obrar de la empresa ante una situación dada, es por ello que la RSE considera ir más allá de los requerimientos básicos pues existen normas éticas como la equidad y justicia, que abarcan aquellas prácticas esperadas o prohibidas por los miembros de la sociedad.

Las respuestas éticas en el ámbito económico conducen a la corporación a cuestionarse sobre el enriquecimiento y su distribución, las operaciones de mercado globales y los ciclos productivos, pero en armonía con los otros dos ámbitos el social y ambiental, pues la sociedad espera el buen proceder de las empresas sobre lo que hacen, cómo tratan y deciden sobre los impactos que causan o pueden ocasionar tanto interna como externamente, es necesario que la empresa ponga los tres ámbitos de la sostenibilidad en la balanza y responda al ser coherente entre los códigos de conducta y las acciones de la empresa, ante ello, un ejemplo puede ser, el optar por usar cartón reciclado en un empaque,

son decisiones que si bien no están en la ley o no se consideran en materia económica si permiten que la empresa abra la puerta a tener un buen comportamiento.

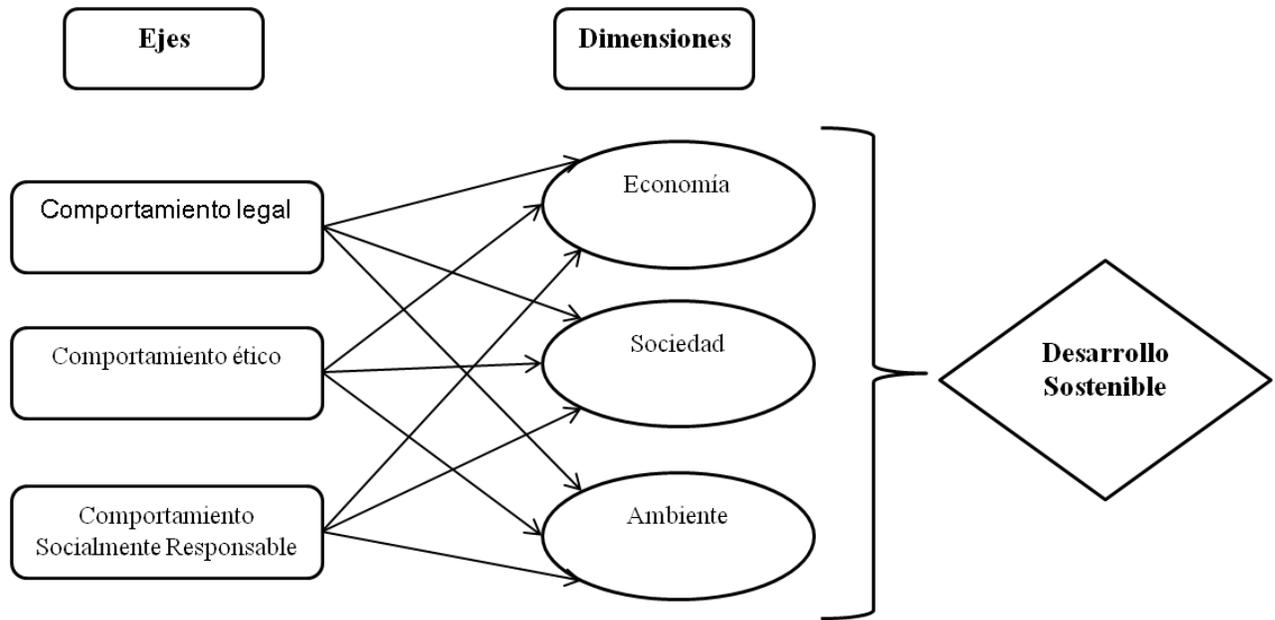


Ilustración 2 Ejes y Dimensiones vinculadas al DS. Elaboración propia

Finalmente es posible identificar que los ejes de la responsabilidad manejados por Kotler están relacionados directamente con cada una de las dimensiones que encuentran vinculadas con el DS pues refleja la interacción de los tres ámbitos y en la medida que se reconozca al ambiente y la sociedad como un actor más y no como un medio para las acciones económicas, acompañadas del cumplimiento de la legislación así como del buen proceder ayudarán a trazar el camino de la empresa en materia a la RSE.

CAPÍTULO V. GRUPOS DE INTERÉS

En este estado de convergencia en el que se encuentra la empresa, donde se busca crear estrategias basadas en su entorno y la organización. No es tarea fácil y que no puede llevarlo a cabo sola, por lo que es indispensable que considere a todos los actores de su cadenas de valor, estos actores son denominados grupos de interés o stakeholders, en el que se requiere tener un pleno conocimiento de sus grupos de interés que pueden ser afectados por las actividades de la misma.

Richard Edward Freeman en su teoría Strategic Management: A Stakeholder Approach, define el término Stakeholder como “cualquier grupo o individuo que puede afectar o ser afectado por el logro de los objetivos de la empresa” (Freeman, 1984)

En los distintos grupos de interés que configuran la organización empresarial hay expectativas recíprocas de comportamiento, algunas de carácter legítimo, que deberán ser satisfechas dentro del marco de las relaciones empresariales. Por lo tanto hay intereses económicos y de otro tipo. (Raufflet, Lozano Aguilar, Barrera Duque, & García de la Torre, 2012, pág. 93)

Freeman sugiere la distinción entre participantes directos e indirectos, aunque más tarde se impone la diferenciación entre participantes primarios y secundarios. Los primarios son los individuos y grupos sin los que la empresa no puede sobrevivir, como los accionistas, empleados, clientes, suministradores y los poderes públicos. Mientras que los secundarios pueden ejercer una importante influencia en el desarrollo de los planes y objetivos de la empresa, pero no comprometen de manera esencial su funcionamiento, al menos en el corto plazo. Entre los grupos secundarios destacan los grupos de presión y los

movimientos sociales, las instituciones educativas y los medios de comunicación. (Perdiguero, 2003, pág. 162)

Mientras que la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA) en su “Marco Conceptual De La Responsabilidad Social Corporativa” define a los grupos de interés, partes interesadas o stakeholders, como aquellos grupos sociales e individuos afectados de una u otra forma por la existencia y acción de la empresa, con un interés legítimo, directo o indirecto, por la marcha de ésta, que influyen a su vez en la consecución de los objetivos marcados y su supervivencia. Y los divide en internos y externos, descritos a continuación.

5.1 Grupos de interés internos

Grupos sociales que se encuentran dentro de la estructura de la organización.

5.1.2 Empleados

Personas que desarrollan su trabajo en la organización con un contrato, laboral o profesional, y una retribución dineraria y/o en especie. En función del tipo de trabajo realizado, el sector de actividad y las propias peculiaridades de la organización pueden distinguirse diversas categorías laborales. En términos generales, no obstante, los empleados podemos agruparlos en dos grandes grupos: directivos y no directivos. Los Consejeros y Alta Dirección se consideran incluidos en este grupo de interés.

5.1.3 Accionistas o propietarios.

Personas y entidades que poseen participaciones en la propiedad de una empresa... Para las sociedades de capital, en función de la cuantía de la aportación se puede distinguir entre accionistas dominantes y accionistas minoritarios. Según la personalidad jurídica de

éstos se puede diferenciar entre accionistas individuales y accionistas institucionales (fondos de inversión y de pensiones). Los empleados, por su parte, pueden ser también accionistas.

5.2 Grupos de interés externos

Grupos sociales no pertenecientes a la estructura interna de la organización, que se relacionan con ésta desde su independencia orgánica.

5.2.1 Clientes

Consumidores o usuarios de los productos y servicios producidos por las empresas. Es el grupo social hacia el que se orienta la explotación del negocio. Las rentas obtenidas de las ventas de estos productos y servicios deben ser suficientes para cubrir los costes de producción y el margen esperado. Los clientes son, por tanto, componente esencial de la empresa, imprescindibles para la supervivencia de ésta. La captación, conocimiento, satisfacción y fidelización de los clientes son aspectos prioritarios de la gestión empresarial.

5.2.2 Proveedores

Personas y organizaciones que aportan trabajos, productos y servicios a la empresa sin pertenecer a ella. Dicha relación puede estar formalmente recogida en un contrato que establece los compromisos contraídos tanto por la empresa contratante como por el proveedor externo. Algunas de estas cláusulas más comúnmente explicitadas en estos tipos de contratos son: el precio, el plazo de entrega, las especificaciones del producto o servicio y sus garantías, y la forma de pago.

5.2.3 Competidores

Empresas del mismo sector que ofrecen productos y servicios similares a los producidos por otra empresa, a los potencialmente mismos clientes o consumidores. Con el

fin de captar nuevos clientes o poder satisfacer las nuevas necesidades de los actuales, surgen, a veces, las alianzas temporales entre competidores, que, por otra parte, hacen posible alcanzar estándares de calidad, no siempre realizables de forma individual.

5.2.4 Agentes sociales

Grupos de interés públicos que con su acción pueden influir de manera determinante en la forma de gestionar las empresas, condicionando incluso su futuro. Los agentes sociales pueden ser de muy distinto signo y finalidades, agrupando a veces a un número considerable de individuos y organizaciones que afectan a la empresa, como por ejemplo: sindicatos de trabajadores, asociaciones de consumidores, cámaras de comercio con la presencia de competidores, agrupaciones de proveedores, organismos normalizadores, etc.

Los agentes sociales son grupos de interés más representativos si cabe, ya que representan a otros grupos como los empleados, los consumidores, los proveedores, el medio ambiente, reforzando habitualmente la demanda de sus intereses. Los sindicatos de trabajadores y organizaciones empresariales tienen especial relevancia por la capacidad de negociación otorgada por la legislación.

5.2.5 Administraciones públicas

Poderes públicos de la Unión Europea, el Estado, las Comunidades Autónomas y las Administraciones locales con potestad para configurar el marco jurídico en el que las organizaciones deben desarrollar sus actividades. Este marco reconoce derechos e impone deberes a las organizaciones. Las leyes y otras disposiciones oficiales establecen las obligaciones tributarias, los regímenes generales de ordenación y regulación societaria

y/negocio, la otorgación de licencias y el escenario sancionador para los casos de incumplimiento de la normativa vigente.

5.2.6 Comunidad local

Conjunto de entidades de iniciativa pública o privada del entorno local circundante a la actividad desarrollada por la empresa, con el que se interactúa estrechamente... Destacamos entre ellas: iglesia, asociaciones vecinales y de otros tipos, fundaciones, partidos políticos, ONG, etc.

5.2.7 Sociedad y público en general

Lo constituyen aquellas personas, organizaciones y consumidores en general que aún no teniendo una relación directa con la organización, pueden influir en ésta a través de la expresión de su opinión respecto a determinadas acciones que, según ellas, pueden ser positivas o negativas para el conjunto de la sociedad.

La globalización de la sociedad y la economía hacen posible que la repercusión en la empresa de acontecimientos acaecidos en cualquier parte del mundo pueda ser de suma importancia. De la misma manera la actividad de una empresa puede producir sus efectos a miles de kilómetros de donde se ha producido. Las leyes y usos internacionales constituyen un marco inexcusable de referencia para cualquier organización supranacional

5.2.8 Medio ambiente y generaciones futuras

El medio ambiente, como parte interesada, es el entorno físico natural incluidos el aire, el agua, la tierra, la flora, la fauna, los recursos no renovables –tales como combustibles fósiles y minerales-, así como el patrimonio natural, cultural y artístico. El medio ambiente se encuentra representado también como un grupo de interés en los agentes

sociales como las asociaciones de protección de la naturaleza, o las entidades de preservación del patrimonio histórico artístico.

El entorno natural, aunque por su naturaleza no debería ser incluido dentro de los grupos de interés, es importante considerarlo como tal en tanto en cuanto, dichos grupos de interés pueden cambiar drásticamente su relación con la empresa en función del trato otorgado por ésta a la naturaleza y el respeto y conservación que se demuestra por ella.

Para las organizaciones es importante tener comunicación directa con sus stakeholders internos, para entender y compartir la responsabilidad social que la organización tiene como objetivo, ya que estos son los participantes directos que influyen la organización, si estos tienen claro el objetivos de la organización será más fácil cumplir con ellos. Mientras que el conocer a los externos permite, a la empresa tener una visión acerca de las consecuencias que pueden tener las decisiones que tomen y a todos los elementos que afectan.

Para las empresas que desean convertirse socialmente responsable necesitan conocer a sus grupos de interés, y establecer una comunicación bilateral, ser conscientes de sus necesidades, proporcionar información confiable y transparente para brindar productos y/o servicios que satisfagan los requerimientos de sus grupos de interés, y sobre todo que se refleje el interés de la empresa por satisfacer las necesidades de los stakeholders. Tener una relación estrecha se ha vuelto cada vez más complicado, por lo que será el mayor de los retos que presentara la empresa.

CAPÍTULO VI. ESTÁNDARES INTERNACIONALES HACIA LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

6.1 Declaración de los derechos humanos

Este nuevo enfoque trasciende de aquella visión clásica de responsabilidad social empresarial “cerrada” a la empresa y el máximo beneficio económico para los accionistas ahora se sustenta bajo principios y buenas prácticas que se han fortalecido mediante estrategias que van enfocadas:

1. mejorar la gestión interna, compromisos, obligaciones sociales, laborales y tributarios.
2. Proyectar hacia la comunidad proyectos para favorecer causas sociales o ambientales que ayuden fortalecer su participación en el mercado y crear confianza y lealtad por parte de sus principales grupos de interés internos y externos.

El hecho de que las empresas asuman principios para mejorar su gestión interna y busquen cumplir con sus obligaciones sociales y laborales las empresas debe tener amplio conocimiento sobre estándares internacionales de distintas fuentes que han enriquecido el enfoque de RSE, como son los “los Derechos Humanos Y los derechos laborales.

Las organizaciones deben reconocer y respetar la universalidad de los derechos humanos. Son aplicables en todos los países y culturas. El fundamento de la Organización de las Naciones Unidas se sustenta en el principio de igualdad para todos, en donde se confirma la dignidad y el valor de la persona sin dejar de lado la justicia social.

EL movimiento de denuncia reivindica unas condiciones dignas de trabajo y salarios decentes, así como el respeto de los derechos laborales y sociales protegidos

internacionalmente por las Naciones Unidas y por las convenciones y recomendaciones de la Organización Internacional del Trabajo, OIT. (Perdiguero, 2003, pág. 89)

Los derechos humanos son principios fundamentales que permiten la libertad individual de llevar una vida digna, libre de abusos y violaciones. La ampliación de los principios fundamentales de los derechos humanos no se limita únicamente a las acciones de gobiernos o grupos radicales, sino también a las acciones de las empresas.

El sector empresarial ha desempeñado un papel activo en las Naciones Unidas desde que éstas entraron en funcionamiento en 1945. Varias organizaciones de las Naciones Unidas han cooperado fructíferamente a lo largo de su historia con empresas. Las transformaciones políticas y económicas recientes han favorecido e intensificado los intentos de concertar convenios de colaboración.

La relación con el sector empresarial ha cobrado importancia a medida que ha aumentado la actividad de las empresas en cuanto a la creación de empleo y riqueza mediante el comercio, la inversión y las operaciones financieras, y a medida que los Estados Miembros de las Naciones Unidas han hecho más hincapié en la importancia que tiene la inversión privada en el desarrollo.

A continuación se mencionan los primeros diez artículos de la Declaración de los Derechos Humanos, que consideramos los más importantes.

1. Todos los seres humanos nacen libres e iguales en dignidad y derechos y, dotados como están de razón y conciencia, deben comportarse fraternalmente los unos con los otros.

2. Toda persona tiene los derechos y libertades proclamados en esta Declaración, sin distinción alguna de raza, color, sexo, idioma, religión, opinión política o de cualquier otra índole, origen nacional o social, posición económica, nacimiento o cualquier otra condición. Además, no se hará distinción alguna fundada en la condición política, jurídica o internacional del país o territorio de cuya jurisdicción dependa una persona, tanto si se trata de un país independiente como de un territorio bajo administración fiduciaria, no autónoma o sometida a cualquier otra limitación de soberanía.
3. Todo individuo tiene derecho a la vida, a la libertad y a la seguridad de su persona.
4. Nadie estará sometido a esclavitud ni a servidumbre; la esclavitud y la trata de esclavos están prohibidas en todas sus formas.
5. Nadie será sometido a torturas ni a penas o tratos crueles, inhumanos o degradantes
6. Todo ser humano tiene derecho, en todas partes, al reconocimiento de su personalidad jurídica.
7. Todos son iguales ante la ley y tienen, sin distinción, derecho a igual protección de la ley. Todos tienen derecho a igual protección contra toda discriminación que infrinja esta Declaración y contra toda provocación a tal discriminación.
8. Toda persona tiene derecho a un recurso efectivo, ante los tribunales nacionales competentes, que la ampare contra actos que violen sus derechos fundamentales reconocidos por la constitución o por la ley.

9. Nadie podrá ser arbitrariamente detenido, preso ni desterrado.

10. Toda persona tiene derecho, en condiciones de plena igualdad, a ser oída públicamente y con justicia por un tribunal independiente e imparcial, para la determinación de sus derechos y obligaciones o para el examen de cualquier acusación contra ella en materia penal.

Hoy en día, las organizaciones están en la mira de sus clientes y de la comunidad en general con relación al cumplimiento o no de los derechos humanos dentro de las mismas. Ya que dependiendo del grado del cumplimiento de los mismos, serán los beneficios que le traerán a la organización.

Hacemos hincapié en estos derechos que deben ser conocidos y respetados internacionalmente, tanto por las empresas como por los trabajadores, ya que como lo menciona la ONU, el sector empresarial aprecia cada vez más el valor de las funciones que desempeñan; fijar normas y criterios en ámbitos tan diversos como los del derecho comercial, y ocuparse de las cuestiones de la vulnerabilidad, la pobreza, la degradación del medio ambiente y el conflicto social. Se considera que todo ello ayuda a crear un marco estable y favorable a las transacciones económicas y al desarrollo.

6.2 Organización internacional del trabajo

La OIT puede desempeñar un papel importante en la RSE porque las normas del trabajo y el diálogo social son aspectos fundamentales de la RSE y es el tema por el que se preocupa básicamente la OIT. La mayoría de las iniciativas en materia de RSE, comprendidos los códigos de conducta, remiten a los principios que se originan de las normas internacionales del trabajo.

Los principios emanados de los convenios de la OIT pueden servir de guía para el comportamiento de las empresas. La OIT desempeña una función consistente en ayudar a promover el diálogo entre los trabajadores y de empleadores y en prestar asistencia y proporcionar instrumentos para entender mejor la dimensión laboral de la RSE.

Según OITCINTERFOR (2010), los derechos laborales, son un conjunto de derechos humanos, vinculados al trabajo y a los trabajadores y trabajadoras, que se orientan a posibilitar condiciones mínimas de vida y de trabajo para todas las personas, así como la organización de los trabajadores y trabajadoras para su defensa, reivindicación y participación sociopolítica.

La Organización Internacional del Trabajo es la única agencia de carácter “tripartito” de las Naciones Unidas ya que reúne representantes de gobiernos, empleadores y trabajadores para la elaboración conjunta de políticas y programas promoviendo el trabajo decente de todos, mujeres y hombres.

En 1998 Declaración de la OIT relativa a los principios y derechos fundamentales en el trabajo y su seguimiento. La Declaración compromete a todos los Estados Miembros de la OIT, hayan o no ratificado los convenios pertinentes, a respetar los principios de las

cuatro categorías mencionadas, a saber: la libertad de asociación y la libertad sindical y el derecho de negociación colectiva; la eliminación del trabajo forzoso; la abolición del trabajo infantil; y la eliminación de la discriminación en materia de empleo y ocupación.

Hace relación a los derechos laborales, estos son recomendaciones por lo que cada empresa decide cuáles integrar a en sus políticas y reglamentos internos.

Considerando que la OIT debería prestar especial atención a los problemas de personas con necesidades sociales especiales, en particular los desempleados y los trabajadores migrantes, movilizar y alentar los esfuerzos nacionales, regionales e internacionales encaminados a la solución de sus problemas, y promover políticas eficaces destinadas a la creación de empleo;

Considerando que, con el objeto de mantener el vínculo entre progreso social y crecimiento económico, la garantía de los principios y derechos fundamentales en el trabajo reviste una importancia y un significado especiales al asegurar a los propios interesados la posibilidad de reivindicar libremente y en igualdad de oportunidades una participación justa en las riquezas a cuya creación han contribuido, así como la de desarrollar plenamente su potencial humano;

Considerando que la OIT es la organización internacional con mandato constitucional y el órgano competente para establecer Normas Internacionales del Trabajo y ocuparse de ellas, y que goza de apoyo y reconocimiento universales en la promoción de los derechos fundamentales en el trabajo como expresión de sus principios constitucionales;

Considerando que en una situación de creciente interdependencia económica urge reafirmar la permanencia de los principios y derechos fundamentales inscritos en la Constitución de la Organización, así como promover su aplicación universal;

La conferencia internacional del trabajo

1. Recuerda:

- A. que al incorporarse libremente a la OIT, todos los Miembros han aceptado los principios y derechos enunciados en su Constitución y en la Declaración de Filadelfia, y se han comprometido a esforzarse por lograr los objetivos generales de la Organización en toda la medida de sus posibilidades y atendiendo a sus condiciones específicas;
- B. que esos principios y derechos han sido expresados y desarrollados en forma de derechos y obligaciones específicos en convenios que han sido reconocidos como fundamentales dentro y fuera de la Organización.
- C. Declara que todos los Miembros, aun cuando no hayan ratificado los convenios aludidos, tienen un compromiso que se deriva de su mera pertenencia a la Organización de respetar, promover y hacer realidad, de buena fe y de conformidad con la Constitución, los principios relativos a los derechos fundamentales que son objeto de esos convenios, es decir:
 - a. libertad de asociación y la libertad sindical y el reconocimiento efectivo del derecho de negociación colectiva;

- b. la eliminación de todas las formas de trabajo forzoso u obligatorio;
 - c. la abolición efectiva del trabajo infantil; y
 - d. la eliminación de la discriminación en materia de empleo y ocupación.
2. Reconoce la obligación de la Organización de ayudar a sus Miembros, en respuesta a las necesidades que hayan establecido y expresado, a alcanzar esos objetivos haciendo pleno uso de sus recursos constitucionales, de funcionamiento y presupuestarios, incluida la movilización de recursos y apoyo externos, así como alentando a otras organizaciones internacionales con las que la OIT ha establecido relaciones, de conformidad con el artículo 12 de su Constitución, a respaldar esos esfuerzos:
- a. ofreciendo cooperación técnica y servicios de asesoramiento destinados a promover la ratificación y aplicación de los convenios fundamentales;
 - b. asistiendo a los Miembros que todavía no están en condiciones de ratificar todos o algunos de esos convenios en sus esfuerzos por respetar, promover y hacer realidad los principios relativos a los derechos fundamentales que son objeto de esos convenios; y
 - c. ayudando a los Miembros en sus esfuerzos por crear un entorno favorable de desarrollo económico y social.

3. Decide que, para hacer plenamente efectiva la presente Declaración, se pondrá en marcha un seguimiento promocional, que sea creíble y eficaz, con arreglo a las modalidades que se establecen en el anexo que se considerará parte integrante de la Declaración.
4. Subraya que las normas de trabajo no deberían utilizarse con fines comerciales proteccionistas y que nada en la presente Declaración y su seguimiento podrá invocarse ni utilizarse de otro modo con dichos fines; además, no debería en modo alguno ponerse en cuestión la ventaja comparativa de cualquier país sobre la base de la presente Declaración y su seguimiento.

La declaración de la OIT relativa a los principios y derechos fundamentales en el trabajo. Exige a los gobiernos que apliquen los principios de las normas básicas del trabajo de la OIT y la Declaración tripartita de principios sobre las empresas multinacionales y la política social. Es una guía sobre el comportamiento de las empresas, destinada a los gobiernos, los mandantes de la OIT y las empresas.

CAPÍTULO VII. MARCO EUROPEO INTERNACIONAL Y EUROPEO

7.1 Libro verde

En el año 2000, la Cumbre de Lisboa establece como objetivo convertir a Europa en una economía competitiva capaz de lograr un crecimiento económico sostenible con una mayor cohesión social.

Con el fin de cumplir este objetivo, se acuerda iniciar un proceso de diálogo entre todas las partes interesadas y se publica en julio de 2001 el llamado “Libro Verde”, que plasma las líneas de la política gubernamental europea interesada en la responsabilidad social de las empresas en la medida en que puede contribuir positivamente al objetivo estratégico establecido en Lisboa: «convertirse en la economía basada en el conocimiento más competitiva y dinámica del mundo, capaz de crecer económicamente de manera sostenible con más y mejores empleos y con mayor cohesión social».

La Comisión Europea es el órgano ejecutivo de la UE. el cual decide las prioridades políticas y estratégicas de la Unión y en razón de “El Libro Verde” intenta iniciar un amplio debate y recabar opiniones sobre la responsabilidad social de las empresas a nivel nacional, europeo e internacional; espera que esta iniciativa desemboque en el establecimiento de un nuevo marco para el fomento de la responsabilidad social de las empresas.

