

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO
INSTITUTO DE INVESTIGACIONES SOCIALES

MAESTRÍA Y DOCTORADO EN PLANEACIÓN Y DESARROLLO
SUSTENTABLE



*Responsabilidad Ambiental Corporativa: el caso de Vidrio y
Cristal del Noroeste S.A. de C.V.*

T E S I S

que para obtener el grado de

MAESTRA EN PLANEACIÓN Y DESARROLLO SUSTENTABLE

Presenta

ELIZABETH MORA MORENO

Directora de Tesis
DRA. FABIOLA MARIBEL DENEGRI DE DIOS

MEXICALI, BAJA CALIFORNIA ENERO DE 2016

DECLARACIÓN DE ORIGINALIDAD

Declaro que la tesis que se presenta contiene material original que no ha sido presentado para la obtención de un grado académico o diploma en esta u otra institución de educación superior. Asimismo declaro que hasta donde yo sé no contiene material previamente publicado o escrito por otra persona excepto donde se reconoce como tal a través de las citas.

Mexicali, Baja California a 8 de enero de 2016

Elizabeth Mora Moreno

Nombre y firma del estudiante

AGRADECIMIENTOS

A la Universidad Autónoma de Baja California por el apoyo económico por cuotas de inscripción, y a la coordinación de la Maestría en Planeación y Desarrollo Sustentable por el apoyo institucional brindado.

Al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (Conacyt) por el apoyo económico otorgado para la realización de esta investigación.

A la Dra. Fabiola Maribel Denegri De Dios, a quien respeto profundamente, admiro su profesionalismo y compromiso, agradezco su paciencia, enseñanzas, disposición para compartir sus conocimientos y experiencia durante la dirección del desarrollo de esta investigación.

A la Dra. Judith Ley García, por su apoyo desde el inicio y a lo largo de este trabajo que fue fundamental para el logro del mismo, y a la Dra. Rosa Imelda Rojas Caldelas, le estaré eternamente agradecida por dejar en mí otra forma de ver al mundo. A ambas, mi más profundo respeto y admiración.

A todos los investigadores que contribuyeron en mi formación en este maravilloso programa de postgrado, agradezco su paciencia y sus conocimientos compartidos.

A la empresa Vidrio y Cristal del Noroeste S.A. de C.V., por su apoyo y disposición para la realización de este trabajo.

A Dios, a mis hermanos y a mi abuelita (mi segunda madre) por su comprensión, por todos los momentos en que me ausenté, todos y cada uno de verdad valieron la pena.

Finalmente, por ser lo más importante en mi vida, a mi esposo y a mis dos amados hijos por todo el apoyo, los sacrificios, la paciencia y la comprensión, porque de otra manera no hubiera sido posible llegar a la conclusión de este trabajo. Ustedes siempre serán mi prioridad.

Responsabilidad Ambiental Corporativa: el caso de Vidrio y Cristal del Noroeste S.A. de C.V.

RESUMEN

El propósito de este trabajo es explorar el nivel de responsabilidad ambiental corporativa de Vidrio y Cristal del Noroeste S. A. de C. V., lo cual se realiza a través de la aplicación de una estrategia de análisis de caso. Los resultados indican que las acciones ambientales corresponden principalmente al cumplimiento con las regulaciones gubernamentales, y a que las acciones que van más allá de dicho cumplimiento son escasas, lo cual significa que el nivel de responsabilidad ambiental corporativa de la empresa es débil. Por otra parte se encontró que la empresa no se involucra en las actividades de gestión para la obtención de la acreditación Empresa Socialmente Responsable (ESR) del Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi) sino que lo realiza el corporativo al que pertenece.

Palabras clave: Responsabilidad social corporativa, responsabilidad ambiental, Mexicali, industria, cumplimiento ambiental, comportamiento ambiental.

ABSTRACT

The purpose of this work is to explore the corporate social responsibility (CSR) level of Vidrio y Cristal del Noroeste S.A de C.V which is performed through the application of a case analysis strategy. The results show the environmental actions are to meet the regulations of the law, and the actions that go beyond these requirements are few, which means in a weak corporate environmental level. On the other hand, we found the company is not involved in the procurement of the socially responsible enterprise (SRE) accreditation issued by Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi) but performed by the corporate that it belongs.

Keywords: Corporate social responsibility, environmental responsibility, Mexicali, industry, environmental compliance, environmental performance.

ÍNDICE GENERAL

Agradecimientos

Resumen

Introducción.....1

Capítulo I. Desarrollo sustentable y responsabilidad social corporativa.....12

1.1. Desarrollo sustentable.....12

1.2. Cumbres, reuniones y agendas: responsabilidad ambiental corporativa.....16

1.3. Hacia una definición de responsabilidad ambiental corporativa.....20

1.4. Determinantes de la RSC.....25

Capítulo II. La RSC en México.....32

2.1. El Centro Mexicano para la Filantropía.....32

2.2. Otras iniciativas relacionadas con la RSC.....42

Capítulo III. Metodología.....47

3.1. Selección de método.....47

3.2. Selección de técnica e instrumento52

Capítulo IV. Estudio de caso: Vidrio y Cristal del Noroeste S.A. de C.V.....54

4.1. El corporativo Vitro: antecedentes.....54

4.2. Características generales de Vidrio y Cristal del Noroeste S.A. de C.V.....64

4.3. Proceso de fabricación de vidrio plano.....66

4.4. Más allá del cumplimiento ambiental.....68

4.5. Factores determinantes de la RAC de la empresa.....75

4.6. Discusión sobre la RAC de la empresa.....76

Conclusiones.....79

Referencias.....81

Anexo 1: Cuestionario para entrevista.....91

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Aceptaciones de RSC donde se destacan sus dimensiones.....	22
Tabla 2. Determinantes de la RSC bajo la opinión de diversos autores.....	25
Tabla 3. Ámbitos y sub-ámbitos de la RSE según el Cemefi.....	33
Tabla 4. Ámbito: cuidado y preservación del medio ambiente del cuestionario diagnóstico ESR del Cemefi y sus respectivos aspectos e indicadores.....	40
Tabla 5. Indicadores en común de las iniciativas GRI y Cemefi.....	45
Tabla 6. Empresas en Mexicali que por diversos medios de comunicación presumen contar con distintivo ESR del Cemefi.....	50
Tabla 7. Operacionalización de variables.....	53
Tabla 8. Instalaciones de Vitro en México y otros países de América Latina.....	56
Tabla 9. Acciones ambientales reguladas y voluntarias de Vidrio y Cristal del Noroeste S.A. de C.V.	71

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Ciudad más contaminada por país según promedio anual de PM10 en 2009.....	3
Figura 2. Número de establecimientos según actividad económica industrial en Mexicali 1999 – 2009.....	5
Figura 3. Personal ocupado según actividad económica industrial en Mexicali 1999–2009	6
Figura 4. Personal ocupado según sector económico industrial de la fabricación de vidrio y productos de vidrio en Mexicali 1999-2009.	7
Figura 5. Proceso de obtención del distintivo.....	37
Figura 6. Ejemplo de respuesta a un indicador del cuestionario.....	38
Figura 7. Plataforma de diagnóstico para las empresas socialmente responsables.	38
Figura 8. Ámbitos de la RSC de la norma ISO 26000:2010.	44

Figura 9. Metodología: Etapa 1 y Etapa 2.....	48
Figura 10. Boletín informativo de Vitro Enero 2015.....	61
Figura 11. Imagen que muestra un listado de reportes de inventario de GEI de VITRO....	63

Introducción

En las últimas décadas, el reconocimiento de los impactos ambientales de las actividades productivas, particularmente, en sectores como el industrial en combinación con la imperante necesidad de alcanzar un desarrollo sustentable, han favorecido un incremento en el interés sobre el comportamiento y las responsabilidades de las organizaciones hacia su entorno o ambiente. Hoy en día, consumidores, gobiernos, organizaciones no gubernamentales, organismos certificadores de calidad, empresas, comunidad, y otras partes interesadas han incluido en su discurso el término de responsabilidad social corporativa (RSC).

La definición de RSC ha evolucionado en su contenido, inicialmente incluía solamente la dimensión social, por ejemplo, Bowen (1953) define responsabilidad social como “las obligaciones de los empresarios para ejercer políticas, tomar decisiones o seguir líneas de acción deseables en términos de los objetivos y valores de la sociedad”(p. 6), décadas después se incorpora la dimensión ambiental, por algunos autores como es el caso de Marsden (2001) que define la RSC como el comportamiento de las empresas y la responsabilidad por sus impactos totales en las sociedades en las que operan, y señala que una empresa socialmente responsable es aquella que tiene un negocio rentable, que considera todos los efectos ambientales, sociales y económicos positivos y negativos que presenta sobre la sociedad.

En consecuencia, pueden existir empresas que sólo se dedican a ser un negocio rentable sin poner atención en sus efectos ambientales, sociales y económicos, de tal manera que estas empresas no contribuyen a alcanzar el desarrollo sustentable el cual promueve el equilibrio entre objetivos ambientales, sociales, y económicos, pero, por otro lado, pueden existir negocios rentables que buscan minimizar sus impactos ambientales, sociales, y económicos.

Actualmente, la noción de RSC advierte un sentido de ir más allá del cumplimiento normativo vigente en las tres dimensiones, pues implica el reconocimiento de todos los impactos que provocan o pueden provocar las empresas y eso no necesariamente puede estar delimitado por lo estipulado en las leyes o reglamentos.

En este contexto, esta investigación se basa en la concepción de RSC que integra las tres dimensiones (ambiental, social y económica) para centrarse en una de ellas, la dimensión ambiental, para lo cual se propone el uso del término responsabilidad ambiental corporativa (RAC) definida como “el comportamiento ambiental de las empresas u organizaciones, en términos de acciones o prácticas ambientales, lo que incluye cumplir con el marco legal ambiental vigente y con las acciones que van más allá de éste”.

Planteamiento del problema

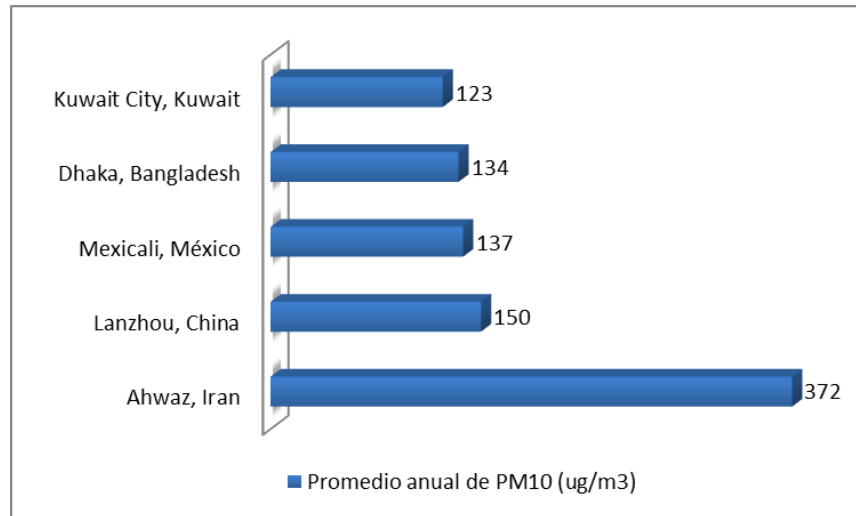
Situación ambiental de Mexicali

La ciudad de Mexicali se localiza en el Bajo Delta del Río Colorado, parte fisiográfica del desierto de Sonora, lo que representa ciertas características físicas en suelo y clima, tales como los vientos que acarrearán polvos que se desprenden del desierto, así como el clima muy árido y seco con pocas lluvias en invierno, en cuanto a temperaturas, éstas descienden bruscamente en invierno y son extremadamente calurosas en verano (Corona y Rojas, 2009); dichas características físicas pueden influir en la disponibilidad de recursos naturales y en la absorción de contaminantes.

Sin embargo, la disponibilidad de los recursos y la capacidad de carga de los diferentes medios (agua, suelo, aire), depende en gran medida del crecimiento de la población, en este caso, la ciudad de Mexicali con aproximadamente un millón de habitantes (INEGI, 2010), de lo cual se derivan actividades humanas que impactan de manera negativa en el ambiente como: el uso de automóviles, la agricultura, la industria en general, entre otros.

De acuerdo con cifras de la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2011), Mexicali fue considerada para el año 2009 como una de las ciudades más contaminadas del mundo en términos de contaminación atmosférica. La figura 1 muestra el lugar que Mexicali ocupó en este contexto con cifras de 2009 (debido a que hasta este año la OMS cuenta con datos registrados acerca de las emisiones atmosféricas de México).

Figura 1. Ciudad más contaminada por país según promedio anual de PM10 en 2009



Nota. PM10: partículas con un diámetro de 10 micras o menos.

Fuente: Modificado de OMS (2011).

Cabe mencionar que estos datos se refieren sólo a la ciudad más contaminada por cada país en el mundo, ésto significa que existen algunos países que presentan más de una ciudad contaminada a niveles similares entre ellas, y lo mismo sucede en el caso de México donde la ciudad de Mexicali resultó ser la que encabezó la lista en materia de contaminación atmosférica por lo que, ante esta circunstancia ocupa el tercer lugar a nivel global en emisiones de material particulado como las PM10 (partículas con un diámetro de 10 micras o menos). Además, la OMS señaló que más de dos millones de personas mueren cada año debido a este problema, pues la inhalación de pequeñas partículas contaminantes del aire de espacios interiores y exteriores generados por las actividades productivas, sobre todo las de transformación, penetran en los pulmones y llegan al torrente sanguíneo y resultan en posibles enfermedades tales como: cardiopatías, cáncer de pulmón, asma e infecciones agudas de las vías respiratorias inferiores, entre otras (OMS, 2011).

Mexicali presenta una problemática ambiental no sólo por cuestiones físicas y demográficas, sino porque se aúna a esta situación la evolución de la base económica donde el sector industrial juega un papel determinante. De esta manera, las empresas localizadas en Mexicali dedicadas a la manufactura, en términos ambientales representan una demanda de recursos naturales y emisiones contaminantes, lo cual depende del número de

establecimientos y las características de las actividades productivas que realizan en un determinado periodo de tiempo.

Actividad manufacturera como motor de crecimiento económico en Mexicali

En algunas ciudades el comportamiento ambiental de las empresas en ciertos sectores como el industrial, establece un dilema entre sus beneficios (ingresos, salarios) y sus impactos negativos (contaminación al aire, agua, suelo) sobretodo en ciudades que por sus características físicas presentan dificultades para la regeneración de recursos naturales y absorción de residuos o contaminantes. Ejemplo de éstas son las ciudades industriales caracterizadas por un considerable número de empresas que operan en esas zonas. En México las ciudades fronterizas que colindan con Estados Unidos —como Tijuana, Mexicali, Ciudad Juárez, entre otras— presentaron un crecimiento industrial desde la década de los setenta principalmente por el establecimiento de maquiladoras.

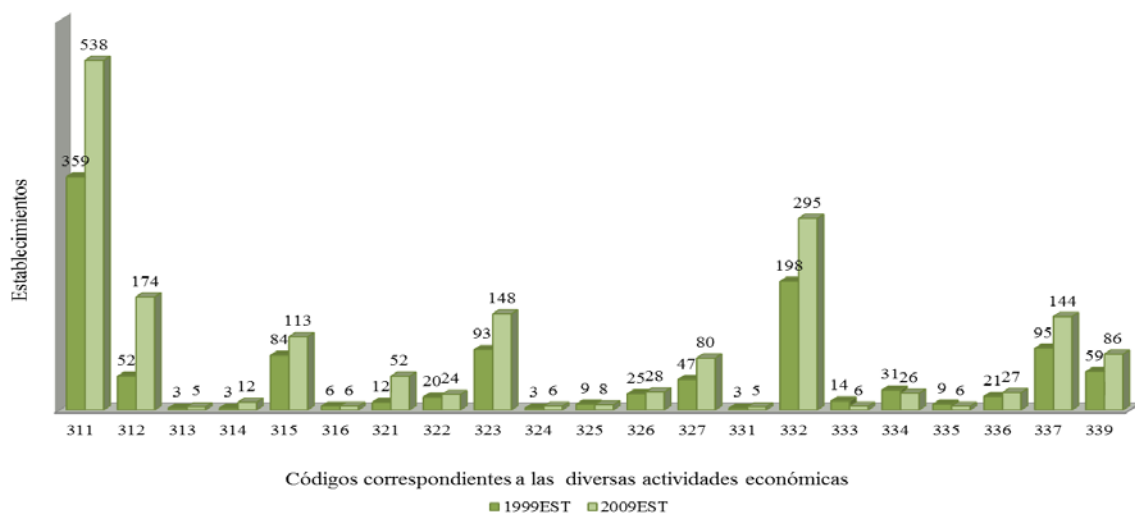
La industrialización de Mexicali tiene sus antecedentes en los años veinte a partir de la producción principalmente del algodón (Almaraz, 2005); sin embargo, paralelo a este sector destacaron otros giros industriales, tales como la industria cervecera, vino y licores. En alimentos destacó la industria del pescado y mariscos, aceites y grasas; y en envasados, la de embotellado de aguas gaseosas y la de empaquetado y pasteurizado de carne (Sández, 1988). Para los años cuarenta predominaron las actividades agroindustriales como las realizadas por la Compañía Industrial del Pacífico y la aceitera Del Valle, y en 1952 Productos Kerns y Kenworth Mexicana (Ranfla y Peña, 2005).

En 1965 destacó la industria maquiladora de exportación (Douglas y Hansen, 2003), así como la industria textil, sustancias químicas, minerales no metálicos, las de transformación de chatarra, la automotriz, la eléctrica y electrónica (Ranfla y Peña, 2005).

Los recientes cambios en los giros de las actividades manufactureras se pueden observar a través del número de establecimientos, y personal ocupado en diferentes periodos. Por ejemplo, la figura 2 muestra los cambios en el número de establecimientos por rama manufacturera en el periodo entre 1999 y 2009. En 1999, destacó la presencia de la industria de alimentos (311) y la industria de productos metálicos (332) con respecto a los otros giros, las cuales diez años después presentaron un aumento del 50%, mientras la

industria de las bebidas y el tabaco (312) aumentaron 235%, otras como la de impresión e industrias conexas (323) 59%, la de fabricación de muebles, colchones y persianas(337) 52%, y la dedicada a la fabricación de prendas de vestir (315) 35%. Dentro de los giros que presentaron un incremento en el número de establecimientos se encuentra la fabricación de productos a base de minerales no metálicos (327) que incluye la fabricación de vidrio con 70% lo que significa un alza en el número de empresas en esta actividad. Estos son los principales giros que presentaron un incremento de establecimientos durante 1999 a 2009.

Figura 2. Número de establecimientos según actividad económica industrial en Mexicali 1999 – 2009



Nota. EST: Establecimientos.

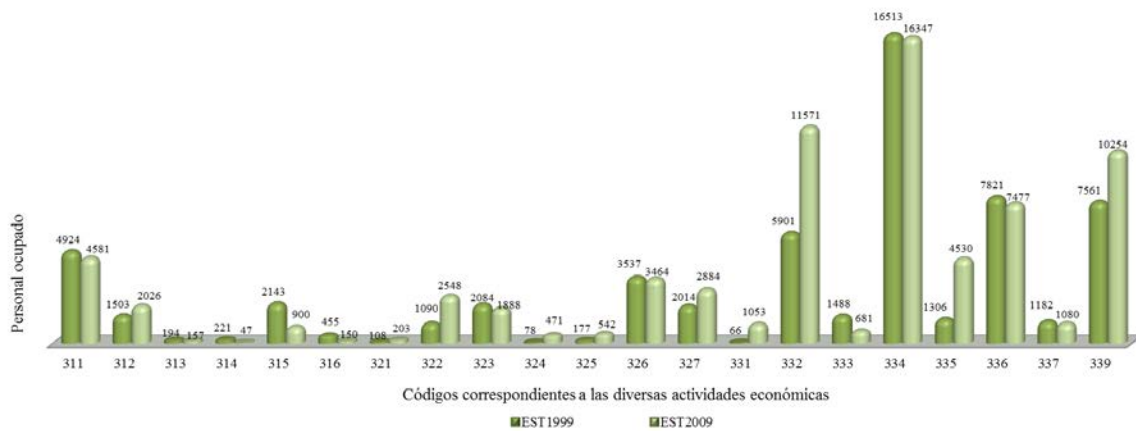
Fuente: Elaboración propia a partir de Censos Económicos (INEGI 1999, 2009).

Por otra parte, los giros que presentaron una disminución o mantuvieron su participación en el número de establecimientos fueron las industrias metálicas básicas, la fabricación de maquinaria y equipo (333), y la fabricación de equipo de computación, comunicación, medición y de otros equipos, componentes y accesorios electrónicos (334) (figura 2).

En términos de personal ocupado destacaron por su crecimiento la industria de accesorios, aparatos eléctricos y equipo de generación de energía eléctrica (335) 250%, la

industria de la madera (321) 134%, la fabricación de productos metálicos (332) 96%, así como las industrias de la bebida y el tabaco (312) 35% (ver figura 3).

Figura 3. Personal ocupado según actividad económica industrial en Mexicali 1999 – 2009



Nota. EST: Establecimientos.

Fuente: Elaboración propia a partir de Censos Económicos (INEGI 1999, 2009).

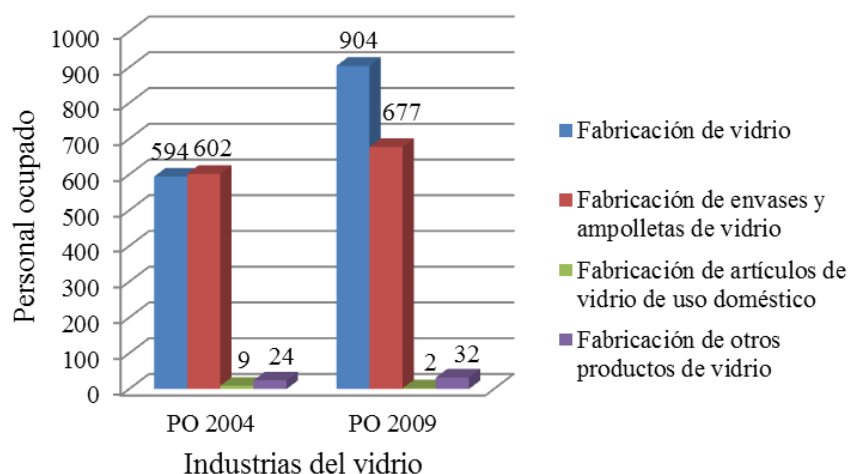
Los giros que presentaron disminución, fueron la de fabricación de productos textiles (314), la industria de curtido y acabado de cuero y piel, y fabricación de productos de cuero, piel y materiales sucedáneos (316), la industria de fabricación de prendas de vestir (315) y la fabricación de maquinaria y equipo (333) (ver figura 3).

De manera particular, la fabricación de productos a base de minerales no metálicos (327) que incluye entre otros giros la fabricación de vidrio, reportó un incremento aproximadamente del 43% en nuevos empleos, cabe mencionar que en sectores económicos especializados como el de fabricación de vidrio, la mano de obra que requiere es especializada y no se requiere de un gran número de personas ya que se trata de un proceso de fabricación automatizado, contrario a las maquiladoras o ensambladoras que se caracterizan por requerir de un gran número de personas para el ensamblaje de componentes que por lo general sus procesos productivos son semi-automatizados.

En la figura 4 se pueden observar los cambios en el personal ocupado entre 1999-2009 de los principales giros de la industria de vidrio en Mexicali. Se muestra un crecimiento de aproximadamente 50% de empleos en la fabricación de vidrio que incluye la

fabricación de vidrios planos, en comparación con las empresas que fabrican envases y ampollitas de vidrio que tuvieron un crecimiento aproximadamente de 12.5 %, así como otros productos de vidrio que crecieron aproximadamente 2%. Por otro lado, disminuyó en número de empleos, la fabricación de productos domésticos de vidrio aproximadamente 78%.

Figura 4. Personal ocupado según sector económico industrial de la fabricación de vidrio y productos de vidrio en Mexicali 1999-2009



Nota. PO: Personal ocupado.

Fuente: Elaboración propia a partir de Censos Económicos (INEGI 1999, 2009).

Como se puede ver, la industria de la fabricación de vidrio plano en Mexicali va en aumento, situación que contribuye al crecimiento económico de la ciudad pero también a la generación de contaminantes; en este sentido, se sugiere evitar mal interpretar los términos cuando se habla de crecimiento económico, ya que mayor crecimiento no significa siempre que las cosas estén mejor en términos ambientales y de salud de los habitantes (Sánchez y García, 2011).

