



**BENEMÉRITA UNIVERSIDAD
AUTÓNOMA DE PUEBLA**

**FACULTAD DE CONTADURÍA PÚBLICA
SECRETARÍA DE INVESTIGACIÓN Y ESTUDIOS DE
POSGRADO**

**“ANÁLISIS DE LOS ELEMENTOS Y
CARACTERÍSTICAS PARA SER UNA EMPRESA
SOCIALMENTE RESPONSABLE.
CASO: KAYSER AUTOMOTIVE SYSTEMS, S. EN C.”**

DIRECTORA:

M. A. Rosa María Medina Hernández

TESIS

Para Obtener el Grado de
Maestra en Administración.

PRESENTA:

C. P. Karla Guadalupe Reyes Mayoral

Puebla, Pue. Enero 2017.

M.A. José Francisco Tenorio Martínez
Director de la Facultad de Contaduría Pública
Benemérita Universidad Autónoma de Puebla
Presente

Por este conducto la que suscribe en mi calidad de **Directora** de la Tesis denominada: **"ANÁLISIS DE LOS ELEMENTOS Y CARACTERÍSTICAS PARA SER UNA EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE. CASO: KAYSER AUTOMOTIVE SYSTEMS, S. EN C."**, elaborada por la alumna de la **MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN** de nombre:

KARLA GUADALUPE REYES MAYORAL

Informo a Usted que a mi juicio el citado trabajo cumple con los requisitos técnicos y metodológicos necesarios, por lo que no tengo inconveniente en liberarlo para que se continúe con los trámites de titulación que procedan.

Agradezco de antemano la atención prestada a la presente.

Sin otro particular, quedo de Usted.

H. Puebla de Z., a 26 de agosto de 2016

Atentamente

M. A. Rosa María Medina Hernández



M.A. José Francisco Tenorio Martínez
Director de la Facultad de Contaduría Pública
Benemérita Universidad Autónoma de Puebla
P r e s e n t e

Por este conducto la que suscribe en mi calidad de **Asesora Metodológica de la Tesis** denominada: **"ANÁLISIS DE LOS ELEMENTOS Y CARACTERÍSTICAS PARA SER UNA EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE. CASO: KAYSER AUTOMOTIVE SYSTEMS, S. EN C."**, elaborada por la alumna de la **MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN** de nombre:

KARLA GUADALUPE REYES MAYORAL

Informo a Usted que a mi juicio el citado trabajo cumple con los requisitos técnicos y metodológicos necesarios, por lo que no tengo inconveniente en liberarlo para que se continúe con los trámites de titulación que procedan.

Agradezco de antemano la atención prestada a la presente.

Sin otro particular, quedo de Usted.

H. Puebla de Z., a 26 de agosto de 2016

Atentamente


Dra. María Antonieta Monserrat Vera Muñoz



M.A. José Francisco Tenorio Martínez
Director de la Facultad de Contaduría Pública
Benemérita Universidad Autónoma de Puebla
P r e s e n t e

Por este conducto el que suscribe en mi calidad de **Asesor Temático** de la Tesis denominada: **"ANÁLISIS DE LOS ELEMENTOS Y CARACTERÍSTICAS PARA SER UNA EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE. CASO: KAYSER AUTOMOTIVE SYSTEMS, S. EN C."**, elaborada por la alumna de la **MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN** de nombre:

KARLA GUADALUPE REYES MAYORAL

Informo a Usted que a mi juicio el citado trabajo cumple con los requisitos técnicos y metodológicos necesarios, por lo que no tengo inconveniente en liberarlo para que se continúe con los trámites de titulación que procedan.

Agradezco de antemano la atención prestada a la presente.

Sin otro particular, quedo de Usted.

H. Puebla de Z., a 26 de agosto de 2016

Atentamente



M.A. Miguel Angel Palacios Acevo



M.A. José Francisco Tenorio Martínez
Director de la Facultad de Contaduría Pública
Benemérita Universidad Autónoma de Puebla
P r e s e n t e

Por este conducto el que suscribe en mi calidad de **Lector** de la Tesis denominada: **"ANÁLISIS DE LOS ELEMENTOS Y CARACTERÍSTICAS PARA SER UNA EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE. CASO: KAYSER AUTOMOTIVE SYSTEMS, S. EN C."**, elaborada por la alumna de la **MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN** de nombre:

KARLA GUADALUPE REYES MAYORAL

Informo a Usted que a mi juicio el citado trabajo cumple con los requisitos técnicos y metodológicos necesarios, por lo que no tengo inconveniente en liberarlo para que se continúe con los trámites de titulación que procedan.

Agradezco de antemano la atención prestada a la presente.

Sin otro particular, quedo de Usted.

H. Puebla de Z., a 26 de agosto de 2016

Atentamente


M.A. Luis Rojas Rivera





BUAP

Oficio No. FCP-SIEP/112/16
Asunto: Digitalización de Tesis

C. KARLA GUADALUPE REYES MAYORAL

PRESENTE

Por medio del presente tengo a bien comunicarle que se autoriza la digitalización en formato PDF, de la tesis denominada **“ANÁLISIS DE LOS ELEMENTOS Y CARACTERÍSTICAS PARA SER UNA EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE. CASO: KAYSER AUTOMOTIVE SYSTEMS, S. EN C.”**, a fin de sustentar el examen profesional para obtener el grado de **MAESTRA EN ADMINISTRACIÓN**.

Sin más por el momento, quedo de ustedes.