Dicho libro tiene por particularidad iniciar un amplio debate sobre cómo podría fomentar la Unión Europea la responsabilidad social de las empresas a nivel europeo e internacional, en particular sobre cómo aprovechar al máximo las experiencias existentes,

fomentar el desarrollo de prácticas innovadoras, aumentar la transparencia e incrementar la fiabilidad de la evaluación y la validación.

El documento entiende a la “Responsabilidad Social Empresarial” como una tendencia de las empresas por integrarse de manera voluntaria a las problemáticas sociales, ambientales y en su misma estructura interna. Esta postura responsable se inscribe en un sentido que rebasa el marco jurídico obligatorio para convertirse en una práctica integral que puede llevar a las empresas a generar una mayor competitividad en el mercado.

A pesar de que, hasta ahora, el fomento de la responsabilidad social ha sido relacionado principalmente a algunas grandes empresas o sociedades multinacionales, el libro verde considera que es importante en todos los tipos de empresa y todos los sectores de actividad, desde las pequeñas empresas (pymes) hasta las multinacionales. Pues se cree que si se fomenta la RSE y se practica en las pequeñas y medianas empresas, incluidas las microempresas sería de gran relevancia y podrían generar grandes cambios ya que son las que más contribuyen a la economía y a la creación de puestos de trabajo.

La principal contribución del enfoque europeo consistirá en aportar un valor añadido a las acciones existentes y completarlas:

- Estableciendo un marco global europeo para promover la calidad y la coherencia de las prácticas en materia de responsabilidad social de las empresas mediante la elaboración de principios, enfoques e instrumentos generales y la promoción de prácticas correctas e ideas innovadoras;

- Apoyando planteamientos de buenas prácticas por lo que respecta a la evaluación de la rentabilidad y la verificación independiente de las prácticas de responsabilidad social de las empresas, garantizando así su eficacia y credibilidad. (LIBRO VERDE, 2001).

Este libro verde habla de dos vertientes: la primera sobre la manera en que las prácticas responsables impactan de manera interna a la organización en diversos ámbitos, Y la segunda tiene que ver con prácticas externas, a continuación se presentan:

Tabla 2 Dimensión interna

<p>Recursos humanos</p> <p>Adaptación al cambio</p>	<p>El libro verde contempla que las empresas deben involucrarse en cuestiones laborales por medio del diseño de planes que permitan el aprendizaje permanente, capacitación y actualización en el trabajo por mencionar algunos además de equilibrar y tener en cuenta los intereses y preocupaciones de todos los afectados por los cambios y las decisiones.</p>
<p>Salud y seguridad</p>	<p>Este punto está orientado al ámbito de la prevención la salud y seguridad en el área de trabajo.</p>

	empresas puede considerarse una contribución al respecto.
--	---

Se pretende que enfoque europeo de la responsabilidad social de las empresas debe estar integrado en un contexto más amplio por lo tanto a este enfoque se inscriben diversas iniciativas internacionales, como el pacto mundial de las Naciones Unidas (Global Compact, 2000); la Declaración tripartita de la OIT sobre las empresas multinacionales y la política social (ILO's Tripartite Declaration of Principles concerning Multinational Enterprises and Social Policy, 1977/2000), y las directrices de la OCDE para las empresas multinacionales (OECD Guidelines for Multinational Enterprises, 2000), con una última actualización en el año 2011.

7.2 Global Compact

El Global Compact es un instrumento de las Naciones Unidas (ONU) de libre adhesión para las empresas, sindicatos y organizaciones de la sociedad civil.

El Pacto Mundial de Naciones Unidas (Global Compact) es una iniciativa internacional que promueve implementar 10 Principios universalmente aceptados para promover la responsabilidad social empresarial (RSE) en las áreas de Derechos Humanos y Empresa, Normas Laborales, Medio Ambiente y Lucha contra la Corrupción en las actividades y la estrategia de negocio de las empresas. Con más 13.000 entidades firmantes en más de 145 países, es la mayor iniciativa voluntaria de responsabilidad social empresarial en el mundo.

El Pacto Mundial es un marco práctico para desarrollar, implantar y divulgar políticas y prácticas de sostenibilidad empresarial, ofreciendo a sus firmantes una amplia gama de recursos y herramientas de gestión para ayudarles a implementar modelos de negocio y desarrollo sostenible. (Organización de las Naciones Unidas, 2017)

Los Diez Principios para promover la RSE de acuerdo al pacto mundial, se mencionan a continuación:

- Derechos Humanos

Principio N° 1. Apoyar y respetar la protección de los derechos humanos.

Principio N° 2. No ser cómplice de abusos de los derechos.

- Ámbito Laboral

Principio N° 3. Apoyar los principios de la libertad de asociación y sindical y el derecho a la negociación colectiva.

Principio N° 4. Eliminar el trabajo forzoso y obligatorio.

Principio N° 5. Abolir cualquier forma de trabajo infantil.

Principio N° 6. Eliminar la discriminación en materia de empleo y ocupación.

- Medio Ambiente

Principio N° 7. Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.

Principio N° 8. Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una responsabilidad ambiental.

Principio N° 9. Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.

- Anti – Corrupción

Principio N° 10. Las empresas e instituciones deberán trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidos extorsión y soborno.

Objetivos

Esta iniciativa de responsabilidad social empresarial persigue dos objetivos complementarios:

1. Incorporar los 10 Principios en las actividades empresariales de todo el mundo.
2. Canalizar acciones en apoyo de los objetivos más amplios de las Naciones Unidas, incluidos los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

7.3 Declaración tripartita de principios sobre las empresas multinacionales y la política social

La Organización Internacional del Trabajo reúne a gobiernos, empleadores y trabajadores de 187 Estados miembros a fin de establecer las normas del trabajo, formular políticas y elaborar programas promoviendo el trabajo decente de todos, mujeres y hombres. (OIT, 2017).

Por otra parte la búsqueda por parte de la OIT de orientaciones internacionales respecto a cuestiones relativas al trabajo y a la política social se plasmó en la adopción, en 1977, por el Consejo de Administración, de la Declaración tripartita de principios sobre las empresas multinacionales y la política social.

La declaración tripartita pretende estimular un crecimiento y un desarrollo económico sostenible, elevar los niveles de vida, satisfacer las necesidades en materia de empleo y resolver los problemas de desempleo y subempleo, los gobiernos tendrán como objetivo primordial, una política activa destinada a promover el pleno empleo productivo y libremente elegido además de fortalecer el trabajo decente.

Los principios establecidos en este instrumento internacional ofrecen a las empresas multinacionales, a los gobiernos, a los empleadores y a los trabajadores orientaciones en materia de empleo, formación, condiciones de trabajo, de vida y relaciones laborales. (Organización Internacional del Trabajo, 2017)

De acuerdo al contenido del instrumento anteriormente mencionado consideramos esenciales las siguientes cuestiones referentes al trabajo y política social: promoción del empleo, eliminación del trabajo forzoso, abolición efectiva del trabajo infantil, igualdad de

oportunidades, seguridad en el empleo, condiciones de trabajo, libertad sindical y solución de conflictos laborales. Para mayor información de la declaración tripartita de principios sobre las empresas multinacionales y política social, Consultar en línea: http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/ed_norm/relconf/documents/meetingdocument/wcms_204955.pdf.

7.4 Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos

La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) fundada en 1961, agrupa a 35 países miembros: Alemania, Australia, Austria, Bélgica, Canadá, Chile, Corea, Dinamarca, España, Estados Unidos, Eslovenia, Estonia, Finlandia, Francia, Grecia, Hungría, Irlanda, Islandia, Israel, Italia, Japón, Letonia, Luxemburgo, México, Noruega, Nueva Zelanda, Polonia, Portugal, Reino Unido, República Checa, Suecia, Suiza, y Turquía. Su misión es promover políticas que mejoren el bienestar económico y social de las personas alrededor del mundo.

De acuerdo a la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), “Las Líneas Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales” son recomendaciones dirigidas por los gobiernos a las empresas multinacionales que operan en países adherentes o que tienen su sede en ellos.

El día 4 de mayo de 2010, los gobiernos de 42, países miembros y no miembros de la OCDE, adherentes a la Declaración de la OCDE sobre Inversión Internacional y Empresas Multinacionales y a la Decisión conexas comenzaron a trabajar en la actualización de las Directrices a fin de que reflejen los cambios ocurridos en el ámbito de la inversión internacional y las empresas multinacionales desde la última revisión realizada en el año

2004. Las modificaciones acordadas tienen como objeto garantizar la continuidad de las Directrices en su papel de principal instrumento internacional para la promoción de conductas empresariales responsables.

Las Directrices actualizadas y la Decisión conexas fueron adoptadas por los 42 gobiernos adherentes el 25 de mayo de 2011 en la Reunión Ministerial conmemorativa del 50 Aniversario de la OCDE. Entre los cambios introducidos a las Directrices se incluyen los siguientes:

- Un nuevo capítulo sobre derechos humanos, acorde con los Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos: Puesta en Práctica del Marco de las Naciones Unidas para “Proteger, Respetar y Remediar”.
- Un enfoque nuevo y amplio en relación con el principio de la debida diligencia y con la gestión responsable de la cadena de suministro, que implica un avance significativo en comparación con las anteriores propuestas.
- Cambios sustanciales en numerosos capítulos especializados, tales como Empleo y relaciones laborales; Lucha contra la corrupción, las peticiones de soborno y otras formas de extorsión; Medio ambiente; Intereses de los consumidores; Divulgación de información y Cuestiones tributarias.
- Una guía de procedimiento más clara y más estricta para fortalecer el papel que juegan los PNC, mejorar su desempeño y fomentar la equivalencia funcional.

- Una agenda proactiva con el fin de ayudar a las empresas en el cumplimiento de sus responsabilidades a medida que surgen nuevos desafíos.

7.4.1 Líneas Directrices para Empresas Multinacionales

7.4.1.1 Concepto

Las Directrices son recomendaciones dirigidas conjuntamente por los gobiernos a las empresas multinacionales. Contienen principios y normas de buenas prácticas conformes con las disposiciones legales aplicables y otras normas reconocidas internacionalmente. El cumplimiento de las Directrices por parte de las empresas es voluntario y no es jurídicamente vinculante.

7.4.1.2 Objetivo

El objetivo de las Directrices no es introducir diferencias de trato entre las empresas multinacionales y las empresas nacionales, sino reflejar prácticas recomendables para todas ellas. En consecuencia, se espera que las empresas multinacionales y nacionales tengan la misma conducta en todos los casos en los que sean aplicables a ambas las Directrices.

A continuación se presentan los principios de las directrices y aspectos relevantes de la guía de comportamiento establecida por la OCDE.

7.4.1.3 Principios generales

Las empresas deberán tener totalmente en cuenta las políticas establecidas en los países en los que ejercen su actividad y considerar las opiniones de las demás partes interesadas. A este respecto.

A. las empresas deberán:

1. Contribuir al progreso económico, social y medioambiental para lograr un desarrollo sostenible.
2. Respetar los derechos humanos internacionalmente reconocidos de las personas afectadas por sus actividades.
3. Estimular la generación de las capacidades locales mediante una cooperación estrecha con la comunidad local, incluyendo los intereses de los empresarios, y desarrollando al mismo tiempo las actividades de la empresa en los mercados interno y externo de una manera compatible con la necesidad de prácticas comerciales saludables.
4. Fomentar la formación del capital humano, especialmente creando oportunidades de empleo y ofreciendo capacitación a los empleados.
5. Abstenerse de buscar o de aceptar exenciones no contempladas en el marco legal o regulatorio relacionadas con los derechos humanos, el medioambiente, la salud, la seguridad, el trabajo, el sistema tributario, los incentivos financieros u otras cuestiones varias.
6. Apoyar y defender los principios de buen gobierno corporativo y desarrollar e implementar buenas prácticas de gobierno corporativo, incluso a través de grupos de empresas.

7. Desarrollar e implementar prácticas autodisciplinarias y sistemas de gestión eficaces que promuevan una relación de confianza recíproca entre las empresas y las sociedades en las que ejercen su actividad.
8. Promover el conocimiento y el cumplimiento, por parte de los empleados de las empresas multinacionales, de las políticas de empresa mediante la difusión adecuada de las mismas, incluso a través de programas de capacitación.
9. Abstenerse de tomar medidas discriminatorias o disciplinarias contra los trabajadores que elaboren, de buena fe, informes para la dirección o, en su caso, para las autoridades públicas competentes acerca de prácticas contrarias a la ley, a las Directrices o a las políticas de la empresa.
10. Implementar la debida diligencia basada en los riesgos incorporándola, por ejemplo, a sus sistemas de gestión de riesgos, con el fin de identificar, prevenir o atenuar los impactos negativos, reales o potenciales.
11. Evitar que las actividades propias generen o contribuyan a generar impactos negativos en los campos contemplados por las Directrices y tomar las medidas necesarias para tratarlos cuando se produzcan dichos impactos.
12. Esforzarse por impedir o atenuar los impactos negativos, aun en los casos en que las empresas no hayan contribuido a los mismos, si están directamente relacionados con sus actividades, productos o servicios en virtud de una relación comercial. Esto no ha de interpretarse como una transferencia de la

responsabilidad de la entidad que causa el impacto negativo hacia la empresa con la que mantiene una relación comercial.

13. Además de responder a los impactos negativos en los ámbitos contemplados por las Directrices, fomentar, en la medida de lo posible, que sus socios comerciales, incluidos sus proveedores y contratistas, apliquen principios de conducta empresarial responsable conformes con la Directrices.
14. Comprometerse ante las partes interesadas facilitándoles posibilidades reales de participación a la hora de planificar y tomar decisiones relativas a proyectos u otras actividades susceptibles de influir de forma significativa en las poblaciones locales.
15. Abstenerse de cualquier injerencia indebida en las actividades políticas locales. B. Se alienta a las empresas a que: 1. Apoyen, en función de sus propias circunstancias, los esfuerzos conjuntos desarrollados en los foros apropiados para favorecer la libertad en Internet, concretamente a través del respeto de la libertad de expresión, reunión y asociación por Internet. 2. Participen en o presten su apoyo a, en su caso, iniciativas privadas (iniciativas ciudadanas) o de varias partes interesadas y al diálogo social sobre una gestión responsable de la cadena de suministro, asegurándose de que dichas iniciativas tengan debidamente en cuenta sus consecuencias sociales y económicas en los países en desarrollo y cumplan con las normas existentes reconocidas a nivel internacional.

7.4.1.3.1 Divulgación de información

1. Las empresas deberán garantizar la publicación, en los plazos oportunos, de información exacta sobre todos los aspectos significativos de sus actividades, estructura, situación financiera, resultados, accionistas y sistema de gobierno corporativo. Deberá publicarse esta información respecto al conjunto de la empresa y, cuando proceda, desglosada por líneas de negocio o zonas geográficas. Las políticas sobre divulgación de la información de las empresas deberán adaptarse a la naturaleza, el tamaño y la ubicación de la empresa, teniendo debidamente en cuenta los costos, la confidencialidad empresarial y otros factores de carácter competitivo.

2. Las políticas de divulgación de información de las empresas deberán incluir la publicación de información detallada relativa, entre otras, a las siguientes cuestiones:
 - a. los resultados financieros y de explotación,

 - b. los objetivos empresariales;

 - c. las participaciones significativas de accionistas y los derechos de voto, incluida la estructura del grupo de empresas y las relaciones internas, así como los mecanismos para reforzar el control;

 - d. la política de remuneración de los miembros del consejo de administración y de los principales directivos con información sobre los administradores, en particular sus cualificaciones, el proceso

utilizado para su designación, su eventual pertenencia al consejo de administración de otras sociedades y la apreciación del consejo de administración sobre su independencia;

e. las transacciones con partes vinculadas;

f. los factores de riesgo previsibles;

g. las cuestiones relativas a los trabajadores y otras partes interesadas;

h. las estructuras y las políticas de gobierno de la empresa y, en particular, el contenido de cualquier código o política interna y su proceso de implementación.

3. Se alienta a las empresas a que comuniquen información adicional sobre:

a. declaraciones de principios o de normas de conducta diseñadas para su divulgación pública y, si su importancia para las actividades de la empresa lo justifica, información acerca de sus políticas en relación con los temas contemplados por las Directrices;

b. políticas u otros códigos de conducta suscritos por las empresas, con la fecha de su adopción y la mención de los países y entidades a los que se aplican;

c. su desempeño en el cumplimiento de dichas declaraciones o códigos;

d.información sobre los dispositivos de auditoría interna, gestión de riesgos y aplicación de la ley;

e. información sobre las relaciones con los empleados y otras partes interesadas.

4. Las empresas deberán respetar normas de alta calidad en materia de divulgación de información contable, financiera y no financiera, incluida la información medioambiental y social en su caso. Las normas o las políticas de recopilación y de publicación de la información también deberán ser comunicadas. Las cuentas deberán ser verificadas cada año por un auditor independiente, competente y cualificado, encargado de entregar al consejo de administración y a los accionistas un dictamen exterior objetivo en el que se certifique que los estados financieros reflejan una imagen fiel de la situación financiera y de los resultados de la empresa en todos sus aspectos significativos.

7.4.1.3.2 Derechos humanos

Los Estados tienen el deber de proteger los derechos humanos. Dentro del marco de los derechos humanos internacionalmente reconocidos y de los compromisos internacionales en materia de derechos humanos suscritos por los países en los que las empresas ejercen su actividad, así como en el marco de las leyes y regulaciones nacionales pertinentes, las empresas deberán:

1. Respetar los derechos humanos, lo cual significa que han de velar por no vulnerar los derechos de los demás y hacer frente a los impactos negativos sobre los derechos humanos en los que se vean implicadas.
2. En el marco de sus actividades propias, evitar causar impactos negativos sobre los derechos humanos o contribuir a que se generen y resolver dichos impactos si los hubiera.
3. Esforzarse por prevenir y atenuar los impactos negativos sobre los derechos humanos directamente vinculados con sus actividades, bienes o servicios en virtud de una relación comercial con otra entidad, incluso si las empresas no contribuyen a generar dichos impactos.
4. Elaborar una política que formule su compromiso con el respeto de los derechos humanos.
5. Ejercer la debida diligencia en materia de derechos humanos en función de su tamaño, de la naturaleza y el contexto de sus actividades y de la gravedad de los riesgos de impactos negativos sobre dichos derechos.
6. Establecer mecanismos legítimos o cooperar mediante estos mecanismos para poner remedio a los impactos negativos sobre los derechos humanos cuando se descubra que han causado dichos impactos o que han contribuido a generarlos.

7.4.1.3.3 Empleo y relaciones laborales

En el marco de las disposiciones legales y regulatorias aplicables y de las prácticas vigentes en materia de empleo y relaciones laborales, así como de las normas laborales internacionales que resulten de aplicación, las empresas deberán:

1.
 - a) Respetar el derecho de los trabajadores empleados por la empresa multinacional a constituir sindicatos y organizaciones representativas de su elección o a afiliarse a ellos.
 - b) Respetar el derecho de los trabajadores empleados por la empresa multinacional a encomendar a los sindicatos y organizaciones representativas de su elección que los representen en las negociaciones colectivas y a iniciar, bien sea individualmente o a través de asociaciones de empresarios, negociaciones constructivas con dichos representantes con el objeto de llegar a acuerdos sobre condiciones de empleo.
 - c) Contribuir a la abolición efectiva del trabajo infantil y tomar medidas inmediatas y eficaces para garantizar de manera urgente la prohibición y la eliminación de las peores formas de trabajo infantil.
 - d) Contribuir a la eliminación de toda clase de trabajo forzoso u obligatorio y tomar medidas adecuadas para impedir cualquier trabajo forzoso u obligatorio en sus actividades.

e) Inspirarse, para sus actividades, en el principio de igualdad de oportunidades y trato en el trabajo y no discriminar a sus trabajadores en el ámbito laboral o profesional por motivos de raza, color, sexo, religión, opinión política, ascendencia nacional u origen social, o por cualquier otra circunstancia, a menos que las prácticas selectivas respecto a las características del trabajador favorezcan las políticas públicas establecidas que promuevan, de forma expresa, una mayor igualdad de oportunidades laborales, o que dichas prácticas respondan a los requisitos inherentes a un puesto de trabajo.

a. 2.

a. Proporcionar a los representantes de los trabajadores los medios necesarios para la consecución de convenios colectivos eficaces.

b. Proveer a los representantes de los trabajadores la información que necesiten para alcanzar negociaciones constructivas sobre las condiciones de empleo.

c. Comunicar a los trabajadores y a sus representantes la información que les permita hacerse una idea exacta y correcta de la actividad y de los resultados de la entidad o, en su caso, del conjunto de la empresa.

3. Promover las consultas y la cooperación entre las empresas y los trabajadores y sus representantes respecto a cuestiones de interés común.

4.

- a. Respetar unas normas de empleo y de relaciones laborales que no sean menos favorables que las que se practican en empresas con condiciones similares del país anfitrión.
- b. Cuando las empresas multinacionales operen en países en desarrollo en los que es posible que no existan empleadores con condiciones similares, ofrecer los mejores salarios, prestaciones y condiciones de trabajo posibles en el marco de las políticas públicas. Aunque estos han de estar adaptados a la situación económica de la empresa, deberían ser al menos suficientes para satisfacer las necesidades esenciales de los trabajadores y sus familias.
- c. Adoptar las medidas adecuadas para garantizar, en sus actividades, la salud y la seguridad en el lugar de trabajo.

5. En la mayor medida de lo posible, emplear a personal local para sus actividades y proporcionarle capacitación con el fin de mejorar los niveles de cualificación, en colaboración con los representantes de los trabajadores y, en su caso, con las autoridades públicas competentes.

6. Cuando las empresas prevean cambios en sus actividades que puedan tener efectos significativos sobre los medios de subsistencia de sus trabajadores, en el caso concretamente del cierre de una entidad que implique ceses o despidos colectivos, notificar dichos cambios con una antelación razonable a los representantes de sus trabajadores y, en su caso, a las autoridades públicas competentes y colaborar con los representantes de los trabajadores y con las autoridades públicas competentes para atenuar, en la mayor medida

posible, los efectos adversos. Teniendo en cuenta las circunstancias concretas de cada caso, convendría que la dirección enviase dicha notificación antes de tomar la decisión definitiva. Pueden emplearse otros medios para establecer una cooperación constructiva encaminada a atenuar los efectos de este tipo de decisiones.

7. En el marco de negociaciones realizadas de buena fe con los representantes de los trabajadores relativas a las condiciones de trabajo, o cuando los trabajadores ejerzan su derecho a organizarse, no amenazar con trasladar fuera del país en cuestión la totalidad o parte de la unidad operativa ni con trasladar a trabajadores procedentes de entidades integrantes de la empresa localizadas en otros países con el fin de influir injustamente en dichas negociaciones o de obstaculizar el ejercicio del derecho a organizarse. 8. Permitir a los representantes autorizados de sus trabajadores negociar sobre cuestiones relacionadas con convenios colectivos o con las relaciones entre empleados y empresas y permitir a las partes consultarse acerca de asuntos de interés mutuo con representantes patronales autorizados para adoptar decisiones respecto a estas cuestiones.

7.4.1.3.4 Medio ambiente

En el marco de las disposiciones legales y regulatorias y de las prácticas administrativas de los países en los que ejercen su actividad y considerando los acuerdos, principios, objetivos y normas internacionales pertinentes, las empresas deberán tomar debidamente en cuenta la necesidad de proteger el medio ambiente, la salud y la seguridad públicas y, en general, deberán realizar sus actividades de manera que contribuyan al objetivo más amplio del desarrollo sostenible. En particular, las empresas deberán:

1. Establecer y mantener un sistema de gestión medioambiental adecuado para la empresa, que incluya:

- a. la recopilación y evaluación de información adecuada y puntual relativa al impacto de sus actividades sobre el medio ambiente, la salud y la seguridad;
- b. la fijación de metas cuantificables y, cuando proceda, de objetivos relacionados con la mejora de sus resultados medioambientales y de la utilización de sus recursos con la correspondiente revisión periódica de estos objetivos; cuando proceda, los objetivos deberán ser coherentes con las políticas nacionales y los compromisos internacionales en materia de medio ambiente, y
- c. el seguimiento y el control regulares de los avances en el cumplimiento de los objetivos o metas en materia de medio ambiente, salud y seguridad.

2. Teniendo en cuenta las consideraciones relacionadas con el costo, la confidencialidad empresarial y la protección de los derechos de propiedad intelectual:

- a. proporcionar puntualmente a los ciudadanos y a los trabajadores información adecuada, medible y verificable sobre los impactos potenciales de las actividades de la empresa sobre el medio ambiente, la salud y la seguridad, que puede incluir la elaboración de informes sobre los avances en la mejora de los resultados medioambientales; y

- b. desarrollar una actividad de comunicación y consulta adecuada y puntual con las comunidades directamente afectadas por las políticas medioambientales, de salud y seguridad de la empresa y por su aplicación.