En términos ambientales, la industria del vidrio contribuye al deterioro y al uso de recursos naturales, por ejemplo, genera emisiones de partículas contaminantes a la atmósfera así como riesgos a la salud. Para la fabricación de vidrio se requieren insumos como arena sílice (73%), ceniza de sodio (14%), cal (11%) y óxidos metálicos como los colorantes, oxidantes, reductores, estabilizadores, entre otros materiales (2%) que

proviene de diferentes fuentes naturales y artificiales. Además, la fabricación de vidrio genera ruidos que oscilan de 85 a 100 decibelios y se derivan de vibradores neumáticos, compresores, motores de agitadores o mezcladoras, ventiladores y colectores de polvo entre otras fuentes de ruido que pueden afectar a la salud de los empleados o a la comunidad cercana donde se encuentra instalada la fábrica de vidrio (Ministerio de Medio Ambiente, 2003 y Vitro, 2014). Por lo tanto, la fabricación de vidrio como una actividad con diferentes impactos ambientales que afectan a la comunidad representa un reto de responsabilidad social corporativa que incluye la dimensión ambiental.

Estado del arte

La revisión de literatura sobre el tema de RSC, permitió identificar que el análisis de la responsabilidad ambiental como parte de la RSC es relativamente escaso, pues dan prioridad a los aspectos sociales y económicos, o al análisis general de la RSC. Para el caso particular de Mexicali, ciudad con altos niveles de contaminación del aire y con un sector industrial con diversos impactos ambientales, no se encontraron estudios al respecto. En este sentido, existen diversos estudios que dan muestra de esta aseveración.

Brambila (2008), en su trabajo “¿Responsabilidad social o filantropía?” hace un estudio comparativo en el cual evaluó la responsabilidad social de tres empresas multinacionales reconocidas a nivel mundial y en México acreditadas por el Centro Mexicano de Filantropía (Cemefi) como empresas socialmente responsables, donde concluye que la filantropía es un acto aislado a corto plazo y se orienta a beneficiar a terceros, mientras que la RSC es parte de una política integral y de largo plazo que se ejerce en el ámbito interno y externo de la empresa.

Ortiz (2011), con su estudio “La responsabilidad social ambiental en la industria automotriz y su impacto en la producción de vehículos amigables con el ambiente”, el autor plantea explorar la visión de la responsabilidad social empresarial de este sector económico y cómo ésta se refleja en las ventas a lo que concluye que las tres empresas que indagó documentalmente se orientan considerablemente a ser empresas socialmente responsables. Cabe mencionar que el término ambiental que se encuentra en el título de este trabajo de

revisión documental es sólo por el tipo de automóviles “ecológicos” a lo que se hace mención, aunque en sí el trabajo se centra en la noción de RSC de manera general.

González (2010) en su trabajo “Diagnóstico de las acciones de responsabilidad social en una empresa del D.F.” realizó un estudio comparativo de las acciones de RSE de acuerdo con los indicadores que maneja el Cemefi, éste entre dos empresas pequeñas, una con acreditación de Empresa Socialmente Responsable (ESR) y otra que no cuenta con la acreditación pero que lleva a cabo buenas prácticas. El autor concluye que el factor determinante de la Pyme acreditada como ESR es la cultura y los valores de la organización principalmente, y en cuanto a la Pyme que no está acreditada sus acciones se fundamentan en que los clientes tengan una percepción positiva de ésta, es decir, que los clientes la reconozcan por lo que la empresa les ofrece sin pretender buscar el distintivo ESR del Cemefi ya que conlleva una inversión considerable.

Propósito y preguntas de la investigación

A partir de lo anterior, se plantea el propósito y las preguntas que dirigen esta investigación. El propósito de esta tesis es explorar el nivel de responsabilidad ambiental corporativa de Vidrio y Cristal del Noroeste S.A. de C. V., una empresa dedicada a la fabricación de vidrio localizada en Mexicali, Baja California, que fue identificada como una empresa socialmente responsable según el distintivo que otorga el Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi).

Ésto se lleva a cabo a través de la aplicación de una estrategia de estudio de caso único que permite responder las preguntas que se presentan a continuación.

Pregunta general:

¿Cuál es el nivel de responsabilidad ambiental corporativa de la empresa Vidrio y Cristal del Noroeste S. A. de C. V., en la ciudad de Mexicali, B.C.?

De la cual se desprende como objetivo general: explorar la responsabilidad ambiental corporativa de la empresa Vidrio y Cristal del Noroeste S.A. de C.V., en la

ciudad de Mexicali, B. C. Para contestar la pregunta general y cumplir con este objetivo, se plantearon las siguientes preguntas específicas:

1. ¿Cómo se define responsabilidad ambiental corporativa?
2. ¿Cuáles son las acciones ambientales que cumple Vidrio y Cristal del Noroeste S.A. de C.V., de acuerdo con el marco de regulación ambiental vigente para la fabricación de vidrio?
3. ¿Cuáles son las acciones ambientales de carácter voluntario que van más allá del marco regulatorio que realiza la empresa Vidrio y Cristal del Noroeste S.A. de C.V.?
4. ¿Cuáles son los factores que determinan las acciones ambientales de la empresa Vidrio y Cristal del Noroeste S.A. de C.V.?

Y como objetivos específicos se plantearon los siguientes:

1. Definir el concepto de responsabilidad social corporativa.
2. Identificar las acciones ambientales que cumple Vidrio y Cristal del Noroeste S.A. de C.V., de acuerdo con el marco de regulación ambiental vigente para la fabricación de vidrio.
3. Identificar las acciones ambientales de carácter voluntario que van más allá del marco regulatorio que realiza Vidrio y Cristal del Noroeste S.A. de C.V.
4. Identificar los factores que determinan las acciones ambientales de Vidrio y Cristal del Noroeste S.A. de C.V.

La estrategia metodológica utilizada en esta investigación fue el estudio de caso único. Los criterios para la selección del caso fueron: el tamaño de la empresa, giro manufacturero y acreditada como empresa socialmente responsable por el Cemefi.

Contenido de la tesis

Con respecto al contenido del presente trabajo está distribuido en cuatro capítulos. El capítulo uno presenta los conceptos clave de esta investigación e incluye la relación entre

el desarrollo sustentable y la responsabilidad social corporativa. El capítulo dos muestra el marco de gestión actual de la responsabilidad social corporativa en México. Por su parte, el capítulo tres expone la metodología utilizada para la realización de este trabajo. El capítulo cuatro presenta los resultados de esta investigación a través del análisis de un caso de estudio. Finalmente, se presentan las conclusiones de este trabajo.

Capítulo I. Desarrollo sustentable y responsabilidad social corporativa

El propósito de este capítulo es exponer la relación entre la noción de desarrollo sustentable y la responsabilidad social corporativa. Para cumplir con este propósito se inicia este apartado con la definición de desarrollo sustentable y los orígenes de la responsabilidad social corporativa.

1.1. Desarrollo sustentable

El concepto de desarrollo sustentable (DS) tiene su origen en el informe Brundtland en 1987 y se define como aquel desarrollo que “satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer las propias” (Naciones Unidas, 1987:23). Este concepto pretendió anunciar la necesidad de un desarrollo duradero que fuera inspiración para una nueva era de crecimiento económico que considerara todos los impactos de las actividades humanas sobre la sociedad y el entorno en general, lo cual incluiría la capacidad de los recursos naturales en regenerarse y del planeta en sí de soportar las condiciones de absorción de los desechos resultado de dichas actividades humanas, así como de garantizar los recursos para el futuro y la erradicación de la pobreza con apoyo de la tecnología que se abriría paso para aportar a esta nueva idea de desarrollo (Naciones Unidas, 1987); en este sentido, la noción de DS se puede considerar una alternativa al actual modelo de desarrollo económico (Guimarães, 1994), donde las empresas por su parte, les correspondería asumir la responsabilidad de sus actos ante el deterioro ambiental. Desde éstas se han abordado diversos problemas en temas de contaminación, biodiversidad, pobreza, desigualdad, equidad, cultura, democracia, entre otros que afectan y/o ponen en peligro la existencia de la vida en el planeta Tierra (Guimarães, 1994, Leff, 2004, Saz, 2008, Gutiérrez, 2007, Giglo, 2007).

Esta noción de desarrollo llevó a la discusión sobre la definición de ambiente y el análisis de sus componentes.

1.1.1. El concepto de ambiente

Para autores como Serrano, Bruzzi y Toscano (2012: 26) el ambiente puede ser definido como “un sistema conjunto entre los recursos naturales y humanos y sus interacciones”. En esta definición, los recursos naturales y los recursos humanos son separados para darle un justo valor a cada uno de ellos como componentes del ambiente, pero que son vinculados a través de las actividades humanas.

Las actividades humanas de acuerdo con Ludevid (1996) tienen dos escalas, a nivel individual y a nivel colectivo. La primera tiene fundamento en decisiones individuales que afectan en primer instancia al núcleo familiar como es el caso de aquellas actividades que se realizan para subsistencia, por ejemplo la agricultura y la pesca; en el caso de la segunda escala incluye las actividades que se basan en decisiones colectivas, como es el caso de aquellas actividades que sobre explotan los recursos naturales y afectan la economía de una comunidad, por ejemplo la industria en general. Sin embargo, es importante separar los impactos sociales, económicos y ambientales de cada actividad humana para diferenciar sus consecuencias y las posibles formas de evitarlas o mitigarlas.

De acuerdo con Serrano, Bruzzi y Toscano (2012), la racionalidad de la vida moderna desencadenada por las actividades humanas ilimitadas ha construido una manera insustentable de habitar el mundo y hacer uso de los recursos tanto naturales como humanos, es decir, del ambiente.

Como respuesta a esta situación se ha propuesto el análisis de las tres dimensiones del desarrollo sustentable, las cuales se presentan a continuación.

1.1.2. Dimensiones del desarrollo sustentable

Dimensión ambiental

Según Guimarães (1994), la vertiente ambiental del desarrollo sustentable se refiere a la capacidad de la naturaleza para absorber y recomponerse de las agresiones antrópicas. Por su parte, el programa de las Naciones Unidas para el medio ambiente (PNUMA, 2015) plantea que esta dimensión abarca los problemas de contaminación relacionados con: la

atmosfera, el cambio climático, los bosques, las aguas, la biodiversidad, las sustancias químicas y los desechos, los desastres naturales, la agricultura, la pesca y la acuicultura así como la energía. También se relaciona con aspectos como la economía, la gobernanza, la educación y la cultura, ya que dichos aspectos juegan un papel importante en las capacidades de regeneración de los recursos naturales, los cambios ecosistémicos, la inherente variabilidad de las condiciones climáticas y la productividad de los recursos, así como por los impactos del cambio climático.

En este sentido, resulta apropiada la postura de Noguera (2004) al plantear que la dimensión ambiental del desarrollo sustentable implica una visión integral, compleja y holística que, para comprenderse e incorporarse en la cultura de la actual vida moderna se requieren transformaciones —a las que la autora llama revoluciones trascendentales— que no se consideran de una manera genuina por las instituciones educativas, políticas ni privadas.

Sin embargo, si el deseo que deriva de un estado de conciencia de las personas es el incorporar el conocimiento y el comportamiento en términos de acciones de las cuestiones ambientales a la actual vida moderna, se requeriría entonces, de un cambio de mentalidad donde estar dispuesto a evitar las discriminaciones y los privilegios, así como a desarrollar el lado humano del ser humano —en términos de sensibilidad ante los impactos de las actividades humanas— con el propósito de superar el paradigma tecno científico como lo llama la autora, sería posiblemente el primer paso hacia una transformación de la mente humana ante las crisis global del ambiente. De esto y más se trata la dimensión ambiental, sin embargo, la intención aquí fue llegar a tener noción de su papel en el desarrollo sustentable.

Dimensión social

Según Saz (2008), la vertiente social del desarrollo sustentable plantea la idea de eliminar la desigualdad social entre ricos y pobres, impulsar la equidad de género y erradicar la pobreza. Sin embargo, estos problemas sociales tienen repercusiones no sólo de índole económica y social, sino también ambiental; por ejemplo, por un lado, Guimarães (2002) señala que las personas que poseen gran riqueza económica y que se encuentran en lo alto

de la sociedad y la economía —debido al estatus que les permite gran poder adquisitivo, es decir, altos consumos— afectan al ambiente en la medida en que, para satisfacer sus necesidades materiales agotan los recursos naturales debido a que no se les permite regenerarse en tiempo y forma natural; por otro lado, Guimarães (1994) plantea que las personas en pobreza extrema priorizan las dificultades económicas en las que se encuentran, a tal grado que, en ocasiones llevan a cabo acciones que degradan las condiciones del ambiente —como la tala ilegal y el uso desmedido de otros recursos naturales no renovables—; no obstante, el autor señala que las condiciones de pobreza que presentan estas personas son un factor que limita la comprensión de la importancia que tienen los recursos naturales, el acceso a la educación, a la salud y a empleos con salarios justos.

Con los planteamientos de estos autores se puede pensar que existe una relación entre los problemas sociales y los problemas ambientales, entonces, desde la dimensión social del desarrollo sustentable pueden estudiarse algunos problemas ambientales que son causados por las actividades productivas de las organizaciones y sus interacciones con otras dimensiones. Al respecto, es un reto convencer a los industriales de que tomen conciencia acerca del impacto que tienen en el deterioro ambiental el uso desmedido de los recursos naturales, pues deberían considerar otra forma de hacer negocios que articule la concientización y la acción ante el impacto no sólo económico sino también ambiental, social y cultural que presentan sus actividades productivas.

Dimensión económica

Según Samuelson y Nordhaus (2005: 4), “la economía es el estudio de cómo las sociedades utilizan recursos escasos para producir bienes valiosos y distribuirlos entre diferentes personas”. Por recursos escasos los autores hacen referencia a aquellos recursos naturales que presentan limitaciones, en términos de tiempo y condiciones para su regeneración. Por otra parte, plantean el sin sentido de la ciencia de la economía si los recursos en la actualidad no fueran escasos o tendieran a una lenta regeneración comparada con la velocidad con que incrementa la demanda de producción de bienes y servicios por parte de las personas, sin perder de vista la idea de que las grandes empresas también influyen en la

creación de nuevas necesidades de consumo. En este sentido, Guimarães (2002) propone retomar los principios de la economía como un medio para el proceso de desarrollo y el bienestar social y no la riqueza económica como sinónimo de bienestar.

Las posturas de estos autores pueden hacer reflexionar acerca de la relación que existe entre la economía y el ambiente natural, es decir, desde la vertiente económica del desarrollo sustentable pueden estudiarse las formas para lograr no sólo un equilibrio entre el bienestar social, el desarrollo económico y la protección al ambiente, sino como señala Giglo (2007), para lograr estrategias, políticas, líneas de acción y proyectos que tengan un menor costo ecológico, y que se adopten en función de racionalidades que tienen que ver con decisiones económicas en las que la racionalidad ambiental esté presente.

1.2. Cumbres, reuniones y agendas: responsabilidad ambiental de las empresas

La noción del desarrollo sustentable y la responsabilidad social de las empresas tienen algunas relaciones. Éstas se pueden identificar en las diversas conversaciones que se mantuvieron en las diferentes Cumbres y Conferencias mundiales como la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Desarrollo Humano en 1972, la Cumbre de las Naciones Unidas sobre Medio Ambiente y Desarrollo en 1992, el Pacto Mundial en 1999, la Cumbre Mundial sobre el Desarrollo Sustentable en 2002 y la Cumbre de Rio+20 en 2012.

a) Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Desarrollo Humano en 1972

Estocolmo fue la sede de la Conferencia de las Naciones Unidas en 1972 en la que se mantuvieron conversaciones sobre el desarrollo humano y el ambiente. Entre los diferentes puntos tratados se expuso el rol de las organizaciones privadas ante el deterioro ambiental a nivel mundial; en este sentido, se destacó la necesidad de incluir los aspectos del deterioro ambiental que conciernen a las actividades empresariales. Tal es el caso del séptimo punto de la declaración, el cual se dirigió a las personas, comunidades y a las organizaciones independientes a que asumieran las responsabilidades de sus actos, los cuales se reflejaran en sus valores y en sus actividades orientadas a contribuir a un ambiente sano para las generaciones futuras. Además, se les pidió a los gobiernos en los diferentes niveles de

atribución —nacional, regional y local— la creación de dependencias oficiales encargadas de hacer y aplicar normas ambientales (Naciones Unidas, 1972).

Esto último conllevó con el tiempo a establecer criterios y normas para la actividad industrial en diferentes países, así como el implementar estrategias de política pública, el incorporar instituciones o dependencias gubernamentales encargadas de las cuestiones ambientales de generar un cambio en la legislación en beneficio del ambiente (Morales, 2009).

b) Conferencia de las Naciones Unidas sobre Medio Ambiente y Desarrollo, Río de Janeiro, 1992

De acuerdo con la resolución 1989 de la asamblea general de la ONU, se llevó a cabo en Río de Janeiro, en 1992, la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Medio Ambiente y Desarrollo. En esta conferencia se reunieron por primera vez líderes industriales, diplomáticos y científicos a nivel internacional, quienes discutieron en múltiples conversaciones el papel de las empresas multinacionales y su actuación ante los intentos de llevar a cabo acciones orientadas a la protección del ambiente. Aquí se reconoció explícitamente las actividades de las corporaciones transnacionales en sectores que generan impactos ambientales (Naciones Unidas, 1992; Morales, 2009).

Por otra parte, se aprobaron cuatro documentos clave para los debates de los siguientes años: la Agenda Local 21, la Declaración de Río, la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático y su Protocolo de Kyoto, el Convenio sobre Diversidad Biológica y la Declaración de los Principios Relativos a los Bosques (Naciones Unidas, 1992; Morales, 2009).

Entre estos documentos, uno de los que presenta mayor incidencia en relación con el aspecto ambiental de la responsabilidad social corporativa es la Declaración de Río. En su cuarto principio destaca la importancia de las acciones que orientan a la protección del ambiente, las cuales deberían integrarse al proceso de desarrollo y no concebirse de manera aislada a éste. En su principio dieciséis, incluye la frase “el que contamina paga” y que con el tiempo representara la base de las disposiciones internacionales en materia de

responsabilidad civil de las empresas por daños nucleares y la contaminación por hidrocarburos (Naciones Unidas, 1992; Morales, 2009).

Otro documento es la Agenda 21, ésta destaca la idea de que un desarrollo sustentable no puede ser alcanzado sin la cooperación de los sectores económicos. En su capítulo treinta señala claves para el fortalecimiento de la industria, además, hace mención al rol de las empresas transnacionales en el desarrollo (Naciones Unida, 1992).

En este sentido, Morguera (2004) señala que este acontecimiento proporcionó un marco para la responsabilidad ambiental corporativa y de la misma magnitud la importancia de los gobiernos para fomentar el mejoramiento de la gestión ambiental.

En este marco, las empresas multinacionales presentan un programa con dos áreas principales: la promoción de la producción más limpia —que se centra en la utilización eficiente de los recursos (reutilización y reciclaje de residuos, reducción de residuos), la asociación y la presentación de informes, y los códigos de conducta sobre las mejores prácticas ambientales—, en tanto, la segunda área del programa promueve la responsabilidad empresarial —que requiere la implementación de políticas orientadas a la noción de un desarrollo sustentable, y la gestión responsable y ética de productos y procesos desde el punto de vista de los aspectos de salud, seguridad y protección ambiental (Naciones Unidas, 1992).

c) Pacto Mundial de las Naciones Unidas en 1999, en el Foro Mundial De Davós, Suiza

El Pacto Mundial es una iniciativa del secretario general de las Naciones Unidas, Kofi Annan en 1999, pero se llevó a cabo en el año 2000. Esta iniciativa hizo un llamado a las empresas de todo el mundo con el propósito de que participaran en la construcción de una sociedad global más justa. La red del Pacto Mundial está compuesta por diversas empresas y por los principales organismos de las Naciones Unidas como: la Organización Internacional del Trabajo (OIT), el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) y la Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos (ACNUDH).

El Pacto Mundial de la ONU pidió a las empresas adoptar, apoyar y promulgar, dentro de su esfera de influencia, un conjunto de valores fundamentales en diez principios

que se fundamentaron en los aspectos de derechos humanos, normas laborales, medio ambiente y anti-corrupción. Los que respectan al ambiente son:

Principio 7: Las Empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.

Principio 8: Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.

Principio 9: Las Empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente (Naciones Unidas, 2000).

Estos tres principios pueden ser incorporados en la filosofía o cultura organizacional de diferentes organizaciones públicas y privadas a nivel internacional con el propósito de establecer estrategias orientadas a la implementación de acciones que prevean y mitiguen los impactos negativos que generan los procesos productivos (Morales, 2009).

Así pues, dichos principios presentan un fuerte sustento a nivel mundial. Cabe destacar que el Pacto Mundial es una iniciativa voluntaria que incluye dos objetivos: la incorporación de los diez principios en las actividades empresariales, y realizar acciones que sirvan de apoyo a los objetivos de desarrollo de las Naciones Unidas, pero no certifica a las empresas como socialmente responsables, sino promueve la responsabilidad social corporativa a través del dialogo, adiestramiento, orientación, entre otros mecanismos de fomento; pretende que las empresas se den cuenta, tomen conciencia y actúen frente al impacto que presentan sus actividades productivas sobre el ambiente y la sociedad (Cajiga, s.f. y Naciones Unidas, 2015).

d) Cumbre mundial sobre el desarrollo sustentable en Johannesburgo en 2002

Durante la cumbre mundial sobre el desarrollo sustentable que se realizó en Johannesburgo en 2002, se llevaron a cabo debates sobre el papel de las organizaciones privadas ante el deterioro mundial del ambiente, hecho que se repitió en cumbres y conferencias anteriores; sin embargo, en esta ocasión los debates fueron aún más extensivos, pues gran número de organizaciones no gubernamentales (ONG) presentaron una propuesta con la intención de

realizar una convención para tratar asuntos relacionados con el tema de rendición de cuentas del sector económico privado donde se pretendía que se incluyeran las disposiciones para el deber corporativo, en este sentido, la Unión Europea también manifestó su apoyo para mejorar aspectos de la responsabilidad social y ambiental de las empresas a nivel internacional, y como ejemplo de esto se propuso la promoción de la responsabilidad en los círculos empresariales así como de su deber para contribuir a la evolución de las comunidades y sociedades equitativas y sustentables en un entorno regulatorio transparente y estable (Naciones Unidas, 2002; Morguera, 2004).

e) Cumbre Rio+20 en 2012

La cumbre de Río +20 entre otros temas trató sobre el papel de las empresas ante la problemática ambiental en todo el mundo. En esta ocasión, el propósito fue buscar soluciones para asegurar el futuro del planeta Tierra. Se destacó la urgencia por resolver el problema del calentamiento global y las graves consecuencias que ello acarrea en la pérdida del hábitat que amenaza a miles de especies animales y vegetales incluida la especie humana, en este sentido, se tomaron acuerdos para ejecutar acciones de corto plazo que disminuyeran los efectos del calentamiento global —como impulsar la implementación de energías limpias en las actividades industriales y desarrollar prácticas de eco eficiencia—, como parte de la estrategia de responsabilidad social corporativa que se trató en esta Cumbre (Naciones Unidas, 2012; Dejo, 2012).

En conclusión, las diferentes reuniones refieren a la incorporación de la idea del desarrollo sustentable en el comportamiento de las empresas, es decir, la incorporación de la racionalidad ambiental a las decisiones económicas de las organizaciones.

1.3. Hacia una definición de responsabilidad ambiental corporativa

La noción de la responsabilidad social corporativa (RSC) o responsabilidad social empresarial (RSE) —que para efectos de este trabajo son sinónimos y se usan indistintamente— ha sido motivo de estudio en los últimos años en diversos ámbitos, como el académico y el empresarial, pero también en el de las instituciones y organizaciones que

han mostrado su interés por el tema —como la Organización Internacional de Normalización (ISO), el World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) y el Business for Social Responsibility (BSR)—; pero no únicamente son diversos los ámbitos de su estudio, sino también lo han sido las acepciones que han surgido a lo largo del tiempo desde su concepto predecesor: responsabilidad social (Rojas y Olaya, 2010).

En este sentido Bowen en 1953, define responsabilidad social como, “las obligaciones de los empresarios para ejercer políticas, tomar decisiones o seguir líneas de acción deseables en términos de los objetivos y valores de la sociedad” (p. 6). Con la misma corriente de pensamiento en la década de los años setenta Friedman planteó su postura a favor de la sociedad empresaria al señalar que, la responsabilidad social no es más que usar los recursos necesarios, incluidos los recursos naturales, para cumplir con el compromiso de las actividades diseñadas para incrementar las utilidades de los líderes empresariales tanto como sea posible (Rojas y Olaya, 2010).

Sin embargo, en la época de los años ochenta y noventa se vivió una etapa estratégica encaminada a establecer un esquema práctico, orientado a la acción social de la empresa; entre los autores de esta corriente se encuentra Freeman, quien se opuso a los pensamientos de Bowen y Friedman orientados a apoyar a los empresarios sin importar los impactos de sus actividades productivas. Freeman expuso el concepto de las partes interesadas o *stakeholders*¹, que definió como “todas aquellas personas o grupos de interés que pueden afectar o son afectados por las actividades de una organización” (Freeman, 1984: p. 46); esta acepción contribuyó al surgimiento de otras opiniones o percepciones acerca de la noción de responsabilidad social, pues los señalamientos de Freeman se dirigieron a los empresarios quienes para él debían considerar los impactos positivos y negativos de sus procesos productivos y, en consecuencia, devolver a la sociedad parte de lo que habían tomado de ésta para su propio beneficio (Morguera, 2004, Morales, 2009 y Dejo, 2012).