ATENTAMENTE

“Pensar Bien, Para Vivir Mejor”

H. Puebla de Z., 22 de noviembre de 2016

M.A. LUIS ALEJANDRO LOUVIER HERNÁNDEZ
Secretario de Investigación y Estudios de Posgrado



c.c.p. SIEP
ECA

Facultad
de Contaduría
Pública

Blvd. Valsequillo 70,
Col. Universidades,
Ciudad Universitaria,
Puebla, Pue. C.P. 72570
01 (222) 229 55 00 Ext. 5552

AGRADECIMIENTOS

Dedico la presente tesis:

- A mi abuelita Angelita †. Por enseñarme el valor de conocer a San Acomídete.
- A mi mamá, a mi papá y a mis hermanos, por ser un ejemplo de éxito.
- A mis sobrinos por ser una inspiración en la continua búsqueda de un mundo mejor.

Doy un especial agradecimiento por su valioso apoyo en la elaboración de mí tesis a:

- Dra. María Antonieta Monserrat Vera Muñoz.
- M. A. Rosa María Medina Hernández.
- M. A. Miguel Angel Palacios Acevo.
- M. A. Luis Rojas Rivera.
- Kayser Automotive Systems, S. en C.

ÍNDICE

I.	INTRODUCCIÓN	VII
II.	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	VIII
III.	JUSTIFICACIÓN	XIII
IV.	OBJETIVOS	XIV
A.	OBJETIVO GENERAL	XIV
B.	OBJETIVOS PARTICULARES	XV
V.	PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	XV
VI.	HIPÓTESIS	XVI
VII.	VARIABLES	XVI
A.	INDEPENDIENTE	XVI
B.	DEPENDIENTE	XVI
VIII.	DISEÑO METODOLÓGICO	XVII
IX.	ALCANCES Y LIMITACIONES	XVII
CAPÍTULO I EMPRESAS SOCIALMENTE RESPONSABLES (ESR)		1
1.1	LA APORTACIÓN DE ROBERT OWEN	2
1.2	RESPONSABILIDAD SOCIAL EN EL MUNDO	3
1.2.1	PACTO MUNDIAL	8
1.2.2	ORGANIZACIÓN PARA LA COOPERACIÓN Y DESARROLLO ECONÓMICOS (OCDE)	10
1.2.3	PRINCIPIOS CERES	11
1.3	EMPRESAS SOCIALMENTE RESPONSABLES EN MÉXICO	12
1.4	SUSTENTABILIDAD	14
1.4.1	DIFERENCIA ENTRE SUSTENTABLE Y SOSTENIBLE	16
CAPÍTULO II TEORÍAS Y NORMAS DE LAS ESR		17
2.1	PERSPECTIVAS DE LAS ESR	18
2.1.1	TEORÍAS INSTRUMENTALES	19
2.1.2	TEORÍAS POLÍTICAS	20
2.1.3	TEORÍAS INTEGRADORAS	21
2.1.4	TEORÍAS SOBRE LA ÉTICA Y LA MORAL EN LOS NEGOCIOS	22
2.2	HERRAMIENTAS DE GESTIÓN DE LAS ESR	23

2.2.1	NORMAS ISO	24
2.2.1.1	ISO 14000 – GESTIÓN AMBIENTAL	25
2.2.1.2	ISO 26000 – RESPONSABILIDAD SOCIAL	28
2.2.2	NORMA DE ASEGURAMIENTO DE SOSTENIBILIDAD AA1000	31
2.2.3	GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI)	33
2.2.4	ÍNDICES DE SUSTENTABILIDAD	33
2.2.4.1	ÍNDICE DE SUSTENTABILIDAD DE LA BOLSA MEXICANA DE VALORES	35
2.2.5	DISTINTIVO ESR	38

CAPÍTULO III MARCO REFERENCIAL DE LA EMPRESA KAYSER AUTOMOTIVE SYSTEMS, S EN C. **42**

3.1 GRUPO KAYSER **43**

3.2 LA EMPRESA: KAYSER AUTOMOTIVE SYSTEMS, S. EN C. **45**

3.2.1	FILOSOFÍA ORGANIZACIONAL	48
3.2.1.1	MISIÓN	49
3.2.1.2	VISIÓN	49
3.2.1.3	OBJETIVOS	49
3.2.1.4	COMPETENCIAS DE LA COMPAÑÍA	50
3.2.1.5	POLÍTICA DE CALIDAD	50
3.2.2	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	51
3.2.3	ANÁLISIS FODA	52
3.2.4	ACCIONES QUE APORTAN A LA CONSTRUCCIÓN Y MANTENIMIENTO DE UN TRABAJO DIGNO	55
3.2.4.1	ACTIVIDADES QUE AGREGAN VALOR AL CLIMA LABORAL	55
3.2.4.2	EMPLEO Y BENEFICIOS SOCIALES	57
3.2.4.3	RELACIONES EMPRESA – TRABAJADORES	58
3.2.5	ACCIONES DE SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO	58
3.2.5.1	PROGRAMA 5´S	60
3.2.5.2	CUSTOMS TRADE PARTNERSHIP AGAINST TERRORISM (C-TPAT)	61
3.2.5.3	FORMACIÓN Y EVALUACIÓN DEL PERSONAL	62
3.2.5.4	DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES	63
3.2.6	ACCIONES QUE BENEFICIAN AL MEDIO AMBIENTE	64
3.2.7	ACCIONES QUE BENEFICIAN AL PRODUCTO	65

CAPÍTULO IV METODOLOGIA Y RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO
67

4.1 INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL **68**

4.2 INVESTIGACIÓN DE CAMPO **68**

4.2.1	POBLACIÓN	70
4.2.2	DISEÑO Y APLICACIÓN DEL INSTRUMENTO	71

4.3 PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS **71**

4.4 DIAGNOSTICO **82**

<u>4.5</u>	<u>ESTADO DEL PROBLEMA (HIPÓTESIS)</u>	<u>83</u>
	<u>CAPÍTULO V HACIA UNA PROPUESTA</u>	<u>84</u>
<u>5.1</u>	<u>PROPUESTA</u>	<u>85</u>
<u>5.2</u>	<u>RECOMENDACIONES</u>	<u>91</u>
	<u>CONCLUSIONES</u>	<u>93</u>
	<u>REFERENCIAS</u>	<u>95</u>
	<u>ANEXOS</u>	<u>100</u>

RESUMEN

Las Empresas Socialmente Responsables (ESR) representan un ejemplo a seguir en acciones que garantizan la procuración del medio ambiente, las contribuciones a la sociedad y la generación de beneficios cualitativos y cuantitativos, lo anterior mediante un sistema de gestión transparente y bien estructurado.