3. Evaluar y tener en cuenta, a la hora de tomar decisiones, los impactos previsibles relacionados con el medio ambiente, la salud y la seguridad, asociados a los procedimientos, bienes y servicios de la empresa a lo largo de todo su ciclo de vida con el fin de evitar dichos impactos y de atenuarlos si fueran inevitables. Cuando estas actividades previstas tengan efectos significativos sobre el medio ambiente y la salud o la seguridad y cuando estén sujetas a la decisión de una autoridad competente, las empresas deberán realizar una adecuada evaluación de impacto medioambiental.

4. En consonancia con el nivel de conocimiento científico y técnico de los riesgos y teniendo en cuenta asimismo la salud y la seguridad de las personas, no utilizar la falta de certeza científica absoluta para postergar la adopción de medidas rentables para prevenir o minimizar los posibles daños graves al medio ambiente cuando existan amenazas en este sentido.

5. Mantener planes de emergencia destinados a prevenir, atenuar y controlar los daños graves al medio ambiente y a la salud derivados de sus actividades, incluidos los casos de accidentes y de situaciones de emergencia, y establecer mecanismos para alertar de forma inmediata a las autoridades competentes.

6. Tratar constantemente de mejorar los resultados medioambientales de la empresa y, cuando corresponda, de su cadena de suministro, fomentando actividades como:

- d. la adopción de tecnologías y procedimientos de explotación en todas las áreas de la empresa que sean reflejo de la calidad medioambiental del mejor desempeño de la empresa;
- e. el desarrollo y el suministro de productos y servicios que no tengan efectos medioambientales indebidos; que el uso para el que fueron elaborados no revista peligro; que reduzcan las emisiones de gases de efecto invernadero; que sean eficientes en cuanto a consumo de energía y de recursos naturales; y que puedan reutilizarse, reciclarse o eliminarse de una manera segura;
- f. el fomento de mayores niveles de sensibilización entre los clientes acerca de las implicaciones medioambientales del uso de los productos y servicios de la empresa, informando de manera exacta sobre sus productos (por ejemplo sobre las emisiones de gases de efecto invernadero, la biodiversidad, el uso eficiente de los recursos u otros aspectos medioambientales); y
- g. el estudio y la evaluación de medios para mejorar los resultados medioambientales de la empresa a largo plazo, por ejemplo, mediante la elaboración de estrategias de reducción de las emisiones, de uso eficiente de los recursos, de reciclado, de sustitución o reducción en la utilización de sustancias tóxicas, o de estrategias relativas a la biodiversidad.

7. Proporcionar formación y capacitación adecuadas a los empleados en materia de medio ambiente, salud y seguridad, incluida la manipulación de materiales peligrosos y la prevención de accidentes medioambientales, así como en áreas de gestión medioambiental

más generales, como los procedimientos de evaluación de impacto medioambiental, las relaciones públicas y las tecnologías medioambientales.

8. Contribuir al desarrollo de una política pública útil y eficiente desde el punto de vista medioambiental y económico a través, por ejemplo, de acuerdos de colaboración o de iniciativas que aumenten la sensibilización medioambiental y la protección del medio ambiente.

7.4.1.3.5 Lucha contra la corrupción

Las peticiones de soborno y otras formas de extorsión las empresas no deberán ofrecer, prometer, dar ni solicitar, directa o indirectamente, pagos ilícitos u otras ventajas indebidas para obtener o conservar un contrato u otra ventaja ilegítima. Las empresas deberán, asimismo, rechazar cualquier soborno y otras formas de extorsión. Concretamente, las empresas:

1. No deberán ofrecer, prometer o conceder ventajas indebidas, pecuniarias o de otro tipo a funcionarios públicos o a empleados de sus socios comerciales. Tampoco deberán solicitar, recibir o aceptar ventajas indebidas, pecuniarias o de otro tipo, de funcionarios públicos o empleados de sus socios comerciales. Las empresas no deberán recurrir a terceros tales como agentes u otros intermediarios, consultores, representantes, distribuidores, consorcios, contratantes y proveedores o asociados de las empresas para hacer llegar ventajas indebidas, pecuniarias o de otro tipo, a los funcionarios públicos o empleados de sus socios comerciales o a familiares o asociados de los mismos.

2. Deberán elaborar y adoptar mecanismos de control interno y programas o medidas de ética y cumplimiento de normas apropiados para prevenir y detectar actos de corrupción. Su elaboración deberá partir de una evaluación de riesgos que tenga en cuenta las circunstancias individuales de cada empresa, en particular los riesgos de corrupción a los que podrían tener que enfrentarse (por ejemplo, su localización geográfica o su sector de actividad). Dichos mecanismos de control interno y programas o medidas de ética y cumplimiento de normas deberían incluir un conjunto de procedimientos financieros y contables, concretamente un sistema de controles internos diseñado para asegurar razonablemente la conservación de libros, registros y cuentas fieles y exactas que permitan garantizar que no serán utilizados con fines de corrupción o de ocultación de actos de corrupción. Dichas circunstancias individuales y riesgos de corrupción deberían vigilarse regularmente y reevaluarse tanto como sea necesario para garantizar que los mecanismos de control interno y los programas o medidas de ética y cumplimiento de normas adoptados por la empresa están bien implementados y siguen siendo eficaces, y para reducir el riesgo de hacerse cómplice de actos de corrupción, soborno u otras formas de extorsión.

3. Deberán introducir en su mecanismo de control interno y en sus programas o medidas de ética y cumplimiento disposiciones que prohíban o disuadan de recurrir a pequeños pagos de facilitación, que por lo general son ilegales en los

países en los que se realizan y, si tales pagos existieran, contabilizarlos con precisión en los libros y estados financieros.

4. Teniendo en cuenta los riesgos particulares de corrupción a los que las empresas están expuestas, deberán ejercer una debida diligencia, adecuadamente certificada con relación a la contratación de agentes y el control regular y apropiado de los mismos y asegurar que la remuneración de dichos agentes es correcta y que corresponde únicamente a servicios legítimos. En su caso, deberá establecerse una lista de agentes contratados en el marco de las transacciones con organismos públicos o empresas públicas y ponerla a disposición de las autoridades competentes de conformidad con las obligaciones aplicables en materia de comunicación de información a los ciudadanos.

5. Deberán mejorar la transparencia en sus actividades de lucha contra la corrupción, el soborno y otras formas de extorsión. Para ello podrán, por ejemplo, contraer compromisos públicos contra la corrupción, el soborno y otras formas de extorsión, y comunicar información sobre los sistemas de gestión y sobre los mecanismos de control interno o los programas y medidas de ética y cumplimiento de normas que hayan adoptado para cumplir dichos compromisos. Las empresas deberán asimismo fomentar la apertura y el diálogo con los ciudadanos para sensibilizarlos en materia de lucha contra la corrupción, el soborno y otras formas de extorsión y promover la cooperación en estas cuestiones.

6. Deberán informar a sus empleados sobre sus políticas y mecanismos de control interno, así como sobre sus programas o medidas de ética y cumplimiento de normas o sobre las medidas que tomen para luchar contra la corrupción, el soborno y otras formas de extorsión y promover el cumplimiento de dichas disposiciones por parte de los empleados, asegurando la adecuada difusión de dichas políticas, programas o medidas y elaborando programas de capacitación y procedimientos disciplinarios.
7. No deberán pagar contribuciones ilícitas a candidatos a cargos públicos ni a partidos políticos u otras organizaciones políticas. Las contribuciones políticas deberán respetar íntegramente los requisitos en materia de publicación de información a los ciudadanos y ser notificadas a la alta dirección.

7.4.1.3.6 Intereses de los consumidores

En sus relaciones con los consumidores, las empresas deberán actuar siguiendo unas prácticas comerciales, de marketing y publicitarias leales y deberán adoptar todas las medidas razonables para garantizar la calidad y la fiabilidad de los bienes y servicios que proporcionan. Concretamente, tendrán la obligación de:

1. Garantizar que los bienes y servicios que proporcionan sean conformes con todas las normas acordadas o exigidas legalmente en materia de salud y seguridad de los consumidores, incluidas aquellas sobre advertencias sanitarias e información de seguridad.
2. Proporcionar información exacta, comprobable y clara que sea suficiente para que los consumidores puedan tomar sus decisiones con conocimiento de causa, en

particular la información sobre precios y, si procediera, sobre el contenido, uso seguro, efectos sobre el medioambiente, mantenimiento, almacenamiento y eliminación de los bienes y servicios. En la medida de lo posible, dicha información deberá formularse de manera que los consumidores puedan comparar los productos.

3. Facilitar el acceso de los consumidores a mecanismos extrajudiciales, de resolución de conflictos y a medidas correctoras equitativas, fáciles de utilizar, rápidas y eficaces, sin costos ni cargas innecesarias.
4. No realizar manifestaciones u omisiones ni participar en ninguna otra práctica que sea engañosa, equívoca, fraudulenta o desleal.
5. Perseverar en el esfuerzo por promover la educación de los consumidores en los campos relacionados con sus actividades comerciales con el fin de mejorar la capacidad de los consumidores para, entre otras cosas: i) tomar decisiones con conocimiento de causa sobre los bienes, servicios y mercados complejos, ii) comprender mejor el impacto económico, medioambiental y social de sus decisiones y iii) apoyar el consumo sostenible.
6. Respetar la privacidad de los consumidores y adoptar medidas razonables para garantizar la seguridad de los datos de carácter personal que recaban, conservan, procesan o difunden.
7. Ejercer una estrecha cooperación con las autoridades públicas para impedir y luchar contra las prácticas comerciales engañosas (incluida la publicidad engañosa y el fraude comercial) y reducir o impedir las amenazas graves para la salud y la

seguridad públicas o para el medioambiente, que se deriven del consumo, el uso o la eliminación de sus bienes y servicios.

8. Tener en cuenta, para la aplicación de los principios anteriores, i) las necesidades de los consumidores vulnerables y con escasos recursos, y ii) los problemas específicos que puede plantear el comercio electrónico a los consumidores.

7.4.1.3.7 Ciencia y tecnología

Las empresas deberán:

1. Esforzarse por garantizar que sus actividades sean compatibles con las políticas y planes en materia de ciencia y tecnología de los países en los que ejercen su actividad y contribuir, de forma apropiada, al desarrollo de la capacidad innovadora local y nacional.
2. En la medida de lo posible, adoptar, en el desarrollo de sus actividades empresariales, prácticas que permitan la transferencia y la rápida difusión de las tecnologías, teniendo debidamente en cuenta la protección de los derechos de propiedad intelectual.
3. Cuando proceda, llevar a cabo trabajos de desarrollo científico y tecnológico en los países anfitriones para atender las necesidades del mercado local, así como emplear a personal del país anfitrión en las actividades científicas y tecnológicas y fomentar su capacitación, teniendo en cuenta las necesidades comerciales.
4. A la hora de conceder licencias para la explotación de los derechos de propiedad intelectual o cuando se transfieran tecnologías por otros medios, deberá hacerse en

condiciones razonables y de manera que contribuya a las perspectivas de desarrollo sostenible a largo plazo del país anfitrión.

5. Cuando sea pertinente para los objetivos comerciales, deberán desarrollar relaciones con las universidades locales y con instituciones públicas de investigación, y participar en proyectos de investigación en cooperación con las empresas o las asociaciones profesionales locales.

7.4.1.3.7 Competencia

Las empresas deberán:

1. Llevar a cabo sus actividades de forma compatible con todas las leyes y regulaciones aplicables en materia de competencia, teniendo en cuenta la legislación en materia de competencia de todos los países en los que sus actividades puedan tener efectos anticompetitivos.
2. Abstenerse de celebrar o concluir acuerdos contrarios a la competencia, en particular acuerdos con los que se pretenda: a) fijar precios; b) realizar ofertas concertadas (colusión de oferentes en licitaciones); c) establecer límites a la producción o contingentes; o d) repartirse o subdividir los mercados mediante el reparto de clientes, proveedores, zonas geográficas o ramas de actividad.
3. Cooperar con las autoridades encargadas de realizar investigaciones en materia de competencia, entre otras cosas y sin perjuicio de la legislación aplicable y de las salvaguardas correspondientes, proporcionando respuestas tan rápidas y completas como sea factible a las peticiones de información y contemplando el uso de todos

los instrumentos disponibles, tales como las declaraciones de renuncia al derecho a la confidencialidad, para promover una cooperación eficaz y eficiente entre las autoridades encargadas de conducir las investigaciones.

4. Llevar a cabo con regularidad operaciones de sensibilización de sus empleados sobre la importancia del respeto de todas las leyes y regulaciones en materia de competencia y, en particular, capacitar a la dirección en asuntos de competencia.

7.4.1.3.8 Cuestiones tributarias

1. Es importante que las empresas contribuyan a las finanzas públicas de los países anfitriones cumpliendo puntualmente con sus obligaciones tributarias. Concretamente, las empresas deberán cumplir con la letra y con el espíritu de las leyes y regulaciones tributarias de los países en los que operan. Cumplir con el espíritu de la ley significa entender y respetar la intención del legislador. Esta interpretación no significa que una empresa deba pagar un impuesto superior al importe previsto por la ley. La disciplina tributaria implica, específicamente, la comunicación puntual a las autoridades competentes de la información pertinente o necesaria para el cálculo correcto de los impuestos que deban pagar por sus actividades y la adaptación de sus prácticas en materia de precios de transferencia conforme al principio de plena competencia.
2. Las empresas deberán considerar el gobierno fiscal y la disciplina tributaria como elementos importantes de sus mecanismos de control y de sus sistemas de gestión de riesgos en sentido amplio. En particular, los consejos de administración deberán adoptar estrategias de gestión del riesgo tributario que

permitan identificar y evaluar plenamente los riesgos financieros, reglamentarios y de reputación asociados con la tributación.

Cabe mencionar que aunque estas iniciativas no constituyen reglas de conducta de manera obligatoria, se encuentran apoyadas por la voluntad de los gobiernos que las han suscrito de fomentar su cumplimiento por parte de las empresas.

CAPÍTULO VIII. NORMAS DE APEGO A LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Otras iniciativas han surgido en torno al tema de la RSE, a continuación se expone ISO 26000 como una de las más representativas al momento por ser una norma mundialmente aceptada.

8.1 ISO

La Organización Internacional para la Estandarización (ISO) cuya sede se encuentra en suiza, es una organización internacional independiente, no gubernamental, con una membresía de 162 organismos nacionales de normalización.

A través de sus miembros, reúne a expertos para compartir conocimientos y desarrollar estrategias basadas en Normas Internacionales voluntarias y relevantes que apoyan la innovación y aportar soluciones a los retos globales. (Organización Internacional para la Estandarización, 2017).

El objetivo de ISO es estandarizar todas las normas a nivel mundial, es decir, que las mismas normas que son validas en un país lo sean para los demás países.

Dichas normas facilitan orientación y herramientas para las empresas y organizaciones que quieren asegurarse de que sus productos y servicios cumplen consistentemente con los requerimientos del cliente, y que la calidad se mejora constantemente.

8.2 ISO 26000

ISO 26000 Proporciona un marco de referencia para cualquier organización interesada, pretende ayudar a las organizaciones a contribuir al desarrollo sostenible. Tiene

como propósito fomentar que las organizaciones vayan más allá del cumplimiento legal, reconociendo que el cumplimiento de la ley es una obligación fundamental para cualquier organización y una parte esencial de su responsabilidad social. Abarcando siete materias fundamentales: Gobernanza de la organización, derechos humanos, medio ambiente, prácticas justas de operación, prácticas laborales, asuntos de los consumidores y desarrollo de la comunidad.

8.2.1 Materias fundamentales

La ISO 26000 identifica siete materias fundamentales de RS que toda organización debería considerar en su estrategia de integración de la RS. Son: Gobernanza de la organización (todo debe, en principio, apoyarse en los criterios y procesos de gobierno de la misma); derechos humanos; prácticas laborales; medio ambiente; prácticas justas de operación (referidas a corrupción, competencia, cadena de valor, etc.); asuntos de consumidores; y participación activa en la comunidad y desarrollo de la misma. Estas materias son, de algún modo, los ámbitos en los que la organización debe centrar su atención a la hora de tratar de actuar responsablemente. (Argandoña & Silva, 2011).

8.2.1.1 Gobernanza de la organización

La gobernanza es el sistema por el cual una organización toma e implementa decisiones para lograr sus objetivos. En lo que respecta a la RS, la gobernanza es quizá el pilar más importante, pues es a través de su toma de decisiones que una organización puede hacer posible un cambio hacia una conducta socialmente más responsable. De hecho, la gobernanza tiene la peculiaridad de ser una materia fundamental y, al mismo tiempo, un instrumento imprescindible para que las organizaciones aborden el resto de materias fundamentales.

De acuerdo a Francisco Porras desde un precepto sociopolítico podemos definir a la gobernanza como la incorporación de redes de actores no-gubernamentales al diseño, implementación, o evaluación de políticas públicas. La gobernanza busca la consecución de objetivos públicos a través de la participación público-privada, lo cual incrementa la fragmentación entre las funciones gubernamentales y no gubernamentales.

8.2.1.2 Derechos humanos

Los derechos humanos son aquellos derechos que posee todo individuo por el simple hecho de haber nacido. Pueden ser civiles y políticos (por ejemplo, el derecho a la vida, la libertad de expresión, la igualdad ante la ley...) o económicos, sociales y culturales (por ejemplo, el derecho a la salud, a la alimentación o a un salario digno). Véase en pg. 15.

8.2.1.3 Prácticas laborales

Las prácticas laborales de una organización son todas aquellas prácticas y políticas que involucran a los trabajadores de la propia organización o a trabajadores subcontractados. Las políticas incluyen, por ejemplo: reclutamiento, formación y desarrollo, salud, seguridad, procedimientos disciplinarios, promoción, jornada laboral, remuneración, etc.

8.2.1.4 El medio ambiente

En el desarrollo de sus actividades cotidianas, es inevitable que cualquier organización genere impactos en su entorno medioambiental. La utilización de los recursos, la localización física y la producción de residuos y agentes contaminantes son factores que afectan la estabilidad de los ecosistemas. La ISO 26000 aconseja adoptar un enfoque holístico para abordar el tema del medio ambiente que, además de reconocer la importancia

de los factores económicos, sociales, de salubridad y ambientales que se derivan de sus acciones, tenga en cuenta la ineludible interrelación que existe entre ellos.

8.2.1.5 Prácticas justas de operación

Las prácticas justas de operación hacen referencia a la necesidad de que la organización tenga un comportamiento ético en sus relaciones con otras organizaciones, así como con sus partes interesadas. Para la ISO 26000, las prácticas justas de operación pueden ser una útil herramienta para generar resultados socialmente favorables, por ejemplo, proporcionando liderazgo y promoviendo conductas de responsabilidad social en la esfera de influencia de la organización.

8.2.1.6 Asuntos de consumidores

La ISO 26000 destaca la importancia de que la organización asuma ciertas responsabilidades con sus consumidores, brindándoles educación e información veraz sobre las estrategias de marketing y contratación, fomentando el consumo responsable y sostenible, y elaborando bienes y prestando servicios que estén al alcance de todas las personas, incluyendo las más vulnerables, entre otras posibles acciones que toda organización debería considerar. La Guía también recomienda tener la responsabilidad de retirar productos del mercado que puedan ocasionar daños, y en caso de que se manejen datos privados, asegurarse de que se mantiene la privacidad de los consumidores. En todo caso, resulta recomendable que la organización tenga en cuenta las directrices de las Naciones Unidas para la protección del consumidor.

8.2.1.7 Participación activa y desarrollo de la comunidad

Para que la responsabilidad social pueda ser desarrollada en su totalidad, la ISO 26000 propone desarrollar políticas y procesos que contribuyan al desarrollo político, económico y social de las comunidades que estén dentro de su esfera de influencia.

La Norma es muy clara en lo que refiere a los temas de la responsabilidad hasta el momento, y precisa algunas actividades que la empresa debe tener en cuenta.

8.3 Directrices para la protección del consumidor

Cabe mencionar que una parte primordial de la RSE, es la responsabilidad que adquiere una empresa hacia sus principales grupos de interés como lo son, los consumidores; es por ello que es necesario que tengan en consideración Directrices de las Naciones Unidas para la Protección del Consumidor dado que son un conjunto valioso de principios que establecen las principales características que deben tener las leyes de protección del consumidor, las instituciones encargadas de aplicarlas y los sistemas de compensación para que sean eficaces. En esta investigación se mencionaran solo algunas de ellas y sus principales características.

8.3.1 Objetivos:

- b. Ayudar a los países a lograr o mantener una protección adecuada de sus habitantes en calidad de consumidores;
- c. Facilitar modalidades de producción y distribución que respondan a las necesidades y los deseos de los consumidores;
- d. Alentar a quienes se ocupan de la producción de bienes y servicios y de su distribución a los consumidores a que adopten estrictas normas éticas de conducta;

- e. Ayudar a los países a poner freno a las prácticas comerciales abusivas de todas las empresas, a nivel nacional e internacional, que perjudiquen a los consumidores;
- f. Facilitar la creación de grupos independientes de defensa del consumidor;
- g. Fomentar la cooperación internacional en la esfera de la protección del consumidor;
- h. Promover el establecimiento de condiciones de mercado que den a los consumidores una mayor selección a precios más bajos;
- i. Promover un consumo sostenible.

8.3.2 Principios generales

Cada Estado Miembro debe establecer sus propias prioridades para la protección de los consumidores, según las circunstancias económicas, sociales y ambientales del país y las necesidades de su población y teniendo presentes los costos y los beneficios de las medidas que se propongan.

- a. El acceso de los consumidores a bienes y servicios esenciales;
 - b. La protección de los consumidores en situación vulnerable y de desventaja;
 - c. La protección de los consumidores frente a los riesgos para su salud y su seguridad;
 - d. La promoción y protección de los intereses económicos de los consumidores;
6. Todos los Estados Miembros deben procurar fomentar modalidades de consumo sostenible; los países desarrollados deben ser los primeros en lograr modalidades de

consumo sostenible, mientras que los países en desarrollo deben procurar lograrlas en su proceso de desarrollo, prestando la debida atención al principio de responsabilidad común pero diferenciada.

7. Las políticas de fomento del consumo sostenible deben tener en cuenta como objetivos la erradicación de la pobreza, la satisfacción de las necesidades humanas básicas de todos los miembros de la sociedad y la reducción de la desigualdad, tanto dentro de los países como entre ellos.

8. Los Estados Miembros deben establecer o mantener una infraestructura adecuada que permita formular, aplicar y vigilar el funcionamiento de las políticas de protección del consumidor.

9. Todas las empresas deben acatar las leyes y reglamentos aplicables en los países en que realizan sus operaciones.

8.3.3 Principios para unas buenas prácticas comerciales

- a. Trato justo y equitativo. Las empresas deben tratar de manera justa y honesta a los consumidores en todas las etapas de su relación, como parte esencial de la cultura empresarial.
- b. Conducta comercial. Las empresas no deben someter a los consumidores a prácticas ilegales, poco éticas, discriminatorias o engañosas, como las tácticas de comercialización abusivas, el cobro abusivo de deudas u otra conducta inadecuada que pueda entrañar riesgos innecesarios o perjudicar a los consumidores.

- c. Divulgación y transparencia. Las empresas deben facilitar información completa, exacta y no capciosa sobre los bienes y servicios
- d. Educación y sensibilización.
- e. Protección de la privacidad. Las empresas deben proteger la privacidad de los consumidores mediante una combinación de mecanismos adecuados de control, seguridad, transparencia y consentimiento en lo relativo a la recopilación y utilización de sus datos personales.
- f. Controversias y reclamaciones de los consumidores. Las empresas deben poner a disposición de los consumidores mecanismos de reclamación que les permitan resolver controversias de manera rápida, justa, transparente, poco costosa, accesible y efectiva sin cargas ni costos innecesarios.

8.3.4 Políticas nacionales para la protección del consumidor

Los Estados Miembros deben establecer políticas de protección del consumidor que fomenten:

- a. Buenas prácticas comerciales.
- b. Información clara y oportuna para que los consumidores puedan ponerse en contacto fácilmente con las empresas y para que las autoridades de regulación y aplicación de la ley puedan identificarlas y localizarlas. Esta información puede incluir datos como la identidad de la empresa, su denominación jurídica y el nombre con el que opera, su domicilio principal, sitio web y dirección de correo

electrónico u otros medios de contacto, su número de teléfono y sus números de licencia o registro gubernamental.

- c. Información clara y oportuna sobre los bienes o servicios ofrecidos por las empresas y los términos y condiciones de la transacción de que se trate.
- d. Términos contractuales claros, concisos y fáciles de entender que no sean injustos.
- e. Un proceso transparente para la confirmación, anulación, devolución y reembolso de las transacciones.

8.3.5 Seguridad física

Se deben adoptar políticas adecuadas para garantizar que los bienes producidos por los fabricantes sean inocuos para el uso al que se destinan o para el normalmente previsible. Los responsables de introducir los bienes en el mercado, en particular los proveedores, exportadores, importadores, minoristas y similares (en lo sucesivo denominados “distribuidores”), deben velar por que, mientras están a su cuidado, esos bienes no pierdan su inocuidad debido a una manipulación o un almacenamiento inadecuados.