¹ Un *stakeholder*, según Weiss (2014), es cualquier individuo o grupo que pueda afectar o sea afectado por las acciones, decisiones, políticas, prácticas o metas de la organización. Por su parte, Daft (2000) dice que son cualquier grupo de individuos dentro o fuera de la organización que de alguna manera se siente afectado por ésta, por lo tanto, estos grupos tienen interés en el desempeño de la organización (Daft, 2000: p. 147).

Así pues, ya entrados en los años noventa se dieron las primeras acepciones o ideas de RSC; cabe destacar que no existe una única definición que pueda aplicarse en cualquier contexto, aunque las diferentes acepciones de la RSC tienen en común ciertos aspectos o dimensiones (ver tabla 1).

Tabla 1. Acepciones de RSC donde se destacan sus dimensiones

Origen de la Acepción	Acepción	Dimensiones de la acepción en relación al desarrollo sustentable
Carroll (1991) ¹	La naturaleza de la RSE se encuentra en la creencia general de que la empresa moderna tiene responsabilidades con la sociedad y que se extienden más allá de sus obligaciones con los inversionistas.	Dimensiones: social y económica.
BSR (2000) ¹	La RSC es operar un negocio de una manera que supere las expectativas éticas, legales, comerciales y públicas que la sociedad tiene de los negocios.	Dimensiones: social y económica.
Daft (2000) ¹	La RSE es la obligación de los ejecutivos de tomar decisiones y emprender medidas que contribuyan al bienestar e interés de la sociedad y de la organización.	Dimensiones: social y económica.
WBCSD (2000) ¹	La RSC es el compromiso permanente de las empresas para comportarse éticamente y contribuir al desarrollo económico al tiempo que mejora la calidad de vida de los trabajadores y sus familias, así como a la comunidad local y la sociedad en general.	Dimensiones: social y económica.
Libro verde sobre RSE (2001) ²	La RSC es la integración voluntaria por parte de las empresas, de las preocupaciones laborales, sociales y del medio ambiente en sus operaciones comerciales y en su relación con sus interlocutores.	Dimensiones: social, económica y ambiental.
Marsden (2001) ¹	La RSC es sobre el comportamiento de las empresas y la responsabilidad por sus impactos totales en las sociedades en las que operan; no es un complemento opcional ni es un acto de filantropía. Una empresa socialmente responsable es aquella que tiene un negocio rentable, que tenga en cuenta todos los efectos ambientales, sociales y económicos positivos y negativos que presenta sobre la sociedad.	Dimensiones: social, económica y ambiental.
Lea (2002) ¹	La RSC es acerca de las empresas y otras organizaciones que van más allá de las obligaciones legales para gestionar el impacto que tienen sobre el medio ambiente y la sociedad. En particular, ésto podría incluir cómo las organizaciones interactúan con sus empleados, proveedores, clientes y las	Dimensiones: social, económica y ambiental.

	comunidades en las que operan así como la medida en que tratan de proteger el medio ambiente.	
CSRwire (2003) ¹	La RSE es la integración de las operaciones de negocio y valores, por lo que los intereses de todos los involucrados — incluidos los inversores, clientes, empleados y el medio ambiente— se reflejan en las políticas y acciones de la compañía.	Dimensiones: social, económica y ambiental.
Martínez (2005) ²	La RSE es el compromiso de los empresarios con los valores éticos que dan un sentido humano al empeño por el desarrollo sustentable buscando que sea una estrategia de negocios que integre el crecimiento económico con el bienestar social y la protección ambiental.	Dimensiones: social, económica y ambiental, y dimensiones del DS.
Dahlsrud (2008) ²	La RSE es el conjunto de políticas y acciones que las firmas adoptan de manera voluntaria para contribuir a la sociedad, proteger la naturaleza y mantener buenas relaciones con las partes interesadas.	Dimensiones: social, económica y ambiental, y dimensiones del DS.
Castro, Puerto y Doria (2012) ²	La RSC es el compromiso que asumen las empresas hacia la sociedad en beneficio del desarrollo sustentable, es decir, es el equilibrio entre el crecimiento económico y el bienestar social.	Dimensiones: social, económica y ambiental, y dimensiones del DS.

Fuentes:

1 Tomado de: Dahlsrud (2006).

2 Libro verde sobre RSE (2001); Martínez (2005); Dahlsrud (2008); Castro, Puerto y Doria (2012).

En las acepciones o definiciones de RSC de la tabla 1 según algunos autores (Carroll, 1991; BSR, Daft y WBCSD, 2000) un común denominador es que omiten la dimensión ambiental. Es posible que esta situación se atribuya a que en los primeros escritos que surgieron sobre la noción de RSC, en particular los de Carroll, no incluían explícitamente relación alguna con el aspecto ambiental (Dahlsrud, 2006).

No obstante, Carroll (1991) y el BSR (2000), incorporan en sus definiciones la frase “ir más allá de las obligaciones”, y se puede interpretar como la obtención de beneficios económicos resultado de las operaciones productivas —al menos en el discurso—, parece indicar el reconocimiento, por parte de los empresarios, del impacto que las empresas tienen en la calidad de vida de la población; por ejemplo: seguir prácticas empresariales que mejoren la calidad de vida y generen beneficios para la sociedad, lo cual incluye el entorno donde se desenvuelven; además, estas definiciones son generales, no especifican cómo deben ejecutarse las acciones de responsabilidad, qué instrumentos deben utilizarse y qué

indicadores se deben seguir para evaluar los resultados obtenidos mediante las acciones realizadas.

Otros autores (Libro verde sobre RSE y Marsden 2001; Lea, 2002; CSRwire, 2003; Martínez, 2005; Dahlsrud, 2008; y Castro, Puerto y Doria, 2012) sí consideraron la incorporación de la dimensión ambiental al definir RSC; además, se puede identificar cómo destacan ciertos efectos derivados de las actividades empresariales como los son impactos de dichas actividades sobre el ambiente sin dejar de lado la contribución al bienestar social y las obligaciones con los *stakeholders* o partes interesadas incluidos los inversionistas, por lo que estos elementos conforman la principal diferencia de estas acepciones con respecto a las de los autores Carroll (1991), BSR (2000), Daft (2000) y WBCSD (2000).

Cabe mencionar que otros autores como McWilliams y Siegel (2001) también destacan que la RSC significa ir más allá de los requisitos del marco legal en materia ambiental; y exponen el ejemplo de que si una empresa reduce el uso de pesticidas por cumplir con dicho marco legal ambiental, no significa que la empresa sea social y ambientalmente responsable, ya que los autores hacen hincapié en que únicamente las acciones ambientales que van más allá de los requisitos legales se consideran que reflejan la RSC, por lo que, el aspecto o dimensión ambiental es un factor detonador.

De esta manera, autores como Marsden (2001); Lea (2002); Martínez (2005) así como a Castro, Puerto y Doria (2012) (ver tabla 2), concurren en empresas y organizaciones con un comportamiento orientado a la noción del desarrollo sustentable que se refleje en cada una de sus acciones, y que estas acciones contemplen impactos positivos sobre el ambiente.

Entonces, ya que estos autores destacan la importancia de la dimensión ambiental de la RSC lo cual no se consideró por otros autores en las décadas de los ochentas y noventas cuando se formaron las primeras nociones, es muestra de que, integrar la dimensión ambiental a la idea de RSC no ha sido sencillo, sin embargo, en los últimos años incorporar esta dimensión ha sido un factor determinante en las decisiones de la gestión empresarial en términos de competitividad y sustentabilidad a nivel global.

Las exigencias sociales y de las comunidades donde las empresas se encuentran posicionadas ejercen cada vez mayor presión, exigen que las empresas se hagan responsables del cuidado del ambiente a través de sus acciones (Trujillo y Vélez, 2006).

El tema de interés de esta investigación es la dimensión ambiental de la RSC, lo cual implica centrarse en la protección de los recursos naturales y evitar el deterioro de los diferentes medios (agua, aire y suelo).

Para fines de este trabajo responsabilidad ambiental corporativa (RAC) es entendida como *el comportamiento ambiental de las empresas u organizaciones, en términos de acciones o prácticas ambientales, lo que incluye cumplir con el marco legal ambiental vigente y con las acciones que va más allá de éste.*

1.4. Determinantes de la RSC

El éxito empresarial ya no depende exclusivamente de un componente estratégico de negocios, sino de la integración de estrategias que garanticen el bienestar social y ambiental, es decir, ya no es sólo buscar los beneficios para los inversionistas, sino buscar un beneficio mutuo tanto para éstos como para la sociedad y la comunidad donde se encuentran las empresas establecidas, así como para la protección del ambiente (Camejo y Cejas, 2009).

Sin embargo, hasta el momento no se tiene claro el por qué algunas organizaciones adoptan prácticas ambientales más allá del cumplimiento legal (Delmas y Toffel, 2004), en este sentido, la tabla 2 muestra varios factores que bajo la opinión de algunos autores son determinantes de la RSC.

Tabla 2. Determinantes de la RSC bajo la opinión de diversos autores

Autores Determinantes	Williams y Siegel 2001	Tullberg 2005	Lacruz, F. (2005)	Briseño, G., Lavín, J. y García, F. (2011)	Bañon, A., Guilléen, M. y Ramos, N. (2011)
Ingreso	X	-	-	-	-
Datos demográficos	X	-	-	-	-
Precio de los productos	X	-	-	-	-
Poder de la empresa		X			
Vulnerabilidad de la marca	-	X	-	-	-
Tendencia al DS	-	-	X	-	-

Competitividad	-	-	X	-	-
Visión de la empresa	-	-	-	X	-
Estrategia de diferenciación	X	-	-	-	-
Consumidor	X	-	-	X	-
Cumplimiento legal amb.	X	-	-	X	-
Estrategia de mercado	X	-	-	X	X
Reputación	X	-	X	X	-
Ética y moral	X	X	-	X	X
Partes interesadas	X	X	X	X	X
Beneficios	X	X	X	X	X

Fuente: Elaboración propia.

Se puede apreciar en la tabla 2 que autores como Williams y Siegel (2001), señalan como factores determinantes de la RSC: el ingreso de las personas, los datos demográficos y el precio de los productos sustitutos en primera instancia. Según éstos autores, el ingreso determina la demanda de los consumidores en materia de RSC, es decir, mientras que los compradores de bajos ingresos en general son sensibles al precio, los consumidores ricos pueden pagar más fácilmente a un precio más alto por los atributos de los productos provenientes de empresas que son social y ambientalmente responsables, por ejemplo: productos biodegradables, materiales reciclables, uso de energías alternas, entre otros. Dichos atributos requieren de acciones a favor del ambiente que implican un costo por utilizar tecnologías limpias o amigables con el ambiente, procesos de fabricación libres o con severos controles de contaminantes, inversión en investigación e innovación tecnológica entre otras implicaciones; en este sentido, involucrar los costos de dichas acciones ambientales proporcionan mayores posibilidades de que los productos satisfagan las expectativas de los consumidores y no sólo en términos de calidad del producto, sino por diferenciarse de otros productos que no consideran estas acciones o prácticas; a su vez, éstos contribuyen a formar una buena reputación ante los stakeholders o partes interesadas que culmina en ganancias económicas y otros beneficios de índole estratégica que apoyan al sustento de las empresas en los diferentes mercados.

En cuanto a los datos demográficos, según los autores, existe información valiosa proveniente de las características de los consumidores de cierto lugar y cierta época, tal como: familias pequeñas, hogares con mayor capacidad económica, mayor conciencia

social en los jóvenes adultos y adultos mayores; estas características son consideradas en la toma de decisiones acerca del consumo de estos segmentos de mercado, por lo que esta información es bien aprovechada por algunas empresas que pretenden focalizarse a un mercado potencial al que le pueden ofrecer productos que cuenten con el respaldo de empresas socialmente responsables (Williams y Siegel 2001).

Por otra parte, Tullberg (2005) señala como factores determinantes de la RSC: la existencia de una nueva forma de poder empresarial, y el sentido de vulnerabilidad. El primero se refiere a una forma alternativa de dirigir la empresa, establecer estrategias desde la ética y la moral de los empresarios y no de las imposiciones del corporativo, como ser más sensibles al cambio que los consumidores desean percibir de las empresas, considerando sus sugerencias al momento de planear e implementar reglas de mercado; mientras que el segundo factor está sujeto a la publicidad, pues, no encontrar congruencia entre las características y atributos de los productos con respecto a lo que la publicidad de la marca presume por distintos medios de comunicación como lo son anuncios televisivos y de radio, propaganda de prensa, así como la fuerte influencia de las páginas de internet de los corporativos y las redes sociales, se rompería el lazo entre la credibilidad y fidelidad del consumidor con la marca y por ende, con la empresa. En este sentido, el autor sugiere a los empresarios humildad y honestidad para trabajar con estrategias que impliquen la preocupación por la vulnerabilidad de la marca, es decir, que realmente hagan lo que presumen. Los resultados de este factor determinante de la RSC conllevan también a formar una buena o mala reputación para las empresas, que dependerá, como se mencionó, de la legitimidad de sus acciones empresariales que presumen realizar, lo que implica una cuestión de ética y moral de la empresa que será juzgada por los *stakeholders* o partes interesadas (Tullberg, 2005).

En lo que se refiere a la tendencia actual de las empresas hacia la noción del desarrollo sustentable, según Lacruz (2005) refleja el autoreconocimiento por parte de las empresas acerca de las ventajas de llevar a cabo acciones encaminadas hacia el bienestar común a través de programas tales como: ecoeficiencia, producción limpia, producción verde, diseño para el ambiente, responsabilidad integral, entre otros. En ocasiones dicho autoreconocimiento es una respuesta a las exigencias de la legislación en materia

ambiental, pero en otras, es prueba del convencimiento consciente del impacto social y ambiental de su actuar a largo plazo.

En el caso de la competitividad, entendida como la capacidad de competir en condiciones de igualdad con otro, es decir, la rivalidad para conseguir un fin a través de la reducción de costos y de la estrategia de diferenciación principalmente (Fundación BBVA, 2008), es otro factor determinante que influye en las decisiones de la empresas en la incorporación de la RSC.

Por otro lado, según los autores Briseño, Lavín, y García (2011) la visión de la empresa refleja los compromisos que ésta ha adquirido en relación a aspectos económicos y sociales y también ambientales. En la visión se puede identificar el cómo las operaciones del negocio ayudan a tener un verdadero compromiso sobre el impacto de sus operaciones productivas por mencionar un ejemplo, o también los compromisos que éstas tienen con los inversionistas, clientes y proveedores, así como aquellos compromisos que establecen ante el deterioro del ambiente por causa de su comportamiento.

Por su parte la estrategia de diferenciación según Williams y Siegel (2001), influye en la determinación por la RSC debido a que si se trata de empresas que implementan estrategias que consideren acciones como: no utilizar animales para hacer pruebas científicas de riesgo, no usar entre los ingredientes de sus productos de consumo sustancias nocivas para la salud o evitar utilizar materiales no reciclables entre otras acciones, estas empresas son preferidas por los consumidores en comparación con empresas que no ejercen este tipo de acciones.

Cabe mencionar el señalamiento de Williams y Siegel (2001) sobre las acciones de la RSC como formadora de empresas confiables, honestas y consientes ante el deterioro ambiental en el mundo, aspectos valiosos para los consumidores, ya que éstos suelen asumir que de estas empresas surgen bienes de alta calidad que superan sus expectativas, sin embargo, aquí entra en juego un factor externo de gran influencia en las decisiones de los consumidores: la publicidad. Dicha publicidad, según los autores, proporciona información sobre las acciones de RSC a los consumidores, lo cual puede construir o mantener una reputación en cuanto a calidad, fiabilidad, y honestidad, lo que conlleva a la diferenciación de los bienes producidos y esto a su vez al beneficio de cobrar un precio superior por dichos productos.

Sin embargo, los autores Briseño, Lavín y García (2011), indican que esta publicidad puede llevar a que los consumidores se informen de las empresas que hacen mal uso de su poder en términos económicos, el llevar a cabo prácticas que no contribuyen al bienestar social y ambiental crean una reputación negativa, lo cual se reflejará principalmente en sus ventas, por lo tanto, señalan que las empresas que se encuentren en esta categoría deberán considerar aspectos tales como la credibilidad y la opinión pública, además, de la necesidad de un compromiso fuertemente integrado que logre reflejarse en acciones que construyan una reputación genuina, ya que como lo señala Lacruz (2005), los consumidores se inclinan hacia las empresas y productos con una reconocida reputación, las empresas que se preocupan y ocupan del daño que sus actividades productivas hacen al ambiente es de gran relevancia, no obstante, existen organizaciones que fingen gran compromiso con las acciones de RSC para poder evitar los costos que ésta les atrae y obtener los beneficios con sólo aparentar ser una empresa socialmente responsable, por lo que los consumidores y la reputación son factores determinantes de la RSC.

Con respecto al factor de cumplimiento legal ambiental, diversos autores (Briseño, Lavín y García, 2011) señalan que las empresas pueden mostrar fuertes compromisos con la RSC a través del discurso de la misma, sin embargo, es posible que sólo se aparenten dichos compromisos, lo cual significa que la RSC pueda implementarse únicamente para cumplir con un requerimiento legal impuesto por el gobierno o como resultado de presiones sociales impuestas por ciertos clientes externos (otras empresas) sin ninguna preocupación por las implicaciones tanto para la organización como para la sociedad. En este sentido, Bañón, Guillén y Ramos (2011) indican que el cumplimiento legal requiere un enfoque ético, sin buscar fomentar comportamientos de apariencia éticamente buenos por sí mismos, es decir, se requiere un enfoque ético que no dé oportunidad a que el cumplimiento legal ambiental de las empresas sea una cuestión de opción o de voluntariedad. Al respecto, Williams y Siegel (2011) hacen hincapié en que la RSC se trata de comportamientos organizacionales más allá de los aspectos legales, todas aquellas acciones que se puedan realizar en contribución al bienestar social y a la protección ambiental después de haber cumplido con la obligatoriedad que marcan las leyes, normas y reglamentos oficiales.

Además de lo mencionado, Williams y Siegel (2011) señalan que algunas empresas han incorporado la RSC por la necesidad de contar con estrategias de mercado que les permitan explotar el recurso de la fraternidad entre los atributos de RSC y los segmentos clave del mercado, lo cual está estrechamente relacionado con las estrategias de diferenciación. Sin embargo, otras empresas profundizan en el concepto de RSC de tal manera que no sólo forma parte de su estrategia de mercadotecnia, sino parte de su estrategia integral de negocios. En este sentido, Bañon, Guillén y Ramos (2011) plantean que estas estrategias de mercado son criterios de responsabilidad social corporativa que en la actualidad están presentes en todas las políticas y procesos de la empresa, así como en todos los niveles jerárquicos de las empresas que encuentran en esta clasificación.

Se puede observar en la tabla 2 que todos los autores coinciden en, las partes interesadas como un factor determinante de la RSC. Situación que lleva a pensar que, las exigencias y demandas de los consumidores, clientes, comunidad local, así como los proveedores, empleados, accionistas e inversionistas determinan en gran medida las acciones de RSC. En este sentido, Williams & Siegel (2001) señalan que la presión ejercida principalmente por los socios y accionistas sobre construir y conservar una imagen positiva por parte de las empresas hacia el resto de los grupos de interés, es posiblemente un detonador a considerar, pues así es también de considerar la inversión de capital que realizan para que sus organizaciones sean identificadas como empresas socialmente responsables. Al respecto, Tullberg (2005) plantea que dichas presiones sociales son una restricción sobre las ambiciones de la empresa o resultados económicos, como los llaman Briseño, Lavín y García (2011); sin embargo, es conveniente someterse a dichas presiones a través de la mercadotecnia, la reducción de precios y el desarrollo de nuevos productos, en este caso, por ser la mejor opción para hacer frente a las amenazas y posibilidades del mercado.

Finalmente, con respecto a los beneficios que conlleva la integración o incorporación de la RSC en las empresas, algunos de estos beneficios son el resultado del aspecto que determinó o influyó para inclinar su decisión a favor de la de la misma como se comentó en los párrafos anteriores. Así pues, entre los principales beneficios se encuentran: una mayor lealtad de los empleados, incremento de la productividad, aspectos fiscales y financieros, disminución de prima de seguros, mayor seguridad, fomento a la innovación,

globalización y avances tecnológicos, imagen positiva, la competitividad basada en el diseño y la creación de nuevos productos, servicios y procesos ambientalmente más sanos, entre otros (Williams y Siegel, 2001; Lacruz y Tullberg, 2005; Bañon, Guillén, y Ramos; Briseño, Lavín y García, 2011).

Capítulo II. La RSC en México

En este capítulo se examinan los principales aspectos relacionados con el organismo encargado de evaluar y acreditar RSC en México, que corresponde al Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi) en términos de su estructura, objetivos, proceso y beneficios de obtención del distintivo Empresa Socialmente Responsable (ESR). Además, se revisan otras iniciativas como la Iniciativa del Informe Global (GRI, por sus siglas en inglés), así como la norma ISO 26000 referente a responsabilidad social, finalmente, se identifican aspectos ambientales comunes entre GRI, CEMEFI e ISO 26000.

2.1. El Centro Mexicano para la Filantropía

En México, el organismo institucional más conocido que acredita a las organizaciones como empresas socialmente responsables, es el Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi). Es una asociación civil sin fines de lucro fundada en 1988. Dicha asociación está compuesta por 1,294 miembros de los cuales 315 son socios y 116 son empresas asociadas. El Cemefi junto con otras organizaciones como el Consejo Coordinador Empresarial (CCE), la Confederación Patronal de la República Mexicana (Coparmex), y la Unión Social de Empresarios Mexicanos (USEM) entre otras, crearon en el año 2000 la alianza por la responsabilidad social empresarial en México (Aliarse por México), con el propósito de hacer alianzas con las principales organizaciones empresariales para promover la responsabilidad social empresarial en el país a través del intercambio de información, investigaciones, productos, servicios y redes de contactos (Cemefi, 2015).

Por otra parte, según el Cemefi su misión es “promover y articular la participación filantrópica, comprometida y socialmente responsable de los ciudadanos, organizaciones y empresas, para alcanzar una sociedad más equitativa, solidaria y prospera” (Cemefi, 2015). Esto significa que las acciones implicadas son de carácter voluntario.

2.1.1. Ámbitos de la RSE según el Cemefi

El Cemefi a través del proceso de acreditación como empresa socialmente responsable, pretende alinear la estructura de las organizaciones a cuatro ámbitos básicos y estratégicos: calidad de vida en la empresa; ética empresarial; vinculación con la comunidad; y, cuidado y preservación del medio ambiente (ver tabla 3).

Tabla 3. Ámbitos y subámbitos de la RSE según el Cemefi

Ámbito	Subámbito
Calidad de vida en la empresa	<ol style="list-style-type: none">1. Empleabilidad y relaciones laborales2. Dialogo social3. Condiciones de trabajo y protección social4. Balance trabajo y familia5. Capacitación y desarrollo humano6. Salud y seguridad laboral
Ética empresarial	<ol style="list-style-type: none">1. Gobierno corporativo2. Compromiso ético3. Compromiso anticorrupción4. Competencia justa
Vinculación con la comunidad	<ol style="list-style-type: none">1. Participación activa en la comunidad2. Creación de empleo y desarrollo de habilidades3. Investigación, desarrollo tecnológico e innovación4. Generación de valor e ingresos5. Inversión social
Cuidado y preservación del medio ambiente	<ol style="list-style-type: none">1. Prevención de la contaminación2. Uso sustentable de los recursos3. Mitigación y adaptación al cambio climático4. Protección y restauración del ambiente natural5. Educación y cultura ambiental

Fuente: Elaboración propia a partir del Cemefi, 2015.

La tabla 3 muestra los ámbitos y subámbitos de la RSC de acuerdo con la estructura del Cemefi. El ámbito calidad de vida en el trabajo pretende generar en el interior de la empresa que desea ser acreditada como ESR por el Cemefi, un ambiente de trabajo favorable, estimulante, seguro, creativo, no discriminatorio y participativo, en el que todos los miembros de la organización realicen sus actividades laborales bajo bases justas de integridad y respeto, además de propiciar su desarrollo humano y profesional con el fin de que éstos logren una mejor calidad de vida (Cemefi, 2015).

En lo que concierne al ámbito ética empresarial, éste pretende ser la base para generar relaciones más sólidas y transparentes entre la empresa y sus proveedores, clientes, accionistas y otros *stakeholders* o grupos de interés, lo cual permite la interpretación y solución de controversias de acuerdo a principios que guían la toma de decisiones, además, establece los valores y la conducta que deberán seguir los empleados y la forma en que se debe conducir la empresa en términos de negocios (Cemefi, 2015).