Es por ello que el presente trabajo de investigación se enfoca en explorar, conocer y analizar aquellos elementos, características y beneficios que intervienen en la gestión de una ESR, partiendo de una descripción contextual de las mismas, ubicando su evolución histórica, conociendo las teorías y normas que las rigen, para posteriormente lograr la comprensión de la responsabilidad social a través de la elaboración de un estudio de caso realizado con la empresa Kayser Automotive Systems, S. en C, mismo que se logró mediante el diseño y aplicación de un instrumento de investigación que permitió generar un diagnóstico, el cual llevó a la elaboración de una estrategia a seguir en caso de que la empresa Kayser busque una migración de gestión de una empresa convencional a una con responsabilidad social.

Palabras clave:

Responsabilidad social, sociedad, medio ambiente, beneficios.

ABSTRAC

Social Responsibility Corporate represent an example to follow in actions that guarantee the enforcement of the environment, contributions to society and the generation of qualitative and quantitative benefits, the above through a transparent and well-structured management.

That is way this research is focused on exploring, understand and analyze those elements, characteristics and benefits involved in managing a SRC, from contextual description of them, placing their historical evolution, knowing the theories and rules they govern, to further develop understanding of social responsibility through the development of a case study with the company Kayser Automotive Systems, S. in C., same as was achieved by designing and implementing a research instrument it generated a diagnosis, which led to development of a strategy to follow if the company Kayser look for a migration management to a conventional company with social responsibility.

Keywords:

Social Responsibility, society, environment, benefits.

I. INTRODUCCIÓN

En el presente trabajo de investigación, se analizan los elementos, características y beneficios que intervienen en las empresas que se gestionan bajo un enfoque de negocios con responsabilidad social, es decir, realizan acciones que benefician a la sociedad y al medio ambiente sin perder de vista el aspecto económico, lo anterior de forma voluntaria y transparente, lo que hace que las personas las perciban de forma diferente a las compañías que no lo son.

El interés en este tema surge debido a que este modo de gestión empresarial ha ido cobrando fuerza en los últimos años, además, las acciones realizadas y/o proyectos implementados en esta materia tienen un impacto local, nacional e incluso internacional.

Por otro lado, los beneficios alcanzados mediante este enfoque de negocios parecen ser muchos, como agregar valor a la marca y mejorar su rentabilidad, entre otros. Es por ello que mediante una investigación documental y de campo, a lo largo de 5 capítulos se buscará identificar los elementos, características y beneficios que intervienen al migrar a una ESR.

Se inicia en el capítulo 1 con la exploración y descripción contextual de las empresas socialmente responsables, dando a conocer sus principales características y raíces, así como la diferencia entre sustentabilidad y sostenibilidad.

Posteriormente en el capítulo 2 se presentan las teorías y normas en materia de responsabilidad social, las cuales se deben acatar de forma obligatoria, o bien, algunas únicamente sirven como una guía para ser socialmente responsables.

A continuación en el capítulo 3 se realiza un marco referencial de la empresa caso de estudio, presentando su historia, filosofía organizacional y acciones realizadas que contribuyen a la sociedad y medio ambiente.

En el capítulo 4, a través de la construcción y aplicación de un instrumento de investigación se obtiene un diagnóstico de la empresa en cuestión en materia de responsabilidad social.

Finalmente y con base en el análisis de los resultados obtenidos, en el capítulo 5, se finiquita el trabajo de investigación continuando con la propuesta de una estrategia a seguir para lograr una migración a un enfoque de gestión con responsabilidad social. Además de presentar las recomendaciones, conclusiones, referencias y anexos.

II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La perspectiva de negocios ha ido evolucionando a lo largo de los años, se cree que ahora no sólo es necesario vigilar los beneficios económicos que pueda generar una empresa, en el nuevo escenario se está buscando tener un impacto con desarrollo sustentable por lo cual resulta imperioso analizar los elementos y

características al realizar una transición entre la vieja y la nueva perspectiva de negocios.

Uno de los principales retos que enfrenta el desarrollo sustentable es la inclusión del medio ambiente en este panorama. En los últimos años la preocupación de los empresarios ha sido una distribución “equitativa” de la economía entre la sociedad, ahora con este enfoque de responsabilidad social se demanda también el logro de que la sociedad contribuya a un soporte ecológico.

Derivado de lo anterior, es importante mencionar que la sustentabilidad se conforma por tres grandes ejes: la sociedad, el medio ambiente y la economía, siendo necesario el análisis de la viabilidad de este último para una posible conversión.

De acuerdo con ProMexico (2015), los indicadores que miden el desarrollo sustentable en el mundo son: el Dow Jones Sustainability Indexes, el Nasdaq OMX, FTSE 4Good, Jantzi Social Index.

El Socio Ejecutivo de Reputation Institute Nielsen (2015) afirma que:

Para triunfar en la Economía de la Reputación las empresas necesitan contar con la confianza y el apoyo de sus clientes y stakeholders. La Responsabilidad Social Corporativa es una palanca fundamental de la confianza y el apoyo. Luego la RSC no está muerta. Pero, si el 50-60% de los consumidores tienen dudas sobre si las mayores compañías del mundo son buenos ciudadanos corporativos, abiertos y transparentes, y son buenos entornos de trabajo, está claro que las inversiones en RSC han sido mal gestionadas.