8.3.6 Promoción y protección de los intereses económicos de los consumidores

Los Estados Miembros deben tratar de que los consumidores obtengan el máximo beneficio de sus recursos económicos. También deben tratar de alcanzar las metas consistentes en el establecimiento de normas de producción y funcionamiento satisfactorias, métodos de distribución adecuados, prácticas comerciales leales, comercialización informativa y protección efectiva contra las prácticas que puedan.

8.3.7 Normas para la seguridad y calidad de los servicios y bienes de consumo

Los Estados Miembros deben, según proceda, formular o promover la formulación y aplicación, en los planos nacional e internacional, de normas, voluntarias o de otra índole, de seguridad y calidad de los bienes y servicios, y dar a dichas normas la publicidad apropiada.

8.3.8 Sistemas de distribución de servicios y bienes de consumo esenciales

- a. Adoptar o mantener políticas para asegurar la distribución eficiente de bienes y servicios a los consumidores; cuando proceda, deberán estudiarse políticas específicas para asegurar la distribución de bienes y servicios esenciales cuando dicha distribución se vea amenazada, como podría ocurrir, sobre todo, en las zonas rurales.

- b. Fomentar la creación de cooperativas de consumidores y las actividades comerciales afines, así como el suministro de información al respecto, especialmente en las zonas rurales.

8.3.9 Programas de educación e información

Los Estados Miembros deben formular o estimular la formulación de programas generales de educación e información del consumidor, incluida la información sobre los efectos en el medio ambiente de las decisiones y el comportamiento de los consumidores y las consecuencias, incluidos costos y beneficios, que pueda tener la modificación de las modalidades de consumo, teniendo en cuenta las tradiciones culturales de las personas de que se trate. El objetivo de tales programas debe consistir en capacitar a los consumidores para que sepan discernir, puedan hacer elecciones bien fundadas de bienes y servicios y tengan conciencia de sus derechos y obligaciones.

Los programas de educación e información del consumidor deben abarcar aspectos importantes de la protección del consumidor, como los siguientes:

- a. Salud, nutrición, prevención de las enfermedades transmitidas por los alimentos y adulteración de los alimentos;
- b. Peligros de los productos;
- c. Etiquetado de productos

CAPITULO IX. CENTRO MEXICANO PARA LA FILANTROPÍA

9.1 Misión

Promover y articular la participación filantrópica, comprometida y socialmente responsable de los ciudadanos, sus organizaciones sociales y empresas para alcanzar una sociedad más equitativa, solidaria y próspera.

9.2 Visión

Un México justo, incluyente y próspero, con ciudadanos activos y corresponsables de la construcción del bien público, que participan en organizaciones eficaces y transparentes en un marco de legalidad.

Como respaldo a prácticas justas de operación de las organizaciones, y como medio de regulación se encuentra el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI), asociación civil no lucrativa, que recibe donativos deducibles de impuestos. CEMEFI promueve y articula la participación filantrópica, comprometida y socialmente responsable de los ciudadanos y sus organizaciones, para alcanzar una sociedad más equitativa, solidaria y próspera.

CEMEFI define la RSE como el “compromiso consciente y congruente de cumplir integralmente con la finalidad de la empresa tanto en lo interno, como en lo externo, considerando las expectativas de todos los participantes en lo económico, social o humano y ambiental, demostrando el respeto por los valores éticos, la gente, las comunidades y el medio ambiente, para la construcción del bien común”. Se afirma que la RSE involucra aquellas actividades y decisiones de gestión empresarial que son voluntarias y que van más allá de las obligaciones legales.

La Responsabilidad Social Empresarial debe sustentarse en los valores expresados por la empresa y debe ser plasmada en un conjunto integral de políticas, prácticas y programas a lo largo de las operaciones empresariales para institucionalizarla. De lo contrario, se caería en el riesgo de implementar prácticas que, si bien son socialmente responsables, al no responder a un mandato y cultura institucionales, están en peligro de suspenderse ante cualquier eventualidad, coyuntura, crisis presupuestal o cambio en la dirección de la empresa.

Por otra parte, afirma que las acciones que una empresa realiza en materia de RSE deben ser medibles y dar lugar a su difusión con el ánimo de divulgar los buenos ejemplos y las mejores prácticas. Por esta razón es importante que la medición del desempeño se haga de manera confiable, conteniendo indicadores cuantitativos y cualitativos que den prueba de la generación de valor.

9.3 Ámbitos estratégicos

Para el CEMEFI la RSE se ejerce en cuatro ámbitos estratégicos:

Calidad de vida en la empresa: Eje relacionado con el compromiso y acciones de la empresa encaminadas a potenciar el desarrollo de sus colaboradores, en un entorno laboral que propicie su empoderamiento y la calidad de vida.

Ética empresarial: Eje relacionado con los valores y cultura de la empresa según los cuales está orientada su actuación e interioriza su compromiso con sus grupos de interés. a. Las empresas que produzcan y/o comercialicen bebidas alcohólicas, refrescos, alimentos procesados y medicamentos de venta libre, deben responder adicionalmente la sección Promoción ética y consumo responsable.

Vinculación de la empresa con la comunidad: Eje relacionado con el compromiso y participación de la empresa en el desarrollo de la sociedad y el entorno con el que se relaciona.

Cuidado y preservación del medio ambiente: Eje relacionado con los mecanismos de la empresa para hacer un uso sustentable y responsable de los recursos, al tiempo de prevenir riesgos e impactos ambientales como consecuencia de sus operaciones. Con comprobación mediante evidencia documental, clasificadas en:

- Políticas, compromisos públicos, códigos y reglamentos.
- Manuales y procedimientos.
- Evidencias de acción certificadas.
- Evidencias de acción no certificadas.
- Reconocimiento por parte de terceros.
- Reportes públicos auditados.
- Reportes públicos no auditados.

En 2001 CEMEFI empieza a otorgar el Distintivo de Empresa Socialmente Responsable logrando con ello la expansión del tema ya no solo entre corporaciones sino con la sociedad en general. Hoy en día se hace posible identificar el logotipo en páginas de Internet, o en aquellas empresas a las que se les ha otorgado el distintivo.



9.4 Distintivo de Empresa Socialmente Responsable (CMEFI, 2017)

El Distintivo de Empresa Socialmente Responsable se obtiene mediante un proceso de diagnóstico con base en indicadores revisados y avalados anualmente por un comité externo de expertos en los diferentes ámbitos de la RSE, sustentado con evidencias documentales; una evaluación diferenciada por tamaño de la empresa y por etapas de maduración, y una verificación externa por un equipo profesional. Es un ejercicio de confianza, honestidad y transparencia, que permite a la empresa:

- Centralizar información sobre su estrategia y acciones de Responsabilidad Social Empresarial, identificando año con año sus principales áreas de oportunidad.
- Contar con un ejercicio comparativo de su desempeño de RSE con las otras empresas participantes, que le brinda claridad y confianza en la implementación de acciones y buenas prácticas.
- Contar con un reporte ejecutivo de resultados por cada uno de los ámbitos y sub temas, que le brinde una visión de su desempeño comparado con las otras empresas participantes de su mismo sector y el total de empresas participantes.

- Permite a la empresa construir, administrar y consultar mediante una plataforma virtual segura y confidencial una biblioteca de evidencias de su gestión socialmente responsable.
- El diagnóstico del Distintivo ESR, es una herramienta en línea, objetiva e imparcial, que considera los principales lineamientos, normas y estándares, tanto nacionales como internacionales, en los ámbitos: Gestión de la RSE. Este eje no influye en la evaluación global, sin embargo, es un prerequisite que permite conocer con mayor detalle la formalización interna de la responsabilidad social de las empresas, indispensable para fines de retroalimentación y recomendaciones futuras.

9.4.1 Categorías de participación

Las organizaciones o instituciones que desean participar para la obtención del distintivo ESR podrán ser aquellas empresas del sector privado que estén legalmente constituidas y operen en México, de cualquier tamaño (micro, pequeñas, medianas y grandes empresas) y sector (industrial, Comercio o Servicios).

Tabla 4 Cuotas del año 2017.

Modalidad	Cuota de inscripción Distintivo ESR* 2017	2 años*	Retroalimentación	Réplica estatuilla
Grande	\$56,000	\$100,000	\$5,000	\$5,000
Grupo o Corporativo (hasta 2 razones sociales)	\$105,000	\$200,000	\$5,000 por cuestionario	\$5,000
Empresa adicional Grande	+\$46,000	+\$85,000	\$5,000 por cuestionario	\$5,000
Grande Proveedor de ESR	\$44,000	\$82,000	\$5,000 por cuestionario	\$5,000
Cadena de valor (empresa grande y 10 MiPyMEs)	\$145,000	\$250,000	\$5,000 Grande \$3,000 Mediana \$2,500 M y P	\$5,000
Regional	2,500 USD	4,000 USD	250 USD	250 USD

El tamaño de la empresa se define en función del número de empleados y sector, de conformidad con el siguiente cuadro.

Tabla 5 Por tamaño

Sector	Empresa grande
Agropecuario	>100
Minero y extractivo	>250
Industria manufacturera	>250
Construcción	>250

Comercio	>100
Transporte y comunicaciones	>100
Servicios	>100

9.4.2 Ventajas competitivas que ofrece el Distintivo ESR

Comercial. Aumenta las ventas al diferenciar sus productos y servicios de la competencia, anticipa las tendencias y facilita el acceso a mercados globales.

Laboral. Facilita el reclutamiento de personal de primer nivel y la retención de talentos, genera relaciones de largo plazo con el personal y alinea sus expectativas individuales con los objetivos de las empresas.

Legal. Mejora el entendimiento de requerimientos legales, exigencias de reguladores y reduce la presión de agencias fiscalizadoras. •

Financiero. Incrementa la confianza de accionistas, mejora la percepción de riesgo, facilita el acceso a financiamiento, favorece la obtención de socios estratégicos y la atracción de inversiones.

Reputación. Mejora la imagen pública frente a sus grupos de interés y aumenta la fidelidad de los clientes, promueve la RSE en su cadena de valor e impulsa su liderazgo en consolidar el compromiso social del sector empresarial •

Gestión. Permite identificar áreas de mejora potencial, comparar resultados frente a los indicadores, frente a sí misma y con el resto de empresas participantes. •

Impacto. Medir la evolución de sus resultados, gestionar y comunicar sus prácticas de RSE.

En la página de CEMEFI existe un decálogo puede ser utilizado como una guía para la empresa con la cual, a partir de su adopción y adaptación, que orienta interna y externamente los propósitos que, en términos de responsabilidad social, pretenda cubrir más allá de cualquier circunstancia o temporalidad.

1. Buscar la sustentabilidad de la empresa, contribuyendo al desarrollo y bienestar social de las comunidades en las que opera.
2. Considerar las necesidades del entorno social del negocio en la toma de decisiones y en la definición de las estrategias de la empresa, así como colaborar en su solución.
3. Hacer públicos sus compromisos con la sociedad y medir los logros alcanzados.
4. Vivir conforme a esquemas de liderazgo participativos, solidarios, de servicio y respetuosos de la dignidad humana, actuando con base en un código de ética.
5. Fomentar el desarrollo humano y profesional de la comunidad laboral de la empresa 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 todos y cada uno de los procesos de operación, comercialización y actividades 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 contribuir corresponsablemente al bien común y atender las necesidades sociales de mayor importancia.
10. Motivar y apoyar al personal, accionistas y proveedores para que participen en los programas empresariales de inversión y desarrollo social.

Ilustración 3

https://www.cemefi.org/esr/images/2016/Convocatoria_Distintivo_ESR_2017_grandes.pdf

9.5 Empresas socialmente responsables en México

Modelo de negocio socialmente responsables

El futuro depara una gran cantidad de oportunidades a las empresas; sin embargo, las fuerzas en el entorno socioeconómico, cultural y natural impondrán nuevos límites a las prácticas de marketing y de negocios. Las empresas capaces de encontrar nuevas soluciones innovadoras y valores en el marco de la responsabilidad social, son las que mas posibilidades de éxito tendrán.

9.5.1 Cemex

CEMEX se creó en la Ciudad de Monterrey en 1906, es una de las más antiguas y exitosas compañías de la región. Es una compañía global de materiales para la construcción que ofrece productos de alta calidad y servicios confiables a clientes y comunidades en más de 50 países del mundo, a la vez que mantiene relaciones comerciales con 108 naciones.

Hoy Cemex tiene actividades en 50 países y con ventas anuales de \$14,127 millones de dólares, tiene cerca de 43,000 empleados a nivel mundial y produce más de 93 millones de toneladas de cemento, de acuerdo con su informe anual del 2015.

Cemex es la empresa regiomontana con mayor importancia económica a nivel global de acuerdo con las listas de las principales empresas nacionales y mundiales, por lo que se ha convertido en referente para el resto de las empresas, según la revista Forbes en 2007.

CEMEX comenzó a publicar informes anuales ambientales, de salud y de seguridad en 1996, y su primer Informe de Desarrollo Sostenible se publicó en 2003. La compañía ha publicado informes anuales de sostenibilidad desde entonces.

9.5.1.1 Modelo de sostenibilidad

Cemex tiene un modelo de sostenibilidad, en donde integran prácticas sostenibles en operaciones diarias y en procesos de toma de decisiones en todo el mundo. El modelo le permite concentrar esfuerzos y recursos en temas de mayor relevancia para su negocio y mayor preocupación por sus grupos de interés.

Tabla 6 Modelo de sostenibilidad

Sus principales desafíos son:	Objetivos de sostenibilidad Cemex
Crecimiento poblacional incesante y urbanización	Proveer infraestructura resiliente y soluciones de construcción eficiente energéticamente
Cambio climático, escasez de recursos y pérdida de biodiversidad	Generar una industria de bajo carbono y eficiente en el uso de los recursos
Pobreza, desigualdad de ingresos, envejecimiento poblacional y desempleo.	Implementar una estrategia social de alto impacto que empodere a las comunidades.

Con 4 objetivos organizados alrededor de los pilares económico, ambiental, social y de gobernanza, el modelo de sostenibilidad está cimentado sobre 13 prioridades principales que aseguran que la sostenibilidad esté integrada en cada aspecto del negocio.

En sus procesos productivos y de forma interna tienen ciertas prioridades como:

Económico

- Proveer productos y servicios sostenibles

- Ofrecer soluciones para construir edificios asequibles y eficientes energéticamente y en el uso de recursos
- Implementar soluciones para una infraestructura resiliente y de bajo impacto.

Ambiental

- Optimizar huella de carbono a través del uso de materias primas y combustibles alternativos así como de energía limpias.
- Minimizar las emisiones atmosféricas y reforzar su gestión ambiental
- Conservar la tierra, la biodiversidad y el agua

Social

- Participar activamente en el desarrollo de comunidades sostenibles
- Crear oportunidades de desarrollar negocios sociales e inclusivos
- Promover el empoderamiento, la diversidad y el desarrollo de capacidades en las comunidades

Gobernanza

- Priorizar la salud y seguridad
- Asegurar clientes satisfechos y proveedores responsables
- Comprometer y retener a su talento

- Fortalecer la ética empresarial, el cumplimiento y la transparencia.

Mientras que, para sus grupos de interés, buscan crear valor actuando a través de prioridades:

Económico

- Mayor competitividad y un portafolio diferenciado de productos, servicios y soluciones con atributos sostenibles
- Oportunidades de crecimiento a partir de nuevos segmentos de mercado en países emergentes y desarrollados
- Mayor rentabilidad del modelo comercial de negocio

Ambiental

- Aumento en el valor del capital natural de activos de canteras y terrenos
- Uso de combustibles, energía y agua con costos competitivos
- Consolidación de licencia para operar gracias a un sólido desempeño ambiental

Social

- Ser considerado el mejor vecino y colaborador del sector privado para el desarrollo comunitario
- Ser un motor relevante del crecimiento económico y del autoempleo en las comunidades

- Tener una mayor relevancia social en sus operaciones

Gobernanza

- Priorizar la salud y seguridad
- Mejora en la reputación como una compañía con alto desempeño en materia de sostenibilidad
- Clientes satisfechos que incrementan la rentabilidad y proveedores responsables que reducen riesgos operacionales
- Una fuerza laboral diversa y comprometida

9.5.1.2Certificaciones

Actualmente Cemex se ha convertido en la primera empresa de la industria de la construcción en obtener la certificación ISO 9001:2015, otorgado por la Asociación Española de Normalización y Certificación (AENOR). El cual avala que el sistema de gestión de calidad que utiliza en todas sus operaciones de concreto premezclado cumple con la nueva. Esta normatividad, la más reciente en ser publicada, constata que la ejecución de los procesos administrativos, productivos y operativos que lleva a cabo la compañía se realizan de manera estandarizada con un sistema consistente y armónico, que propicia una mayor eficiencia de recursos y personal, permitiendo la mejora continua.

ISO 9001:2008 Norma que establece los requerimientos para la implementación de un Sistema de Gestión de Calidad

- Todas las plantas trabajan para alcanzar y mantener los estándares de calidad certificada por medio de ISO 9001.

Entidad Mexicana de Acreditación (EMA) que tiene como objetivo acreditar a los Organismos de la Evaluación de la Conformidad que son los laboratorios de ensayo, laboratorios de calibración, laboratorios clínicos, unidades de verificación (organismos de inspección) y organismos de certificación, Proveedores de Ensayos de Aptitud y a los Organismos Verificadores/Validadores de Emisión de Gases Efecto Invernadero (OVV GEI) Productores de Materiales de Referencia y la autorización de Buenas Prácticas de Laboratorio.

- 26 laboratorios

ISO 14001 Norma que establece los requerimientos para la implementación de un Sistema de Gestión Ambiental

- Cuatro plantas concreteras en la Ciudad de México

OHSAS 18001 La certificación se otorga a las empresas que cumplen con los estándares de sistemas de administración.

- Planta de Mexicali

9.5.2 GRUMA S.A.B DE C.V

GRUMA es la compañía global de alimentos, mexicana, líder en la producción de harina de maíz y tortillas a nivel mundial, así como un importante jugador en la categoría de panes planos o flatbreads como: wraps, naan, pan pita, chapatti, base de pizza, etc.; además de otros alimentos como arroz, snacks, pastas, condimentos y palmitos.

Cuenta con una notable expansión internacional que incluye operaciones en América, Europa, Asia y Oceanía con 79 plantas y una importante presencia en 112 países a través de sus marcas globales Maseca y Mission y una gran cantidad de marcas líderes locales como Guerrero en Estados Unidos, Tortiricas y Tosty en Costa Rica.

Se ha consolidado como una empresa exitosa, siendo su misión el contribuir a mejorar la calidad de vida de su capital humano, de sus clientes y consumidores, además de ofrecer productos y servicios de excelente calidad que se adaptan a sus estilos de vida, cultura y necesidades, así como crear valor para sus accionistas.

Es una empresa socialmente responsable que apoya el desarrollo integral de las comunidades donde tiene presencia, siempre ofreciendo productos de alta calidad accesibles a todas las familias, creando empleos, reinvertiendo utilidades, implementando procesos amigables con el medio ambiente, favoreciendo la capacitación y el progreso, sin descuidar su crecimiento continuo.

Desde su creación, la filosofía empresarial de Gruma ha consistido en el desarrollo de líneas de acción, entre las que se cuentan: reinvertir en utilidades, propiciar el crecimiento continuo del negocio, crear empleos de calidad, pagar buenos salarios,

favorecer la capacitación y el progreso de su personal, así como implementar procesos que sean amigables con el medio ambiente.

La visión de Gruma es, procurar un crecimiento con pleno apego a la legislación ambiental y contribuyendo al mejoramiento de los procesos en todas sus plantas.

9.5.2.1 Los pilares en las que Gruma basa su Responsabilidad Social son:

Nutrición: Desarrollar un alimento básico con alto nivel nutrimental, para generar bienestar y salud en los consumidores

Ecológico: Desarrollar tecnología para cuidar el medio ambiente. Su objetivo es minimizar el impacto ambiental.

Social: Apoyar a las comunidades más necesitadas, para asegurar la motivación y el involucramiento del capital humano en la mejora continua de la empresa. Es un compromiso común con la comunidad y las redes sociales.

Económico: Invertir y desarrollar cadenas productivas y comerciales para mantener una estrecha relación con los clientes y garantizar su satisfacción, y para extender el compromiso de responsabilidad social a proveedores y empresas subcontratadas.

Para conocer las expectativas de los diferentes grupos de interés, han desarrollado una estrategia de comunicación apoyada en estudios de clima organizacional, de percepción con inversionistas y de satisfacción de clientes. Mantienen una estrecha relación con los diferentes grupos de interés en donde la corresponsabilidad, la comunicación permanente, el mutuo conocimiento, el interés por entenderlos y el respeto, son las normas que seguirán.

9.5.2.2 Fundación Gruma

Desde 2004 cuentan con una fundación que tiene como propósito ayudar a personas en estado de vulnerabilidad, a través de organizaciones de la sociedad civil mexicana sin fines de lucro o instituciones públicas que atienden poblaciones desfavorecidas. La fundación otorga donativos en efectivo y en especie, cuya fuente de financiamiento proviene de las utilidades generadas por la actividad empresarial de Gruma.

Además bajo el patrocinio de Gruma establece la primera oficina de la Dirección de Desarrollo del Hospital infantil de México Federico Gómez, la que es la encargada de atraer nuevos donantes y captar recursos externos: dinero, especie, tiempo, talento o conocimientos de múltiples benefactores que desean brindar una mejor calidad de vida a los niños. Sus principales líneas de apoyo han sido becas de especialización a médicos adscritos en los mejores centros de pediatría del mundo, equipo de alta tecnología, obras de arte y programas de actividades educativas y lúdicas, así como sus espacios en beneficio de la salud de los niños.

9.5.2.3 Patronato Cerralvo

Los accionistas de GRUMA crearon en 1986 El Patronato para el Fomento Educativo y Asistencial de Cerralvo, A.B.P., una organización que realiza proyectos en pro del bienestar de la comunidad.

A lo largo de 29 años, el Patronato para el Fomento Educativo y Asistencial de Cerralvo se ha ocupado de realizar numerosos proyectos que han mejorado notablemente la calidad de vida en esa comunidad del estado de Nuevo León. A través de cuatro áreas que integran el Patronato: educación, salud, desarrollo comunitario y deportes.

9.5.2.4 Certificaciones

ISO 9001:2008 Norma que establece los requerimientos para la implementación de un Sistema de Gestión de Calidad

- Todas las plantas de GIMSA están certificadas
- Gruma Centroamérica
- Plantas de Mission Foods en Australia y Shanghai

ISO 14001 Norma que establece los requerimientos para la implementación de un Sistema de Gestión Ambiental

- Seis plantas certificadas: Teotihuacán, Mérida, Nuevo León, Jalisco, Silao y Veracruz puerto.
- Gruma Centroamérica
- Plantas de Mission Foods en Australia y Shanghai

KOSHER La certificación se otorga a las empresas que cumplen con los requisitos necesarios para ser proveedores aptos para la comunidad judía.

- Molinera de México
- Plantas de Mission Foods en Chicago, Illinois e Irving, Texas
- Plantas de Azteca Milling: Italia y Turquía

HALAL La certificación se otorga a las empresas que cumplen con los requisitos de alimentos Halal para la comunidad musulmana.

- Plantas de Mission Foods en Coventry, Holanda, Malasia, Shanghai y Australia
- Planta de Azteca Milling en Turquía

AIB International Consolidated Standards for Prerequisites and Food Safety

Norma que establece los requerimientos para la implementación de un sistema de uso para los procesadores de alimentos, para evaluar los riesgos en la seguridad de los alimentos y los niveles de cumplimiento de estas normas.

- Molinera de México
- Gruma Centroamérica
- Plantas de Mission Foods en USA: Dallas, Houston, San Antonio Texas; Fife, Washington; Goldsboro, North Carolina; Pendergrass, McMinnville, Georgia; Mountain Top, Pennsylvania; Tempe, Arizona; New Brighton, Minnesota; Los Angeles, Panorama City, Fresno, Rancho Cucamonga y Hayward, California; Pueblo, Colorado; Omaha, NE
- Plantas de Mission Foods en Malasia, Shanghai y Australia
- Plantas de Mission Foods en Europa, Coventry y Holanda

OHSAS 18001 La certificación se otorga a las empresas que cumplen con los estándares de sistemas de administración.

- Mission Foods Shanghai
- Azteca Milling Italia

SAI GLOBAL Food Safety (Global Standard for Food Safety) La certificación se otorga a las empresas que cumplen con los estándares globales para la seguridad alimentaria.

- Mission Foods Coventry y Seaham, Reino Unido
- Azteca Milling, Italia
- Azteca Milling, Ucrania

SLRQA Business Assurance Certificación de estándares globales para la seguridad alimentaria.

- Mission Foods Holanda
- International Quality Assurance La certificación se otorga a las empresas que tienen productos 100% orgánicos
- Mission Foods McMinnville, USA
- Mission Foods Mountain Top USA

SQF Institute Programa SQF es un protocolo de gestión de calidad y seguridad alimentaria diseñado específicamente para el sector de los alimentos.