En cuanto a la vinculación con la comunidad, este ámbito tiene el objetivo de que la empresa pueda identificar y monitorear las expectativas que la comunidad tiene de la misma, por ejemplo: si la empresa invierte en investigación e innovación de tecnologías, si desarrolla a proveedores de la región o si involucra a autoridades y organizaciones de la sociedad civil para mantenerse informados a través de diálogos con el fin de que se conozca y comparta información que contribuya a la toma de decisiones sobre la responsabilidad social de la empresa (Cemefi, 2015).

Por último, el cuidado y preservación del medio ambiente es el ámbito que representa uno de los retos de la empresa, ya que éste pretende que las empresas minimicen sus impactos negativos generados por sus procesos productivos tanto en la transformación como en la manufactura de productos. Las empresas que deseen distinguirse como ambientalmente responsables según el Cemefi (2015), tienen que llevar a cabo acciones ambientales que demuestren sus compromisos con el desarrollo sustentable, como lo son: acciones de optimización de recursos, reducción de la generación de desperdicios, desarrollo de procesos de reaprovechamiento y reciclaje, y el fomento de una cultura ambiental con sus grupos de interés.

2.1.2. Distintivo ESR

El logro de las empresas que son acreditadas como empresas socialmente responsables de acuerdo a los criterios del Cemefi, es el distintivo empresa socialmente responsable (ESR). Este distintivo es una herramienta que tiene por objetivo promover y apoyar la adopción de los principios de RSE como parte de la cultura y estrategias de negocio de dichas empresas. Además, sustenta el cumplimiento de los estándares propuestos en los cuatro ámbitos

mencionados de la RSC, según criterios del Cemefi, para generar un factor más de competitividad empresarial (Cemefi, 2015).

2.1.2.1. Objetivos

Los objetivos del distintivo ESR son: distinguir a las empresas comprometidas con el desarrollo integral de México y sus comunidades; promover la cultura de la responsabilidad social empresarial; establecer, adoptar y difundir estándares de desempeño responsable; ofrecer un estímulo y valor agregado de imagen y competitividad; implementar un estándar que permita medir y comparar; y, profundizar la RSE, con el propósito de mejorarla continuamente (Cemefi, 2015).

2.1.2.2. Beneficios

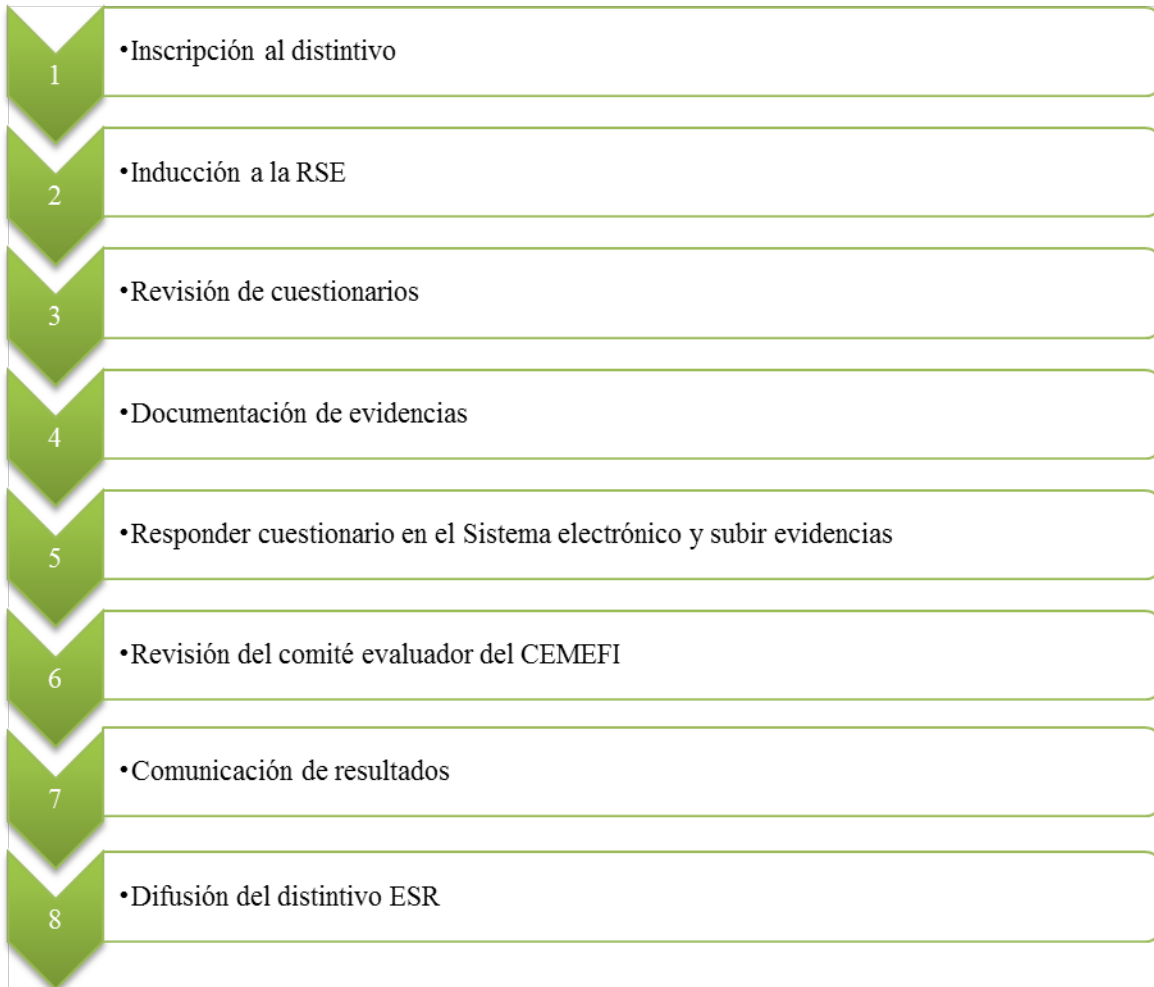
Según Cemefi (2015), entre los beneficios que las empresas obtienen por distinguirse como ESR se encuentran: el comercial, debido al incremento en las ventas por diferenciar sus productos y servicios con respecto a la competencia, además, anticipa las tendencias de mercado y facilita el acceso a los mercados globales; el legal, ya que mejora la comprensión de requerimientos legales así como de las exigencias de regulación, además de reducir la presión que se pueda presentar por parte de las agencias fiscalizadoras; el laboral, porque facilita el reclutamiento de personal calificado y la retención de talentos, además de minimizar la rotación de los mismos; el financiero, ya que incrementa la confianza de accionistas, facilita el acceso a nuevos financiamientos y posibles socios, y es un icono para atraer inversiones; la reputación, debido a que mejora la imagen pública frente a los *stakeholders* o grupos de interés, y por lo tanto, aumenta la fidelidad de los clientes.

2.1.2.3. Proceso del distintivo

Las empresas que pretenden acreditarse o distinguirse como ESR tienen que participar en el proceso de obtención del distintivo ESR que se muestra en la figura 5. Dicho proceso inicia

con la inscripción al distintivo ESR, donde las empresas registran sus datos, comprueban el pago correspondiente a dicho proceso, proporcionar el logotipo de la empresa, presentar una carta de exposición de motivos, una carta donde la empresa asume el decálogo de ESR, cuenta con una política de RSC o RSE y de un comité, además de contar con códigos de ética y conducta. El siguiente paso las empresas tienen que llevar un taller de introducción a la RSE y capacitación en el uso del sistema electrónico. Después, las empresas pasan por revisión de sus comités de RSE, se designan responsabilidades y se asignan los cuestionarios correspondientes, los cuales constan de 143 indicadores para las grandes empresas y de 77 indicadores para las empresas micro, pequeñas y medianas. Una vez que las empresas cuentan con el cuestionario autodiagnóstico correspondiente, se registran las evidencias de sus acciones según cada indicador en cada uno de los cuatro ámbitos de la RSE según el Cemefi (comentados en párrafos anteriores); las evidencias pueden abarcar desde políticas, códigos y reglamentos, así como manuales y procedimientos, otras evidencias de acción certificadas y no certificadas, además de reconocimientos de terceros, reportes públicos auditados y no auditados (ver figura 6) (Cemefi, 2015).

Figura 5. Proceso de obtención del distintivo ESR



Fuente: Elaboración propia a partir de Cemefi, 2015.

Nota. ESR: Empresa socialmente responsable.

Figura 6. Ejemplo de respuesta a un indicador del cuestionario

¿La empresa tiene un programa especial para contratación de personas con discapacidad y les ofrece condiciones de trabajo apropiadas y un trato adecuado?

Respuesta: *Sí*

Evidencias adjuntas:

- **Políticas:** *Política de RSE, Política de RH.*
- **Manuales y procedimientos:** *Manual de inducción, Manual de integración.*
- **Reconocimiento de terceros:** *Empresa incluyente.*
- **Evidencia no certificada:** *Listado de colaboradores en nómina con la descripción de la discapacidad; catálogo de instalaciones adecuadas.*
- **Reporte público no auditado:** Reporte de Sustentabilidad.

Fuente: Tomado de Cemefi, 2015.

Cuando las empresas ya cuentan con las evidencias documentadas el siguiente paso es responder el cuestionario en el sistema electrónico y capturar las evidencias, donde en cada indicador el comité de RSE tiene ayuda interactiva para finalmente liberar el cuestionario autodiagnóstico (ver figura 7) (Cemefi, 2015).

Figura 7. Plataforma de diagnóstico para las empresas socialmente responsables



Fuente: Tomado de Cemefi, 2015 (página web).

Posteriormente el comité evaluador del Cemefi revisa que cada evidencia corresponda al indicador donde fue capturada. Una vez que se cumple el plazo correspondiente a dicha revisión el Cemefi comunica los resultados a las empresas a través de un reporte de los mismos donde se muestra la evaluación global, por ámbito y por áreas de oportunidad de mejora, se entregan graficas de avance de retroalimentación y se hacen visitas de aseguramiento (Cemefi, 2015).

El último paso de este proceso de obtención del distintivo ESR, es la entrega del distintivo ESR, el Cemefi publica en su página web la lista de las empresas que obtuvieron dicho distintivo y las que lo renovaron (Cemefi, 2015).

Cabe mencionar que los costos de inscripción para la obtención del distintivo ESR 2015 son de acuerdo con el tamaño de la organización. En el caso de las empresas grandes el costo de inscripción es de 50,000 pesos más 6,000 pesos de costo de retroalimentación y 8,000 pesos de costo de estatuilla; para los grupos y corporativos incluidas hasta dos empresas, el costo de inscripción es de 95,000 pesos más 9,000 pesos de costo de retroalimentación y 12,000 pesos de costo de estatuilla; por empresa adicional el costo de inscripción es de 42,500 pesos más 5,000 pesos del costo de retroalimentación y 7,000 de costo de estatuilla. No obstante, las empresas que paguen el servicio de retroalimentación después de la fecha definida por el Cemefi, en este caso 3 de noviembre de 2015, el costo de dicha retroalimentación será de 12,000 pesos siempre y cuando haya disponibilidad (Cemefi, 2015).

2.1.3. Responsabilidad ambiental: Cemefi

Específicamente en el ámbito relacionado al ambiente, los indicadores están clasificados en seis aspectos: legalidad, prevención de la contaminación, uso sustentable de recursos, mitigación y adaptación al cambio climático, protección y restauración del ambiente natural, así como educación y cultura ambiental (ver tabla 4).

Tabla 4. Ámbito: cuidado y preservación del medio ambiente del cuestionario diagnóstico ESR del Cemefi y sus respectivos aspectos e indicadores

Cuidado y Preservación del Medio Ambiente			
Legalidad			
	0	Declaramos cumplir con todo lo determinado por la ley en este ámbito.	Legalidad
Prevención de la contaminación			
	1	¿La empresa determina anticipadamente cuál debe ser su comportamiento a favor del medioambiente , sus acciones para aprovechar mejor los recursos y sus principales retos en este ámbito?	Comportamiento medioambiental
	2	¿La empresa establece y ejecuta estrategias de producción limpia y ecoeficiencia a fin de usar recursos de manera más eficiente, generando menos contaminación y residuos?	Producción limpia y ecoeficiencia
	3	¿La empresa alienta el desarrollo y la difusión de tecnologías limpias y energías renovables ?	Tecnologías limpias y energías renovables
	4	¿La empresa conoce el ciclo de vida de sus productos y/o servicios (desde su fabricación hasta su disposición final) y toma medidas para disminuir su impacto ambiental?	Ciclo de vida de productos
	5	¿La empresa emplea tecnologías y procedimientos encaminados a minimizar factores de riesgo ambiental que puedan afectar a las personas, la comunidad, la biodiversidad o el medio ambiente?	Factores de riesgo medioambiental
	6	¿La empresa cuenta con un programa de prevención y preparación frente a accidentes por el manejo de productos químicos o sustancias peligrosas , así como un plan de emergencia que cubra accidentes e incidentes, tanto internos como externos?	Manejo de productos químicos
	7	¿La empresa promueve un aprovechamiento alternativo (reutilización, reciclaje, reducción, donación o venta) a sus residuos, sub productos y desechos, antes que buscar una disposición final adecuada?	Aprovechamiento alternativo
	8	¿La empresa toma medidas para reducir el impacto medioambiental en términos de transporte ?	Transporte
Uso sustentable de los recursos			
	9	¿La empresa tiene un programa de manejo óptimo e integral de sus recursos , cuyo objetivo sea el uso eficiente de sus materiales?	Manejo integral de recursos
	10	¿La empresa trata o reutiliza el agua en sus propias operaciones, y estimula la conservación de la misma dentro de su esfera de influencia?	Reutilización del agua
	11	¿La empresa cuenta con equipo, maquinaria, procesos, programas y/o metodologías que promueven el ahorro y	Ahorro y eficiencia energética

	la eficiencia energética?	
12	¿La empresa tiene programas para el uso responsable de insumos de oficina , en especial para reducir el uso de papel, agua, combustibles y energía eléctrica?	Uso responsable de insumos de oficina
13	¿La empresa evita que sus productos y/o servicios generen afectaciones negativas al medioambiente ?	Afectaciones de productos y servicios
14	¿La empresa trabaja en el diseño sustentable de sus productos y servicios , para aumentar su desempeño ambiental?	Oferta sustentable
15	¿La empresa cuenta con criterios ambientales para la adquisición de materiales y los utiliza en la selección de sus proveedores?	Criterios para selección de materiales
16	¿La empresa realiza iniciativas para el uso de fuentes de energía renovable aplicables en todas sus actividades?	Energía renovable
Mitigación y adaptación al cambio climático		
17	¿La empresa estima, registra y proporciona información sobre sus emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI) ?	Estimación emisiones GEI
18	¿La empresa implementa medidas para reducir y minimizar de manera progresiva las emisiones directas e indirectas de GEI que se encuentran dentro de su operación y cadena de suministros?	Reducir emisiones de GEI
19	¿La empresa reduce el uso de combustibles fósiles y los impactos de su uso, con el objetivo de minimizar las emisiones de GEI del ciclo de vida?	Reducción del uso de combustibles fósiles
20	¿La empresa considera proyecciones climáticas globales y locales a futuro para identificar riesgos e integrar la adaptación al cambio climático a su proceso de toma de decisiones?	Proyecciones climáticas
21	¿La empresa identifica oportunidades y riesgos para evitar o minimizar daños asociados al cambio climático?	Oportunidades de minimizar riesgos y daños
22	¿La empresa hace uso de mecanismos que aminoren o compensen el impacto al medio ambiente, ocasionado por sus operaciones, actividades y/o productos ?	Impacto de operaciones
Protección y restauración del ambiente natural		
23	¿La empresa identifica los impactos negativos y potenciales sobre los ecosistemas y la biodiversidad generados por sus operaciones y las de su cadena de suministros?	Impactos negativos en ecosistemas
24	¿La empresa implementa prácticas de planificación, diseño y operación, así como formas para minimizar los posibles daños ambientales resultantes de sus decisiones sobre el uso de suelo ?	Uso de suelo
Educación y cultura ambiental		

25	¿La empresa cuenta con un programa de capacitación interno en temas de cuidado y preservación del medio ambiente ?	Programas de capacitación
26	¿La empresa realiza programas de educación ambiental dirigidos a sus colaboradores y grupos de relación?	Educación ambiental
27	¿La empresa motiva y hace partícipe a toda su comunidad laboral y/o su cadena de valor en sus programas ambientales ?	Participación en programas ambientales
28	¿La empresa ha realizado una o más campañas de comunicación con temas de desarrollo sustentable o resaltando sus logros ambientales?	Campañas de comunicación ambiental
29	¿La empresa difunde a la comunidad externa información ambiental general, reportes explícitos sobre su impacto ambiental e información sobre sus programas y políticas ambientales?	Información ambiental externa
30	¿La empresa fomenta la cultura ambiental interna , distribuyendo información continua y permanente?	Cultura ambiental interna
Otro subtema		
31	Indicar qué otro(s) subtema(s) dentro de Ambiente está atendiendo su empresa	

Fuente: Tomado de Cemefi, 2015.

2.2. Otras iniciativas relacionadas con la RSC

Además de la iniciativa del Cemefi, se concibe la existencia de otras en relación al ámbito de la RSC, tal es el caso del Informe Global y la norma ISO 26,000.

2.2.1. La iniciativa del Informe Global

La Iniciativa del Informe Global (GRI), es una organización no lucrativa que se fundó en 1997 en Estados Unidos por la Coalición de Economías Responsables Ambientalmente (CERES) y el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA), donde actualmente la sede se localiza en Ámsterdam, sin embargo, la GRI cuenta con oficinas regionales en Australia, Brasil, China, India y Estados Unidos.

El propósito de la GRI es impulsar la elaboración de memorias de sustentabilidad en todo tipo de organizaciones en todo el mundo a través de un marco para la elaboración de las mismas. Dicho marco establece los principios e indicadores que las organizaciones pueden utilizar para medir y dar a conocer su desempeño económico, ambiental y social;

incluido el conjunto de guías para la elaboración de estas memorias de sustentabilidad. Cabe mencionar que estas guías se encuentran disponibles sin ningún costo para las personas o empresas que las requieran y que no implica un proceso de certificación sino pretende ser una propuesta voluntaria en materia de responsabilidad social corporativa.

La visión de la GRI es contribuir a “una economía global sustentable donde las organizaciones gestionen responsablemente su desempeño e impactos económicos, ambientales y sociales, y elaboren memorias de una forma transparente” (GRI, 2015).

Por otra parte, la misión de la GRI es “hacer de la elaboración de memorias de sostenibilidad una práctica habitual proporcionando orientación y respaldo a las organizaciones” (GRI, 2015).

En la visión y misión de la organización GRI, se puede observar de manera concreta la finalidad de esta organización. En este sentido el GRI se percibe como una iniciativa para que las empresas contribuyan al desarrollo sustentable con el apoyo de un instrumento que les permita rendir cuentas en base a indicadores de desempeño ambiental, social y económico, en aspectos de: compromisos y obligaciones con accionistas, empleados y clientes; obligaciones fiscales; uso e impacto de aguas, energía, materiales, biodiversidad y gases; prácticas y políticas laborales, de derechos humanos; impacto social entre otros (GRI, 2015).

2.2.2. ISO 26000

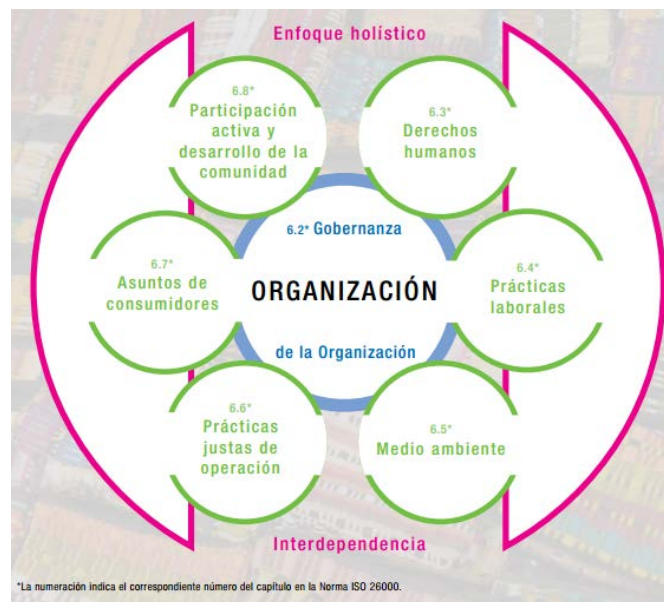
La norma internacional voluntaria ISO 26000:2010, es una guía sobre responsabilidad social corporativa. Su propósito es ser un primer paso para ayudar a todo tipo de organizaciones tanto del sector público como privado a considerar la implementación de dicha norma como una forma de alcanzar los beneficios de operar de manera socialmente responsable.

Entre los beneficios que las empresas que decidan por alinear sus actividades productivas a esta norma se encuentran:

- Ventaja competitiva.
- Reputación.

- Capacidad para atraer y retener a trabajadores o miembros de la organización, clientes o usuarios.
- Mantenimiento de la motivación, compromiso y productividad de los empleados.
- Percepción de los inversionistas, propietarios, donantes, patrocinadores y comunidad financiera.
- Relación con empresas, gobiernos, medios de comunicación, proveedores, organizaciones pares, clientes y la comunidad donde opera.

Figura 8. Ámbitos de la RSC de la norma ISO 26000:2010



Fuente: Tomada de norma ISO 26000:2010.

Como se puede observar en la figura 8, la orientación de esta iniciativa de RSC es hacia la forma en que la organización realiza sus actividades, por lo que propone seis ámbitos o áreas: derechos humanos, prácticas laborales, medio ambiente, prácticas justas de operación, asuntos de consumidores, participación activa y desarrollo de la comunidad.

Según la organización ISO, la norma ISO 26000 es de carácter voluntario y no implica requisitos debido a que ninguna certificación constituye hasta el momento una demostración de conformidad respecto a esta norma internacional.

2.2.3. Aspectos ambientales comunes entre GRI, CEMEFI e ISO26000

Como se mencionó el GRI representa un conjunto de guías para la realización de memorias donde las empresas pueden declarar de manera voluntaria, las acciones económicas, sociales y ambientales que realizan con el fin de contribuir al desarrollo sustentable con una economía global sustentable. Por su parte el Cemefi, representa un distintivo que identifica a las empresas que bajo sus principios son socialmente responsables en México (ISO 26000, 2010; Cemefi, 2014 y GRI, 2015).

En el caso de la norma ISO 2600, representa una guía para que las empresas inicien un proceso de contribución hacia el desarrollo sustentable a través de las acciones de RSC. Sin embargo, pese a que cada una de estas iniciativas presenta diferentes instrumentos para medir la RSC, tienen en común ciertos aspectos en cada uno de sus ámbitos (ISO 26000, 2010; Cemefi, 2014 y GRI, 2015).

Tabla 5. Indicadores en común de las iniciativas GRI y Cemefi

Aspectos del ámbito ambiental de la RSC	CEMEFI	GRI	ISO26000
Cumplimiento legal	X	X	
Prevención de la contaminación	X		X
Protección del medio ambiente	X	X	X
Políticas ambientales	X		
Inversión	X		
Emisiones, vertidos y residuos	X	X	
Mitigación y adaptación al cambio climático	X		X
Materiales	X	X	
Entrada y salida de recursos	X		
Uso sustentable de recursos	X		X
Transporte	X	X	
Manejo de impacto ambiental	X		
Energía	X	X	
Agua	X		
Instalaciones	X		
Programas ambientales	X		
Información y comunicación ambiental	X	X	

Fuente: Elaboración propia a partir de ISO2600, 2010; Cemefi, 2014 y GRI, 2015.

La tabla 5, presenta los aspectos de las tres iniciativas para medir el nivel de responsabilidad específicamente del ámbito o dimensión ambiental de la RSC. Se puede observar que la iniciativa del Cemefi coincide con todos los aspectos ambientales de las otras dos iniciativas. Sin embargo esto no significa que la GRI o la norma ISO 2600 no considere el resto de los aspectos donde no coincidieron, ya que algunos de estos aspectos fueron definidos como ámbitos o áreas en la estructura de los instrumentos para medir el nivel de RSC que utiliza cada iniciativa.

Es posible que por esta situación, algunas empresas combinen instrumentos de las iniciativas para identificarse como empresas socialmente responsables. Como se mencionó, el GRI no representa ningún costo monetario para utilizar el instrumento de medición al igual que la norma ISO 2600 de responsabilidad social, sin embargo, el Cemefi si conlleva dicho costo. No obstante, en México el Cemefi no sólo proporciona un instrumento de evaluación de la RSC, sino es la institución que distingue a las empresas socialmente responsables en el país.