Haciendo referencia a lo anterior, se puede decir que no sólo es importante migrar a un concepto de responsabilidad social, sino, más bien el procurar una adecuada gestión de las inversiones en este tema para alcanzar los beneficios de reputación que podría ofrecer el ser una ESR.

El distintivo ESR es un reconocimiento anual que otorga el Centro Mexicano para Filantropía (CEMEFI) y AliaRSE para hacer público el compromiso que adquieren las empresas en temas de responsabilidad social.

Kayser Automotive Systems es una empresa familiar, manufacturera de autopartes desde 1960, cuenta con oficinas de ventas en América, Asia y Europa. En México abrió sus puertas en los noventas en el estado de Puebla bajo el nombre de “Kayser Automotive Systems, S. en C.”. A diciembre de 2015 tenía aproximadamente 320 empleados laborando en departamentos como: finanzas, calidad, logística, proyectos, entre otros.

Esta investigación lograría resolver la problemática de migración de Kayser Automotive Systems, S. en C. (en lo sucesivo KAYSER), ya que desde hace aproximadamente un año el Chief Financial Officer (CFO) ha intentado implementar actividades con responsabilidad social, sin embargo, no se tiene un análisis pertinente y consecuentemente, carece de una certificación en este ámbito.

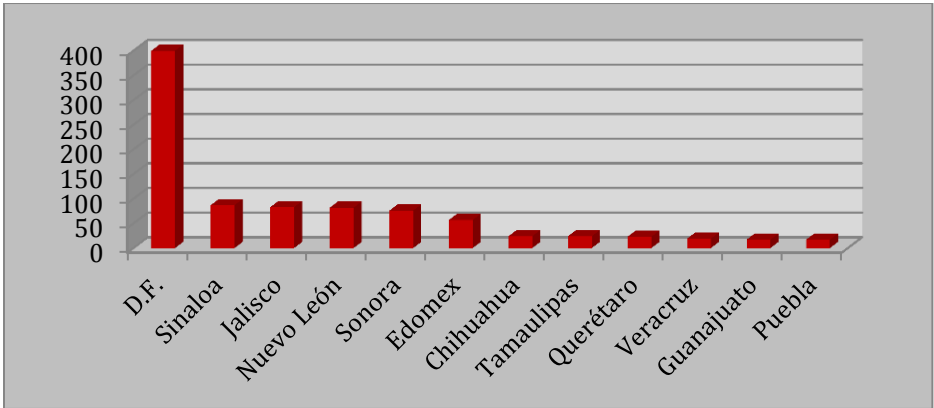
“En México, alrededor de 774 empresas son ESR. Wal-Mart, Cemex, Coca-Cola FEMSA, Cervecería Cuauhtémoc Moctezuma, Vitro, Bimbo, 3M, Grupo URBI, Casas GEO, ADO, Expok, entre muchas otras, han descubierto los beneficios de ser socialmente responsables a través de la obtención del Distintivo

ESR y obviamente de su administración. Cabe señalar que dicho distintivo puede ser alcanzado por PyMES, empresas y corporativos.” (distintivoesr.com, 2015)

Alcanzar el distintivo de ESR significa que una empresa se compromete a implementar un proceso de mejora continua que permee en la sociedad y el medio ambiente, eliminando los aspectos negativos y destacando los positivos como los valores éticos y el respeto a la comunidad, entre otros.

En mayo de 2015 tras el VIII Encuentro Latinoamericano de Empresas Socialmente Responsables, se reconoció a 213 empresas que lograron obtener por primera ocasión el distintivo ESR, mientras que otras 913 ratificaron su compromiso, conformando así un total de 1126 empresas como parte de este nuevo enfoque de negocios.

Gráfico I
Primeras 10 posiciones ESR en México



Fuente: Elaboración propia con datos extraídos de CEMEFI.org, junio 04,2015

En México el promedio de empresas que cuentan con el distintivo ESR por estado es de 32, siendo el D.F. el que tiene más empresas comprometidas en este

ámbito (400 ESR), mientras que en Aguascalientes aún no se ha considerado esta nueva visión de negocios.

En el listado de las primeras 10 posiciones de ESR en México existen curiosamente 2 empates: Chiapas y Tamaulipas en el lugar número 7 con 24 ESR, y Puebla con Querétaro (ambos estados de la zona centro del país) en el lugar 10 con un total de 17 ESR, gráfico I.

Tabla I

Distribución por sector		Tamaño de las ESR	
Industria	Número	Tamaño	Número
Agropecuario	48	Corporativo	84
Comercio	114	Corporativo Pyme	4
Construcción	89	Grande	468
Industria manufacturera	225	Mediana	224
Minero y extracción	46	Pequeña	208
Servicios	462	Micro	40
Transporte y Comunicaciones	42		

Fuente: CEMEFI.org, junio 06,2015

Por lo anterior, se resalta que son las empresas grandes las que tienen la mayor tendencia a realizar esta transición destacando las que operan en el sector servicios y en segunda posición las de la industria manufacturera, tabla I.

Según el INEGI (2010) la ciudad de Puebla y su municipio conforman la cuarta ciudad más grande de México, encabezando la lista de las tres primeras posiciones ocupadas por la ciudad de México, Guadalajara y Monterrey. El 80% por ciento de la economía poblana la constituye la industria (Automotriz,

alimenticia, metálica, textil y confección, autopartes, construcción e infraestructura, entre otras).

En este tenor KAYSER es una empresa grande la cual pertenece a la industria manufacturera (autopartes), y que a su vez radica en Puebla por lo cual se esperaría tenga mayores posibilidades para realizar este cambio en su enfoque de negocios.

III. JUSTIFICACIÓN

Resulta de un gran interés saber cuáles son, en específico y de forma detallada, los beneficios a corto plazo que conlleva la obtención del distintivo ESR.