- Azteca Milling LP, Estados Unidos
- HACCP (Hazard Analysis Critical Control Point System) Accreditation

- Acredita a las empresas en el Programa continuo de planeación, implementación, documentación, desarrollo, innovación y mantenimiento de los programas de seguridad alimentaria, desde la cosecha hasta el consumo.
- Mission Foods Corporation, Goldsboro, North Carolina
- Mission Foods Corporation, Pendergrass, Georgia
- Mission Foods Fife, Washington
- Mission Foods Houston, Dallas y San Antonio, Texas
- Mission Foods Corporation, McMinnville, Oregon
- Mission Foods Corporation, Mountaintop, Pennsylvania
- Mission Foods Corporation, New Brighton, Minnesota
- Mission Foods Corporation, Los Angeles y Fresno, California
- Mission Foods Corporation, Pueblo, Colorado
- Mission Foods Corporation, Tempe, Arizona
- Mission Foods Shanghai
- Mission Foods Australia

En 2013 Gruma fue la primera empresa en Centroamérica que recibe un premio por sus buenas prácticas y su gestión integral empresarial.

Desde hace más de 40 años Gruma ha sido una Empresa Socialmente Responsable que ha contribuido con el desarrollo económico y social en Centroamérica, ya que ha comprometido sus esfuerzos en cuatro pilares fundamentales, tales como: el ecológico, el económico, el nutricional y el social.

Este compromiso hizo posible que la compañía recibiera, la distinción de Empresa Socialmente Responsable otorgada por el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI). Gruma Centroamérica recibe este premio por sus buenas prácticas y en su gestión integral empresarial.

En el ámbito ecológico, Gruma vela por disminuir el impacto de sus operaciones en el medio ambiente, lo que permitió que lograran la certificación ecológica de la norma ISO 14001 en todas sus plantas. La empresa también impulsa alta tecnología que le ha permitido alcanzar una fuerte reducción de los desechos sólidos, la disminución en el consumo de agua potable y menor gasto energético por la utilización de gas en vez de diesel.

A nivel nutricional, Gruma ha rescatado la tradición alimenticia de Mesoamérica arraigada al maíz y sus derivados. La tortilla es un alimento fundamental en la dieta centroamericana con un alto consumo per cápita, así como otros platillos como los tamales, pan de maíz, pastelitos, etc. Gruma ha hecho accesible la harina de maíz a millones de consumidores que se han beneficiado de su valor nutricional, siendo pionero en adicionar minerales y hierro para cubrir las carencias nutricionales de la población más necesitada. La investigación y desarrollo en la región ha sido fundamental para introducir productos

altamente nutritivos e innovadores como la tortilla de maíz empacada, arroz, palmito y snacks.

La proyección social de Gruma se consolida en la región con su participación en el Banco de Alimentos de Costa Rica, como socio fundador, y en Honduras, como socio donante. Estos Bancos de Alimentos identifican organizaciones con proyectos de ayuda a personas en condición de pobreza extrema para distribuir los alimentos y potenciar la ayuda para nutrir a las personas más necesitadas.

Gruma C.A. apoya con materiales didácticos, donativos en efectivo y alimentos a escuelas aledañas a las instalaciones de cada una de sus operaciones en Centroamérica. En casos de desastres naturales, se activa los Tortimóviles, vehículos con tortillerías rodantes, que sirven para llevar tortillas calientes y frescas, así como otros alimentos a las poblaciones afectadas y que muchas veces no tienen nada que comer.

En 2013 y por segundo año consecutivo, fue distinguida por empresa de investigación y consultoría gerencial, Great Place to Work Institute, como la mejor compañía para trabajar en México, destacándose entre más de 500 instituciones evaluadas. La importancia de este reconocimiento radica en que esta empresa elabora las listas de las mejores empresas en las cuales trabajar en más de 40 naciones alrededor del mundo incluyendo Estados Unidos, países de la Unión Europea, de Latinoamérica y de Asia entre otros.

Asimismo, Gruma fue merecedora del Premio “Credibilidad y Respeto” que se otorga a las empresas que logran una comunicación bidireccional eficiente con sus

colaboradores, la cual hace que se enorgullecen de su trabajo y lo reconozcan más allá de su entorno laboral.

En 2011 obtuvo el Distintivo de Empresa Socialmente Responsable otorgado por el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI) por quinto año consecutivo, mientras que Molinera de México y PRODISA obtuvieron este distintivo por cuarto año.

CONCLUSIÓN

Actualmente las empresas están dejando de ser proveedoras de algún bien o servicio con un fin preponderantemente económico, la empresa ya no se concibe como una institución económica sino social, han pasado a ser organizaciones cuyo funcionamiento impacta a toda la sociedad en general, pues hoy en día, ambas partes somos conscientes de que pueden contribuir al desarrollo de la comunidad en la que se instauran orientando sus actividades a fin de favorecer a sus principales grupos de interés y el medio ambiente.

Este vínculo sociedad-empresa en consecuencia hace que estén sujetas a asumir comportamientos voluntarios de responsabilidad que legitimen su actuación en torno al medio en que se rodee, sus valores, políticas empresariales y principios de conducta, se han vuelto fundamentales para la credibilidad de su visión y su razón de ser.

A través de este trabajo fue posible partir de lo fundamental, es decir, las bases teóricas de la RSE para entender qué es, y las principales características que la conforman. Por lo tanto, concluimos que la RSE es la determinación de la empresa por actuar voluntariamente y asumir acciones en respuesta al impacto de sus actividades; entendemos a la RSE como una estrategia que se integra a la empresa, respaldada por acciones que disminuyan u orienten a abatir de los impactos negativos sobre aspectos sociales, ambientales y económicos en el lugar en que se localiza la empresa a través de la interacción con sus principales grupos de interés.

Aunque no existe acuerdo en entre los autores sobre el concepto de Responsabilidad Social Empresarial, es un hecho que la importancia de este concepto a conducido a que se

le reconozca formalmente y para ello se han creado instituciones y documentos que se preocupan y especializan por ofrecer herramientas que faciliten a la empresa mantener buenas acciones en el contexto en que se rodea. Ejemplos desarrollados en el trabajo son los estándares internacionales, ISO 26000, directrices para un buen comportamiento a nivel social, económico y ambiental por la OCDE y la ONU. Dando paso a que organizaciones que se especialicen en la evaluación de dichas características que componen al concepto; una de las que mencionamos es CEMEFI pues en México sino bien la única es una de las instituciones con mayor presencia y participación en el tema de RSE en el país.

La realización de este trabajo nos permitió entender la importancia del concepto y a pesar de que esta tesina se limitó a presentar condiciones y características que rigen la existencia y comportamiento de la RSE, nos abre paso a pensar en investigaciones futuras sobre el tema ya que se nos muestra interesante analizar el concepto de RSE a la incorporación en pymes.

BIBLIOGRAFÍA

A.C, C. M. (2017, julio). Retrieved from https://www.cemefi.org/esr/images/2016/Convocatoria_Distintivo_ESR_2017_grandes.pdf

Acevedo, M. C., Cano Gamboa, C. A., Zuluaga Díaz, F., & Gómez Alvis, C. (12 de Agosto de 2012). Diferencias y similitudes en las teorías del crecimiento económico. Recuperado el 16 de febrero de 2017, de Cuadernos de Investigación: http://publicaciones.eafit.edu.co/index.php/cuadernos_investigacion/article/view/1321/1192.

AECA. (2003). *Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas*. Obtenido de Marco Conceptual de la Responsabilidad Corporativa: <http://aece.es/old/pub/documentos/rs1.htm>

Argandoña, A. (noviembre de 2006). Universidad de Navarra. Recuperado el 7 de marzo de 2017, de <http://www.iese.edu/research/pdfs/OP-07-09.pdf>

Argandoña & Silva, (2011). Cuadernos de la Cátedra “la Caixa” de Responsabilidad Social de la Empresa y Gobierno Corporativo. *Universidad de Navarra*.

Brue, S. I., & Grant R., R. (2009). *Historia del pensamiento económico*. México: Cengage Learning.

Carroll, A. (1991). The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders. *Business Horizons*.

Claver, Molina & Tari, (2004). *Gestión de la calidad y gestión medio ambiental, fundamentos, herramientas, normas ISO*, Madrid; Pirámide.

Cemex. (2017, julio). Retrieved from <http://archive.cemex.com/ES/DesarrolloSustentable/ModeloDeSustentabilidad.aspx>

COMISION EUROPEA (2017) recuperado el 25 de febrero de 2017 en: (https://ec.europa.eu/info/about-european-union/organisational-structure_es)

COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS, Bruselas, (18.07.2001), LIBRO VERDE, Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas, pp.36. Recuperado de:

[http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/committees/deve/20020122/com\(2001\)366_es.pdf](http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/committees/deve/20020122/com(2001)366_es.pdf)

Cortina, A. (2005). *Ética de la Empresa. Claves para una nueva cultura empresarial*. Madrid: Trotta SA

Debeljuh, P. (2013). *Ética Empresarial en el Núcleo de la Estrategia Corporativa*. Cengage Learning.

Empresas, A. E. (2003). *Marco Conceptual de la responsabilidad social corporativa*.

Friedman, M (16962). *The social Responsibility of Business is to increase its Profits*. The New York Times Magazine

Gruma. (2017, julio). Retrieved from <https://www.gruma.com/es/responsabilidad-social/vision-de-responsabilidad-social.aspx?sec=1081>

International Organization for Standardization. (2017). Recuperado el 2 de marzo de 2017 en <https://www.iso.org/iso-9001-quality-management.html>.

Hellriegel, D., & W. Slocum, J. (2009). *Comportamiento Organizacional*. México: Cengage Learning Editores SA de CV.

Hupperts, P. (2005). *Responsabilidad Social Empresarial*. Buenos Aires: Valletta Ediciones

Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Fundamentos de Marketing*. México: Pearson Educación.

Kotler, P., & Lane Keller, K. (2012). *Dirección de marketing*. México: Pearson Educación.

Krugman, P., & Wellls, R. (2013). *Fundamentos de economía*. Barcelona: Reverté.

Mejia, M., & Newman, B. (2011). *Responsabilidad Scoail total*. México: Fondo de Cultura Econmica.

NACIONES UNIDAS (2016) Directrices para la protección del consumidor, Ginebra, Recuperado en: UNCTAD/DITC/CPLP/MISC/2016/1.

OITCINTERFOR. (2010). *Derechos humanos laborales*. C INTERFOR. Centro interamericano para el desarrollo del conocimiento en la formación profesional. Organización Internacional del Trabajo

ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS (2017) Pacto Mundial de las Naciones Unidas. Global Compact. Recuperado el 5 de marzo de 2017. (<http://www.pactomundial.org/global-compact/>).

ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL TRABAJO (2017) recuperado el 6 de marzo de 2017 en: <http://www.ilo.org/global/lang--es/index.htm>.

ORGANIZACIÓN PARA LA COOPERACIÓN Y EL DESARROLLO ECONÓMICOS (OCDE) 2017. Recuperado en: <http://www.oecd.org/>

ORGANIZACIÓN PARA LA COOPERACIÓN Y EL DESARROLLO ECONÓMICOS (2011), OECD Guidelines for Multinational Enterprises, OECD. Recuperado en. <http://dx.doi.org/10.1787/9789264115415-en>

Perdiguero, T. G. (2003). *La Responsabilidad Social de las Empresas en un Mundo Global*. Barcelona: Anagrama SA.

Porras F. (2011). GOBERNANZA; Teorías y prácticas colectivas/coordinado por Bassols & Mendoza, Barcelona: Antthroppos.

PNUMA. (2006). Producción Limpia. Programa de la ONU para el medio ambiente. Oficina regional para América Latina y el Caribe.

Raufflet, E., Lozano Aguilar, J. F., Barrera Duque, E., & García de la Torre, C. (2012). *Responsabilidad Social Empresarial*. México: Pearson Educacion.

Reyes Avellaneda R, 2017, *Responsabilidad Social Empresarial*. MIMEO, UAMI, México

Tracey, S., & Bayley, A. (2012). *Desarrollo Sostenible: Integrar La Economía, La Sociedad Y El Medio Ambiente*. Esenciales OCDE, OECD Publishing-Instituto De Investigaciones Económicas, UNAM.

ANEXOS

Distintivo ESR EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE 1 para el período 2017-2018

Requisitos de participación

1. Nombrar a un ejecutivo de la empresa, quien funja como responsable ante el Cemefi para conducir el proceso de obtención del Distintivo ESR
2. Completar la inscripción administrativa, que consiste en:
 - a) Cubrir la cuota de inscripción correspondiente. Puede realizarse entre el 11 de julio y el 11 de noviembre de 2016.
 - b) Enviar al Cemefi de manera electrónica, los siguientes documento :
 - Formato de registro completo.
 - Comprobante del pago de la cuota de inscripción.
 - Logotipo de la empresa en alta resolución.
 - c) La empresa que participa por primera vez, a través del mismo medio deben adjuntar:
 - Carta de exposición de motivos para participar en el proceso (formato libre).
 - Carta en que se declara conocer y asumir el Decálogo de Empresa Socialmente Responsable, ambas firmadas por el Director General de la empresa.
 - Código de Ética y/o Conducta. En caso de no tenerlos, señalar el compromiso de elaborarlos.
 - Comité de Responsabilidad Social Empresarial (integración y funcionamiento). En caso de no tenerlo, señalar el compromiso de integrarlo.
 - Al menos que uno de sus ejecutivos cumpla con el programa básico de formación en RSE (sesión informativa, taller de introducción o sesiones de orientación).
3. Todas las empresas deberán completar o actualizar el registro de la empresa en el sistema <http://esr.cemefi.org>.
4. Responder los cuestionarios asignados, subir la información y las evidencias que respalden las respuestas proporcionadas por la empresa.

CÓDIGO DE ÉTICA CEMEX

El compromiso de quienes trabajamos en CEMEX es dar vida a este documento, mediante su aplicación en todas nuestras acciones, y siempre en cumplimiento con las leyes de los países en los que operamos. Estamos convencidos de que una cultura basada en estos principios fortalece nuestras virtudes y competencias. Al mismo tiempo, contribuye a incrementar, de manera sostenida, el valor de la compañía para todos los grupos de interés: clientes, inversionistas, personal, proveedores y comunidades.

A pesar de que este Código de Ética y Conducta cubre una amplia gama de situaciones y procedimientos de negocio, no pretende abarcar cada situación en la que sea necesario tomar una decisión ética, sino que plantea los principios clave que sirven como guía para el personal de CEMEX. Toda persona que trabaja en CEMEX, debe conducir sus acciones de acuerdo al lenguaje y la esencia de este Código, además de evitar comportamientos que den la apariencia de ser incorrectos.

SUS FUNDAMENTOS SON

1. NUESTRO PROPÓSITO, MISIÓN Y VALORES

Nuestros valores integran la esencia de nuestra cultura: expresan quiénes somos, cómo nos comportamos, y en qué creemos.

Garantizar la Seguridad, enfocarse al cliente, buscar la excelencia, trabajar como un solo Cemex, actuar con Integridad, relaciones con grupos de interés

2. NUESTRA GENTE Y DERECHOS HUMANOS

En CEMEX nuestra gente es una ventaja competitiva. Nuestra compañía promueve el ambiente apropiado para el desarrollo integral. Quienes formamos parte de esta empresa debemos contribuir al logro de su Misión, a través de un comportamiento que refleje consistentemente los principios y valores que compartimos.

3. RELACIÓN CON LOS CLIENTES Y TÉRMINOS DE LAS NEGOCIACIONES

El propósito de CEMEX es ser la mejor opción para sus clientes. Es por eso que tiene con ellos un trato de profesionalismo e integridad, al tiempo que les suministra servicios y productos de calidad, oportunamente y en el lugar acordado. También la empresa y quienes la integramos buscamos actuar en forma innovadora y proactiva, de modo que superemos las expectativas de nuestros clientes, nos anticipemos a sus necesidades, y con ello aseguremos una relación duradera de mutuo beneficio

4. RELACIÓN CON LOS PROVEEDORES Y TÉRMINOS DE LAS NEGOCIACIONES

El desarrollo de relaciones de confianza y mutuo beneficio con los proveedores ha contribuido al éxito de CEMEX. Por tal motivo, buscamos que nuestras relaciones con ellos se manejen siempre con transparencia, de modo que les aseguremos igualdad de oportunidades, respeto e integridad.

Equidad y justicia en la relación con proveedores, Relación con proveedores y Respeto en los términos de contratos, licencias, leyes y reglamentos.

5. RELACIÓN CON EL GOBIERNO

Las operaciones de CEMEX requieren de una amplia interacción con los gobiernos de diversos países. En todo momento, esta interacción debe apegarse a los principios y valores promovidos por nuestra empresa, haciendo especial énfasis en la honestidad y el respeto. Entendemos por relaciones con gobierno aquellas en las que éste interactúa con CEMEX como autoridad, cliente, proveedor, accionista y/o promotor.

6. RELACIÓN CON LA COMUNIDAD

En CEMEX nos hemos comprometido a promover y contribuir al desarrollo de las comunidades en las que operamos, sin que ello suponga crear dependencias. Buscamos cuidar el medio ambiente y procuramos el beneficio mutuo, para lo que mantenemos siempre un canal de comunicación abierto con las comunidades.

7. CUMPLIMIENTO DE LEYES DE LIBRE COMPETENCIA

En CEMEX nos dedicamos a conducir todas las actividades de negocio con los más elevados estándares éticos. En nuestro esfuerzo por ser mejores, nuestros valores corporativos nos dictan que sólo podemos alcanzarlo mediante el trabajo arduo y la excelencia en el servicio.

El cumplimiento de las leyes aplicables es parte fundamental de nuestros Valores corporativos. Esto es particularmente importante en nuestro cumplimiento de la legislación de libre competencia, lo cual representa no solo una buena práctica de negocios, sino que la falta de cumplimiento de dicha legislación puede dañar severamente a la compañía y a sus empleados. CEMEX tiene operaciones en muchos países los cuales tienen diferentes leyes y regulaciones de libre competencia, por lo mismo, los empleados de CEMEX deben asegurar que todas las actividades de la compañía se hacen en cumplimiento de las leyes y regulaciones locales y de las políticas propias de la compañía. Los empleados de CEMEX tenemos la responsabilidad de informar a nuestro Departamento Jurídico o a través de ETHOSline sobre cualquier práctica comercial indebida, sea actual o potencial, de la que tengamos conocimiento, así como consultar con nuestro Departamento Legal en caso de que tener alguna duda sobre una práctica o actividad específica.

8. ANTI-SOBORNO

Rechazamos cualquier tipo de acto de corrupción. Dar o recibir sobornos es ilegal, altamente no ético y puede ocasionar consecuencias severas para todas las personas involucradas, incluyendo privación de la libertad de las personas y fuertes multas para la compañía. Estamos comprometidos en conducir nuestras operaciones de manera transparente e íntegra, por lo que todas nuestras transacciones deben cumplir con la ley anti-corrupción, incluyendo los requerimientos de mantener libros contables y registros completos y precisos.

9. PREVIENIENDO EL LAVADO DE DINERO

Rechazamos cualquier tipo de acto de corrupción. Dar o recibir sobornos es ilegal, altamente no ético y puede ocasionar consecuencias severas para todas las personas involucradas, incluyendo privación de la libertad de las personas y fuertes multas para la compañía. Estamos comprometidos en conducir nuestras operaciones de manera transparente e íntegra, por lo que

todas nuestras transacciones deben cumplir con la ley anti-corrupción, incluyendo los requerimientos de mantener libros contables y registros completos y precisos.

10. CONFLICTOS DE INTERÉS Y OPORTUNIDADES COMERCIALES

El lavado de dinero se entiende como cualquier transacción o serie de transacciones llevadas a cabo para esconder el origen real de fondos ilícitos o para hacerlos ver como que han sido obtenidos de actividades legítimas. Lo anterior puede incluir el esconder los orígenes de activos de origen delictivo, ya sea dinero u otras propiedades, dentro de actividades comerciales legítimas. En varios casos, el lavado de dinero también cubre el apoyo a actividades terroristas o criminales a través de fondos legítimos. Actividades ilegales que involucran el lavado de dinero son: el terrorismo, tráfico de drogas, fraude, sobornos, contrabando y robo.

11. REGALOS, ATENCIONES Y OTRAS CORTESÍAS

No podemos aceptar o dar cortesías de ningún tipo que comprometan, o den la apariencia de comprometer nuestro proceso de decisión de alguna negociación actual o futura. Está prohibido condicionar o buscar condicionar una negociación a cambio de algún regalo, atención o cortesía.

12. RESPONSABILIDAD AMBIENTAL

Para CEMEX es parte de nuestra filosofía y prioridad desarrollar nuestras operaciones en armonía con la naturaleza. Estamos completamente comprometidos en realizar nuestras

actividades de negocio de una manera medio ambientalmente responsable y sustentable para minimizar el impacto de nuestras operaciones.

13. CONTRIBUCIONES Y ACTIVIDADES POLÍTICAS

CEMEX reconoce y respeta el derecho que tiene su personal para participar en actividades externas a la empresa, como es el caso de actividades de carácter político. En estos casos, se espera que tales actividades sean legales y no interfieran con los deberes y responsabilidades contraídos con la compañía, ni la comprometan.

14. SEGURIDAD INDUSTRIAL Y SALUD EN EL TRABAJO

CEMEX da la más alta prioridad a prevenir incidentes y salvaguardar la seguridad y salud de su gente. Estamos comprometidos a realizar nuestras operaciones de una manera segura y eficiente y a procurar el bienestar de todos aquellos que se encuentren en nuestras instalaciones y que pudieran ser afectados por nuestras actividades.

15. INFORMACIÓN CONFIDENCIAL O PRIVILEGIADA

En CEMEX consideramos que la obtención y el buen uso de la información son ventajas competitivas, por lo que su administración y manejo debe darse en forma responsable, segura, objetiva y apegada a derecho. Se entiende por información confidencial cualquier información no publicada de manera oficial referente a la compañía, sus subsidiarias y filiales, y sus directivos, grupos de interés, operaciones, actividades, planes, inversiones y estrategias.

16. CONTROLES Y REGISTROS

CEMEX busca mantener y fortalecer la credibilidad y la confianza de sus grupos de interés a través de una comunicación efectiva. Del mismo modo, la compañía adopta la responsabilidad de comunicar de manera oportuna información fidedigna y, completa en todos los aspectos, sobre la condición financiera y los resultados de las operaciones de CEMEX. Por consiguiente, los empleados de CEMEX debemos garantizar, en los ámbitos de nuestra responsabilidad, que los registros financieros reflejen la realidad, que los controles sean efectivos, que los reportes y documentos sujetos a revisión de las autoridades de mercados de valores y cualquier comunicación sean hechos públicos de manera oportuna e incluyan información real, precisa y completa.

17. PROTECCIÓN DE ACTIVOS

El buen uso y la salvaguarda de los activos de CEMEX son elementos fundamentales que contribuyen al logro de nuestra Misión. Los activos son todos los bienes tangibles e intangibles propiedad de la organización, tales como edificios, maquinaria y equipo, inventarios, efectivo, cuentas por cobrar, acciones y valores. Los activos también incluyen

información, inventos, planes de negocio, patentes y marcas, nombres comerciales, identidad e imagen corporativa, tecnología de información, entre otros.

18. ADMINISTRACIÓN DEL CÓDIGO DE ÉTICA Y CONDUCTA CEMEX

Con el fin de promover la práctica de los valores en la organización y de estructurar la manera de resolver los dilemas éticos, se establece en este apartado un mecanismo para la administración del Código de Ética y Conducta CEMEX.

CÓDIGO DE ÉTICA GRUMA

Una parte esencial de la cultura corporativa de GRUMA es actuar de manera ética, con integridad, respeto y honestidad. Estos valores deben regir siempre en la conducta de toda persona en cualquier ámbito de su vida, predicando con el ejemplo. Actuando de forma ética se fundamenta la imagen de GRUMA como empresa sólida, socialmente responsable y confiable en todos los países en donde GRUMA está presente.

Cada Miembro de GRUMA es responsable de representar los valores que rigen a GRUMA en todo momento, por lo que es importante que conozcan el contenido de este Código y vivan sus valores, teniendo presentes los estándares conforme a los cuales se espera que se conduzcan ante las diferentes situaciones que se puedan presentar en sus respectivas áreas de trabajo, independientemente del país en el que se encuentren.

NORMAS DE ÉTICA Y CONDUCTA GRUMA

A. PREVENCIÓN DE CONFLICTOS DE INTERÉS

Todos los Miembros de GRUMA deben actuar siempre con lealtad hacia ella, evitando involucrarse en situaciones que representen un conflicto de interés. Conflicto de interés es cualquier situación en la que la existencia de un beneficio o interés personal o económico de un Miembro de GRUMA puede influir en sus decisiones profesionales relacionadas al cumplimiento de sus obligaciones con GRUMA, siendo este interés o beneficio personal contrario a los intereses de GRUMA. Por consiguiente, los Miembros de GRUMA no deberán anteponer, ni directa ni indirectamente, sus intereses personales, financieros, políticos, religiosos o de cualquier otra índole en detrimento de los legítimos intereses de GRUMA.