Capítulo III. Metodología

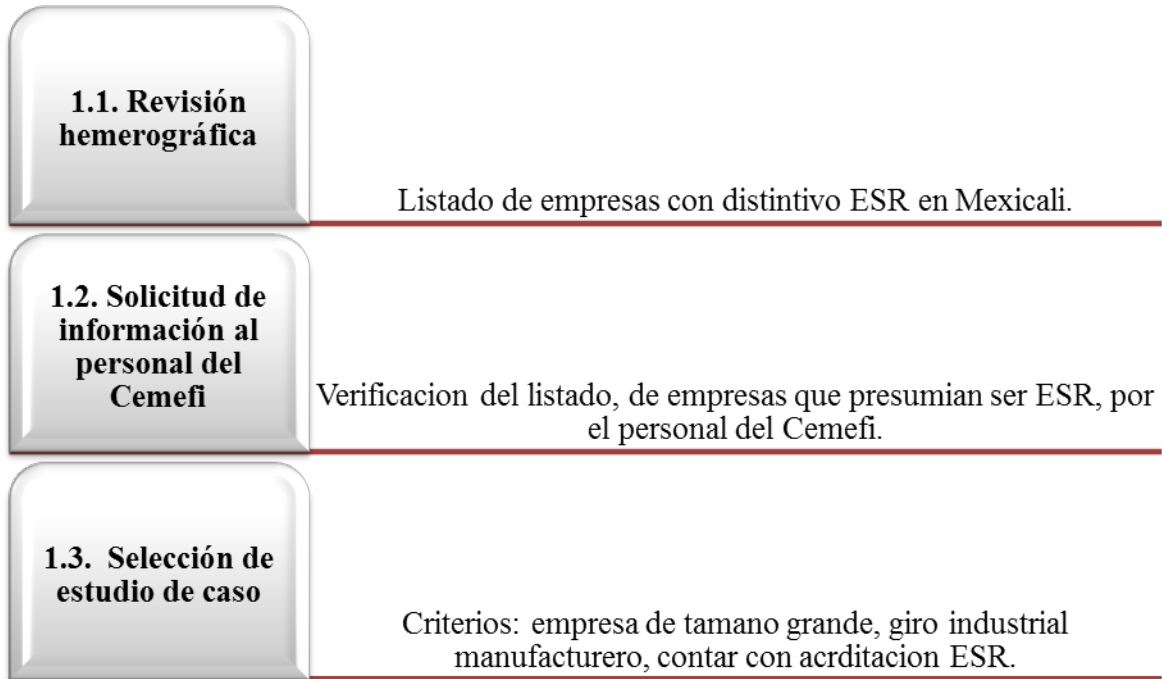
En este apartado se indican los pasos seguidos para contestar la pregunta de investigación y cumplir los objetivos planteados.

3.1. Selección del método

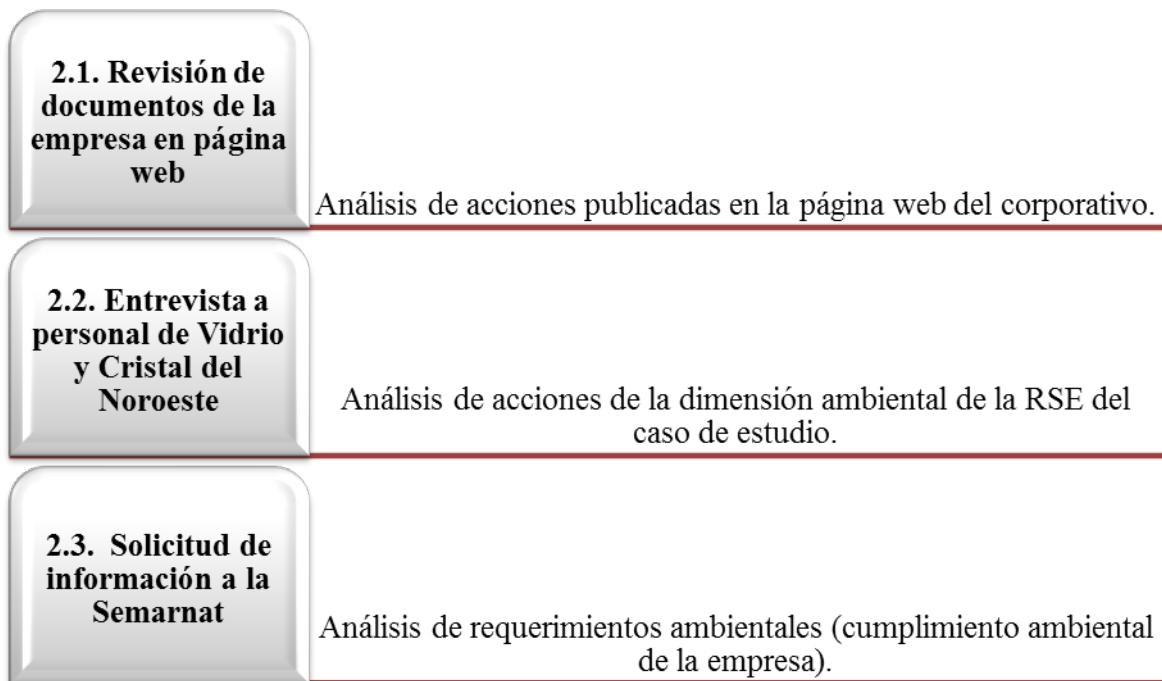
El objetivo planteado para esta investigación fue explorar la responsabilidad ambiental corporativa de la empresa Vidrio y Cristal del Noroeste S.A. de C.V., en la ciudad de Mexicali, B. C., bajo la pregunta general de la investigación: ¿Cuál es el nivel de responsabilidad ambiental corporativa de la empresa Vidrio y Cristal del Noroeste S.A. de C.V., en la ciudad de Mexicali, B. C.? Y las preguntas específicas: ¿Cómo se define responsabilidad ambiental corporativa? ¿Cuáles son las acciones ambientales que cumple Vidrio y Cristal del Noroeste S.A. de C.V., de acuerdo con el marco de regulación ambiental vigente para la fabricación de vidrio? ¿Cuáles son las acciones ambientales de carácter voluntario que van más allá del marco regulatorio que realiza Vidrio y Cristal del Noroeste S.A. de C.V.? y ¿Cuáles son los factores que determinan las acciones ambientales de Vidrio y Cristal del Noroeste S.A. de C.V.?

Para contestar las preguntas anteriores se seleccionó una investigación de corte cualitativo, específicamente se optó por la estrategia de estudio de caso. Según Yin (2009), es uno de los métodos más utilizados en la investigación social enfocada a las organizaciones empresariales, debido a que permite entender el desarrollo de las mismas; lo que se puede corroborar con los estudios previos incluidos en este trabajo. La metodología empleada implicó dos etapas: selección del caso y levantamiento de la información (ver figura 9).

Figura 9. Metodología:
Etapa 1. Selección del caso



Etapa 2. Levantamiento de la información



Fuente: Elaboración propia.

3.1.1. Selección del caso

Los criterios para la elección del caso fueron los siguientes:

- a) Empresa manufacturera de la ciudad de Mexicali.
- b) De tamaño grande, es decir, contar con más de 250 empleados.
- c) Acreditada como empresa socialmente responsable (ESR) por el Cemefi.

El proceso detallado de la selección de caso fue el siguiente:

1.- Se consultó la página web del Cemefi para identificar a las empresas que cuentan con el distintivo ESR. Como resultado de la búsqueda se logró obtener la lista de las empresas que obtuvieron el distintivo ESR en 2014, sin embargo, la lista no especificaba la ubicación de cada una de las empresas, ni el ramo o giro y tampoco el tamaño, por lo tanto el resultado de la búsqueda no logró arrojar nombres de empresas que cumplieran con los criterios establecidos, por lo que se optó en realizar de manera empírica una investigación hemerográfica.

2.- Se realizó una investigación hemerográfica con el objetivo de identificar a las empresas que tuvieran el distintivo de empresa socialmente responsable (ESR). Inicialmente se incluyeron empresas del sector servicios debido a que las fuentes consultadas no permitían identificar el sector económico al que pertenecían. Como resultado de la búsqueda se obtuvo una lista de 27 empresas establecidas en Mexicali, que según las fuentes hemerográficas contaban con el distintivo de ESR.

3.- Se verificó el inventario de empresas con el distintivo ESR con el propósito de validar la información. Para ésto, se hizo una solicitud al personal del Cemefi de corroborar la lista anterior de 27 empresas de las cuales 9 pertenecen al sector servicios y 18 al sector manufacturero, con la información contenida en sus expedientes. La respuesta por parte del líder de acreditación y servicios en responsabilidad social empresarial del Cemefi fue que más del 50% de las empresas de la lista mencionada (ver tabla 6) no contaban actualmente con el distintivo ESR, debido a que nunca habían participado para obtenerlo o porque no estaba actualizado, además, aquellas que sí se encontraban acreditadas como ESR lo

hicieron a nivel corporativo, como el caso de Cemex, Sabritas, SuKarne, Vidrio y Cristal del Noroeste S.A de C.V. (Vitro Mexicali). Otras empresas como Kenwort y Fukurama de México se encontraban en proceso para obtener su acreditación en la convocatoria del 2015, pero por los tiempos, recursos disponibles y disposición por parte de las empresas se seleccionó a la empresa Vidrio y Cristal del Noroeste S.A. de C.V., filial del corporativo Vitro.

Tabla 6. Empresas en Mexicali que por diversos medios de comunicación presumen contar con distintivo ESR del Cemefi

Sector servicios	Sector manufacturero	Sector manufacturero
Oxxo	Valutech	Cemex
Coca-Cola FEMSA	Sabritas	Bimbo
3M.	Cosmar Produce	Meditronic
Grupo URBI	Telvista	Sunpower
Casa GEO	Vidrio y Cristal del Noroeste	Fetasa
Wal-Mart	Fetasa	Data Products
FEMSA	Data Products	Breg
Deloitte	Breg	Furukawa de México
IAMSA	Skyworks	Kenworth

Fuente: Elaboración propia a partir de La Crónica, 2008; Bimbo, 2014; Cemex, 2014; Marques, 2014 y Vitro, 2014.

3.1.2. Levantamiento de la información

El levantamiento de la información tuvo tres fases: una investigación documental, para identificar las acciones del aspecto ambiental de la RSC que presenta la empresa; realización de una entrevista semiestructurada aplicada a personal de la empresa el 14 de noviembre de 2014 en las instalaciones de la empresa Vidrio y Cristal del Noroeste S.A. de C.V., con el propósito de identificar el nivel de responsabilidad ambiental que presenta la empresa; y por último, la solicitud de información específica a la Semarnat con el propósito

de identificar los aspectos y acciones que son parte del cumplimiento ambiental de la empresa.

En la primera fase se realizó una investigación documental mediante la revisión de diversos documentos disponibles en la página web del corporativo al que pertenece la empresa. En la segunda fase, se logró la entrevista a un empleado de la empresa que por motivos de confidencialidad se reserva su nombre real así como el puesto que desempeñaba en la misma. Una vez que se identificaron las acciones ambientales de la información obtenida en la entrevista, se revisó la información que se logró obtener por parte de la Semarnat para identificar las acciones ambientales reguladas de la empresa, cabe mencionar que el acceso a los documentos con la información del cumplimiento ambiental de la empresa que se encuentra en la Semarnat es difícil, pues a partir de febrero de 2015 se iniciaron las visitas a la Semarnat para solicitar la información específica de la empresa, donde después de varias visitas no se lograba tener acceso a la información, así que se pidió una entrevista con un funcionario del área de inspección industrial que finalmente no proporcionó información documental, por lo que después se solicitó una cita con el encargado del área jurídica de la Semarnat quien explicó el proceso a través de la página web del Instituto Nacional de Transparencia y Acceso a la Información (INAI) con el fin de tener acceso a las cédulas de operación anual de la empresa con un periodo de espera para obtener la documentación desde la unidad de enlace de la Semarnat a la ciudad de Mexicali de dos a seis meses.

La información de competencia estatal se solicitó a la Secretaría Protección al Ambiente (SPA) a través del sistema de transparencia de la información del gobierno de Baja California.

Finalmente, en ambos casos se logró obtener la información solicitada en junio de 2015, lo que llevó al análisis de toda la información obtenida en las tres fases de la segunda etapa de la metodología aquí planteada, donde: se obtuvo el nivel de responsabilidad ambiental por parte del empleado de la empresa; se identificaron las acciones de la empresa a través de documentos de la misma; y se identificó qué debía cumplir la empresa en términos ambientales.

3.2. Selección de técnica e instrumento

Además de la selección del método, otra etapa en el proceso de investigación cualitativa es la técnica, la cual se aplica con el fin de recabar y analizar la información. Se pueden utilizar varias, pues la naturaleza del problema que se plantea así como los requerimientos de la propia investigación, definirán las estrategias a utilizar en los diferentes momentos del proceso (Munarriz, 1992). Desde esta perspectiva, se eligió como técnica a la entrevista semiestructurada.

Una ventaja de la entrevista semiestructurada es que permite a través de un instrumento como la guía de entrevista, elaborar preguntas preestablecidas o tópicos de temas (Tarrés, 2001). Aquí se elaboró una guía de entrevista aplicada a un empleado de la empresa que como se mencionó anteriormente se omiten sus datos para proteger su identidad (ver anexo 1). El instrumento de apoyo para la entrevista fue la grabadora, ya que según Tarrés (2001) al grabar la información de viva voz del entrevistado a través de algunos cuestionamientos generales, permite hacer un mejor análisis de la información obtenida.

3.2.1. Operacionalización del concepto de responsabilidad ambiental corporativa

Para contestar la pregunta general ¿Cuál es el nivel de responsabilidad ambiental corporativa de la empresa Vidrio y Cristal del Noroeste S.A. de C.V., en la ciudad de Mexicali, B.C.? Se utilizó como concepto eje de esta investigación la responsabilidad ambiental corporativa que se define como “el comportamiento ambiental de las empresas u organizaciones, en términos de acciones o prácticas ambientales, lo que incluye cumplir con el marco legal ambiental vigente y con las acciones que va más allá de éste”, el cual se operacionalizó como se muestra en la tabla 7.

Tabla 7. Operacionalización de variables

Objetivo general	Concepto	Definición operacional	Dimensiones		¿Qué quiero saber?
Explorar la responsabilidad ambiental corporativa de la empresa Vidrio y Cristal del Noroeste en la ciudad de Mexicali, B. C.	Responsabilidad Ambiental Corporativa (RAC), es entendida como el comportamiento ambiental de las empresas u organizaciones, en términos de acciones o prácticas ambientales, lo que incluye cumplir con el marco legal ambiental vigente y con las acciones que van más allá de este.	Responsabilidad Ambiental Corporativa (RAC): Se entiende como el comportamiento ambiental de Vidrio y Cristal del Noroeste que se refleja en sus acciones ambientales reguladas y no reguladas de acuerdo al marco ambiental legal vigente.	⇒	Acciones ambientales reguladas	Cumplimiento ambiental: - Marco legal ambiental específico para la empresa Vidrio y Cristal del Noroeste.
			⇒	Comportamiento ambiental de la empresa Acciones ambientales más allá de lo que exige el marco legal ambiental	Compromisos y actividades realizadas por la empresa que no son exigidas por la normatividad ambiental vigente: - Política ambiental. - Compromisos. - Inversión. - Relaciones con grupos de interés. - Obtención del distintivo ESR. - Factores determinantes.

Fuente: Elaboración propia.

Lo anterior permitió obtener las categorías que darían pie a la construcción de la guía de entrevista aplicada en el levantamiento de la información. Se tomó el concepto de RAC que trata del comportamiento ambiental de la empresa, el cual implica dos tipos de acciones ambientales: las reguladas por un marco ambiental legal vigente específico para la industria del vidrio, y las acciones no reguladas, es decir, aquellas actividades que muestren no solo interés, preocupación, compromiso y actitud a favor de la protección de los recursos naturales, sino también el impacto que dichas acciones presentan ante el cuidado de estos recursos en toda la empresa.

Capítulo IV. Estudio de caso: Vidrio y Cristal del Noroeste S.A. de C.V.

En este capítulo se presentan los resultados del estudio de caso de la empresa Vidrio y Cristal del Noroeste S.A. de C.V., se inicia con los antecedentes del corporativo Vitro al cual pertenece nuestro estudio de caso, así como sus características generales y la ruta de su proceso productivo. Además, se describen las acciones ambientales que la empresa realiza en página web así como los obtenidos con los datos de la entrevista. Finalmente se muestra una síntesis de las acciones ambientales que son obligatorias y las que no lo son, de acuerdo con el marco regulatorio ambiental vigente aplicable a esta empresa.

4.1. El corporativo Vitro: antecedentes

Vidrio y Cristal del Noroeste S.A. de C.V., es una empresa que se dedica a la fabricación de vidrio plano principalmente, se ubica en la ciudad de Mexicali, Baja California, México, sin embargo, es una subsidiaria del corporativo Vitro Sociedad Anónima Bursátil². La matriz de este corporativo se localiza en Monterrey, Nuevo León, México, y sus orígenes datan desde 1909 cuando inició operaciones con el nombre de Vidriera Monterrey, la cual se enfocó a la producción de envases de vidrio (Flores, 2000 y Vitro, 2014).

4.1.1. Productos

Con el propósito de diversificar la oferta de sus productos, Vitro, abrió en 1929 la primera fábrica de vidrio plano, y en 1935 comenzó a exportar productos a otros países de América Latina. Ya en 1942, la compañía creó lo que actualmente se conoce como Industria de Álcali para producir materias primas, y un año después la fabricación de máquinas inició operaciones para desarrollar tecnología industrial propia. El auge aumentó de tal forma que en 1968 arrancó la primera línea de proceso de vidrio flotado en Vidrio Plano de México, y en 1974 Vitro comenzó a cotizar en la Bolsa Mexicana de Valores (Vidro, 2014).

² A Vitro sociedad anónima bursátil, se le llamará a partir de este momento Vitro y se referirá al corporativo.

En 1981 la compañía instaló una planta de vidrio flotado en García, Nuevo León; y en 1985 nació la empresa Vitro Packaging con el fin de comercializar y distribuir envases de vidrio en Estados Unidos; además, en ese mismo año Vitro adquirió la empresa Vidrio Lux, la cual fue la más grande productora de envases en Bolivia (Flores, 2000 y Vitro, 2014); y una década más tarde se creó Vitro Colombia, productora y distribuidora de vidrio automotriz y arquitectónico. En el siglo XXI el crecimiento de Vitro continuó, muestra de éste es la empresa Cosmos una de las más grandes del mundo que arrancó operaciones en 2007 (Vidro, 2014).

De esta manera Vitro cuenta con una historia de más de cien años de su crecimiento industrial, la cual también contribuye a los objetivos de la compañía que se enfocan en satisfacer la demanda de diversos mercados en los ramos de alimentos, bebidas, vinos, licores, cervezas, cosméticos y farmacéuticos, así como el automotriz y arquitectónico, además de proveer materias primas, maquinaria y equipo para uso industrial (Vidro, 2014).

4.1.2. Presencia en México y América Latina

En México, la compañía multinacional Vitro, es actualmente líder en la fabricación de vidrio, y a nivel internacional es una de las más importantes en este giro. Cuenta con dos negocios: envases de vidrio y vidrio plano. Sus empresas filiales suman veintiocho, las cuales producen, procesan, distribuyen y comercializan artículos que se dirigen no sólo al mercado nacional, sino también al mercado internacional en países como Alemania, Argentina, Barbados, Bolivia, Brasil, Canadá, Chile, Colombia, Corea del Sur, Costa Rica, Cuba, El Ecuador, El Salvador, España, Estados Unidos, Filipinas, Francia, Grecia, Guatemala, Honduras, Italia, Japón, Nicaragua, Panamá, Perú, Polonia, Puerto Rico, Reino Unido, Rusia, Suiza, Trinidad y Tobago, Uruguay y Venezuela. Cuenta con las marcas Crinamex, VPM, Vitrocar, Álcali, Sal Hada, entre otras. Como resultado de sus operaciones productivas en 2013 la compañía reportó ventas por \$1,675 millones de dólares y contrató a 15,730 personas (Vidro, 2014).

Los envases y el vidrio plano que Vitro comercia se fabrican en diversas empresas filiales y/o subsidiarias como ya se mencionó. Dichas empresas están instaladas tanto en

México como en otros países de América Latina, tal es el caso de Bolivia, Brasil, Colombia, Costa Rica, Estados Unidos, Guatemala y Panamá (ver tabla 8).

Tabla 8. Instalaciones de Vitro en México y otros países de América Latina

ENVASES		VIDRIO PLANO	
México	Otros países de América Latina	México	Otros países de América Latina
Vitro Packaging de México	Vitro Envases Norteamérica	Viméxico	Vitro Colombia
Servicios Integrales de Acabados	Industria del Álcali	Vitro Vidrio y Cristal	Vitro Do Brasil Industria E Comercio
Fabricación de Máquinas	Comercializadora Álcali	Vitro Automotriz	Productos de Valor agregado en Cristal
Vidriera Guadalajara	Servicios Industria del Álcali	Vitro Red	
Vidriera Los Reyes	Vidrio Lux	Vidrio y Cristal del Noroeste	
Vidriera Monterrey	Vitro Packaging	Vitrocar	
Vidriera Querétaro		Cristales Inastillables de México	
Vidriera Toluca		Vitro Rotado Cubiertas	
		Vidrio Plano de México Lan	
		Cristales Automotrices	

Fuente: Elaboración propia a partir de Vitro, 2014.

Se puede observar en la tabla 8, el número de empresas que se localizan en otros países de América Latina, los cuales representan aproximadamente 32% de las empresas subsidiarias de Vitro, de esta cifra el 21% se dedica a la fabricación, distribución y comercialización de envases de vidrio, mientras que el 11% restante se dedican a la fabricación de vidrio plano.

Por otra parte, el mayor número de instalaciones de Vitro se concentra en México y representa aproximadamente el 68% de sus empresas subordinadas, de las cuales el 29% se dedican a actividades relacionadas con la fabricación, distribución y comercialización de envases de vidrio, mientras que el 39% restante se dedican a la fabricación, distribución y

comercialización de vidrio plano. En esta última categoría se encuentra la empresa Vidrio y Cristal del Noroeste S.A. de C.V., como se mencionó al principio del capítulo.

4.1.3. Visión, misión y valores

Misión

Vitro es una empresa comprometida con el cliente, que se dedica a ofrecer productos y servicios de valor agregado, en marcas rentables y en crecimiento.

Visión

Convertirnos en una empresa líder en la industria del vidrio en términos de rentabilidad, calidad y servicio.

Valores

Orientación al cliente: el cliente como origen y destino final de nuestro negocio.

Calidad: satisfacer y superar siempre las expectativas de los clientes.

Creatividad e innovación: buscar permanentemente nuevas ideas para crear y mejorar nuestros productos y servicios.

Integridad: Cumplir y superar lo que se espera de nosotros.

Trabajo en equipo: Sumar talentos y esfuerzos como única forma de trabajo (Vitro, 2014).

Cabe mencionar que el aspecto ambiental no se encuentra presente en la redacción de la misión, visión y tampoco en los valores del corporativo. Sin embargo, esta situación no implica que el corporativo no cuente con una política ambiental.

4.1.4. Modelo Vitro de sustentabilidad

Vitro implementó un esquema organizacional que actúa como marco normativo para la gestión de las actividades que la compañía y sus colaboradores (inversionistas y empleados) realizan. Este esquema o modelo Vitro de sustentabilidad (como lo llama la empresa en su discurso), requiere directrices que guíen las acciones orientadas al compromiso de Vitro con el desarrollo sustentable. Estas directrices se nutren a su vez, de una cultura organizacional que tiene como base la gestión corporativa responsable (Vitro, 2013). Esta

última, es una estructura de gobierno corporativo³ que presenta estándares para ampliar el acceso al capital global y reducir el costo que esto implica, además, se facilita el acceso a la adquisición de nuevas tecnologías, a introducirse a nuevos mercados así como a lograr una proyección global. En este sentido, de acuerdo con Bernal, Oneto, Penfold, Schneider y Wilcox (2012), los beneficios de la responsabilidad social se extienden desde el mercado a las compañías y a sus infraestructuras, a sus clientes y en última instancia, a la sociedad en general y la economía de la misma. Con todo esto se puede pensar que dicho gobierno corporativo puede ser sólo una estrategia para lograr todos estos beneficios que de otra forma sería muy complejo.

En este caso, Vitro ha establecido normas que guían las actividades no sólo del corporativo, sino de todas sus empresas subsidiarias, como la norma de competitividad integral, actitud humana y medio ambiente que se describen a continuación.

a) Competitividad integral

Esta norma plantea mantener la competitividad de la empresa a partir de soluciones sustentables y de valor agregado de sus productos con la responsabilidad de desarrollarse en forma rentable, viable, transparente y con acciones sustentables, todo con el propósito de ser una empresa competitiva. Señala el desarrollo de las relaciones con los clientes y cadena de valor, así como incursionar en nuevos mercados y tecnologías (Vidro, 2014).