“En síntesis, es un hecho que las empresas socialmente responsables tienen y tendrán beneficios por encima de la media en el corto plazo, al ser percibidas por sus asociados y consumidores como superiores en sus procesos de gestión y comercialización.” (distintivoesr.com, 2015)

Con la llegada de Audi y su apertura programada para el 2016, es importante destacar la oportunidad de negocios que se genera para la industria de autopartes en Puebla. Hoy en día la mayoría de éstas operan de forma convencional, por lo que encontrar un toque que proporcione a una empresa en específico una ventaja competitiva sostenible, resultaría muy importante. Para lograr esto y de acuerdo a la nueva perspectiva de negocios, una gestión administrativa adecuada podría coadyuvar con la empresa a la obtención de

beneficios que impacten directamente a un desarrollo sustentable, es decir, la transición al nuevo panorama de negocios.

En la actualidad, a pesar de las diversas definiciones asociadas al término "Empresa socialmente responsable (ESR)", no existe una instrucción como tal que guíe, sirva de soporte u otorgue los fundamentos necesarios para el estudio de la factibilidad para que una empresa como KAYSER se convierta en una ESR. Por lo anterior surge el interés de ésta en colaborar con la presente investigación.

La originalidad de este trabajo de investigación radica en la convergencia de ciertos factores específicos, los cuales no se habían relacionado para un análisis de este tipo, y son los siguientes:

- Enfoque de negocios – Responsabilidad Social.
- Objeto de estudio – Industria de autopartes.
- Área geográfica – Puebla.
- Ámbito de estudio – Sector Privado.
- Tipo de empresa – Sociedad en Comandita.

Por tanto, el propósito fundamental de este trabajo de investigación será proporcionar los elementos necesarios para expresar una opinión fundamentada referida a ¿Es viable para esta empresa de autopartes el trascender a una con responsabilidad social?

IV. OBJETIVOS

a. OBJETIVO GENERAL

Explorar, conocer y analizar los elementos y características que permitan a una

empresa convencional transitar a una con Responsabilidad Social, así como los beneficios de la mencionada transición.

b. OBJETIVOS PARTICULARES

1. Describir y contextualizar a las empresas socialmente responsables.
2. Describir y relacionar los elementos, características y raíces de las empresas socialmente responsables.
3. Identificar y analizar los modelos o teorías relacionados con las ESR.
4. Determinar beneficios que obtendría la empresa al convertirse en una Empresa Socialmente Responsable.

V. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

¿Cuáles son los requerimientos que debe cubrir una empresa para ser una empresa sociablemente responsable?

¿Cuál es el contexto de las empresas socialmente responsables?

¿Cuáles son los elementos, características y raíces de las empresas socialmente responsables?

¿Cuáles son los modelos o teorías de la responsabilidad social?

¿Cuáles son los beneficios que obtendría la empresa al convertirse de una empresa convencional en una con responsabilidad social?

VI. HIPÓTESIS

Si se cumple con los indicadores; calidad de vida en la empresa, ética empresarial, vinculación de la empresa con la comunidad y, cuidado y preservación del medio ambiente; una empresa convencional, podrá transitar a una empresa socialmente responsable y con ello obtener beneficios tales como: mejoramiento del clima laboral, contribuciones a la sociedad, aportaciones al medio ambiente, ampliar el mercado y reconocimiento de proveedores, entre otros.

VII. VARIABLES

a. INDEPENDIENTE

Cumplimiento de los indicadores: calidad de vida en la empresa, ética empresarial, vinculación de la empresa con la comunidad y, cuidado y preservación del medio ambiente.

b. DEPENDIENTE

- Transición de una empresa convencional a una con RSE.
- Beneficio en el mejoramiento del clima laboral.
- Beneficio en las contribuciones realizadas a la sociedad.
- Beneficio en las aportaciones al medio ambiente.
- Beneficio en ampliar el mercado.
- Reconocimiento de los proveedores al ser una ESR.

VIII. DISEÑO METODOLÓGICO

Este es un trabajo de investigación cualitativo, con un enfoque descriptivo y explicativo, además de un objeto de estudio totalmente definido y delimitado sobre las diversas variables en las que incurre una empresa convencional al migrar a una con enfoque socialmente responsable; los requerimientos que debe cubrir, el aspecto macroeconómico del enfoque responsabilidad social, el estudio de la industria y de la empresa en específico (objeto de estudio) y los posibles beneficios y/o repercusiones. La técnica de recolección de datos estará basada en la revisión de bibliografías, referencias y fuentes estrechamente relacionadas con la responsabilidad social.

IX. ALCANCES Y LIMITACIONES

El alcance de esta investigación es un análisis deductivo de las empresas socialmente responsables, empezando con un análisis de la industria y del enfoque ESR, identificando un panorama a nivel mundial y en la República Mexicana, posteriormente delimitando el impacto en nuestro objeto de estudio que es la industria “Kayser Automotive Systems, S. en C.”.

Dentro de las limitaciones se puede referir la falta de un área dentro de la organización que permita obtener un enfoque general del panorama de responsabilidad social de la empresa, así como la confidencialidad de su información financiera.

La recolección y análisis de la información llevará a la emisión de una opinión sobre la factibilidad de migración a una empresa con responsabilidad social dentro del ramo de autopartes.

La puesta en marcha de las propuestas y la decisión de migrar formalmente a una ESR dependerá única y exclusivamente de la decisión de los directivos de Kayser Automotive Systems, S. en C.

CAPÍTULO I EMPRESAS SOCIALMENTE RESPONSABLES (ESR)

CAPÍTULO I EMPRESAS SOCIALMENTE RESPONSABLES (ESR)

El presente capítulo expone la evolución histórica de las ESR en México y en el mundo. Lo anterior, se logrará realizando una descripción detallada y de forma cronológica de las características y acontecimientos más destacados en materia de responsabilidad social, así como, la presentación de los orígenes del término. Esto nos ayudará a conocer los cambios que ha tenido esta nueva forma de gestión y de hacer negocios.