B. MANEJO RESPONSABLE DE LA INFORMACIÓN

La Información Confidencial, Interna y/o Privilegiada de GRUMA no debe de ser divulgada por los Miembros de GRUMA a terceros ya que esto podría resultar en una desventaja competitiva, pérdida o perjuicio financiero para GRUMA, además de tener implicaciones legales. Los Miembros de GRUMA deberán utilizar la información Confidencial, Interna y/o Privilegiada de GRUMA, de la que llegaren a tener conocimiento, única y exclusivamente para realizar las actividades que les han sido encomendadas, de manera confidencial y reservada, y se abstendrán en todo momento de obtener o recibir directa o indirectamente, beneficios personales que no estén permitidos o provocar perjuicios a GRUMA con base al uso de dicha información.

C. LEGALIDAD Y MANEJO RESPONSABLE DE LOS ACTIVOS

Los Miembros de GRUMA deben actuar con probidad y apego a los principios y disposiciones contenidas en este Código, en las políticas, procedimientos y manuales

internos de GRUMA, y en la legislación aplicable, y deben estar comprometidos con la salvaguarda del patrimonio de GRUMA, asumiendo la responsabilidad de sus respectivas funciones dentro de GRUMA. Así mismo, los Miembros de GRUMA deberán utilizar los activos, incluyendo recursos económicos y materiales, de GRUMA de forma lícita y de manera mesurada, de acuerdo con las políticas, manuales y procedimientos internos de GRUMA aplicables, por lo que deberán aprovecharlos en forma eficiente, evitando con su uso obtener un beneficio personal y/o provocar perjuicios a GRUMA.

D. D. RELACIÓN CON CLIENTES

En la relación con los clientes de GRUMA, los Miembros de GRUMA siempre deberán actuar con respeto, objetividad, imparcialidad, independencia, equidad, excelencia y de acuerdo a los valores y los intereses de GRUMA.

Considerando que GRUMA tiene presencia en múltiples países, corresponderá a los Miembros de GRUMA corroborar el respeto y observancia a los usos y costumbres del país que se trate al entablar relaciones con clientes, y siempre deberán consultar previamente con el departamento jurídico divisional y/o la Dirección Jurídica Corporativa si existe algún requisito o restricción legal que deba tenerse en consideración para tratar con clientes

E. RELACIÓN CON PROVEEDORES

Las relaciones que los Miembros de GRUMA sostengan con los proveedores de GRUMA deberán cumplir en todo momento con las políticas internas aplicables y estar basadas en criterios de selección técnicos, con proveedores que estén debidamente establecidos, sean solventes y cuenten con buena reputación en el mercado, siempre atendiendo a las necesidades de GRUMA, y conducidas con objetividad, independencia e integridad en todas y cada una de las operaciones que se realicen, estando estrictamente prohibida la obtención o el otorgamiento, ya sea de manera directa o indirecta, de cualquier beneficio personal al seleccionar a un proveedor.

F. RELACIÓN CON EXTERNOS RELACIONADOS

Todas las disposiciones de este Código relativas a los proveedores de GRUMA son aplicables de igual manera al resto de los Externos Relacionados.

Es compromiso de GRUMA y de los Miembros de GRUMA mantener relaciones con Externos Relacionados que estén basadas en el respeto mutuo y con estricto apego a los principios de este Código, a las políticas y procedimientos internos de GRUMA y a las leyes aplicables. Considerando que GRUMA tiene presencia en múltiples países, corresponderá a los Miembros de GRUMA corroborar el respeto y observancia a los usos y costumbres del país que se trate al entablar relaciones con Externos Relacionados, y siempre deberán consultar previamente con el departamento jurídico divisional y/o la Dirección Jurídica Corporativa si existe algún requisito o restricción legal que deba tenerse

en consideración para tratar con Externos Relacionados en determinados territorios, previo a establecer relaciones de cualquier naturaleza con los mismos.

G. RELACIÓN CON COMPETIDORES

Los Miembros de GRUMA se abstendrán de mantener contacto o relación alguna con cualquier competidor de GRUMA, así como con cualquier asociación o cámara en la que participen competidores de GRUMA. En la medida en que en virtud de sus funciones algún Empleado deba mantener alguna relación con algún competidor de GRUMA, ésta deberá ser previamente autorizada por el Empleado que tenga el nivel más alto jerárquico en la división o unidad de negocio que corresponda, previa consulta con el departamento jurídico divisional y/o la Dirección Jurídica Corporativa, y deberá tener un propósito lícito y legítimo y estar basada en el respeto mutuo, y propiciar un ambiente comercial de sana competencia, siempre en cumplimiento de las disposiciones legales aplicables, incluyendo sin limitar la normativa en materia de competencia económica.

H. RELACIÓN CON EL GOBIERNO

Todo Miembro de GRUMA deberá actuar con honestidad y respeto en las interacciones que en virtud de sus funciones en GRUMA deba mantener con los gobiernos de los diversos países en los que GRUMA opera, de acuerdo con las políticas, manuales y procedimientos internos de GRUMA aplicables y en estricto apego con la legislación aplicable.

I. RELACIÓN ENTRE MIEMBROS DE GRUMA

Las relaciones entre los Miembros de GRUMA deberán estar basadas en el respeto y tolerancia mutua, con estricto apego a los principios de este Código, a las políticas internas de GRUMA y a las leyes aplicables, a fin de asegurar un ambiente armonioso conducente al trabajo productivo y a la consecución de las metas de GRUMA.

Los Miembros de GRUMA deberán mostrar lealtad institucional y respeto a las políticas, pautas y directrices establecidas por GRUMA, siendo en todo momento equitativos en sus relaciones internas. Deben conducirse y realizar sus labores cotidianas de acuerdo con los objetivos y metas establecidas, y evitar generar situaciones de discriminación, hostigamiento y abusos de carácter psicológico, físico, sexual, laboral, entre otros, en la relación de trabajo.

J. ACTIVIDADES EXTRA-LABORALES

Los Miembros de GRUMA podrán participar libremente en actividades cívicas, políticas, religiosas, académicas, y de cualquier otra naturaleza, siempre que sean lícitas, las realicen a título personal y sin que las mismas interfieran con el correcto desempeño de sus funciones en GRUMA y siempre sin vulnerar el prestigio e imagen de GRUMA.

Los Miembros de GRUMA son libres para dedicarse a las actividades extra-laborales de su preferencia, sin embargo, deberán asegurarse de que:

- Las actividades extra-laborales se lleven a cabo fuera de su horario de trabajo, a título personal y con recursos propios.

K. RESPONSABILIDAD SOCIAL

Todos los Miembros de GRUMA deben estar conscientes del impacto que sus acciones dentro de GRUMA tienen en la sociedad y su comunidad, y deben conducir sus funciones dentro de GRUMA de forma tal que propicien el desarrollo y bienestar de su comunidad.

Desde sus inicios, GRUMA ha estado comprometida en contribuir positivamente en los entornos social, económico y de medio ambiente, para lo cual se apoya, a nivel mundial, en cinco pilares: Nutrición, Ecológico, Social, Económico, y Seguridad y Salud

L. SEGURIDAD, SALUBRIDAD Y SALUD

Todos los Miembros de GRUMA deberán observar en el desempeño de sus funciones la normatividad y políticas aplicables en materia de seguridad, salubridad y salud.

La integridad física de los Empleados tendrá siempre prioridad sobre el buscar obtener una operación eficiente y mejores resultados financieros para GRUMA. GRUMA está comprometida en proporcionar un ambiente de trabajo seguro. Todos los Miembros de GRUMA deberán siempre promover una cultura de seguridad y salud física y mental entre los Empleados.

ANEXOS

Listado de empresas público el listado de las empresas que obtuvieron el Distintivo ESR 2016

1 año	ALRETECH	Beta Procesos, S.A. de C.V.
21st Century Touristic Services, S. de R.L. de C.V.	Amatech	Bokados
<ul style="list-style-type: none"> • Servicio Turístico del Sureste • Consorcio de Servicios de Campeche • Desarrollo Comercial y Residencial 	Apoyo Económico Familiar	BONASA Bordadora Nacional, S.A. de C.V.
	APYCSA Logistics, S.A. de C.V.	BONOVO Planta Industrial
	Aries Fortalece tu Patrimonio, S.A. de C.V.	BRP Juárez
	Artecola Química	BSD Recursos Humanos, S.C.
	Artículos Promocionales Casa Xavier, S.A. de C.V.	Bticino México
AE Comunicación e Imagen	Asesores Constructores Técnicos	C&H Grupo
Agencia Aduanera de América en Aéreo, S.C.	Administrativos, S.A. de C.V.	Canon Mexicana, S. de R.L. de C.V.
Agencia Aduanera de América en Toluca, S.C.	Asfalto y Asociados	Carnot Laboratorios
Agencia Aduanera de América en Veracruz, S.C.	ASIATECH	Carolina Block Materiales
Agencia Aduanera de América LC, S.C.	AUKER	Carpelac, S.A. de C.V.
Agencia Aduanera de América India	Autofinanciamiento de Automóviles Monterrey, S.A. de C.V.	Carrocerías Hermanos Becerra, S.A. de C.V.
Agnico Sonora Mina La India	Autotransportes Oro Gran Turismo y Primera Clase, S.A. de C.V.	Castell Notaría y Abogados, S.C.
Agrícola El Nazario	Axcel Comunicaciones	Century Business Solutions & Services, S.A. de C.V.
Agrolenin	Baja Ferries, S.A. de C.V.	CERAMAT
AIG	Bebidas Refrescantes de Nogales, S.A.P.I. de C.V.	Cevichería Jez
Alfmeier Friedrichs & Rath de México		CL Capital Integradora Financiera
Alpes Asesores, S.C.		

CLARVI Culiacán	<ul style="list-style-type: none"> • Ariza de México 	EC Legal
Cleaning Brands de México	<ul style="list-style-type: none"> • Nortrack 	Editel Corporativo, S.A. de C.V.
CLINIBAC	Corporativo BORO	ELE
CLOE	Corporativo en Resguardos, S.A. de C.V.	<ul style="list-style-type: none"> • Profesionales en Mantenimiento y Limpieza
Coeur La Preciosa	Credicam, S.A. de C.V.	<ul style="list-style-type: none"> • Operadora Profesional de Seguridad Privada
Colchas y Blancos Concord	SOFOM ENR <ul style="list-style-type: none"> • Fianzas Asecam 	<ul style="list-style-type: none"> • Especialistas en Limpieza Empresarial
Colegio SAM by Anglo	Cremerías La Suiza	<ul style="list-style-type: none"> • Limpieza y Vigilancia Profesional Empresarial
Compañía Minera Pangea, S.A. de C.V.	CTR Scientific	
Conservas del Norte, S.A. de C.V.	Cueromex Wet Blue, S.A. de C.V.	
Construcciones Industriales Tapia, S.A. de C.V.	CURSA Construcciones, S.A. de C.V.	
Constructora AMP, S.A. de C.V.	Cyan Labs	Enterprise Management Service
Constructora GRCC	CYEEM	Felicidad Financiera
Constructora SPBV	Daqu de Sonora, S.A. de C.V.	Fetasa Culiacán, S.A. de C.V.
Contigo	DAYAR Distribuciones Médicas, S.A. de C.V.	FIASA
Control de Calidad y Proyectos, S.A. de C.V.	De la Miyar Garza Agencia Aduanal, S.C.	FIDEX
Corporación Mexicana de Investigación en Materiales, S.A. de C.V.	Desarrolladores Logísticos del Norte DLN, S.A. de C.V.	FINVIVIR
COMIMSA	Distribuidora Dumy	Flexi
Corporación Zapata, S.A. de C.V.	DKT de México	Frimax
<ul style="list-style-type: none"> • Zapata 	DOLPHINARIS	Fundación Educación Superior-Empresa
<ul style="list-style-type: none"> • Vehículos Japoneses 	Dulces Montes	Gallbo, S.C., Asesoría Estratégica en Reclamación de Seguros
<ul style="list-style-type: none"> • Zapata Camiones 	Dumez Copisa Sistemas Mexicanos, S.A. de C.V.	Garrigues México, S.C.

GASPASA	<ul style="list-style-type: none"> • Cayenne Express S.A. de C.V. 	<ul style="list-style-type: none"> • Página Tres
GIDEAS		<ul style="list-style-type: none"> • Editora Cronos
GIN Group	<ul style="list-style-type: none"> • BPG Agronegocios, S.P.R. de R.L. 	<ul style="list-style-type: none"> • Editorial de Vecchi
GISA		<ul style="list-style-type: none"> • Oficina Editorial
Global Agentes Aduanales y Asesores en Comercio Exterior, S.C.	Grupo CORSEC	Grupo Mundo Ejecutivo
Global Intermex	Grupo Farmatodo	Grupo OCCI, S.A. de C.V.
Globexplore Drilling	Grupo Garel	Grupo Omnilife Chivas
GMI Consultores	Grupo Hotelero Santa Fe, S.A.B. de C.V.	<ul style="list-style-type: none"> • Chivas de Corazón, S.A. de C.V.
Green World de México, S.A. de C.V.	GRUPO i3	Grupo PROLAMSA
Grupak Servicios, S.A. de C.V.	<ul style="list-style-type: none"> • Conductos Tecnológicos • Compuestos Tecnológicos • Solartec • Reid México • Paktec de México 	<ul style="list-style-type: none"> • Productos Laminados de Monterrey • Aceros Cuatro Caminos
Grupo 365 Soluciones Integrales de Logística	<ul style="list-style-type: none"> • ABC Alimentos Botanas y Cereales 	Grupo San Carlos
Grupo ACSA, S.A. de C.V.		Grupo Tere Cazola
Grupo Aduanal Prida	Grupo Metelmex S.A. de C.V.	HallMG Grupo
Grupo Arpapel	Grupo Milenio	Harman de México, S. de R. L. de C. V.
Grupo BANFF	<ul style="list-style-type: none"> • Milenio Diario • Agencia Promotora de Publicaciones • Agencia Digital • Multigráfica Publicitaria • Editorial La Opinión 	HAUS inmobiliaria
Grupo Besser (Desique,eFusión y THT Events)		Hortofrutícola Caya, S.A de C.V.
Grupo Bio Nature Asesoría y Servicios, S. de R.L. de C.V.		IFAL
Grupo Corporativo Peral Bours		Indelpro, S.A. de C.V.
<ul style="list-style-type: none"> • Cayenne del Noroeste, S.A. de C.V. 		Industrias Marves, S.A. de C.V.
		INOVA

<ul style="list-style-type: none"> • TMK Logistics 	LYEM	NKONECT S.A. de C.V.
<ul style="list-style-type: none"> • Mas ofertas web 	MACDU y Asociados, S.A. de C.V.	Notaría Pública 69.GDL.
Instituto Jalisciense de Investigación Clínica, S.A. de C.V.	MAGRETT Evento Manager Co.	Novamex México, S.A de C.V.
Intrabienestar, S.A. de C.V. SOFOM E.N.R.	MAIKA	Nubaj IT & Consulting
ISA TV	Mainbit, S.A. de C.V.	Oceanus Supervisión y Proyectos, S.A. de C.V.
Itamar, S.A. de C.V.	Marcatel	OJAI Alimentos, S.A. de C.V.
Jade Infraestructuras, S.A. de C.V.	Marinter Selección Gourmet del Mundo	On Time Servicios Terrestres Urgentes, S.A. de C.V.
JG Profesionales en Riesgos	Más Limpio, S.A. de C.V.	OPSP
KAIKU	Master Hiperbox	<ul style="list-style-type: none"> • Profesionales en Mantenimiento y Limpieza
Kansas City Southern de México	Materiales Tepetlixpa, S.A. de C.V.	<ul style="list-style-type: none"> • Especialistas en Limpieza Empresarial
Koprino, S.A. de C.V.	Maxcom Telecomunicaciones	<ul style="list-style-type: none"> • Limpieza y Vigilancia Profesional Empresarial
KUA Mex Foods, S.A.P.I. de C.V.	Maxilux, S. de R.L. de C.V.	
Laboratorios Quiver	Mayakoba	Owen Group
Lacta Ingredientes, S.A. de C.V.	MEGABLOCK	Pago PRO
Lima Bañales y Asociados, S.C.	MGI Asistencia Integral	Palace Resorts
LIMVIPRO	Serrano Proyectos y Construcciones	PE Medical, S.A. de C.V.
Profesionales en Mantenimiento y Limpieza	Monsanto LAN	Pemex Desarrollo e Inversión Inmobiliaria
Operadora Profesional de Seguridad Privada	Morelos y Aldana Servicios Legales	PETROIL
Especialistas en Limpieza Empresarial	Multi Plastic, S.A. de C.V.	PINSA
LOGEN	NAT-A Technologies	Pinsa Congelados
	Nirvana Constructora	Previtep

PRO Akustics arquitectura sensorial	RIPPSA	Smurfit Cartón y Papel de México S.A. de C.V.
Procesadora de Carnes	Royal Holiday	Corrugado Atlacomulco
Produce Arquitectura, S.A. de C.V.	RYLEC, S.A. de C.V.	Smurfit Cartón y Papel de México, S.A. de C.V.
Productos Metálicos Steele, S.A. de C.V.	Samsung Electronics México	División Fibras
PROMALI	Sanatorio La Luz	Smurfit Cartón y Papel de México, S.A. de C.V.
<ul style="list-style-type: none"> • Operadora Profesional de Seguridad Privada • Especialistas en Limpieza Empresarial 	SANEA	Molino Monterrey
Limpieza y Vigilancia Profesional Empresarial	SCA Consumidor México, S.A. de C.V.	Smurfit Kappa Corrugado Guadalajara
Promotora de Infraestructura IMM, S.A. de C.V.	Servicios de Integración para Productos Básicos, S.A. de C.V.	Smurfit Kappa Corrugado Guadalupe
Protectio Buró de Seguridad Logística	Servicios de Transportación Especializada Express LEMAVA, S.A. de C.V.	Smurfit Kappa Mexico Corrugados Área Metropolitana
PS Gráficos	Servicios Especializados en Seguridad Privada SEPSISA, S.A. de C.V.	<ul style="list-style-type: none"> • Corrugado Los Reyes • Corrugado Atlas • Corrugado Cerro Gordo • Pre Impresión y Displays
QUADRUM CFDI	Servicios Profesionales Compartidos, S.A. de C.V.	Smurfit Kappa México Plegadizos
Redpetroil	Servicios Traipoist, S.A. de C.V.	Steel Serv, S.A. de C.V.
Repinel Electric Solutions and Automation systems, S.A. de C.V.	Sherwin Williams Automotive Finishes	Sugar Foods México
Republic Nail	Sistemas de Pre Pago, S.A. de C.V.	Suspensión y Dirección
Resirene	Sistemas Manufactureros y Ensamble, S.A. de C.V.	TAPVS Terceros Autorizados en Protección Verificación Sanitaria, S.A.P.I.
Respuesta Empresarial MCR, S.A. de C.V.	Sistemas Operativos Agroindustriales, S.P.R. de R.L.	TDR Soluciones Logísticas
Restaurante El Timón	SIV Cleaner	

Terracerías y Edificaciones Hidalgo, S.A. de C.V.

TRANSPAIS

Transportes ALEMA

Transportes de Carga FEMA, S.A. de C.V.

2 años

Abastecedora en General, S.A. de C.V.

- DIM
Distribuidora Mexicana

ACAD

Aced Consultores, S.A. de C.V.

Administradora Mexiquense del Aeropuerto Internacional de Toluca, S.A. de C.V.

Afore InverCap

Agencia Aduanera de América Altamira Tampico, S.C.

Agencia Aduanera de América del Pacífico, S.C.

Agencia Aduanera de América en Laredo, S.C.

Agencia Aduanera de América en Tijuana, S.C.

Agencia Aduanera de América, S.C.

Transportes Lipu, S.A. de C.V.

Universidad Interamericana Para el Desarrollo Campus Cancún

Universidad Panamericana Campus Guadalajara

Agente Capital Seguros y Fianzas

Agriexport, S.A. de C.V.

Agroindustrias Villa Santiago, S.A. de C.V.

AIM Worldwide

AIT Vanguardia Tecnológica

Alamo & Trade MX

Almacenes Generales de Depósito del Yaqui, S.A. de C.V.

Alta Stockman, S.C.

AMOS Alimentos, Montajes, Organización y Servicios, S.A. de C.V.

APSIS

Argos Global Logistics

Arlex de México, S.A. de C.V.

Arriva Hospitality Group

Asesoría Estrategia Total, S.C.

Atlantic Salmon

Urbanizadora del Bajío, S.A. de C.V.

Vantex, S.A. de C.V.

VEANA

Vitasanitas, S.A. de C.V.

Yakult de Puebla, S.A. de C.V.

AXA Assistance México, S.A. de C.V.

Bacardí y Compañía, S.A. de C.V.

BARAMIN

BCYSA, Servicios Industriales, S.A. de C.V.

BROM y Asociados, S.A. de C.V.

CIEN (Ingeniería de Negocios)

Cafiver, S.A. de C.V.

CALCO & CYDSSA

- Calzada Construcciones
- Construcciones y Dragados del Sureste

CATOLSA

CELSA Distribuciones, S.A. de C.V.

CELSA Impresos, S.A. de C.V.

Central de Autobuses de Monterrey, S.A. de C.V.

Centro de Exposiciones y Convenciones de Chihuahua, A.C.	Despachos Aduaneros GARBER, S.C.	Finestra Asesores Financieros
Cía. Editora de La Laguna, S.A. de C.V.	Domino Printing México, S.A. de C.V.	Fisher Clinical Services México
CINCO M DOS	Don David Gold México, S.A. de C.V.	Furukawa México, S.A. de C.V.
CLARVI	Dresser de México, S.A. de C.V.	Gasoductos y Estaciones del Norte, S.A. de C.V.
Concesionaria Lerma Santiago, S.A. de C.V.	EFICASIA	General Motors de México
Consortio Mundial Aduanero, S.C.	El Palacio de Hierro	GOMSA Logística
Construcciones Sustentables Orendain, S.A. de C.V.	Electrodos Infra, S.A. de C.V.	GPR Seguridad Privada
Construcciones y Arrendamientos Industriales, S.A. de C.V.	ElementRH	Grainger
Constructora el Hujal, S.A. de C.V.	EMV Convertidora	Grameen de la Frontera
Constructora y Urbanizadora Muralla, S.A. de C.V.	Entregas Puntuales, S. de R.L. de C.V.	Grupo Administrativo Mexicano, S.A. de C.V.
Consultora Mexicana de Negocios, S.C.	Espacios IR Inmobiliaria	GAM
Consultoría en Obra, S.A. de C.V.	Estación de Servicios El Trébol, S.A. de C.V.	Grupo ALFER
Corporación INDECAP	Estrategia en Comunicación Inteligente ECI, S.A. de C.V.	Grupo ampm
Corporativo Ruiz	Evoque Consulting Group, S.A. de C.V.	<ul style="list-style-type: none"> • Administración de repartos rápidos • Repartos Rápidos • La Milla Industrial
Creel García Cuellar, Aiza y Enriquez, S.C.	Farmacia París, S.A de C.V.	Grupo Anfitriones
Dacomsa	FC Farmacia Central	Grupo Argos
Danessi Internacional	Ferrocarril Mexicano, S.A. de C.V.	Grupo Coliman Corporativo
Delta Transformadores, S.A. de C.V.	<ul style="list-style-type: none"> • Ferrosur 	GRUPO COMERSIA
	Fertilizantes Tepeyac "al Servicios del Agricultor"	Grupo Dacosa, S.A. de C.V.

Grupo Destinos	Hoteles City Express	Lobo Industrial, S.A. de C.V./ Rom Industrial Inc.
Grupo Empresarial COSEA	HQ Control, S. de R.L. de C.V.	Logística Woodward, S.C.
Grupo Empresarial Minero, S.A. de C.V.	IDS Comercial	Logistics Masters, S.C.
Grupo Fernández Malagón	Ienova	Lovi Corporativo
Grupo Fórmula	IMSCO	M.H. Logistic, S.A de C.V.
GRUPO IMPULSORA	Industrias Mecánico Eléctricas, S.A. de C.V.	Materiales de Telecomunicaciones de Juárez
Grupo Irena	Ingenio Tala, S.A. de C.V.	Mensajería y Servicios Arroba, S.A. de C.V.
Grupo La Lupita	Instituto Audiológico Audiotech	MG Infraestructura
<ul style="list-style-type: none"> • TMK Logistics • Mas ofertas web 	Instituto de Ciencias y Estudios Superiores de Tamaulipas	Mi Viejo Pueblito
Grupo Oleo Lab, S.A. de C.V.	IP&P	Murguía Consultores, Agente de Seguros y de Fianzas, S.A de C.V.
Grupo Piagui	ISSASA	MYMLAND, S.A. de C.V.
<ul style="list-style-type: none"> • Servicios Piagui • Industrias Piagui • West Mex 	ITALIKA	Nezter Landing Solutions, S.A. de C.V.
Grupo Promass	ITSON UNIDAD GUAYMAS Campus Guaymas-Empalme	Notaría N° 94 Estado de México
Grupo Ruz, S.A de C.V.	Jova Graneros, S.A. de C.V.	Ozono Polaris, S.A. de C.V.
Guibermx, S.A. de C.V.	Kiekert de México, S.A. de C.V.	Pavimentos Colombia, S.A.S.
GUSA Notarios, S.C.	Kroy Abogados, S.C.	Pedrote Marketing
GYACSA	Labinal Power Systems	Pesca Azteca, S.A. de C.V.
Hines	Laboratorios Alpharma, S.A. de C.V.	Petroplus
<ul style="list-style-type: none"> • Consultores MH • Servicios Especializados MH 	Limpieza y Reciclados del Bajío, S.A. de C.V.	PETSTAR
Hotel Rosas & Xocolate	Litoprocess, S.A. de C.V.	