Cabe mencionar que los beneficios que Vitro ha obtenido con esta estrategia son reconocimientos de instituciones nacionales e internacionales como la Asociación Mexicana de Envase y Embalaje, el Glass Packaging Institute y la World Packaging Organization en temas de calidad, inocuidad, seguridad, gestión ambiental, responsabilidad social y desempeño ético (Vidro, 2014).

³ “El Gobierno Corporativo es definido ampliamente como la correcta asignación de poderes y responsabilidades entre el directorio, la administración y los propietarios de una empresa” (Bernal, Oneto, Penfold, Schneider y Wilcox, 2012).

b) Actitud humana

Con esta norma la compañía busca garantizar el crecimiento y el bienestar de sus grupos de interés que son sus empleados e inversionistas, pues parte de las principales características de un gobierno corporativo es que los empleados son considerados colaboradores, ellos tienen delegada tal responsabilidad que pueden sentir que son como dueños de la compañía, inclusive algunos de ellos llegan a poseer acciones de la compañía como estrategia para contar con su lealtad y cumplimiento con los objetivos de ésta; sin embargo, en el discurso del corporativo, esta norma se orienta a la contribución del desarrollo laboral, personal y social de las comunidades en las que tiene ésta presencia. Algunas de las inversiones sociales sustentables —como las llama Vitro— son el museo del vidrio; formación educativa desde preescolar hasta secundaria a través de cuatro planteles en Nuevo León, Monterrey; un programa de donación en el que participan más de 24 mil colaboradores de 228 empresas diferentes con el fin de ofrecer servicios médicos gratuitos a la comunidad; y la Red SumaRSE Nuevo León, donde algunas empresa en conjunto impulsan proyectos culturales, educativos, de calidad de vida y esparcimiento en las comunidades (Vitro, 2014).

c) Medio ambiente

Por último, la norma de medio ambiente establecida por Vitro corporativo como parte de su marco, tiene el propósito de garantizar el respeto a la legislación, el medio natural y las prácticas sociales de todas las comunidades donde tienen presencia, pero también de dar cumplimiento a la implementación de procesos eficientes, así como difundir información clara sobre los productos y el apego a altos estándares de respeto al ambiente, ya que según Vitro, son clave en sus prácticas cotidianas.

La empresa dice mantener una premisa de eficiencia en su enfoque ambiental porque el vidrio se puede reprocesar indefinidamente siempre y cuando sea manejado de forma adecuada, lo que permite la conservación de los recursos naturales de la Tierra, pues la degradación natural del vidrio lo convierte de nuevo en arena, sin liberar sustancias que pudieran ser nocivas para el medio ambiente, por lo que el impacto directo de sus productos

sobre la biodiversidad al terminar su ciclo de vida es prácticamente nulo, señala Vitro, y de esta manera es como aporta al desarrollo sustentable, ya que el vidrio es 100% reciclable y se puede reintegrar por completo a su propio proceso industrial, razón por la que la empresa cuenta con un programa permanente de reciclaje de vidrio en México, el cual requiere clasificación y tratamiento de vidrio para eliminar impurezas y asegurar la calidad del producto resultante. También con este programa, se fortalecen y se crean alianzas estratégicas de reciclaje con instituciones educativas, hospitales, asociaciones civiles, clientes, municipios y establecimientos comerciales, cuyas actividades son apoyadas por Vitro bajo el programa Por Un Mundo Más Transparente (Vidro, 2014). Además, la empresa dice apoyar a diversas iniciativas en materia de medio ambiente como lo son:

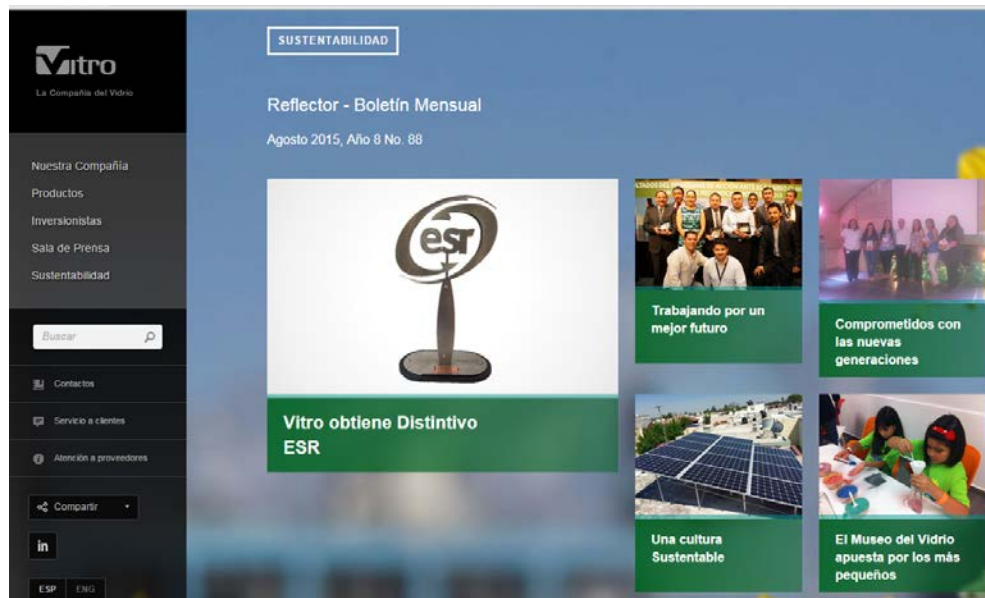
- Vitro Parque El Manzano. Ofrece áreas de acampar y cabañas abiertas al público, promueve programas permanentes de concienciación ambiental a los visitantes.
- Parque Ecológico Chipinque. Área natural protegida que busca la conservación de la biodiversidad, promoviendo una cultura de respeto y aprecio por la naturaleza y garantizando a las futuras generaciones este invaluable patrimonio.
- Organización Vida Silvestre. Conserva la flora y fauna silvestres a través de programas de investigación científica para el manejo sostenible de ecosistemas y de la promoción de proyectos de educación ambiental (Vidro, 2014).

En sí la gestión corporativa responsable de Vitro es parte de una estrategia de mercado a la que Vitro llama modelo de sustentabilidad y conlleva un discurso donde el corporativo señala contar con la perspectiva de mantener siempre una operación ética, eficiente y rentable, que responda a las necesidades de sus grupos de interés en el corto, mediano y largo plazo, así como generar valor y compartir sus beneficios con la comunidad de manera transparente. Además, dice entender que el apego a los más altos estándares de gobierno corporativo fortalece la confianza, por lo que, es su responsabilidad mantener todas las decisiones dentro de un marco institucional sólido, el cual busca implementar instrumentos de salvaguarda y supervisión capaces de alinear los incentivos de todos sus grupos de interés (inversionistas, clientes y empleados) (Vidro, 2013).

Para garantizar que las acciones de cada empleado estén sustentadas en el interés de la organización y en apego estricto a las leyes, la empresa cuenta con un código de conducta de negocios y ética empresarial. Dicho documento regula la solución de situaciones donde exista conflicto de interés, los préstamos al personal, el uso de instalaciones, materiales e información de Vitro, las relaciones de trabajo con proveedores, clientes, competidores y comunicación interna, entre otros. También la empresa cuenta con un buzón de transparencia que es un canal de comunicación anónimo, seguro y abierto para que cualquier persona pueda expresarse en caso de detectar incumplimientos de su código de ética (Vidro, 2014).

Por último, el discurso de la gestión corporativa responsable de Vitro plantea su compromiso con la transparencia y la conducta responsable en todos los niveles de la organización, y para cumplir con esto la empresa utiliza lo que llama “boletín de prensa”, este tiene la función de informar a los grupos de interés acerca de los acontecimientos y acciones que se llevan a cabo en materia de responsabilidad social corporativa (ver figura 10).

Figura 10. Boletín informativo de Vitro Enero 2015



Fuente: Tomado de Vitro, 2015.

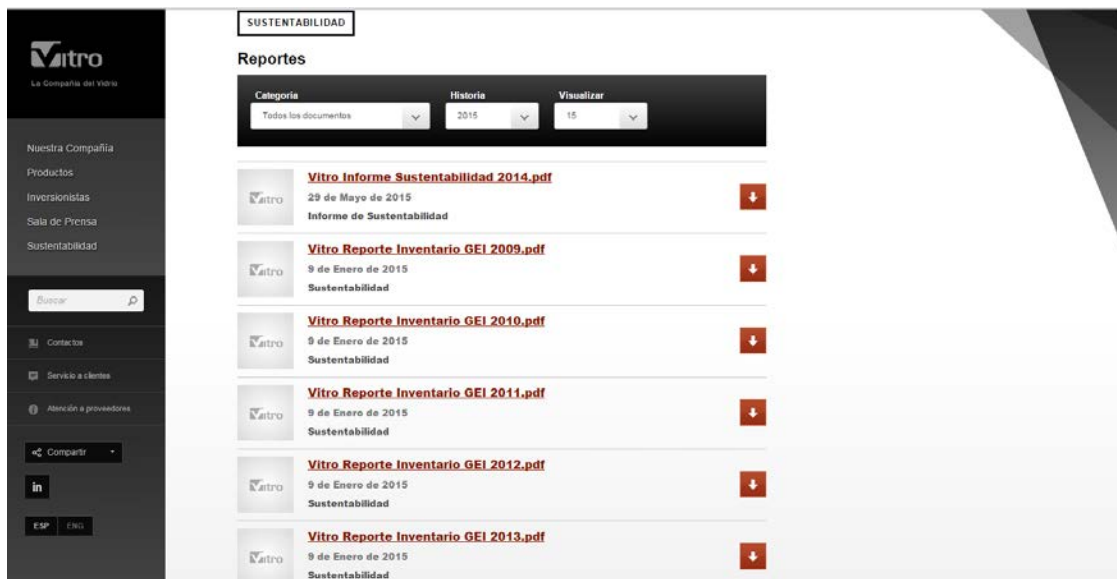
Otros instrumentos que los grupos de interés pueden consultar en línea (internet), son los reportes o memorias de sustentabilidad y los reportes de gases de efecto invernadero (GEI), con el fin de rendir cuentas sobre su comportamiento ambiental (Ver figura 11). Sin embargo, al único que la autora pudo tener acceso es al del año 2009, los otros aparecieron inhabilitados al momento que se pretendió descargarlos para su consulta (Vitro, 2014).

En este sentido, se encontró que la compañía emitió su primer reporte en el año 2006. La memoria más reciente es la que se publicó en 2014, la cual comunicó los avances en la aplicación del modelo de sustentabilidad de Vitro así como los alcances de las iniciativas y programas implementados del 1 de enero al 31 de diciembre de 2013.

Los datos que presentaron en dicha memoria o reporte incluyen las actividades realizadas por las subsidiarias sobre las cuales Vitro mantiene control en Bolivia, Brasil, Colombia, Estados Unidos y México, salvo que sea especificado de manera diferente. En este documento se describió la aplicación de los criterios G3.1 de Global Reporting Initiative (GRI), como parte de una ciudadanía corporativa responsable y transparente hacia los grupos de interés de la empresa (Vitro, 2013).

En esta memoria de 2013 Vitro reitera su compromiso con sus grupos de interés así como su constante búsqueda de nuevos mecanismos de interacción para contar con una perspectiva más profunda de las necesidades y expectativas de dichos grupos. Cabe mencionar que tales canales serán puestos en operación a lo largo de 2014, por lo que, los resultados de esta implementación se integrarán en el reporte que se publicará en el verano de 2015, como parte del estudio de materialidad de Vitro (Vitro, 2013).

Figura 11. Imagen que muestra un listado de reportes de inventario de GEI de VITRO



Fuente: Tomado de Vitro, 2015.

En el caso de los reportes de GEI estos se muestran en la sección de sustentabilidad dentro de la página del corporativo donde aparece el listado de las diferentes versiones de acuerdo con el año correspondiente a reportar, sin embargo, al intentar tener acceso a estos reportes sólo se puede revisar el correspondiente al 2009, el cual aparentemente es el primero que el corporativo realiza (Vitro, 2014).

En sí, estos son los aspectos que integran el modelo de sustentabilidad de Vitro así como los puntos clave de la información que cada uno de éstos abarca. Como se mencionó, este modelo de sustentabilidad aplica para toda las empresas filiales incluida Vidrio y Cristal del Noroeste S.A. de C.V., como también para las mismas aplican la misión, visión y valores a los que se ha comprometido el corporativo Vitro (Vitro, 2014).

4.1.5. Productos a nivel corporativo

Como se mencionó Vitro fabrica una amplia gama de productos de vidrio entre los que se encuentran:

a) envases para cualquier alimento, bebida o cosmético. Según Vitro (2014), estos envases contribuyen a proteger la salud del consumidor por su capacidad de preservar los nutrientes y sabores de los alimentos, sabores y frescura de las bebidas así como las características de ciertos cosméticos de belleza, además, dichos atributos cuentan con el respaldo de normas internacionales que avalan su inocuidad y funcionalidad.

b) Vidrio flotado, arquitectónico y automotriz. Estos productos se fabrican en México en los hornos de las subsidiarias Vidrio y Cristal localizadas en Nuevo León y Baja California, con tecnología para procesos de templado, laminado, doble acristalamiento, impresión digital, serigrafía y tratamiento easy-to-clean, entre otras, además cuentan con garantía de seguridad avalada por las normas emitidas por la Agencia de Cumplimiento para Fabricantes de Equipo Automotriz (AMECA, por sus siglas en inglés) de Estados Unidos —en el caso de vidrio automotriz—, así como otras normas internacionales de Europa y Asia—, pero también bajo las premisas de seguridad y desempeño (Vidro, 2014).

Sin embargo existen otros productos que Vitro fabrica, tales como maquinaria y equipo, y químicos como el carbonato de sodio, bicarbonato de sodio, cloruro de sodio y cloruro de calcio. Cabe mencionar que estos últimos se fabrican en la subsidiaria Industria del Alkali, una de las pocas empresas de la industria química que recibió el premio iberoamericano de calidad y el premio nacional de calidad en México y que además cuenta con certificaciones en ISO-9000:2000, ISO-14000 e Industria Limpia (Vidro, 2014).

4.2. Características generales de Vidrio y Cristal del Noroeste S.A. de C.V.

Entre las principales características de Vidrio y Cristal del Noroeste S.A. de C.V., destaca actualmente su inversión cien por ciento mexicana, tiene un total de 316 empleados de los cuales 14 son mujeres (García, 2014 [Entrevista]).

La empresa subsidiaria se instaló en Mexicali en 1992 con el nombre de Vitro Mexicali con el propósito de proveer principalmente al mercado vitivinícola creciente de la región con la fabricación de envases de vidrio, pero también a otras empresas del sector de alimentos y bebidas como Nestlé y Jumex. En 2001 la empresa decide dejar de fabricar envases de vidrio para incursionar en la fabricación de vidrio plano. En 2003 con el nombre de Vidrio y Cristal del Noroeste inició operaciones con nueva tecnología para fabricar este

producto en asociación con la empresa AFG de Estados Unidos, sin embargo, en 2007 el corporativo decide que Vidrio y Cristal del Noroeste S.A. de C.V., termine la asociación con la empresa estadounidense AFG, de esta manera, es como la empresa queda solamente con inversión nacional. En lo que se refiere a proveedores, éstos se localizan en Estados Unidos y abastecen las principales materias primas que son las arenas, en especial arena sílice, la cual constituye el setenta por ciento del material principal para la fabricación de productos de vidrio, sin embargo, en menor medida se consideraron algunos proveedores locales. En cuanto a sus clientes, el principal es una empresa local para la cual va dirigida la mitad de la producción anual, mientras que el resto es para abastecer a las plantas hermanas, es decir, a otras filiales del corporativo Vitro, lo cual significa que el 80% de la producción es para el mercado nacional y el 20% restante al estadounidense (García, 2014 [Entrevista]).

Con respecto a las políticas organizacionales de Vidrio y Cristal del Noroeste, como se mencionó en los antecedentes de la empresa, son las mismas que establece el corporativo Vitro, y esto se puede corroborar con la respuesta del entrevistado:

La visión es ser uno de los principales proveedores de producto de vidrio plano en la región a un bajo costo ¡al más bajo costo posible! obviamente manteniendo a los inversionistas y a los empleados bien, satisfechos. La misión al final de cuentas es el trabajo en equipo y la constante mejora continua de los procesos, es lograr nuestra visión, obviamente hay que fundamentarlo para poder lograrlo con los valores (García, 2014 [Entrevista]).

En esta misión y visión no se fijan de alguna manera metas ambientales formales a corto y largo plazo, sin embargo, el entrevistado menciona:

Cuando nacen la misión y la visión hace 11 años, no se tenía contemplado o no se veía manejar la cuestión ambiental. A raíz de que Vitro, [por convicción] —yo estoy consciente de que es por convicción propia—, quiere mantenerse dentro de los lineamientos ambientales. Sin duda, va a tener que cambiar esta política. En este momento, te confirmo ¡no! ¡no! la política y la visión tiene casi nada o por decir ¡nada! enfocado a la cuestión ambiental, pero ¡estamos trabajando! ¡y muy duro!, en la cuestión principalmente de ISO 14062 —los famosos gases efecto

invernadero—. Considero que en un tiempo vamos a tener que manejar la cuestión ambiental hasta en la visión y misión (García, 2014 [Entrevista]).

Vidrio y Cristal del Noroeste S.A. de C.V., identifica como sus valores los establecidos por el corporativo:

Los valores y principios los manejamos nosotros en cinco valores, son el..., rápidamente: trabajo en equipo, orientación al cliente, calidad, creatividad e innovación, este [último] creo yo [lo] tenemos muy arraigado aquí en Mexicali, y se me escapa tal vez uno o dos, pero son estos valores los principales (García, 2014 [Entrevista]).

4.3. Proceso de fabricación de vidrio plano

La empresa desconoce la ruta ambiental de su sistema productivo, pues sólo hace referencia al proceso de fabricación:

La arena sílica es traída de una mina a cielo abierto, la cual se le da un tratamiento de preparación, se tritura, se le da cierta granulometría, cumple la especificación y se manda por camión o carro de ferrocarril, llega aquí a la planta, se le muestra la carta de calidad del proveedor, se descarga a unos silos esa arena. Ya en los silos de acuerdo a una fórmula preestablecida entra al horno, se mezcla, se mezcla con más componentes y entra al horno. En el horno se funde a 1600 grados, pasa al tratamiento de formación en donde en una capa de estaño flota este vidrio, se le da la dimensión y el espesor adecuado, pasa a enfriarse, pasa a corte, se empaca y ya se surte al proveedor que lo solicite. Generalmente, como te repito, va a la industria automotriz, a las empresas hermanas, ellos lo que hacen es, reciben el producto, para ellos es materia prima, los someten a horno a un calentamiento lo templen le dan la figura y obviamente lo mandan o a las plantas armadoras o al mercado de repuesto de vidrio. Hay vidrio que incluso nosotros compramos, que llevamos al cullet [desperdicios], que es vidrio de desecho —obviamente bajo ciertas propiedades y cualidades aprobadas— que también entra al proceso, es vidrio, no quiero llamarlo

deshecho, pero es vidrio reciclado y entra al proceso para fundirse y ayudar a la fundición de la arena, y, eso es el proceso del vidrio (García, 2014 [Entrevista]). Sin embargo, identifica algunas acciones ambientales como el uso de agua tratada o de rehúso, el uso considerable de cartón y el reconocer que en el aspecto de transporte no hay acciones concretas únicamente posibles planes a futuro:

En la fundición del vidrio hay quema de combustible que es gas natural; el estaño es estaño fijo; en la cámara y en lo que es el horno se ocupa enfriamiento de equipo, tenemos un circuito cerrado donde el agua tratada —y tratada me refiero a suavizada, donde la cantidad de sólidos totales disueltos se abate y están circulando— se enfría y vuelve a entrar al proceso. Y de allí prácticamente otra parte de lo ambiental sin duda es el embalaje, ocupamos cartón, ocupamos madera, madera estofada, certificada ¡y más si va a Estados Unidos!, y cartón. Tenemos compra de cartón considerable, quiero entender que fuera algo lógico, que, si trato de proteger el vidrio de que no se rompa, ¡con el cartón! y pues obviamente el transporte, tenemos ahí una labor de certificar a los transportistas, sé que es pesado porque certificarlos [tiene implicaciones] —y nos referimos a la cuestión desde pasar por certificaciones, verificaciones de gas, obviamente las condiciones del vehículo, no tenga fugas de aceite y nada de ese tipo, pero, ¡vamos! eso todavía no se realiza ¡es un proyecto!

Esto significa que la empresa no desconoce las afectaciones al ambiente por causa de sus actividades, sin embargo, no se logra explicar por qué no se llevan a cabo acciones orientadas a evitar estos impactos negativos, pues, como lo señaló el Ministerio de Medio Ambiente (2003), la principal fuente de contaminación en el proceso de fabricación de vidrio son las emisiones a la atmósfera, entre éstas las emisiones de polvo y de partículas sólidas, pero también se generan aguas residuales así como residuos sólidos, restos de materias primas y embalajes, entre otros.

En sí, el proceso de fabricación de vidrio plano de la empresa presenta impactos ambientales importantes, desde la fusión a 1600 grados C de la materia prima, ya que generan las diversas emisiones que se mencionaron y que incluyen las emisiones de SO_x, NO_x, CO₂, HF, HCl; la etapa de conformado que genera emisiones difusas de NO_x, CO_x y otros como, fenoles y amoníaco; la etapa de enfriamiento y corte, que generan lodos de

depuración de aguas, restos de vidrio, aguas residuales con aglomerantes, derrames, residuos, materiales de recubrimientos, polvos, partículas de metales, entre otros; y por último la etapa de embalaje que genera emisiones difusas, polvos y partículas, vapores, residuos de cartón, plástico, entre otros (Ministerio de medio ambiente, 2003).

4.4. Más allá del cumplimiento ambiental

Para Vidrio y Cristal del Noroeste, la frase ir más allá del cumplimiento ambiental significa evitar los impactos ambientales y no solamente cumplir con la normatividad, así lo mencionó el entrevistado:

No es solamente cumplir las reglas o los parámetros de emisiones de gases o (descargas) de agua, es realmente ¿qué [acciones] hago para cumplir con el reglamento de agua?, es realmente ¿cómo le hago para no descargar agua? Creo que va todavía más allá, incluso de un compromiso todavía más allá de solucionar el problema con sus causas básicas. Ir más allá, es un compromiso y estamos tratando de hacerlo, todos los años tenemos proyectos de mejora para la cuestión de luz, agua y la cuestión ambiental (García, 2014 [Entrevista]).

Como parte de la norma ambiental de la gestión de responsabilidad corporativa, se exige que Vidrio y Cristal el Noroeste desarrolle dos proyectos anuales orientados al ahorro de insumos, como lo dice el entrevistado:

Desarrollamos dos tipos de proyectos, los que son los famosos proyectos duros, son todos aquellos que, en lo que vamos hacer, me va a reeditar en una ganancia o en un “dejar de gastar”, en un ahorro, y lo puedo constatar con números duros, “sabes que si antes me gastaba treinta pesos en consumo de energía eléctrica, con esto, voy a gastar veinticinco”, es un número duro. Y en los famosos proyectos blandos cae generalmente todo lo relacionado con las cuestiones ambientales, las cuestiones de ahorro de cartón para el empaque, todo lo que es cuestión de ahorro de madera para lo que es la caja o embalaje de los paquetes de vidrio. Y tenemos ese compromiso, por lo menos una vez al año, unos dos proyectos enfocados a ese ahorro (García, 2014 [Entrevista]).

Como parte de sus compromisos ambientales, Vidrio y Cristal el Noroeste participa en programas ambientales voluntarios:

Cuando nosotros iniciamos o nos adherimos a un programa, voluntario como la certificación de industria limpia, estamos conscientes de que el medio ambiente juega un papel preponderante en la evolución integral de la planta. Vidrio y Cristal del Noroeste S.A. de C.V., por ser una empresa que se encuentra en la frontera, tiene que cubrir ciertos requisitos ambientales para la cuestión de su operación. Creo yo, y quiero hablar específicamente de Mexicali, la planta Mexicali al momento de suscribirse a ese programa voluntario, sus expectativas de cumplimiento van más allá de lo normativo, no es solamente el cumplir el “punto cero seis”, y estoy en “punto cero seis”, es simple y sencillamente el cumplir e ir más allá de ese cumplimiento normativo y se ve que de alguna manera entre la capacitación y las pláticas de concientización están inmiscuidos todos, desde el gerente hasta..., todas las personas están en ese involucramiento ambiental (García, 2014 [Entrevista]).

La concientización del personal por los problemas ambientales es otro compromiso de la empresa:

Año con año tenemos un programa de capacitación, y sobre todo cuando hablamos de capacitación, es muy poco a veces el tema que se tenga que dar, más bien es un tema de concientización a todo el personal desde lo qué es el ahorro de energía eléctrica, lo qué es el agua, lo qué es la identificación de posibles fugas, de posibles desperdicios de agua, electricidad y obviamente con los [empleados], alentarlos en contribuir para mejorar el medio ambiente y hablo de todo el organigrama, desde el gerente, insisto una vez más, hasta ¡todos! (García, 2014 [Entrevista]).