1.1 LA APORTACIÓN DE ROBERT OWEN

Hace algunos años destacaban los abusos a los derechos humanos y al medio ambiente, en esos días se creía que se generaban los beneficios suficientes únicamente a partir del vínculo que existía entre el capital y el trabajo.

En 1800 el británico Robert Owen reconocía la importancia de los recursos humanos, por lo que su principal preocupación era mejorar las condiciones de vida de los trabajadores, demostrando así que la producción industrial podía ser responsable y a la par eficiente.

En 1820 Owen gestionaba New Lanark, una ciudad a orillas del río Clyde, en Escocia. En este lugar creó una importante comunidad industrial donde las normas básicas de convivencia eran la cooperación y el apoyo entre mutuos. Para estos años el “Owenismo” o “cooperativismo” había ganado gran terreno entre los trabajadores.

Entre las medidas evolutivas de Owen destacan la eliminación del trabajo infantil; los gastos de vivienda, vestido y educación infantil corrían a cargo del estado; la sanidad pública y por consecuencia al mejorar el entorno laboral y ambiente en la sociedad se creía que se eliminaban los vicios, males y en general aspectos negativos asociados a la clase trabajadora como por ejemplo; la agresividad, la violencia, el alcoholismo, la apatía entre otros.

En 1858 Owen aseguro lo siguiente;

En mi calidad de empleador y director de manufactura en Lancashire y Lanarkshire, hice todo lo que pude para aliviar los males de mis empleados; y sin embargo, a pesar de todo lo que hice, con nuestro sistema totalmente irracional de creación de riqueza, de formación del carácter y de organización de todas las actividades humanas, sólo pude aliviar un poco la miseria de su estado; y ello pese a ser consciente de que la sociedad, incluso entonces, poseía medios sobrados para educar, emplear y gobernar a la población entera del Imperio Británico, haciendo de ellos hombres formados e inteligentes, unidos y prósperos para siempre, y para convertirlos en hombres y mujeres felices, de cualidades físicas y mentales superiores.

Por lo anterior, era evidente la preocupación de Owen por la calidad de vida de su gente, sin embargo, sus ideas socialistas fracasaron. Alguien como él posiblemente adelantado para su época enfatizaba la educación que los niños debían recibir como un camino para mejorar las condiciones incluso del mismo estado, pero era consciente de los alcances y limitaciones de su gestión y de las condiciones del mundo en esa época.

1.2 RESPONSABILIDAD SOCIAL EN EL MUNDO

El nombre de “Naciones Unidas”, fue acuñado por el Presidente de los Estados Unidos Franklin D. Roosevelt en 1942.

En 1945 tras la segunda guerra mundial el mundo se encontraba devastado y en búsqueda de paz, es por ello que el 26 de junio de 1945 en San Francisco, se reunieron 51 naciones las cuales a través de un representante firman una carta para constituir una Organización de Naciones Unidas, la cual entra en vigor el 24 de octubre de ese mismo año; con ella se busca mantener la paz y seguridad internacional, promoviendo el desarrollo y la democracia, defendiendo el derecho internacional y prestando asistencia humanitaria a las personas con necesidades.

“En la actualidad, 193 Estados son miembros de las Naciones Unidas, que están representados en el órgano deliberante, la Asamblea General.” Imagen 1.1 (un.org, 2015)

Imagen 1.1
Firma de la Carta de las Naciones Unidas



Fuente: un.org, junio 06, 2015.

Con el nacimiento de la “Organización de las Naciones Unidas (ONU)” y el seguimiento a los derechos humanos se consolida una base sólida para generar una constante conciencia social, y en la actualidad además se agregó una responsabilidad ambiental.

En 1953 nace académicamente el concepto de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), el responsable de que esto sucediera fue Howard Bowen, en su libro “Social Responsibilities of the Businessman, en esta obra el autor realiza un análisis sobre las responsabilidades que los empresarios tienen para con la sociedad, él establece que si son grandes empresas esto significa que sus acciones repercuten en muchos ciudadanos, por tanto, las empresas deben regirse de acuerdo a los objetivos y valores de la sociedad.

Debido a la preocupación mundial por el uso sostenible del planeta tierra y sus recursos, ya que ésta es cada vez mayor; en 1972 la ONU convocó a la “Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Humano” en Estocolmo, Suecia. Como consecuencia de esta conferencia se crea una declaración de 19 principios que en la actualidad son utilizados como un manifiesto medioambiental.

Un aspecto destacable de la declaración de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Humano en 1972 es el siguiente:

Hemos llegado a un momento en la historia en que debemos orientar nuestros actos en todo el mundo atendiendo con mayor cuidado a las consecuencias que puedan tener para el medio. Por ignorancia o indiferencia podemos causar daños inmensos e irreparables al medio terráqueo del que dependen nuestra vida y nuestro bienestar. Por el contrario, con un conocimiento más profundo y una acción más prudente, podemos conseguir para nosotros y para nuestra posteridad unas condiciones de vida mejores en un medio más en consonancia con las necesidades y aspiraciones del hombre... La defensa y el mejoramiento del medio humano para las generaciones presentes y futuras se ha convertido en meta

imperiosa de la humanidad.

Derivado de lo anterior, el objetivo de la ONU quedaba más que claro a partir de dicha declaración es una prioridad no sólo para la organización sino para la humanidad, la conservación de su especie y de su medio ambiente.

En el año de 1987 en el Informe Brundtland, titulado “Nuestro futuro común”, se precisó el desarrollo sostenible como “el desarrollo que garantiza las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades”. (UNESCO, 2015)

De esta forma, se considera imperativo transitar a una empresa con responsabilidad social en el presente, pensando en un mejor futuro.