Pinsa Comercial	Servicios Orienta S.C.	Transportes Terrestres Almarvil, S.A. de C.V.
Plásticos Técnicos Mexicanos, S.A. de C.V.	Sesajal, S.A. de C.V.	UNIFIN FINANCIERA
Premium Publicidad, S.A. de C.V.	Sí Vale México, S.A. de C.V.	Universidad Humanitas
Productora Veinticinco de Enero	Sinergia Obras Civiles y Mineras, S.A. de C.V.	UPM Raflatac México, S.A. de C.V.
<ul style="list-style-type: none"> • Agroproductos Las Cumbres 	SMURFIT KAPPA Molino Los Reyes	Vanguardia
Promarket	Sonora Forming Technologies, S.A. de C.V.	Vanume, S. de R.L. de C.V.
Qualyplast, S.A. de C.V.	Staff It	Veta Verde
RAM-100 DEL SURESTE	STIVA	VIASC Grupo Inmobiliario, S.A. de C.V.
RDZ Agencia Aduanal, S.A. de C.V.	Sunbeam Mexicana	Vintel Vivienda Integral
Red Aduanera Peninsular, S.C.	Tecno Lite	Visualización y Control Industrial, S.A. de C.V.
Regal Springs México	Tecno Pack Corrugados, S.A. de C.V.	Whitaker México - Business & Consulting
Saint-Gobain América, S.A. de C.V.	Tecnológico de Monterrey	Zitro Imagen, Consultoría en Imagen Pública
Saint-Gobain Merit, S. de R.L. de C.V.	Terminal de LNG de Altamira, S. de R.L. de C.V.	ZNOVA AGRO
Seguros y Pensiones Banorte	Torre Mayor	Zuma Tecnologías de Información
Servicios Industriales de Ingeniería y Energía, S.A. de C.V.	Transportes Blindados TAMEME, S.A. de C.V.	
3 años	Administración Portuaria Integral de Mazatlán, S.A. de C.V.	Agente Aduanal Benito Martínez, S.C.
AA Cargo y Logística del Centro	Agencia Aduanal López Mena	AGROBO, S.A. DE C.V.
Abacapital, S.A. de C.V. SOFOM E.N.R.		Agroservicios Nacionales, SAPI de C.V.

Alstom	Corredor Insurgentes, S.A. de C.V.	<ul style="list-style-type: none"> • Téc. Industriales de Tijuana
AstraZeneca, S.A. de C.V.	Crédito Real	<ul style="list-style-type: none"> • Téc. Innovativos de los Mochis
Atlatic, S.A. de C.V.	CROWN Envases México, S.A. de C.V.	Epsilon Ingeniería y Conectividad, S.A de C.V.
ATXK Construcción de Interiores, S.A. de C.V. y/o Operadora ATXK, S.A. de C.V.	Dab Developers Group	Estructura Empresarial, S.A. de C.V.
Banco del Bajío	DAIMLER	Fabricación y Reparación Electromecánica, S.A. de C.V.
Barragán Moreno, Creadores de Espacios	Delphy Bombas y Equipos, S.A. de C.V.	Feher & Feher
BCD Travel	DeLuca POS Marketing	Félix y Sarmiento Abogados, S.C.
Bodesa, La Marina y El Bodegón	Desarrollos Delta	FINSA
Caffenio	Distribuciones Redal, S.A. de C.V.	<ul style="list-style-type: none"> • Finsa Administración de Servicios • Finsa, Ingeniería y Construcción
CLARVI	Eléctrica Mexicana de Antequera S.A. de C.V.	Francobolli
COCONAL S.A.P.I. de C.V.	Energold de México, S.A. de C.V.	<ul style="list-style-type: none"> • Avanti • Banana Bay
COMINVI, S.A. de C.V.	Envases Universales de México, S.A.P.I. de C.V.	GAQSA
CONAGRA FOODS MÉXICO, S.A DE C.V.	<ul style="list-style-type: none"> • Admón. de Servicios técnicos en Industriales del Envase • Consultoría y Gestión de Serv. Gerenciales del Envase 	Gasolineras Pegasol
Conne (Consultores En Negocios Especializados)	<ul style="list-style-type: none"> • Productividad Envases de Jalisco 	GOMSA Logística (Gómez Sañudo y Aguilar)
Construcciones y Carreteras S.A. de C.V.	<ul style="list-style-type: none"> • Corp. Innovativa • Envases Innovativos de Tijuana 	GOMSA Logística (Gómez Sañudo)
Control Seguridad Privada Integral		Granera del Noroeste, S.A. de C.V.
CORE RH		Gravita Proyectos
Corporación Integral de Comercio Exterior, S.A. de C.V.		
Corporativo Profesional Alfa		

Grupo Acuícola Santa Fe, S.A de C.V.	IGASAMEX	ISABEL A. RAMON, S.C.
Grupo Aislacon	IGSA Medical	ISCE Agencia Aduanal, S.C. (Grupo ISCE)
Grupo Axerta	Iké Asistencia	JGERROM, S.A. DE C.V.
Grupo Hit	Imaginación en Movimiento, S.A. de C.V.	Landsteiner Scientific
Grupo Imagen Multimedia	Impulsora Azucarera del Trópico, S.A. de C.V.	LASER AGENCIA ADUANAL
Grupo KC, Agente de Seguros	Indra	LCARE MEXICANA, S. DE R.L. DE C.V.
Grupo Mega	Industrial & Mining Solution, S.A. de C.V.	Leche Zaragoza
Grupo Officemax, S. de R.L. de C.V.	Industrial La Fama, S.A. de C.V.	León Paniagua y Asociados, S.C.
GRUPO PERC-RUTA	INDUSTRIAL ROTAM, S.A. de C.V.	Lexmark Internacional de México, S. de R.L. de C.V.
Grupo Precisión Control, S.A. de C.V.	Industrias de Culiacán, S.A. de C.V.	Lockton México
Grupo TyP De Jalisco, S.A. de C.V.	Ingenio José María Morelos, S.A. de C.V.	LOF AGRO DE GUASAVE, S.A. DE C.V.
Homecare de México, S.A. de C.V.	Ingredion	Logística Laboral y Empresarial, S.C.
Hotel América	<ul style="list-style-type: none"> • Ingredion México • Ingredion Integra 	López Morton
Hotel Don Pelayo Pacific Beach Mazatlán	INSA	Loquay, S.A.
Hotel Royal Villas Resort	InterLatin S. de R.L de C.V.	Lubrizol de México Comercial, S. de R.L. de C.V.
Hoteles Solaris de México, S. de R.L. de C.V.	<ul style="list-style-type: none"> • Tecnología Acumen de México 	Manufacturas Especializadas, S.A.
Hudson Products de México, S.A. de C.V.	Invermerica	Maquinados y Tecnología
ICACSA PROYECTOS, S.A. DE C.V.	Distribuidora de Fondos, S.A. de C.V.	Maz Industrial, S.A. de C.V.
ICSA, Ingenieros Civiles S.A. de C.V.	IPSOS MÉXICO	

Mextran, S.A. de C.V.	Perfumes Sodexim, S.A. de C.V.	Red Ring
Mi Viejo Café	Periódico El Imparcial	Refacciones Aguilar, S.A. de C.V.
MIMPO	Pescaharina de Guaymas, S.A. de C.V. (PEGUSA)	Refinadora Plata Guanacevi, S.A. de C.V.
MINSA, S.A. de C.V.	Plastitrim, S.A de C.V.	RHHR Group, S.A. de C.V.
<ul style="list-style-type: none"> • Planta Centro • Planta Golfo • Planta Norte • Planta Noreste • Planta Occidente 	PM OnStreet S.A. de C.V.	Rojas del Castillo Asesores, S.C.
Monterrey Aerospace México, S. de R.L. de C.V.	Praxair Costa Rica, S.A.	Roshfrans
Multibolsas Plásticas	PRAXIS MEXICO	Safe Data Resources, S.A. de C.V.
Natural de Alimentos, S.A. de C.V.	Productora Agrícola El Encanto	San Vicente Camalu, S.P.R. de R.L.
Ofillamas, S.A. de C.V.	PROMOCIONALES DE OCCIDENTE, S.A. DE C.V.	Sánchez Sánchez Corporativo, S.C.
ORGANIZACION CONURBA	Proyectos y Construcciones Virgo, S.A. de C.V.	Servi Industrias del Noroeste S.A. de C.V.
Pacífico Industrial S.A. de C.V.	PYCCE	<ul style="list-style-type: none"> • Servi Cono • Del Sol Alimentos
Pan-American México Compañía de Seguros, S.A. de C.V.	RALCA	Smurfit Cartón y Papel de México, S.A. de C.V. (Corrugado Culiacán)
PCS, Protección Custodia y Sistemas de Seguridad	<ul style="list-style-type: none"> • Pharma Frigo, S.A. de C.V. 	Sonitronies, S. de R.L. de C.V.
Pecuarius Laboratorios S.A. de C.V.	Rassini	Spring Air México, S.A. de C.V.
PEIRSEN	<ul style="list-style-type: none"> • Rassini Suspensiones Planta Piedras Negras • Rassini Frenos • Rassini Suspensiones Planta Xalostoc • Bypasa 	Syngenta Agro, S.A. de C.V.
PERFICOM, S.A. de C.V.	Red Importadora, S.A. de C.V.	Táctica - Worken
		TAMARINDO
		Teclo Mexicana

Tecno Desarrollos, S.A. de C.V.	TRANSFORMADORES Y TECNOLOGIA, S.A. DE C.V. - GRUPO ARTECHE	UPL AGRO
Termo Técnica Quin		Valeo Térmico
Thona Seguros	Universidad Iberoamericana Torreón	YAMANA GOLD Minera Meridian Minerale, S. de R.L. de C.V.
Tintorerías Max		ZUCARMEX
Toka Internacional	Universidad Simón Bolívar	
4 años		
AES TEGTEP	Constructora Subacuática Diavaz, S.A. de C.V.	<ul style="list-style-type: none"> Operadora Emporio Zacatecas
Agentes Aduanales Grupo Nogueira, S.C.	Construpima, S.A. de C.V.	<ul style="list-style-type: none"> Operadora Emporio Veracruz
Agroindustrias Tombell, S.A. de C.V.	Corona Rivera Velázquez & Co.	<ul style="list-style-type: none"> Servicios Aguatur
ALTA CULTURA EMPRESARIAL DE MÉXICO, S.C.	Corporación Financiera de Occidente, S.A. de C.V. SOFOM ENR	<ul style="list-style-type: none"> Operadora Turística ZR
Asfaltos Guadalajara, S.A.P.I. de C.V.	CORRESPONSABLES	<ul style="list-style-type: none"> Turismo Tijuana
Becton Dickinson de México, S.A. de C.V.	Cotemar, S.A. de C.V.	<ul style="list-style-type: none"> Operador
Best Graphics	CT Internacional del Noroeste, S.A. de C.V.	Dixon Comercializadora, S.A. de C.V.
Bux Puntual	Diestra Hoteles	Dólar Especialidades de la Construcción, S.A. de C.V.
Café El Marino, S.A. de C.V.	<ul style="list-style-type: none"> Servicios Externos para Hoteles 	Done Consulting Group, S.C.
CASA MYERS, S.A.	<ul style="list-style-type: none"> Hoteles Turísticos de Ixtapa 	Dynasol
Central de Alarmas de México, S.A. de C.V.	<ul style="list-style-type: none"> Operadora Tornaz de Mazatlán 	Editorial El Manual Moderno
Cobre del Mayo, S.A. de C.V.	<ul style="list-style-type: none"> Operadora Turística Emporio Reforma 	Electro Controles del Noroeste, S.A. de C.V.
Construcasa Com, S.A. de C.V.		Empresas Lary
		Espacio Desarrollos Urbanos, S.A. de C.V.

Estafeta Mexicana S.A de C.V.	<ul style="list-style-type: none"> • Gonhermex • Enerya • Lubricantes de América • Química Góncal • Gonher de México 	<ul style="list-style-type: none"> • Iberdrola Energía Altamira • Iberdrola Energía La Laguna • Iberdrola Energía Monterrey • Iberdrola Energía Del Golfo
<ul style="list-style-type: none"> • Estafeta Servicios de Apoyo • Servicios Potosinos • Transportadora Terrestre • Translogistica • Autotransportes de Distribución y Consolidación 	GRUPO JISA	ICACSA
ETN Turistar Lujo, S.A. de C.V.	Grupo Kuroda	CONSTRUCCIONES, S. DE R.L. DE C.V.
Evenplan	<ul style="list-style-type: none"> • Kuroda • KS Comercial • Kuroda Norte • María Estela Kuroda (Casa Kuroda) 	Imagen y Sistemas Computacionales, S.C.
Exitus Capital		Impacto Total en Seguridad Privada Integral
Gámez Seguros y Fianzas	GRUPO POSADAS	Impulsora Industrial de Refrigeración, S.A. de C.V.
Grand Palladium Vallarta Resorts & Spa y The Royal Suites Punta de Mita	GRUPO RADEC	Industrias Químicas Falcon de México, S.A. de C.V.
Greencorp Biorganiks de México, S.A. de C.V.	<ul style="list-style-type: none"> • Radec • Depoautolamp México 	Infocus Consultores, S.C.
GRUINDAG INTERNATIONAL	Grupo Real Turismo, S.A.B. de C.V.	Infoselective, S.A. de C.V.
GRUPO CARGOQUIN	Grupo Sadasi	Inmobiliaria Aguilar del Sureste
GRUPO DONDÉ	<ul style="list-style-type: none"> • Alttá Homes 	Instituto de Capacitación de la Industria de la Construcción, A.C.
Grupo Financiero Banamex, S.A. de C.V.	Grupo TMM, S.A.B.	Instituto Piaget de Los Mochis, S.C.
<ul style="list-style-type: none"> • Afore Banamex • Seguros Banamex 	Hermogas, S.A. de C.V.	Interseal, S.A. de C.V.
Grupo GONHER	Iberdrola Generación México, S.A. de C.V.	IPKON
	<ul style="list-style-type: none"> • Iberdrola Energia Tamazunchale 	

La Tendence, S.A. de C.V.	Pavos Parson, S.A. de C.V.	SIJardinería
LDM, S.A. de C.V.	People Connection	Simarc, S.A. de C.V.
Lenovo Centro Tecnológico	Phanaint	Sistemas Automotrices de México
LIGA MX / ASCENSO MX	Planeación y Estructuras GUDI	SPYGA PERSONAL, S.A. DE C.V.
Logística Creativa de Comunicación y Medios, S.A. de C.V.	Politubos de México, S.A. de C.V.	Tecnología Ambiental Especializada, S.A. de C.V.
Lorantmms – Camsa	PRENDAMEX	Tecnologías Médicas Innovadoras, S. de R.L. de C.V.
Marva Silos & Construcciones	Préstamo Seguro Calidad Mundial	TekProvider
Milenium Construcasa	ProAOASS	Timmins Gold Corp
Mina Bolañitos, S.A. de C.V.	Promo Conceptos	Transportes Refrigerados Marma
MINA SANTA ELENA	PROSS	TURISMO Y CONVENCIONES, S.A. DE C.V.
Minera Real del Oro, S.A. de C.V.	Protección y Alarmas Privadas, S.A. de C.V.	Usana México, S.A. de C.V.
MPA	Proyectos TI	VALHPAC
MSPV Seguridad Privada, S.A. de C.V.	PYECSA	VEOLUS
Multiceras, S.A. de C.V.	RedRabbit	Xerox Mexicana
Multi-Color Label Corporation-México, S.A de C.V.	Representaciones e Investigaciones Médicas, S.A. de C.V.	Zurich
Nike de México	RSN	<ul style="list-style-type: none"> • Zurich Compañía de Seguros
Oracle de México	SAINT GOBAIN	<ul style="list-style-type: none"> • Zurich Vida Compañía de Seguros
Oscar F. Peña, S.C.	Sanmina	
	Servicios y Materiales Constructivos, S.A. de C.V.	

5 años

A.N.A. Compañía de Seguros, S.A. de C.V.	Celéstica de Monterrey, S.A. de C.V.	Distribuidora de Aceites Mexicanos, ACEIMEX S.A. de C.V.
Aarson Productos Hospitalarios, S.A. de C.V.	Centro de Distribución Oriente, S.A. de C.V. - ROA	DSM NUTRITIONAL PRODUCTS MÉXICO
Above Target, S. de R.L. de C.V.	Cia. Sherwin Williams, S.A. de C.V.	Ecovale Opam
Aceites Lubricantes de Chihuahua, S.A. de C.V.	CITICINEMAS	Editora Argos
Agroindustrias Unidas de Cacao, S.A. de C.V.	Club Tomateros de Culiacán	EGA-PAC, S.A. DE C.V.
Agropecuaria Terranova, S.A de C.V. Grupo Coliman (División Noroeste)	Compañía Minera del Cubo, S.A. de C.V.	ELEMENTIA
ALSEA	Compañía Minera Pitalla, S.A. de C.V. Unidad La Colorada	Empacadora San Marcos, S.A. de C.V.
AMBIENTES	Corporación Química Automotriz, S.A. de C.V. (KWX)	Empresas Comerciales
AOASS	Corporativo Mega Medios	ESPREZZA Concepto Humano
AQP Consultores	<ul style="list-style-type: none"> • Mega Medios • Mega Prensa • Teleradio de Sinaloa • Mega Frecuencia 	Estratégica
ArcelorMittal México		Excel Consultores
Atento Argentina		Eximagen, S.A. de C.V.
ATPIMSA		Exterran Energy de México, S. de R.L. de C.V.
Bamboo Express		Ferring Pharmaceuticals
Best Day Travel Group		Ferrocarril y Terminal del Valle de México, S.A. de C.V.
BP Exploration Mexico Limited	Cryo-Cell de México, S.A. de C.V.	Ferrocarriles Suburbanos, S.A.P.I. de C.V.
Brivé Soluciones	Degremont, S.A. de C.V.	FINVAY
BTV Mexicana, S.A. de C.V.	Desarrollo Agroindustrial Gaya, S.A. de C.V.	Gasored
CAPSTONE	DIFORMEX, S.A. de C.V.	GDI GRUPO DIAMANTE INTERNACIONAL, S.A. DE C.V.
Castrol México S.A. de C.V.		

GLEZCO	<ul style="list-style-type: none"> • Calentadores de América 	HIR CASA
GMP Sistemas	<ul style="list-style-type: none"> • Manufacturas Vitromex 	HIR Expo Internacional
Grupo Ángeles Servicios de Salud, S.A. de C.V.	<ul style="list-style-type: none"> • Fluida 	HMR Consultores Asociados
GRUPO COLIMAN (División Noroeste)	<ul style="list-style-type: none"> • Cinsa 	HOTEL GRAND PALLADIUM RIVIERA MAYA RESORT & SPA AND THE ROYAL SUITES YUCATÁN
GRUPO COLIMAN (División Noroeste, Transportes Refrigerados Coliman)	Grupo IPS, Seguridad Privada	Industrias de Hule Galgo, S.A. de C.V.
Grupo Condomex	Grupo KUO	Ingenio Panuco, S.A.P.I de C.V.
<ul style="list-style-type: none"> • Servicios condomex 	Grupo Manjarrez	Ingenio Tamazula S.A. de C.V.
<ul style="list-style-type: none"> • Arnéses Electricos Automotrices 	<ul style="list-style-type: none"> • Manjarrez Impresores 	Inmobiliaria Citelis, S.A. de C.V.
<ul style="list-style-type: none"> • Condomex 	<ul style="list-style-type: none"> • Integradora Comercial de Impresos 	ISA Corporativo, S.A. de C.V.
<ul style="list-style-type: none"> • Cordaflex 	<ul style="list-style-type: none"> • Impresos Tecnológicos de México 	Kekén
<ul style="list-style-type: none"> • Arcomex 	Grupo Norson	KIO Networks
Grupo Desarrollador IAMSA	Grupo Nu3	Laboratorios Senosiain S.A. de C.V.
Grupo Financiero Credit Suisse México, S.A. de C.V.	Grupo PROCESA	LABORATORIOS SOPHIA
<ul style="list-style-type: none"> • Banco Credit Suisse México 	Grupo Regio	Litográfica Selene, S.A. de C.V.
<ul style="list-style-type: none"> • Casa de Bolsa Credit Suisse México 	Grupo Sports World	Logra Financiamientos
Grupo Industrial IGSA	Grupo Triple H	LYNCOTT
Grupo Industrial Saltillo	GRUPOMAR	MásNegocio
<ul style="list-style-type: none"> • Cifunsa del Bajío 	<ul style="list-style-type: none"> • Marindustrias 	MCM Telecom
<ul style="list-style-type: none"> • Tisamatic 	<ul style="list-style-type: none"> • Marfrigo 	Mead Johnson Nutricionales de México, S. de R.L. de C.V.
	GRUPPO PRO CERAMIC, S.A. DE C.V.	
	HDI Seguros	

Medios de Transporte
W.A., S.A. de C.V.

México Asistencia, S.A.
de C.V.

MP Marketing Group

MVS Radio

Neolpharma, S.A. de
C.V.

Notaría Pública 188 de
Nuevo Laredo,
Tamaulipas

NTA Logistics de
México, S. A. de C.V.

Oleosur, S.A.P.I. de C.V.

PIASA

PICSA

Postermedia

Presidente
Intercontinental
Guadalajara

PRICE SHOES

PriceTravel Holding

Primero Mining

Pro Éxito, S.A. de C.V.
SOFOM ENR

Prudential Real Estate
Investors

QUIERO CASA

SANTA ROSALIA DE
LA CHONTALPA, S.A.
DE C.V.

Schneider Electric

SEICA

Servicio Continental de
Mensajería

SEVAFUSA

Smurfit Kappa
Corrugado Guanajuato

Sociedad Industrial de
Construcciones
Eléctricas, S.A. de C.V.

Soluciones Avanzadas en
Electrónica, S.A. de C.V.

Soporte Empresarial y
Consultoría, S.C.

Tierra de Agaves, S. de
R.L. de C.V.

Transportes Pitic, S.A. de
C.V.

Tuberías y Válvulas del
Noroeste, S.A. de C.V.

Tupperware Brands
México

Universidad Anáhuac
México Norte

Universidad
Latinoamericana

UPC

Urrea Herramientas
Profesionales, S.A. de
C.V.

**Listado de empresas público el listado de las empresas que obtuvieron el Distintivo
ESR 2017**

FRESNILLO PLC	Engie, México (GDF Suez México - Maxigas Natual)	Grupo Aeroportuario del Sureste
Zurich	Cordaflex	MIDIAL3
Grupo Piagui	CORPORACION ZAPATA, S.A. DE C.V.	Grupo ampm
Conticon	Grupo Tampico	Grupo Industrial Saltillo
Grupo Aeroportuario del Sureste	Grupo Piagui	Rassini Suspensiones Xalostoc
Walmart de México y Centroamérica		Rassini Suspensiones Piedras Negras
Arcomex		Rassini Frenos
Arela	Grupo Sadasi	Grupo Omnilife Chivas
MINSA, S.A. DE C.V.	Altta Homes	GRUPO RADEC
Grupo Milenio	JAFRA México	Industrias Peñoles, S.A.B. de C.V.
Grupo Financiero Banamex, S.A. de C.V.	Grupo Zapata	Grupo Piagui
DIESTRA HOTELES	Grupo Condumex	InterLatin, S. de R.L. de C.V.
Bypasa	Acciona, Pioneros en Desarrollo y Sostenibilidad	Productora Veinticinco de Enero / Agroproductos Las Cumbres
Grupo Peñafiel	Servi Industrias del Noroeste, S.A. de C.V.	GRUPO KURODA
Carso Infraestructura y Construcción, S.A. de C.V.	Genera	Rassini
Grupo Omnilife Chivas	Grupo GONHER	GRUPOMAR
Acumen	Enerya	Doña Aida
SuKarne	Lubricantes de América	INOVA
Condumex, S.A. de C.V.	Química Goncal	BRP Querétaro
Atención Telefónica	GONHER de México	INOVA
	Atención Corporativa	

US COTTON MEXICO,
S. DE R.L. DE C.V.

URREA
HERRAMIENTAS
PROFESIONALES, S.A.
DE C.V.

Urbanizadora del Bajío,
S.A. de C.V.