La empresa también dice tener compromisos con los recursos naturales, sin embargo éstos sólo son controles para operar en el marco legal ambiental:

Para contaminar el medio ambiente hay tres formas, es el suelo, es aire y es agua. Nosotros, y debo decirlo a lo mejor de forma cómoda, sólo tenemos una forma de contaminar el medio ambiente que es por medio del aire, nosotros al fundir el vidrio quemamos gas natural y por lo tanto tenemos emisiones a la atmosfera.

Nosotros tenemos un control de las emisiones a la atmosfera en la cual no colocamos aparatos, no colocamos filtros, ningún aditivo o aditamento que nos pueda ayudar a contrarrestarlo, simple y sencillamente [trabajamos] en el control de la combustión para tratar de que nuestras emisiones sean lo menos, perdón, siempre estén dentro de la norma establecida permitida. El agua, no tenemos nosotros descarga de agua, rápidamente te menciono, no tenemos descarga de agua a ningún tipo de dren, laguna o río. El agua que usamos es agua de recirculación, es agua que entra al mismo proceso, y [en cuanto al] el agua que se usa para servicio tenemos una planta de tratamiento de agua. Bueno, si te debo confesar, esa agua la usamos para regar y a final de cuentas esa agua va al subsuelo. En subsuelo afortunadamente no tenemos. Tenemos una política muy estricta para lo que son las posibles fugas de combustible o de aceite en los camiones transportistas, ¡y vamos!, considero que eso es lo que tenemos a groso modo en cuestión de controles ambientales (García, 2014 [Entrevista]).

Al hablar del uso de productos y tecnologías respetuosas con el ambiente, en sus procesos, servicios y labores administrativas, la empresa se alinea a una campaña de reciclaje propuesta por el corporativo:

A nivel corporativo hay una campaña fuerte de usar papel reciclado en las oficinas, hay una campaña fuerte en: ¡no es necesario imprimir, no lo hagas! para el ahorro de las hojas. Te estoy hablando de una cuestión de oficinas, también hay programa muy fuerte, un programa o una regla muy fuerte de reciclaje de material de empaque, tratamos de explotar a lo máximo el material de empaque: cartón, foam, madera y todo aquello que pueda usarse una o dos, tres, cuatro o cinco veces. Ese material obviamente nos ayuda en el ahorro de ese material (García, 2014 [Entrevista]).

La empresa dice tener beneficios derivados de los compromisos ambientales:

El principal desde mi punto de vista es la concientización a todo el personal. Es muy importante o es muy gratificante, estimulante y de mucho beneficio ver que nuestro personal se involucre en estos proyectos, ya que son proyectos que se requiere investigación estadística, obviamente de buscar causas raíces y obviamente de buscar soluciones y todo eso hace que el personal se interese,

provoca motivación en el personal. Si antes tiraba cincuenta kilos de residuos peligrosos y de guantes impregnados con aceite, después de este proyecto que se hace, como ya están interesados o ya saben lo que cuesta, como ya saben a dónde van a parar y todo la cadena de lo que es un residuo peligroso, ya se generan treinta kilos, ya no se generan los cincuenta. Entonces en primer lugar ese es el beneficio, en segundo lugar y no menos importante es el económico, sin duda buscamos al final de cuentas que haya un [beneficio]..., a la larga y de una forma no tangencial, el beneficio monetario, pero siempre buscamos que sea, que haya un beneficio monetario (García, 2014 [Entrevista]).

Así pues, para establecer si Vidrio y Cristal del Noroeste es una empresa que lleva a cabo acciones más allá del cumplimiento ambiental, clasificamos las acciones ambientales de la empresa en acciones exigidas por la legislación ambiental y en acciones voluntarias.

4.4.1. Acciones reguladas y voluntarias en materia ambiental para Vidrio y Cristal del Noroeste S.A. de C.V.

La diversas acciones ambientales que la empresa realiza en diferentes rubros como el energético, emisiones a la atmosfera, descargas de agua, entre otras, se muestran en la tabla 9. Éstas fueron categorizadas como acciones reguladas de acuerdo con el marco legal en materia ambiental y en acciones voluntarias, es decir, acciones ambientales que no están sujetas a una ley, norma o reglamento.

Tabla 9. Acciones ambientales reguladas y voluntarias de Vidrio y Cristal del Noroeste S.A. de C.V.

Obligaciones en materia ambiental a nivel federal	¿Acciones obligatorias o voluntarias?
1. Contar con estudio de riesgo ambiental y con programa de prevención de accidentes ambos actualizados, para empresas que realizan actividades altamente riesgosas, en cumplimiento con el artículo 147 de la LGEEPA.	Obligatoria
2. Remite anualmente a la SEMARNAT la cedula de operación anual	Obligatoria

(COA) donde manifiesta las emisiones al aire, suelo, subsuelo y agua de competencia federal, correspondientes al año inmediato anterior.	
3. La operación y funcionamiento de la empresa se ajusta a un plan de atención de contingencias que contiene la descripción de las acciones, equipos, sistemas y recursos humanos que se destinarán en el caso que ocurran emisiones de olores, gases o partículas sólidas y líquidas, fugas y derrame de materiales peligrosos que puedan afectar a la atmosfera, al suelo y subsuelo o que puedan introducirse en el alcantarillado, además de controlar incendios y prevenir explosiones.	Obligatoria
4. En relación a las emisiones contaminantes atmosféricas, la empresa induce el mayor control y reducción de sus contaminantes atmosféricos, considerando las modificaciones normativas y acuerdos internacionales para mejorar la calidad del aire en la región. Cuantifica dichas emisiones que se generan en el proceso productivo y se integran al COA. Las emisiones provenientes de la maquinaria, equipo o actividades de: horno, descarga por ferrocarril y carretera, silos de almacenamiento, almacenamiento de cullet (pedacería de vidrio), así como cualquier otra actividad, maquinaria, equipo o actividades que generen emisiones de partículas sólidas (PTS) al ambiente dentro de la empresa, están sujetas con lo establecido en la NOM-043-SEMARNAT-1993. En el caso de las emisiones generadas por equipos de combustión, se sujetan a lo que establece la NOM-085-SEMARNAT-2011, de niveles máximos permisibles de emisión de humo, partículas, monóxido de carbono (CO), bióxido de azufre (SO ₂) y óxidos de nitrógeno (NO _x) de dichos equipos.	Obligatoria
5. Los equipos, métodos y sistemas de control para la reducción de contaminantes a la atmosfera, así como los colectores de polvos operan con una eficiencia apropiada en cumplimiento de las NOM's correspondientes.	Obligatoria
6. Participa en los planes y programas de contingencia ambiental que instrumentan las autoridades correspondientes.	Obligatoria
7. En el manejo de aguas de jurisdicción estatal se sujetan a lo estipulado en el artículo 7 de la LGEEPA.	Obligatoria
8. El manejo interno o externo de los residuos peligrosos como lo son: lodos aceitosos (SO ₄), polvo con cromo hexavalente (SO ₄), ácido clorhídrico (C1), tibones vacíos que contuvieron aceite de corte (SO ₄), cubetas vacías que contuvieron grasa (SO ₄) y aceite residual (O), se ajustan a lo establecido en la ley general para la prevención y gestión integral de los residuos y su reglamento, así como a las NOM's aplicables.	Obligatoria
9. Contrata los servicios de empresas autorizadas por la SEMARNAT para el acopio, transporte y disposición final de los residuos peligrosos que se generen durante el proceso productivo, de acuerdo con el artículo 42 de la ley general para la prevención y gestión integral de los residuos.	Obligatoria

10. Recicla materiales como el vidrio para la fabricación de vidrio plano. Rehúso de cartón para embalaje y reciclaje de papel en oficinas administrativas.	Voluntaria
11. En energía realiza proyectos de eco-eficiencia como el caso del sistema de control experto para asegurar la temperatura de hornos como medida para avanzar en eficiencia térmica 1.32 % en promedio menos del uso de energía necesaria para fundir vidrio.	Voluntaria

Fuente: Elaboración propia a partir de García, 2014 [entrevista]; Vitro 2014; Semarnat, comunicación personal, 4 de junio de 2015.

Como se puede observar, la mayoría de dichas acciones realizadas por la empresa se clasifican como obligatorias, es decir, son parte del cumplimiento ambiental que la empresa debiese llevar a cabo de acuerdo con el marco legal en materia ambiental vigente. Así pues, la empresa actualmente cuenta con los requisitos para operar, los cuales son: la licencia ambiental única y la cédula de operación anual (COA). Cabe mencionar que la empresa incumplió en este rubro sólo en el año 2009, pues no presentó la COA correspondiente (Semarnat, comunicación personal, 4 de junio de 2015).

En cuanto a las obligaciones de jurisdicción del estado de Baja California, la empresa cuenta con autorización para realizar actividades productivas de elaboración de vidrio plano flotado en términos de impacto ambiental (IA) según oficios DGE-MXL-1403/2002, DGE-MXL-1374/2003 y DGE-MXL-0195/2005 de fechas 20 de noviembre de 2002, 03 de octubre de 2003 y 27 de enero de 2005 respectivamente, todas radicadas en el expediente número 2.3.V-30/2002 de la SPA (SPA, comunicación personal, 2 de junio de 2015).

Con respecto a emisiones a la atmósfera cuenta con un horno de operación continua que funciona con gas natural, y su uso se respalda con una licencia de jurisdicción federal, por lo que año con año efectúan los reportes de calidad de aire con los estudios perimetrales de monitoreo de partículas sólidas suspendidas totales, reporte de emisiones de un horno y el estudio de reporte de equipos colectores de materias primas. Todos estos se presentan ante la federación en el formato de cedula de operación anual (COA), mostrando el último trámite efectuado en fecha 28 de febrero de 2011 (Semarnat, comunicación personal, 4 de junio de 2015).

En lo que respecta a las aguas residuales, la empresa genera aguas sanitarias que somete a tratamiento y posteriormente utiliza en el riego de las áreas verdes (SPA, comunicación personal, 2 de junio de 2015).

Según la SPA (comunicación personal, 2015), las visitas realizadas a Vidrio y Cristal del Noroeste S.A. de C.V., se remontan en 2005 y 2011, como parte de las actividades de inspección y vigilancia que tiene como función realizar con las empresas de la localidad, y en ambas visitas la empresa cumple con las condicionantes que en materia ambiental le fueron ordenadas en las autorizaciones que esta empresa tramitó y obtuvo.

Además, la secretaria indica que las emisiones a la atmósfera por el giro que la empresa desarrolla son reguladas por la Federación, ante quienes reporta la cantidad y tipo de emisiones que emite al ambiente, por lo que la SPA desconoce lo concerniente a las mismas (SPA, comunicación personal, 2 de junio de 2015).

Así pues, la mayoría de las acciones ambientales que la empresa realiza se encuentran registradas en sus reportes de sustentabilidad como evidencia de su responsabilidad ambiental corporativa, al igual que las acciones ambientales voluntarias. Estas últimas se asocian al aspecto de reciclaje de materiales (vidrio, cartón y papel), en energía con proyectos de eco-eficiencia, y en emisiones de GEI con la participación de la empresa en el programa de desempeño ambiental por parte de la Semarnat. Además, no las exigen las leyes en materia ambiental, sin embargo, estas leyes refieren a que las empresas lleven a cabo todas las acciones necesarias para mejorar su desempeño ambiental en general con el propósito de evitar y mitigar los impactos negativos de sus actividades productivas ante el deterioro ambiental (Semarnat, comunicación personal, 4 de junio de 2015).

Ahora bien, aclarar qué aspectos y acciones en términos ambientales forman parte de la RA de Vidrio y Cristal del Noroeste S.A. de C.V., y cuáles no, es tarea compleja, ya que en las iniciativas que acreditan a las empresas como empresas socialmente responsables —y esto implica acciones de responsabilidad ambiental— utilizan instrumentos como el cuestionario autodiagnóstico del Cemefi o la guía para la formulación de memorias de sustentabilidad del GRI que incorporan directrices aplicables a acciones orientadas a aspectos de cumplimiento ambiental, es decir, acciones ambientales que son obligaciones de las empresas cumplir de acuerdo con el marco legal ambiental vigente. Por lo que resultó

necesario identificar los factores que determinan dichas acciones o la incorporación de la RAC en la empresa.

4.5 Factores determinantes de la RAC de la empresa

Vidrio y Cristal del Noroeste S.A. de C.V., cuenta con el distintivo ESR, sin embargo la empresa no participó en la gestión para la obtención del mismo, dado que éste fue gestionado directamente por el corporativo, quizás por este motivo el entrevistado no conoce con certeza el año en que la compañía obtuvo el distintivo ESR por primera vez, pero según la información proporcionada por el Cemefi y corroborada por el entrevistado, el corporativo Vitro obtuvo el distintivo en 2008 y su séptima acreditación en 2014. Este distintivo ESR aplica para todas las empresas subsidiarias y filiales incluida la empresa Vidrio y Cristal del Noroeste S.A. de C.V. (García, 2014 [entrevistado]).

Lo anterior hace pensar que Vidrio y Cristal del Noroeste S.A. de C.V., cuenta con dicha acreditación y puede hacer uso de los beneficios que implica, tales como diferenciarse como empresa socialmente responsable en la comunidad y ante el mundo, usar el distintivo con fines publicitarios, colocarlo en empaques y embalaje de productos, en transporte, en sí puede utilizarlo como considere conveniente a sus intereses.

Otro factor que determina la obtención del distintivo como ESR es la presión que ejercen los socios y accionistas tal y como lo plantean Williams y Siegel (2001). En este sentido Vidrio y Cristal del Noroeste S.A. de C.V., señala que los factores que influyeron por optar obtener el distintivo ESR son los clientes y el status en términos de imagen y prestigio:

Los clientes, debe ser los clientes, debe ser el estatus que te da ese nombramiento, y realmente, Vitro es una empresa con más de 100 años..., déjame decírtelo, tengo ocho años trabajando aquí y el compromiso o el sentir que yo tengo es que, a nivel corporativo se deja sentir ¡se deja ver eso! que hay un interés por que la comunidad, los trabajadores, los familiares de los trabajadores se sientan ¡a gusto!, ¡estén en otro nivel!, sin duda cuidando el medio ambiente. Te lo digo por lo que yo he vivido con esta empresa, y aparte, sin duda los clientes al ver un logro, una certificación de este tipo, a los clientes les dan confianza y competitividad (García, 2014 [Entrevistado]).

El beneficio de ser reconocida como ESR es otro factor que determina la incorporación, al menos en el discurso, de la RSC en Vidrio y Cristal del Noroeste S.A. de C.V. Dicho beneficio se obtiene con la imagen que representa el logotipo de ESR que para la empresa representa un logro, así lo mencionó el entrevistado:

El objetivo de tener ese distintivo y tener una cierta presencia ante los clientes ¡creo que es el logro!, es el principal beneficio. Creo que la mayoría de todas las empresas de Vitro cuando nos sentimos o vemos que pertenecemos o vemos ese logo de ESR, nos sentimos comprometidos a tratar de cumplir y de ser lo que es ser una empresa socialmente responsable (García, 2014 [Entrevistado]).

Así pues, la confianza se deriva de la imagen que el logotipo del distintivo ESR representa en la percepción de los clientes en general y con el tiempo, como lo señalan Alvarado y Schlesinger (2008), estas percepciones contribuyen a construir la reputación de la empresa. Por lo tanto, para la empresa el logo del distintivo ESR es un logro que significa una imagen positiva ante los clientes.

4.6. Discusión sobre la RAC de la empresa

Los resultados obtenidos muestran que existen diferencias entre la RAC que expresa Vitro a nivel corporativo con respecto a la actitud o comportamiento de su filial Vidrio y Cristal del Noroeste S.A. de C.V., y posiblemente esto se deba a que, a nivel corporativo, se obtenga el distintivo ESR y no a nivel empresarial.

Lo anterior implica varios aspectos, primero que empresas filiales y/o subsidiarias tengan una mínima participación o nula participación en el proceso de obtención del distintivo ERS y que al final de dicho proceso cuando el corporativo logre acreditarse, las empresas pertenecientes a éste podrán gozar de los beneficios —como imagen, prestigio, diferenciación, participación en la bolsa de valores, acceso a financiamientos para nuevas tecnologías, introducción a nuevos mercados, entre otros beneficios— que conlleva una distinción o acreditación como empresa socialmente responsable cuando el mayor peso en términos de participación lo presentara el corporativo.

Segundo, el proceso del Cemefi permite que situaciones como ésta se presenten, pues las reglas establecen que las organizaciones puedan inscribirse al proceso en dos

modalidades para las empresas grandes: a nivel corporativo donde pueden ser incluidas las subsidiarias y filiales, y a nivel empresa donde cada una se hace responsable de su propio proceso de acreditación como ESR. Sin embargo, de acuerdo con la información proporcionada por el Cemefi (2014), cuando el corporativo inscribe a sus subsidiarias y filiales estas no están excluidas de presentar cada uno de los requisitos que exige el proceso para obtención del distintivo, la diferencia radica en un costo menor por una inscripción masiva, es decir en grupo, y en el apoyo que el corporativo pueda brindar a las filiales y/o subsidiarias durante dicho proceso, como por ejemplo un área administrativa destinada a la gestión del proceso de obtención del distintivo ESR y la capacitación para la formación de un equipo de trabajo de ESR en cada empresa.

De esta manera, la participación de Vidrio y Cristal del Noroeste S.A. de C.V., en el proceso de obtención y de las renovaciones anuales de la acreditación ESR se realizó a través de las acciones efectuadas a nivel corporativo. A nivel empresa, Vidrio y Cristal del Noroeste S.A. de C.V., no cuenta con un área específica destinada a la gestión y seguimiento de dicha acreditación, todo se maneja desde el corporativo Vitro según la información proporcionada por el entrevistado.

Así pues, la desventaja de que el distintivo ESR se gestione a nivel corporativo es porque existe inconsistencia entre las acciones que realiza la empresa filial y/o subsidiaria con respecto a lo que el corporativo Vitro reporta en términos de responsabilidad social y ambiental, es decir, los reportes de sustentabilidad que en este caso el corporativo Vitro realiza para evidenciar o transparentar sus acciones ambientales que se reflejan de manera global a través de dicho reporte y del cuestionario diagnóstico del Cemefi. Sin embargo, al corroborar dichas acciones con las que realiza Vidrio y Cristal del Noroeste S.A. de C.V., no se percibe consistencia y congruencia en el discurso con la práctica de las acciones de responsabilidad ambiental. En este sentido, dichas acciones de empresas como Vidrio y Cristal del Noroeste S.A. de C.V., se quedan a un nivel bajo con respecto a lo que se reportan en Cemefi a nivel corporativo, y no solamente porque estas acciones están orientadas al cumplimiento ambiental, sino porque dan la impresión de que se realizan en todas las filiales y/o subsidiarias. Como lo señala Ludevid (1996), expresar interés o una actitud orientada a lo ambiental no significa que a la hora de actuar se responda en consecuencia, lo que empresas como ésta, consideran insignificante el sacrificio que

tendrían que hacer en pro de la protección de los recursos naturales cuando ya que igual de insignificante serían sus compensaciones económicas. Entonces, la orientación que expresa tener Vidrio y Cristal del Noroeste S.A. de C.V., a un desarrollo sustentable sólo se queda a nivel de discurso. En términos ambientales, no siempre parece haber una relación positiva entre actitud y comportamiento como tampoco entre conocimiento y comportamiento, pues se puede contar con una vasta información o expresar cierta actitud orientada a la protección de ambiente, a las preocupaciones ambientales o a la adopción de conductas que lleven a impactos menos negativos, pero al momento de actuar no se hace en consecuencia o en función de tal conocimiento y/o actitud, pues se anteponen los beneficios, sobre todo económicos a corto plazo ante el evitar los daños ambientales a largo plazo (Ludevid, 1996).

Conclusiones

A través de la agenda ambiental que se ha formado por las diferentes reuniones y cumbres mundiales se ha podido identificar la importancia de que las empresas sean ambientalmente responsables debido a los impactos de sus actividades productivas. Con la revisión y el análisis de la literatura se logró identificar el concepto de responsabilidad social corporativa el cual implica los aspectos social, económico y ambiental, en general, pero no específicamente el de responsabilidad ambiental, razón por la que se consideró relevante el proponer una definición de responsabilidad ambiental corporativa como, “el comportamiento ambiental de las empresas u organizaciones, en términos de acciones o prácticas ambientales, lo que incluye cumplir con el marco legal ambiental vigente y con las acciones que van más allá de éste”. Pues algunas empresas pueden realizar acciones voluntarias y no cumplir con la regulación ambiental, y otras empresas pueden estar al corriente con el cumplimiento ambiental que le marca la legislación en dicha materia pero no en acciones que sobrepasen los límites mínimos señalados por dichas regulaciones, sin embargo, en ambos casos se pueden enunciar así mismas como empresas que están comprometidas con un desarrollo sustentable cuando ni siquiera presentan indicadores que reflejen acciones responsables con el ambiente.

En este sentido, este concepto permitió identificar las acciones ambientales que realiza la empresa Vidrio y Cristal del Noroeste S.A. de C.V., así como identificar y analizar el marco legal ambiental específico aplicable a la misma, lo que llevó a reconocer el cumplimiento de la empresa con la con la regulación ambiental vigente para la fabricación de vidrio.

Con respecto a las acciones de carácter voluntario, es decir, aquellas acciones que van más allá del marco regulatorio en términos ambientales, no sólo son escasas, sino más importante aún son de poca significancia comparadas con la capacidad de recursos con los que cuenta una empresa como Vidrio y Cristal del Noroeste S.A. de C.V., que pertenece a un corporativo, pues, se limitan a minimizar el uso de papel en oficinas administrativas, y a llevar acabo dos proyectos anuales que impliquen alguna cuestión que se permita una mejora en términos ambientales siempre y cuando sea económicamente redituable para la

empresa. Aquí, se esperaría que estas acciones fueran de alto impacto positivo ante el deterioro ambiental y de salud pública que causan sus actividades productivas, como por ejemplo un área específica encargada de la gestión ambiental a nivel empresa y no sólo a nivel corporativo; inversión en innovación tecnológica amigable con el ambiente; un sistema productivo con enfoque de ciclo de vida del producto y producción más limpia; un compromiso genuino con la comunidad donde se encuentre la empresa localizada, que se refleje con acciones y transparencia de la información.

Para cumplir con el objetivo de identificar a los factores determinantes de la incorporación de la RSC en los objetivos o en la filosofía de la empresa, se consideraron algunos factores establecidos por los autores William y Siegel (2001), Tullberg (2005), Lacruz (2006), Briseño, Lavín y García (2011), así como Bañón, Guillén y Ramos (2011).

Según William y Siegel (2001), el ingreso y la ubicación de los segmentos de mercados determinan en cierto grado que las empresas sean responsables de los impactos de su comportamiento, por ejemplo, ciertos consumidores con mayor poder adquisitivo podrán pagar productos que se han fabricados por empresas que involucren procesos productivos amigables con el ambiente; sin embargo, en el caso de Vidrio y Cristal del Noroeste S.A. de C.V., éstos no son factores determinantes, ya que la empresa no considera este tipo de acciones en sus procesos productivos, sin embargo si muestra cierto interés en anunciar o publicar —a través de algunos medios de comunicación, como la página de internet del corporativo, boletines de prensa e informes de sustentabilidad entre otros— su preocupación por orientarse a un desarrollo sustentable, lo que significa que tiene el conocimiento de los factores determinantes llamados: poder de la empresa y vulnerabilidad de la marca como los llama Tullberg, el primero está relacionado con la ética de la empresa al llevar a cabo acciones en este caso ambientales y no sólo presumir que se hacen, lo cual lleva al segundo factor del lazo entre la credibilidad y fidelidad de los consumidores con la marca y por supuesto de la empresa, lo cual causa un efecto domino porque conlleva a poner en riesgo la reputación y prestigio de la empresa, y la disminución de las ventas entre otras consecuencias. Como medida para contrarrestar este riesgo, algunas empresas optan por iniciativas que les permitan mostrar un perfil que implica beneficios, como el introducirse a nuevos mercados, cotizar en la bolsa de valores, mantener una imagen de diferenciación con sus clientes, como lo es la obtención del distintivo ESR del Cemefi, y

esta situación se puede considerar como una estrategia de competitividad, como lo señalan Lacruz (2006), Briseño, Lavín y García (2011), y también Bañón, Guillén y Ramos (2011), ya que distinguirse como una empresa socialmente responsable conlleva un lugar preferencial en los diversos mercados de consumo. No obstante, Vidrio y Cristal del Noroeste S.A. de C.V., no realiza acciones de responsabilidad ambiental que muestren un compromiso genuino con el cuidado del ambiente, y esto posiblemente se deba a la presión del corporativo para cumplir con los requisitos que exige el Cemefi y mantener el distintivo ESR, ya que dicha acreditación es bien vista por los grupos de interés incluyendo las instituciones encargadas de vigilar el cumplimiento ambiental de las empresa, instituciones educativas, público en general y por los múltiples beneficios económicos a los que finalmente se llegan por causa de este tipo de estrategias como ser ESR, que en opinión de la autora, es similar en el aspecto ambiental a una auditoría ambiental, lo que significa sólo cumplimiento con las regulaciones ambientales para poder operar en su giro empresarial.