Por otro lado, en la “Cumbre de la tierra” en 1992, llevada a cabo en Río de Janeiro, se destacó la educación con miras a alcanzar un desarrollo sostenible, conceptos comprendidos en los convenios de Río sobre la diversidad biológica, el cambio climático y la desertificación. Ya se habla de una educación con enfoque sustentable.

En 1997 en el marco de la Convención Macro de las Naciones Unidas sobre Cambio Climático, se negoció el “Protocolo de Kioto”. Éste es un acuerdo en el cuál se pretende que 37 países desarrollados reduzcan en un 5% sus emisiones de gases de efecto Invernadero (GEI) para el año 2012. Sin embargo, los alcances de este protocolo han sido limitados ya que Estados Unidos, principal productor de GEI, no lo acató.

La firma del Tratado de Ámsterdam en 1997 supone el primer gran impulso de la política social en el proceso de construcción europea; sin embargo, fueron necesarios tres años para que este empuje social se convirtiera en un proyecto europeo que integrara las dimensiones políticas, económicas y sociales del crecimiento sostenible. (González, C., 2001)

De acuerdo con González en Lisboa en el 2000 se centran las bases para una renovación económica y social en la Unión Europea, ya que es en este lugar donde se proponen un crecimiento económico sostenible y sustentable.

En el 2001 la Comisión Europea presentó el libro Responsabilidad Social Corporativa con el objetivo de fomentar entre la sociedad este nuevo concepto de negocios y las relaciones entre empresa y sociedad. En este libro se sugiere la incorporación empresarial de políticas medioambientales y sociales en su gestión, esto con la finalidad de procurar el respeto a los derechos humanos, elevar los niveles de desarrollo social y fomentar la protección al medio ambiente.

En resumen la creación de organizaciones, asociaciones o sociedades civiles como ONU, Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la ciencia y la cultura (UNESCO), Greenpeace, Amnistía Internacional, Transparencia Internacional, Global Reporting Initiative, Instituto Ethos, los criterios de la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE), el Pacto Mundial y las iniciativas empresariales, son los precedentes que han servido como cimientos para generar una conciencia social y medioambiental conocida como Responsabilidad Social Empresarial.

El enfoque de “Responsabilidad Social Empresarial (RSE)” seguirá evolucionando como la ha hecho en estos últimos años, ya que no se trata de una perspectiva estática al tener variables como sociedad y medio ambiente, las cuales dependen en muchas ocasiones de las decisiones que tome la humanidad de acuerdo a su presente y de cara a un futuro.

1.2.1 Pacto mundial

En el año 2000 la Organización de las Naciones Unidas convoca específicamente a las empresas de todo el mundo para unir fuerzas a través de un voluntariado con la finalidad de combatir temas de corrupción, proteger los derechos humanos y laborales, así como procurar el medio ambiente.

Los dos principales objetivos de esta iniciativa son añadir como políticas cotidianas de las empresas los 10 principios del “Pacto Mundial” y en sí, realizar aquellas actividades que encaminen a un desarrollo sostenible para la ONU, alineando valores éticos, promoviendo los derechos humanos, la RSE y la sustentabilidad, tabla 1.1.

Tabla 1.1
Principios del Pacto Mundial

Área	Principio	
Derechos Humanos	1	Apoyar y respetar la protección de los derechos humanos.
	2	No ser cómplices de abuso de los derechos humanos.
Estándares Laborales	3	Apoyar los principios de la libertad de asociación y el derecho a la negociación colectiva.
	4	Eliminar el trabajo forzoso y obligatorio.
	5	Abolir cualquier forma de trabajo infantil.
Medio Ambiente	6	Eliminar la discriminación en materia empleo y ocupación.
	7	Apoyar el enfoque preventivo frente a los retos medio ambientales.

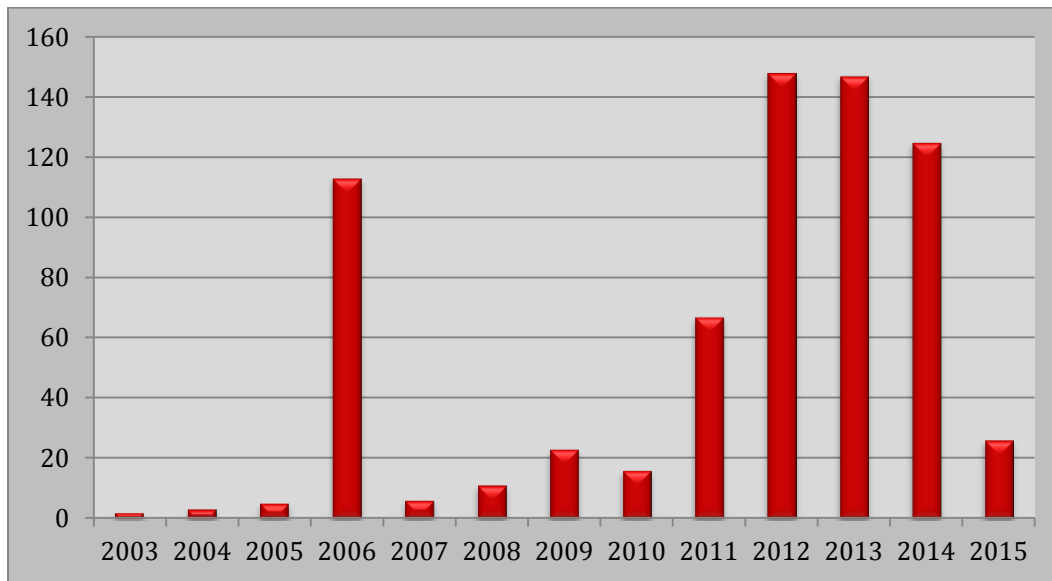
Área	Principio	
	8	Promover mayor responsabilidad medioambiental.
	9	Alentar el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas del medio ambiente.
Anticorrupción	10	Actuar contra todas las formas de corrupción, incluyendo la extorsión y el soborno.