ALSEA

Alstom

UPC

Amatech

AMERICAN EXPRESS
COMPANY (MEXICO)
S.A. DE C.V.

Universidad Tecnológica
de San Juan del Río

Amway de México

GRUPO ANFITRIONES

Apolo Textil / Baby
Mink

Apoyo Económico
Familiar

Universidad Tecnológica
de México, S.C.

Arancia Industrial

Arca Continental

ArcelorMittal México

Grupo Merza

Baja Ferries, S.A. de
C.V.

Arcos Dorados -
McDonalds México

ARIES FORTALECE
TU PATRIMONIO

ARIZA

PETROIL

Abitat Constructora

ARTICULOS JA

American Standard Part
of LIXIL

UNIVERSIDAD
POLITECNICA DE
SINALOA

Universidad
Latinoamericana, S.C.

UVM

ASFALTOS
GUADALAJARA,
S.A.P.I. DE C.V.

Universidad del Noreste,
A.C

UNIVERSIDAD
AUTÓNOMA DE
SINALOA

The Home Depot México

Presidente
InterContinental
Guadalajara

Astrazeneca, S.A. de
C.V.

TRW Occupant Restrains
de Chihuahua, S. de R.L.
de C.V.

Banco Azteca

AT&T

FORD ZAPATA

Accenture

Atento Argentina

Atento

UNITED AUTO DE
MONTERREY

UNIFIN FINANCIERA

San Pablo Farmacias

Autofinanciamiento de
Automóviles Monterrey,
S.A. de C.V.

AUTOS DE
HERMOSILLO, S.A. DE
C.V.

Huevo Cocoroco

AVON

AXA Assistance México
S.A. de C.V.

AXA Seguros

Axcel Comunicaciones

Axtel

Tuberías y Válvulas del
Noroeste, S.A. de C.V.

BACARDI Y
COMPAÑÍA, S.A. DE
C.V.

BanBajío

Seguros y Pensiones
Banorte

Grupo Financiero Monex	TRANSPAIS	TRADDEX, S.A. DE C.V.
ONEST LOGISTICS	Zapaterías Gonpard	Tropicana
Santander	BODESA, “LA MARINA” y “EL BODEGÓN”	GRUPO TRACSA
Hoteles Azul Ixtapa	Grupo La Lupita	Acuacultores del Quinto Día
Bandag de México	TRANSPAIS	Cámara Nacional de Comercio Servicios y Turismo de Guadalajara
BBVA Bancomer	Bridgestone de México	Tienda de Descuento Arteli, S.A. de C.V.
BCD Travel	ZAPATA CAMIONES	Coca-Cola de México
Bebidas Refrescantes de Nogales, S.A.P.I. de C.V.	TRANSFORMADORES Y TECNOLOGIA, S.A. DE C.V., GRUPO ARTECHE	Canon Mexicana, S. de R.L. de C.V.
Becton Dickinson de México, S.A. de C.V.	Bticino México	CAPSTONE
Transportes Scholastico	Bunge México	TF VICTOR
Pitic	BURÓ DE CREDITO	CAROLINA PERFORMANCE FABRICS
Bepensa	Yesera Monterrey	CARROCERIAS HERMANOS BECERRA, S.A. DE C.V.
Bepensa	Cadena Comercial OXXO	REGAL SPRINGS MEXICO
Bepensa	Caffenio	Central de Alarmas de México, S.A. de C.V.
Bepensa	Café El Marino, S.A. de C.V.	CENTRAL LA PROVIDENCIA, S.A. DE C.V.
Bexel Internacional, S.A. de C.V.	CAFIVER, S.A. DE C.V.	CENTRAL PROGRESO, S.A. DE C.V.
HIR CASA	CGV	
Bio PAPPEL		
TRANSPORTES BLINDADOS TAMEME, S.A. de C.V.		
Casa Cuervo, S.A. de C.V.	Celéstica de Monterrey, S.A. de C.V.	
CASA MYERS, S.A.	Celulosa y Corrugados de Sonora, S.A. de C.V.	
Tequila Sauza, S. de R.L. de C.V.	Holcim México	
Contigo	CEMEX México	

Teléfonos de México, S.A.B. de C.V.	Envases Universales de México, S.A.P.I. de C.V.	COMINVI, S.A. de C.V.
Centro de Distribución Oriente, S.A. de C.V. - ROA	TECNOGLOBAL PH7	FOVISSSTE
TECNOVAL DE MEXICO, S.A. DE C.V.	Clean Service	INDUSTRIAS ALEN
EFICASIA	Envases Universales de México, S.A.P.I. de C.V.	Compañía Mexicana de Traslado de Valores, S.A. de C.V.
Centro Empresarial de Jalisco, S.P.	CLUB DE FUTBOL MONTERREY	COMPAÑÍA MINERA AUTLÁN
Centro Universitario UTEG, A.C.	RAYADOS	COMPAÑÍA MINERA DEL CUBO, S.A. de C.V.
UNIVERSIDAD PANAMERICANA, CAMPUS GUADALAJARA	Cobre del Mayo, S.A. de C.V.	COMPAÑÍA MINERA DOLORES, S.A. DE C.V.
Universidad Simón Bolívar	COCONAL S.A.P.I. de C.V.	Compañía Minera Pangea, S.A. de C.V.
Tecnología Ambiental Especializada, S.A. de C.V.	COEUR MEXICANA	COPEMSA
CERAMAT	Blancos Concord	Grupo México - Perforadora México
Xerox Mexicana	Takeda México, S.A. de C.V.	HIR EXPO INTERNACIONAL, S.A. de C.V.
GRUPO CHOCOLATE IBARRA	Colgate Palmolive, S.A. de C.V. / Mission Hills, S.A. de C.V.	CompuSoluciones y Asociados
Cia. Sherwin Williams, S.A. de C.V.	DOLPHINARIS	CONTPAQi
Cinépolis de México	Whirlpool México	HP México
Iberdrola Generación México, S.A. de C.V.	AVIS Mexico	SUEZ
Cisco Systems México	TDR Soluciones Logísticas	CONAGRA FOODS MÉXICO, S.A DE C.V.
CITROFRUT, S.A. DE C.V.	SYNGENTA AGRO, S.A. DE C.V.	Volaris
CLA GDL	QUAKER STATE	VIDUSA
	Roshfrans	WTC Cd. de México
	Suspensión y Dirección	
	ITALIKA	
	Sushi-Ito	

A.N.A. Compañía de Seguros, S.A. de C.V.	WISE	COPACHISA, S.A. DE C.V.
CAAAREM, A.C.	Grupo Construlita	Administradora Mexiquense del Aeropuerto Internacional de Toluca, S.A. de C.V.
Staff It	Agrícola El Nazario	
SSL Digital	Smurfit Kappa México	
SSL Digital	CONSERVA	PEDROTE MARKETING
Spring Air México, S.A. de C.V.	KIO Networks	Envases Universales de México, S.A.P.I. de C.V.
Consortio ARA	COPSSA Seguridad Privada	
Zinc Nacional; Planta Cartoncillo; Grupo PROMAX	Envases Universales de México, S.A.P.I. de C.V.	Grupo CICE
Sony	Continental Guadalajara Services México, S.A. de C.V.	Grupo CIE
Sonora Forming Technologies, S.A. de C.V.	Sistemas Automotrices de México, S.A. de C.V.	Zimat Consultores
CONSTRUCCIONES INDUSTRIALES TAPIA S.A. DE C.V.	CTR SCIENTIFIC	Corporate Travel Services, S.A. de C.V.
Soluciones Avanzadas en Electrónica, S.A. de C.V.	Grupo México - División Energía	SIEMENS
Sodexo Beneficios e Incentivos	Grupo Dolphin Discovery	Sí Vale México, S.A. de C.V.
Sodexo México	Sistema de Crédito Automotriz, S.A. de C.V. (SICREA)	Corporativo Azucarero Emiliano Zapata, S.A de C.V.
Grupo GP	Sinergia Obras Civiles y Mineras, S.A. de C.V.	Grupo Bimbo
AccorHotels México	Convertidora Industrial S.A.B. de C.V.	Shell
Sanatorio La Luz	COMPAS Cooperation Manufacturing Plant Aguascalientes	Sesajal, S.A. de C.V.
Constructora Subacuática Diavaz, S.A. de C.V.	Cooperativa La Cruz Azul, S.C.L.	LAVARTEX
Constructora Vertex, S.A. de C.V.	Coopsa Ambiental	AES Tamuín
GIA		Corredor Insurgentes, S.A. de C.V.
		COTEMAR, S.A. de C.V.
		Sunbeam Mexicana
		Crédito Real

Creel García Cuellar, Aiza y Enriquez, S.C.	Tupperware Brands México	Volvo Group México
Cremería Americana, S.A. de C.V.	POTOSINOS	Grupo Dasi, S. de R.L. de C.V.
VEANA	DEL CAMPO Y ASOCIADOS, S.A. DE C.V	DIXON COMERCIALIZADOR A
CROWN ENVASES MEXICO, S.A. DE C.V.	DERIVADOS METALICOS DE QUERETARO, S.A. DE C.V.	Seguros BBVA Bancomer
Corona Rivera Velázquez & Co.	Servicios Especializados en Seguridad Privada SEPSISA, S.A. de C.V.	Grupo Destinos
Grupo Rotoplas	DECASA	Volkswagen Financial Services
Novamex México	Grand Palladium Vallarta Resorts & Spa y The Royal Suites Punta de Mita	Don David Gold México, S.A. de C.V.
CT Internacional del Noroeste, S.A. de C.V.	SURA Asset Management	Dowell Schlumberger de México, S.A. de C.V.
Dacomsa	WELDING ALLOYS PANAMERICANA	Grupo Ordás
ZUCARMEX	Grupo KUO	ACH Foods México
Afore InverCap S.A. de C.V.	DIAGEO MÉXICO	Dynasol
DAIMLER	RedCo Los Mochis	Adecco
DALTILE México	Iberdrola Generación México, S.A. de C.V.	Foxconn eCMMS
Presidente InterContinental Cd. de México	Grupo PERC-RUTA	Ecodeli Industrial
SERVICIOS ESTRELLA AZUL DE OCCIDENTE SA DE CV	Servicios de Integración para Productos Básicos, S.A. de C.V.	Ecolab México
Danfoss Industries, S.A. de C.V.	ZF	Edenred
Agrícola Daniel Cárdenas Cevallos	Servicios de Agua y Drenaje de Monterrey, I.P.D.	Grupo SACSA
Danone de México		Grupo Aeroportuario del Centro Norte - OMA
DAQU DE SONORA, S.A. DE C.V.		El Palacio de Hierro
		Iberdrola Generación México, S.A. de C.V.
		Electrónica Clarion
		Elektra

ELEMENTIA	Estafeta Mexicana, S.A. de C.V.	FEDEX EXPRESS
Empacadora San Marcos, S.A. de C.V.	Estrategia en Comunicación Inteligente ECI, S.A. de C.V.	Sanmina
Volkswagen de México, S.A. de C.V.	Iké Asistencia	FEMSA Logística, S.A. de C.V.
Grupo Aeroportuario del Pacífico	Estratégica Smarter Marketing	FEMSA Servicios
Servicio de Administración y Enajenación de Bienes	Royal Holiday	FERROMEX
Servicio Continental de Mensajería	Scotiabank	Ferrocarril y Terminal del Valle de México, S.A. de C.V.
Johnson Controls Power Solutions México y su marca LTH	Foxconn CNSBG Juárez	Ferrocarriles Suburbanos, S.A.P.I. de C.V.
Vitro	ETN TURISTAR LUJO	Ferrosur
ENTREGAS PUNTUALES S DE RL DE CV	Everis	FETASA CULIACAN, S.A. DE C.V.
SERDI, S.A. DE C.V.	Schneider Electric	FGR PROYECTOS INTEGRALES
SEPSA, S.A. de C.V.	Excel Consultores	San Vicente Camalu, S. de P.R. de R.L.
Epsilon Ingeniería y Conectividad, S.A de C.V.	A de A México, S.A. de C.V.	Samsung Electronics México
CLARVI	SCA Consumidor México, S.A. de C.V.	Salles, Sainz-Grant Thornton, S.C.
Escuela Bancaria y Comercial, S.C.	Experiencias Xcaret	FIMEX, S.A. DE C.V.
SEPSA Custodias	SC Johnson and Son, Inc.	Financiera Independencia
Seguros y Pensiones Banorte	Exterran Energy de México, S. de R.L. de C.V.	Saint-Gobain México, S.A. de C.V.
ELE	EMPOWERMEN	FINVIVIR
Seguritec Transporte de Valores, S.A. de C.V.	Eutelsat Americas	Saint-Gobain América, S.A. de C.V.
	FARMACIA PARÍS, S.A DE C.V.	FMC AGRICULTURAL SOLUTIONS MÉXICO
	SANTA ROSALIA DE LA CHONTALPA, S.A. DE C.V.	Grupo GP

Universidad Iberoamericana Torreón	AGNICO EAGLE MEXICO, S.A. de C.V.	AGRICOLA SAN EMILIO, S.A. DE C.V.
LOreal México	Agnico Sonora Mina La India	Best Day Travel Group
MVS Radio	Agrana Fruit México	Grupo Cementos de Chihuahua
GRUPO COLIMAN (División Noroeste)	Agrícola Chaparral, S. de P.R. de R.L.	GRUPO CIEN NEGOCIOS
Furukawa México, S.A. de C.V.	RED SUN FARMS	CITICINEMAS
Saint-Gobain Abrasivos, S.A. de C.V.	GRAINGER	Grupo Control Seguridad Privada Integral
Deloitte	Río Secreto	Refinadora Plata Guanacevi, S.A. de C.V.
CLOE	La Parroquia de Veracruz	Grupo Fórmula
AQUAWORLD	Granjas Carroll de México	RED RING
Gas Natural Fenosa en México	Restaurantes Toks, S.A. de C.V.	La Feria de Chapultepec
SUGAR FOODS MÉXICO	Grisi	GRUPO EMPRESARIAL MINERO S.A. DE C.V.
General Motors de México	Empresas Comerciales	PRICE SHOES
Genomma Lab Internacional, S.A.B. de C.V.	ADO y Empresas Coordinadas	Corporativo GES
VITASANITAS	GRUPAK	Grupo Garel
RSA Seguros México	RCI México	Grupo Gigante
GISA	Resirene	GRUPO GUSI, SPR DE RL DE CV
GILSA, S.A. DE C.V.	AGRICOLA PAREDES, S.A.P.I. DE C.V.	Grupo Herdez, S.A.B. de C.V.
ROJAS DEL CASTILLO ASESORES, S.C	American Industries	Grupo Hotelero Santa Fe, S.A.B. de C.V.
Roche México	Grupo Ángeles Servicios de Salud, S.A. de C.V.	IMAGEN
RM Healthcare Products, S.A. de C.V.	Grupo Anjor	AGROBO, S.A. DE C.V.
	JYRSA	VEOLUS
	GRUPO AZOR	

Grupo Lala	GRUPO TYP DE JALISCO	Prudential Seguros México
AGROEXPORTADORA DEL NOROESTE, S.A. DE C.V.	Grupo Vasconia, S.A.B.	GIM Desarrollos
GRUPO METELMEX, S.A. DE C.V.	Delphinus	HOLDING DEL GOLFO
GRUPO MEXICANO DE DESARROLLO, S.A.B.	RALCA, S.A de C.V	Coca-Cola FEMSA
GMX SEGUROS	Telcel	HORTÍCOLA DEL DESIERTO, S.C. DE R.L. DE C.V.
Grupo México Servicios de Ingeniería	GSI SEGURIDAD PRIVADA	HOSPITAL CIVIL DE CULIACÁN
Grupo Modelo	Gst Manufacturas de México, S.A. de C.V.	HOSPITAL MÉXICO AMERICANO, S.C.
GRUPO MORSA DE MÉXICO	Agroindustrias Unidas de México, S.A. de C.V.	Hoteles City Express
GNP Seguros	Harman de México, S. de R. L. de C. V.	HOTELES SOLARIS DE MEXICO, S. DE R.L. DE C.V.
Ticketmaster	Harman de México, S. de R. L. de C. V.	Mayakoba
Randstad México	HARMAN DE MEXICO, S. DE R.L. DE C.V. CD. JUAREZ, CHIH.	HeichKey
Agroindustrias Unidas de Cacao, S.A. de C.V.	HDI Seguros	Provident
KEKÉN	HELVEX	I.I.I. Servicios
GRUPO POSADAS	HERA APPAREL, S.A. DE C.V.	Iberdrola Generación México, S.A. de C.V.
GRUPO PROMASS	HERBALIFE INTERNACIONAL DE MEXICO	Iberdrola Generación México, S.A. de C.V.
Grupo Real Turismo, S.A.B. de C.V.	HERMOGAS, S.A. DE C.V.	Iberdrola Generación México, S.A. de C.V.
GRUPO RUZ S.A DE C.V.	HERSHEY MÉXICO	ICA FLUOR DANIEL, S. de R.L. de C.V.
Grupo San Carlos	Hewlett Packard Enterprise México	ICACSA CONSTRUCCIONES, S. DE R.L. DE C.V.
GRUPO SÁNTAS ESPECIALIDADES	LAVARTEX	ICEE DE MÉXICO
Grupo Textil Providencia		
GRUPO TMM, S.A.B.		

IDS Comercial	Industrias Marves, S.A. de C.V.	Ingredion
IGASAMEX	INSA	INMOBILIARIA CITELIS, S.A. DE C.V.
IGSA MEDICAL	MAZDA ZAPATA	ARRIVA HOSPITALITY GROUP
Grupo Industrial IGSA	Grupo ALFER	QUIERO CASA
IGT	Industrias Químicas Falcon de México, S.A. de C.V.	Promocionales de Occidente, S.A. de C.V.
Iké Asistencia Argentina	INDUSTRIAS RECIO S.A. DE C.V.	Hogares HERSO
Iké Asistencia Colombia	IEnova	Innovative de México
Tecno Lite	Grupo Norson	THE INN HOTEL GROUP
Grupo IMU	Ingenio Constancia, S.A. de C.V.	PROMO CONCEPTOS
PROTECTIO	INGENIO LA GLORIA, S.A.	Profesionales en Mantenimiento y Limpieza, S.A. de C.V.
Imbera, S.A. de C.V.	Ingenio La Margarita	PRAXIS
Periódico El Imparcial	Ingenio Panuco, S.A.P.I de C.V	Instituto de Ciencias y Estudios Superiores de Tamaulipas, A.C.
Impulsora Azucarera del Trópico, S.A. de C.V.	Ingenio Quesería, S.A. de C.V.	SHERWIN WILLIAMS AUTOMOTIVE FINISHES
INDELPRO, S.A. DE C.V.	INGENIO SAN FRANCISCO AMECA, S.A. DE C.V.	PRODUCTOS METÁLICOS STEELE, S.A. DE C.V.
Indra	Ingenio San Miguel del Naranjo, S.A. de C.V.	Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey
Protección y Alarmas Privadas, S.A. de C.V.	INGENIO SAN RAFAEL DE PUCTÉ, S.A. DE C.V.	Productos Medix
BRANTANO	INGENIO TALA SA DE CV	Grupo PROLAMSA
INDUSTRIALIZADOR A DE MAÍZ, S.A. DE C.V.	INGENIO TAMAZULA, S.A. DE C.V.	Grupo Altavista
LYNCOTT	COSTABAJA	Grupo Dondé
Industrias de Hule Galgo, S.A. de C.V.		
Pronósticos para la Asistencia Pública		
John Deere México		
Industrias Marino, S.A. de C.V.		

INTERCAM Grupo Financiero	PwC México	Laboratorios LIOMONT
Interconecta	JOVA GRANEROS, S.A. DE C.V.	PiSA Farmacéutica
Urrea Tecnología para Vivir el Agua	JUMEX	Praxair México
INTERMEX	JUGOS DEL VALLE	LABORATORIOS SENOSIAIN, S.A. DE C.V.
IMEX	PriceTravel Holding	LABORATORIOS SILANES
Interceramic	KAESER Compresores de México	LABORATORIOS SOPHIA
Grupo IPS	Kansas City Southern de México	Landsteiner Scientific
INTERprotección, Agente de Seguros y de Fianzas, S.A. de C.V.	Hotel Grand Palladium Riviera Maya Resort & Spa and The Royal Suites Yucatán	LASER RAMOS GIL, S.C.
Grupo Arpapel		LAVARTEX
VALHPAC	Karisma Resorts	LAVARTEX
IFA CELTICS	PRENDAMEX	POSCO MEXICO
Universidad Anáhuac México Norte	KidZania	Lexmark International de México, S. de R.L. de C.V.
ION Financiera	Kiekert de México	Plata Panamericana, S.A. de C.V. Mina La Colorada
Fertilizantes Tepeyac	MARHNOS	Limpieza y Reciclados del Bajío, S.A. de C.V.
Ipsos México	Koppert México	LIMPIEZA Y VIGILANCIA PROFESIONAL EMPRESARIAL, S.A. DE C.V
ISA Corporativo, S.A. de C.V.	KPMG Cárdenas Dosal S.C.	Plásticos Técnicos Mexicanos
Envases Universales de México, S.A.P.I. de C.V.	Presta Simple	LM TRANSPORTACIONES, S.A. DE C.V.
Isban México	Grupo Premier	
Produban México	AGROSERVICIOS NACIONALES SAPI DE CV	
Janssen México	PREVITEP	
Procesadora La Nogalera	Maxilana Casa de Empeño	
LSC COMMUNICATIONS	LA TENDENCE, S.A. DE C.V.	
PRIMERO MINING		

Plásticos Automotrices de Sahagún, S.A. de C.V.	AGENTIA	Amanco de México
Lockton México	AIG Seguros México	Mexichem, S.A.B. de C.V.
PINSA CONGELADOS	Grupo MAP	México Asistencia, S.A. de C.V.
DIVEMEX	MARSH	Grupo México - México Compañía Constructora
Lorantmms – Camsa	Valeo Térmico	Nokia
GRUPO ARHE	MásNegocio	Microsoft México
Lotería Nacional para la Asistencia Pública	Pepsico Alimentos México	Alfmeier Friedrichs & Rath de México
San Pablo Farmacias	Maxcom Telecomunicaciones	Milenium Construcasa
PETSTAR	Alamo & Trade Mx	Panel Rey; Plaforama
Redpetroil	Bricos	Mina Bolañitos, S.A. de C.V.
TAMARINDO	Maz Industrial, S.A. de C.V.	Minas de Oro Nacional, S.A. de C.V.
Mainbit, S.A. de C.V.	Mead Johnson Nutricionales de México, S. de R.L. de C.V.	Palace Resorts
First Majestic Silver Corp.	Medios de Transporte W.A., S.A. de C.V.	Minera Meridian Minerale, S. de R.L. de C.V.
EY	Pensiones BBVA Bancomer	Minera Mexicana El Rosario, S.A. de C.V.
Manpower	PENGUIN RANDOM HOUSE GRUPO EDITORIAL	Minera Frisco Unidades el Coronel, Asientos, San Felipe y Concheno
Lavartex	MCM Telecom	Minera Real del Oro, S.A. de C.V.
FINSA	Telefónica Movistar	Minera Frisco San Francisco del Oro
Manufacturas Especializadas, S.A.	Bank of America Merrill Lynch	Minera Santa Rita, S. de R.L. de C.V. Mina El Chanate
Desarrollos Delta	MetLife México, S.A.	
MAPFRE México	PAVIMENTOS COLOMBIA, S.A.S.	
PINSA	Leche Zaragoza	
Maquinaria del Humaya		
PESCA AZTECA, S.A. DE C.V.		
Marcatel		

Minera Frisco Unidad Tayahua	Mondelēz International	Multibolsas Plásticas
Minera Frisco Uindad María	MONSANTO LAN	Grupo Nu3
Alianza Estratégica Portuaria, S.A. de C.V.	Dulces Montes	Multisistemas de Seguridad Industrial, S.A. de C.V.
O-I México	ORACLE DE MÉXICO	Municipio de Nicolás Romero
Timmins Gold Corp	MP Marketing Group	
AGWTC	MSPV Seguridad Privada, S.A. de C.V.	
Murguía Consultores, Agente de Seguros y de Fianzas, S.A de C.V.	Grupo Sports World	
GRUPO REGIO	Grupo México - Operadora de Infraestructura del Bajío	
MYMLAND, S.A. de C.V.	Nubaj IT & Consulting	
Mi Viejo Pueblito	Nueva Agroindustrias del Norte	
Bokados	Expo Guadalajara	
Natura	Mina Santa Elena	
Navistar México Planta Escobedo	S-Mart	
Neolpharma, S.A. de C.V.	Minera Frisco Unidad Ocampo	
Mi Viejo Café	OFFICE COFFEE SERVICE, S.A. DE C.V.	
Nestlé	Office Depot de México, S. A. de C.V.	
GRUPO OFFICEMAX, S. DE R.L. DE C.V.	GINgroup	
Alsuper	OJAI ALIMENTOS, S.A. DE C.V	
Nike de México		
NORTRACK		
Novalimentos de México		