Si bien, las iniciativas como el caso del distintivo ESR del Cemefi tienen la intención de promover la responsabilidad social de las empresas para que éstas puedan responsabilizarse de sus actos, en parte por gozar de los beneficios que les deja el desprender los recursos naturales de la Tierra y utilizarlos como insumos a través de procesos productivos contaminantes, no se hace suficiente esfuerzo por dirigir este comportamiento a acciones orientadas a la idea de la sustentabilidad, pues sólo brindan la oportunidad de que éstas puedan aparentar una orientación a convertirse en empresas que integren en su constitución los principios del desarrollo sustentable. Como en el caso del corporativo al que pertenece Vidrio y Cristal del Noroeste S.A. de C.V., el cual presenta parcialmente acciones de responsabilidad ambiental, pero, ésta se desdibuja cuando se explora a nivel empresa, es decir como empresa filial.

Se puede pensar que si esta situación sucede en empresas con alto poder adquisitivo y con toda la infraestructura para poder realizar acciones que realmente impacten de manera positiva ante el ambiente de los lugares donde se encuentran establecidas y más aún cuando estos lugares han sido diagnosticados en situación crítica de contaminación atmosférica como el caso de Mexicali, qué se puede esperar de otras empresas que no cuentan con un fuerte respaldo como el de un corporativo que les pudiera permitir invertir en las acciones de responsabilidad ambiental, es decir, en acciones que vayan más allá del cumplimiento

regulatorio que marca la legislación en esta materia, aquellas como ya se mencionó: una producción más limpia, tecnologías amigables con el ambiente, investigación de nuevos métodos de operación y procesos alternativos de fabricación que puedan ser sustituidos por los actuales procesos que no consideran los daños ambientales y por lo tanto, la calidad de vida de las personas.

Sin embargo, de existir un compromiso genuino, trascendería por generaciones futuras realizando acciones más allá de lo que indica la ley en términos ambientales y no solamente se quedara en la presunción poniendo en riesgo la credibilidad y fidelidad de las marcas comerciales, en términos económicos, y de salud, en términos sociales, y de la protección y gestión razonable de recursos naturales en términos ambientales, pero, ¿qué medidas se tendrían que tomar para evitar estos riesgos?

Un compromiso así es un desafío para las empresas, para las instituciones educativas y gubernamentales, para la academia y para la sociedad, ya que se requeriría no sólo que estos grupos exijan un comportamiento ambientalmente responsable, sino de exigir dando muestra del ejemplo del mismo, para que realmente se pueda orientar a un desarrollo que concuerde con los principios del desarrollo sustentable como lo indica la agenda ambiental.

Así pues, con los resultados obtenidos se puede decir que Vidrio y Cristal del Noroeste S.A. de C.V., muestra un nivel bajo en cuanto a responsabilidad ambiental en términos de responsabilidad social corporativa, lo cual significa que las grandes corporaciones, al menos en Mexicali, sólo parecen orientarse a empresas sustentables (empresas que articulan los principios del desarrollo sustentable en su filosofía, política, misión y valores), lo cual es grave ya que con los problemas de contaminación y salud a causa de la misma que viven las personas en la ciudad, debiera ser un tema relevante y tomar con seriedad las medidas necesarias para que realmente la orientación a un desarrollo sustentable se demuestre con hechos y no sólo con discursos.

Finalmente, las recomendaciones para la empresa Vidrio y Cristal del Noroeste S.A. de C.V., son en primer lugar mantener sus niveles de cumplimiento ambiental como lo indican las regulaciones correspondientes; formar un área a nivel empresa de la gestión de la RSC implicadas sus tres dimensiones: la social, la económica y la ambiental; impulsar, apoyar y promover proyectos de tecnologías y procesos amigables con el ambiente que

consideren el ciclo de vida de sus productos, así como una producción más limpia; y contar con capital humano que integre un perfil orientado con la noción del desarrollo sustentable.

Para el Cemefi se recomienda reestructurar los indicadores correspondientes a la dimensión ambiental de su cuestionario autodiagnóstico, bajo un enfoque que no permita fomentar comportamientos de apariencia éticamente buenos por sí mismos como lo señalan los autores Bañon, Guillén y Ramos (2011), de tal manera que se oriente a acciones que vayan más allá de las implicaciones de las acciones reguladas, por lo que se recomienda también incluir una política en la que las empresas con interés en obtener dicha acreditación sean aquellas que se encuentren en total cumplimiento ambiental según las leyes, reglamentos y normas ambientales, por ejemplo contar con la certificación Industria Limpia por parte de la Semarnat. Además, analizar el rigor de los indicadores y sus evidencias para que las acciones que las empresas realicen sean significativas, y por otra parte, independientemente de la modalidad en la que las empresas se inscriban al proceso de la obtención de la acreditación ESR, nivel empresa o corporativo, en ambos casos solicitar un área de RSC establecida en el organigrama de la empresa con el propósito de que cada filial se involucre realmente en dicho proceso.

Referencias

- Almaraz, A. (2005). Bases económicas para la planeación transfronteriza en la región de Imperial-Mexicali. En M. Quintero, E. Sánchez, K. Collins, P. Ganster, G. Mason (Eds.). Desarrollo y medio ambiente de la región fronteriza México – Estados Unidos: Valles de Imperial y Mexicali (pp. 267-286). Mexicali, México: Editorial Universitaria y Miguel Ángel Porrúa.
- Alvarado, A. y Schlesinger, M. (2008). Dimensionalidad de la responsabilidad social empresarial percibida y sus efectos sobre la imagen y la reputación: una aproximación desde el modelo de Carroll. *Estudios Gerenciales* 24(108), p. 37-59.
- Bañon, A., Guillén, M. y Ramos, N. (2011). La empresa ética y responsable. *Universe business review*, 30(1), 32-43.
- Bernal, A., Oneto, A., Penfold, M., Schneider, L. y Wilcox, J. (2012). Gobierno corporativo en América Latina. Importancia para las empresas de propiedad estatal. *Serie políticas públicas y transformación productiva* (6), p. 1-82.
- Bowen, F. (1953). Social responsibilities of the businessman. Iowa: Universidad de Iowa.
- Briseño, A. Lavín, J. y García, F. (2011). Análisis exploratorio de la responsabilidad social empresarial y su dicotomía en las actividades sociales y ambientales de la empresa. *Contaduría y administración*, 233(1), 73-83.
- Cajiga, J. (s.f). El concepto de responsabilidad social empresarial. México: CEMEFI.
Recuperado el 1 de Septiembre de 2014 de,
http://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf
- Camejo, A. y Cejas, M. (2009). Responsabilidad social: factor clave de la gestión de los recursos humanos en las organizaciones del siglo XXI. *Revista Nómadas, Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas*, 1 (21), 1-16.
- Carrol, A. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: toward the moral management of organizational stakeholders, 39-48. Recuperado el 12 Octubre de 2014 de, file:///C:/Users/owner/Downloads/0c96051e967c1b8a0d000000.pdf
- Castro, A., Puerto, A. y Doria, P. (2012). Crecimiento empresarial basado en la responsabilidad social. *Pensamiento y gestión*, 32, 1-26. Recuperado el 13 de Octubre de 2013 de, <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64623932002>

- Cemex. (2015). Desarrollo sustentable. Disponible en
<http://www.cemexmexico.com/DesarrolloSustentable.aspx>
- Corona, E. y Rojas, R. (2009). Calidad del aire y su incorporación en la planeación urbana: Mexicali, Baja California, México. *Estudios Fronterizos*, 10(20), 79-102.
- Daft, R.L. (2000). Teoría y diseño organizacional (6ªed., pp. 147-148). México: International Thomson.
- Dahlsrud, A. (2006). How corporate social responsibility is defined: an analysis of 37 definitions. *Corporate Social Responsibility and Environment Management*, 15(1), 1-13.
- Dejo, F. (2012). Cumbre Rio20 y el reto de la responsabilidad social. Esanbusiness. Recuperado el 10 de Marzo de 2014 de, <http://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2012/07/10/cumbre-rio20-responsabilidad-social/>
- Delmas, M. y Toffel, W. (2004). Stakeholders and environmental management practices: an institutional framework, 13, 209-222.
- Douglas, L. y Hansen, T. Los orígenes de la industria maquiladora en México. (2003). *Revista comercio exterior* 53(11), 1045-1056.
- Flores, O. (2000). Monterrey Industrial 1890-2000. Monterrey Industrial 1890-2000. Ciudad Victoria, Tamaulipas: Universidad de Monterrey.
- Freeman, E. (1984). Strategic Management: A Stakeholder Approach. Marshfield: Pitman.
- Fundación BBVA. (2008). Competitividad y crecimiento: una perspectiva regional. *Cuadernos Fundación BBVA* 1(8), 1-15.
- Gligo, N. (2007, junio). Estilos de desarrollo y medio ambiente en América Latina, un cuarto de siglo después (parte I). *Revista Virtual REDESMA* 1(1), 13-28. Recuperado el 11 de marzo de 2013, de <http://revistavirtual.redesma.org/vol1/articulo1.htm>
- Global Reporting Initiative. (2014). Guías para las memorias de sustentabilidad. Recuperado el 20 de Mayo de 2014 de <https://www.globalreporting.org/Pages/default.aspx>
- Grupo Bimbo. (2011). Informe de responsabilidad social. Disponible en

- <http://www.grupobimbo.com/informe/Bimbo-Informe-Anual-2011/es/responsabilidad-social.php>
- Guimarães, R. (1994). El desarrollo sustentable: ¿propuesta alternativa o retórica neoliberal? *Revista EURE*, 20(61), 41-56.
- Guimarães, R. (2002). La ética de la sustentabilidad y la formulación de políticas de desarrollo. *Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales*, 53-82.
- Gutiérrez G. (2007). De las teorías del desarrollo al desarrollo sustentable. Historia de la construcción de un enfoque multidisciplinario. *Revista Trayectorias*, 19(25), 45-60.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. Censos económicos (1999). Recuperado el 12 de Marzo de 2014 de <http://www.inegi.org.mx/>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. Censos económicos (2009). Recuperado el 12 de Marzo de 2014 de <http://www.inegi.org.mx/>
- International Organization for Standardization. (2010). GRI G4 guidelines and ISO 26000:2010. Recuperado el 12 de Septiembre de 2014 de, <http://www.iso.org/iso/es/home/standards/iso26000.htm>.
- La crónica. (2008). Reconocen a URBI responsabilidad social. Disponible en <http://www.lacronica.com/EdicionImpresa/ejemplaresanteriores/BusquedaEjemplares.asp?numnota=560833&fecha=16/3/2008>
- Lacruz, F. (2005). La empresa ambientalmente responsable. Una visión del futuro. *Economía*, 21, 39-58. Recuperado el 11 de Noviembre de 2014 de, <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=195617349003>
- Leff, E. (2004). *La racionalidad ambiental: la reapropiación social de la naturaleza*. Siglo XXI: México.
- Ludevid, M. (1996). *El Cambio Global en el Medio Ambiente*. Barcelona: S.A. Marcombo.
- Márquez, F. (2014). Convocan a inscribirse al proceso de diagnóstico del distintivo ESR 2015. *Siglo 21 periódico industrial*. Disponible en <http://siglo21.com.mx/edicion-digital/images/ed-410e/S21-410BEEd.pdf>
- Martínez, H. (2005). *El marco ético de la responsabilidad social empresarial*. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.
- Martínez, M. (2011). *Ciencia y arte en la metodología cualitativa*. México: Trillas

- Ministerio de Medio Ambiente. (2007). Guía de mejores técnicas disponibles en España del sector de la fabricación del vidrio. Recuperado el 15 de Abril de 2015 de <http://www.prtr-es.es/data/images/Gu%C3%ADa-MTD-en-Espa%C3%B1a-Sector-Vidrio.pdf>
- Morales, E. (2009). La legislación ambiental para la responsabilidad social corporativa. México: Administración y organizaciones.
- Morguera, E. (2004). From Stockholm to Johannesburg: From Corporate Responsibility to Corporate Accountability for the Global Protection of the Environment? *RECIEL*, 13(2), 214-222.
- Naciones Unidas. (1972). Declaración de la conferencia de las Naciones Unidas para el Desarrollo Humano. Recuperado el 10 de Marzo de 2014 de, <http://www.unep.org/Documents.Multilingual/Default.asp?DocumentID=97&ArticleID=1503&le>
- Naciones Unidas. (1987). Informe de la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo. Recuperado el 16 de Febrero de 2015 de <http://www.un.org/spanish/esa/sustdev/agenda21/agreed.htm>
- Naciones Unidas. (1992). Programa 21. Recuperado el 18 de Octubre de 2014 de, Naciones Unidas. (1992).
- Naciones Unidas. (1992). Conferencia de las Naciones Unidas sobre medio ambiente y desarrollo. Recuperado el 8 de Octubre de 2014 de, <http://www.un.org/es/development/devagenda/sustainable.shtml>
- Naciones Unidas. (1999). Los diez principios del Pacto Mundial. Recuperado el 10 de Marzo de 2014 de, http://www.unglobalcompact.org/Languages/spanish/Los_Diez_Principios.html
- Naciones Unidas: Framework Convention on Climate Change (1998). Protocolo de Kyoto. Recuperado el 10 de Abril de 2014 de https://unfccc.int/portal_espanol/informacion_basica/protocolo_de_kyoto/items/6215.php
- Naciones Unidas (2002). Cumbre mundial sobre el desarrollo sustentable en Johannesburgo en 2002 <http://www.un.org/spanish/conferences/wssd/>

- Naciones Unidas (2012). Cumbre Rio+20. Recuperado el 18 de Octubre de 2014 de, <http://www.un.org/es/sustainablefuture/>
- Noguera, A. (2004). El reencantamiento del mundo. Colombia: PNUMA. Recuperado el 11 de Mayo de 2014 de <http://www.bdigital.unal.edu.co/5963/2/9687913312.pdf>
- Norma ISO 26000. (2010). Social responsibility-Discovering ISO 26000. Recuperado el 29 de Mayo de 2014 de http://www.iso.org/iso/home/store/publications_and_e-products/publication_item.htm?pid=PUB100258
- Organización Mundial de la Salud. (2011). Urban outdoor air pollution database. Recuperado el 20 de Mayo de <http://www.who.int/phe/en/>
- Organización Mundial de la Salud. (2011). Afrontar el reto de garantizar un aire limpio. Recuperado el 20 de Mayo de 2010 de http://www.who.int/mediacentre/news/releases/2011/air_pollution_20110926/es/
- Programa de las Naciones Unidas para el medio ambiente (2015). Recuperado el 5 de Marzo de 2015 de <http://www.pnuma.org/>
- Ranfla, A. y Peña, C. (2005).Crecimiento industrial, expansión urbana e instalaciones industriales en Mexicali, Baja California. En M. Quintero, E. Sánchez, K. Collins, P. Ganster, G. Mason (Eds.). *Desarrollo y medio ambiente de la región fronteriza México – Estados Unidos: Valles de Imperial y Mexicali* (pp. 267-286). Mexicali, México: Editorial Universitaria y Miguel Ángel Porrúa.
- Rojas, A. y Olaya, J. (2010). Responsabilidad social empresarial: su origen, evolución y desarrollo en Colombia. Recuperado el 25 de Septiembre de 2013 de, <http://redunirse.org/nuevo/listado?lista=Articulos&pagina=3>
- Samuelson, P. y Nordhaus, W. (2005). Economía. México: McGraw Hill
- Sánchez, I. y García, R. (2011). La frontera norte de México. Una aproximación socioeconómica desde Tijuana. *Entelequia* 13(1), p. 109 -120.
- Sández, A. (1988). El proceso de industrialización en Baja California. *Revista estudios fronterizos*, 6(15-16), 185-196.
- Saz, Salvador del. (2008). Medio ambiente y desarrollo: una revisión conceptual. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, (61), 31-49. Recuperado el 15 Marzo 2014 de <http://www.redalyc.org/pdf/174/17412302003.pdf>

- Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales. (2013). Compendio de estadísticas ambientales. Recuperado el 12 de Mayo de 2015 de http://app1.semarnat.gob.mx/dgeia/compendio_2013/dgeiawf.semarnat.gob.mx_8080/ibi_apps/WFServlet53c4.html
- Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales. (2013). Sistema nacional de indicadores ambientales (SNIA). Recuperado el 20 de Mayo de 2015 de <http://www.semarnat.gob.mx/temas/estadisticas-ambientales>
- Serrano, F., Bruzzi, L. y Toscano, E. (2012). Gestión sostenible del ambiente. Granada: Universidad de Granada.
- Tarrés, M. (2001). Observar, escuchar y comprender: sobre la tradición cualitativa en la investigación social. México: Porrúa.
- Trujillo, M. y Guzmán, A. (2006). Responsabilidad social empresarial y global reporting initiative. *Revista Universidad Empresa* 8(11), 351-369
- UNEP. (1972).
- Trujillo, M. y Vélez, R. (2006). Responsabilidad ambiental como estrategia para la perdurabilidad empresarial. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/1872/187217412013.pdf>
- Tullberg, J. (2005). *Reflections upon the responsive approach to corporate social responsibility*, 14(3), 261-276.
- Vitro. (2013). Informe de desarrollo sustentable 2013. Recuperado 23 de Octubre de 2014 de <http://www.vitro.com/es/sustentabilidad/reportes?dt=0&dy=2014&dv=15&dcp=1>
- Vitro. (2014). Página del corporativo. Vitro la compañía del vidrio. Recuperado el 14 de Enero de 2015 de <http://www.vitro.com/>
- Vitro. (2014). Reflector. Boletín de sustentabilidad. Disponible en <http://www3.vitro.com/noticiero/boletin/ago14/nota2.html>
- Weiss, J. (2014) *Business ethics: a stakeholder and issues management approach*. San Francisco: Berrett-Koehler Publishers
- Williams, M. y Siegel, D. (2001). Corporate social responsibility: a theory of the firm perspective. *The Academy of Management*, 26(1), 117-127.

Comunicaciones personales

García, P., entrevista, 4 de diciembre de 2014.

Secretaria de Protección al Ambiente y Recursos Naturales, comunicación personal, 4 de junio de 2015.

Secretaria de Protección al Ambiente, comunicación personal, 2 de junio de 2015.

ANEXO 1

CUESTIONARIO PARA ENTREVISTA

Dirigido a grandes industrias manufactureras que cuenten con el distintivo empresa socialmente responsable (ESR) del Centro Mexicano de Filantropía (Cemefi).

Objetivo: Identificar acciones ambientales y las razones por las que la industria manufacturera las llevan a cabo, en la ciudad de Mexicali, B.C.

Lugar: _____ Fecha: _____

Hora de inicio: _____ Hora de finalización: _____

I. Datos generales de la empresa y del entrevistado

1.1. Nombre de la empresa: _____

1.2. Nombre del entrevistado, profesión y cargo: _____

1.3. Actividades que realiza y productos principales: _____

1.4. Número de empleados: Mujeres _____ Hombres: _____

1.5. Porcentaje de mujeres: _____ Giro: _____

1.6. ¿Qué tipo de inversión presenta la empresa (mexicana, extranjera, 50% - 50%, otra)?

1.7. ¿En qué año y cómo nace la empresa en este giro específico?

1.8. ¿Por qué decidió la empresa establecerse en la actual dirección?

1.9. ¿La empresa ha estado localizada en otro lugar anteriormente? ¿Cuáles fueron las razones de su cambio?

1.10. ¿Quiénes son sus principales proveedores, y cuál es su origen (local, nacional, internacional? de ser internacionales:

1.11. ¿Qué porcentaje de insumos proviene de otro país?

1.12. ¿Qué porcentaje de sus ventas se van a otro país?

1.13. ¿Quiénes son sus principales clientes, y cuál es su origen (local, nacional, internacional?

II. Política ambiental de la empresa

- 2.1. ¿Cuál considera usted que es la misión y visión de la empresa? ¿Se fijan metas ambientales formales a corto y largo plazo?
- 2.2. ¿Cuáles considera usted que son los valores y principios de la empresa?
- 2.3. ¿Cómo se integra el desarrollo sustentable en las políticas de la empresa?
- 2.4. ¿Cómo se integra la responsabilidad ambiental en las políticas de la empresa?
- 2.5. ¿La empresa alienta el desarrollo y la difusión de tecnologías amigables con el medio ambiente?

III. Compromisos

- 3.1. ¿Cuáles son los compromisos de la empresa en términos ambientales? (Es posible que conteste: metas y/u objetivos, en dado caso especificar: en aire, agua, suelo, empaques, procesos, ruido, transporte, tecnologías).
- 3.2. ¿La empresa cuenta con programas de ahorro o uso adecuado de agua, energía, residuos, considerando su separación, disposición, reciclaje o reutilización? ¿Cómo se llevan a cabo esos programas?
- 3.3. ¿La empresa cuenta con programas de control de emisiones a la atmosfera? ¿Cuáles son estos programas?
- 3.4. ¿La empresa considera utilizar productos y tecnologías respetuosos del ambiente en su producción, servicio y labores administrativas?
- 3.5. ¿Qué acciones o prácticas implementa la empresa para cumplir con estos compromisos?
- 3.6. ¿Cuáles son los beneficios por adquirir estos compromisos?
- 3.7. ¿Cuál es el nivel de cumplimiento con cada uno de estos compromisos?
- 3.8. ¿Cuáles son las leyes, normas y reglamentos ambientales en los que la empresa se apoya para el cumplimiento ambiental?
- 3.9. ¿Ha participado la empresa en algún programa de auditoría o desempeño ambiental? ¿Cómo fue experiencia? ¿Qué resultados se obtuvieron?
- 3.10. ¿Sabe de otras empresas de su mismo giro que hayan participado en alguno de estos programas?

3.11. ¿Cuál es la ruta ambiental completa de sus productos, desde su fabricación hasta su disposición final?

3.12. ¿La empresa participa o ha participado en alguno de los programas ambientales de la SPA, Semarnat o Profepa?

3.13. ¿Cuál fue o es, la experiencia en estos programas?

IV. Inversión

4.1. ¿La empresa destina una parte de su presupuesto a programas ambientales internos o externos? ¿Cuál es el monto para cada programa?

V. Relaciones con grupos de interés

5.1. ¿La empresa cuenta con instalaciones respetuosas del ambiente y condiciones laborales favorables para la salud ambiental y personal?

5.2. ¿La empresa realiza programas informativos y/o de capacitación ambiental para los empleados, proveedores y otros grupos de interés?

5.3. ¿La empresa considera la participación de sus grupos de interés en la elaboración de esos programas ambientales?

5.4. ¿Cuáles son las atribuciones específicas de cada uno de esos programas ambientales?

5.5. ¿Cómo motiva la empresa a sus empleados, proveedores y clientes a que participen en los programas ambientales?

5.6. ¿La empresa informa de manera clara a sus clientes sobre las características de sus productos, forma de uso y riesgos, y la forma de disminuirlos?

5.7. ¿Cómo fomenta la empresa la cultura ambiental interna y externa?

5.8. ¿La comunidad donde se encuentra la empresa localizada, recibe información clara sobre el impacto ambiental de la empresa?

VI. Obtención del distintivo Empresa Socialmente Responsable (ESR) y determinantes

6.1. ¿Está vigente el distintivo ESR de la empresa?

6.2. ¿Cuántas veces ha obtenido el distintivo ESR?

6.3. ¿Qué motivó o cuáles son las razones para obtener el distintivo ESR?

- 6.4. En su opinión ¿considera otras razones para haber optado por el distintivo ESR?
- 6.5. ¿Cómo fue su experiencia en el proceso para obtener el distintivo ESR?
- 6.6. ¿Cuáles son los beneficios para la empresa por contar con el distintivo ESR?
- 6.7. En su opinión ¿Qué factores influyen para que la empresa lleve a cabo acciones de responsabilidad ambiental? Especifique el motivo de por qué influyen.
- 6.8. ¿La empresa cuenta con algún otro distintivo, acreditación o certificación en términos ambientales?
- 6.9. ¿Qué motivó a la empresa adoptar por otra distinción además del ESR?
- 6.10. En su opinión ¿cuáles han sido los costos de participar en estos procesos de responsabilidad social corporativa?
- 6.11. ¿Sabe de otras empresas de su mismo giro que cuenten con el distintivo ESR o con algún otro en términos de responsabilidad ambiental?
- 6.12. En su opinión ¿Cuál es la tendencia aquí en Mexicali del sector industrial con respecto a este tipo de distintivos?