Fuente: Elaboración propia con datos extraídos de pactomundial.org, junio 10, 2015.

Como se puede apreciar en la tabla anterior, el Pacto Mundial al igual que el CEMEFI y AlisRSE a través del distintivo ESR buscan fomentar en la población actitudes positivas. Este tipo de iniciativas están diseñadas con la finalidad de estimular un cambio a través de actividades que conlleven a un mejor mundo social y ambiental.

Gráfico 1.1

Empresas que participan en el Pacto Mundial en México



Fuente: Elaboración propia con datos extraídos de pactomundial.org, junio 10, 2015

En México se ha ido incrementando la participación en este pacto a través de los años. De acuerdo con la página pactomundial.org para el 6 junio de 2015

más de 690 empresas operando en México han adquirido este compromiso; tan sólo entre 2012 y 2013 casi 300 empresas decidieron participar en esta iniciativa. Los tres estados con mayor número de empresas copartícipes con el Pacto Mundial son el D.F. con 230, Sinaloa con 57 y el Estado de México con 53, mientras que en Puebla sólo existen 8 empresas comprometidas con este pacto mundial. Gráfico 1.1.

1.2.2 Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE)

La OCDE está formada por la unión de diversos países preocupados por las sustentabilidad en el mundo, fue fundada en 1961 en Europa. Actualmente tiene 34 países como miembros de la misma, entre los cuales están, Alemania, Bélgica, Canadá, Chile, Dinamarca, España, Estados Unidos, Finlandia, Grecia, Hungría, Italia, Japón, Luxemburgo, México, Noruega, Portugal, Reino Unido, República Checa, Suiza, Turquía, por mencionar algunos.

En julio de 2013, la OCDE publicó la revisión a 2011 de las “Líneas Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales”, estas directrices son voluntarias y no vinculatorias, conforman un código de conducta que incluye recomendaciones, principios y normas de buenas prácticas, en armonía con las expectativas de la sociedad y trabajan en conjunto con las leyes de cada país.

Los temas sobre los cuales versan estas directrices de la OCDE (2013) son:

- Divulgación de información (transparencia de gestión empresarial).
- Derechos humanos.
- Empleo y relaciones laborales.
- Medio ambiente.

- Lucha contra la corrupción, las peticiones de soborno y otras formas de extorsión.
- Protege los Intereses de los consumidores.
- Uso responsable de la ciencia y tecnología.
- Competencia (justa) y Cuestiones Tributarias.

1.2.3 Principios CERES

Como resultado del derrame de cerca de 11 millones de galones de petróleo en Alaska por la corporación Exxon Valdez, en 1989 surge la organización sin fines de lucro Coalición de Economías Ambientales Responsables (CERES), esta fundación promueve que las empresas reporten de forma periódica los resultados de su gestión en materia ambiental.

Con la unión de inversionistas, sindicatos, fundaciones y grupos de interés se formó CERES, esta coalición fue la encargada de desarrollar los “Principios CERES” con los cuales se pretende obtener el compromiso de mejora continua de las empresas, así como el respeto al medio ambiente y una gestión transparente en este tenor.

De acuerdo con Raufflet, Lozano, Barrera y García (2012) los Principios CERES son:

1. Proteger la biósfera.
2. Uso sustentable de recursos naturales.
3. Reducción de residuos y disposición de éstos.
4. Conservación de la energía.
5. Reducción del riesgo.

6. Productos y servicios seguros.
7. Restauración del ambiente.
8. Reporte a los grupos de interés sobre asuntos que los afecten.
9. Demostración de un compromiso con el ambiente en la gestión y en el consejo directivo.
10. Reportes ambientales.

Como se puede observar con la adopción de estos principios la organización tendría una procuración principalmente del medio ambiente.

1.3 EMPRESAS SOCIALMENTE RESPONSABLES EN MÉXICO

Las raíces de las empresas socialmente responsables en México se podría decir que se remontan a mediados del siglo XX. Para esta época resaltan dos grandes organizaciones “Uniones Sociales de Empresarios en México, A.C. (USEM)” y “Confederación Patronal de la República Mexicana (COPARMEX)” las cuales al ser las precursoras de la materia, aportaron los fundamentos teórico prácticos que permitieron instituir las bases del concepto.

En diciembre de 1988, se funda el “Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI)”, éste cuenta con una Asamblea General de Asociados la cual está integrada por 341 miembros y a su vez, la Asamblea delega responsabilidades a la dirección y administración de la institución en un Consejo Directivo. Cabe destacar que el CEMEFI es una organización privada sin fines de lucro, sin inclinaciones religiosas, sin alguna afiliación a un partido, es decir, libre de cualquier “interés” adicional que pudiera afectar su toma de decisiones.

Fue hacia 1992 cuando el CEMEFI, creó el programa de Filantropía Empresarial con únicamente 6 empresas que fungían como participantes.

En 1997 el CEMEFI introdujo al ambiente laboral el programa de Responsabilidad Social Empresarial. Tres años después, por iniciativa del mismo CEMEFI y en complicidad con la COPARMEX y la USEM, se lanza una convocatoria para reconocer las mejores prácticas de Responsabilidad Social Empresarial.

En el año 2001 surge por primera ocasión el lanzamiento de una convocatoria para otorgar el distintivo “ESR” y de esta forma reconocer a las empresas por su labor social y ambiental. En este primer certamen el distintivo fue entregado a 17 empresas para su ostentación. Año con año ha ido tomando impulso incrementando el número de empresas ESR, para 2015 ya son 1126 en México.

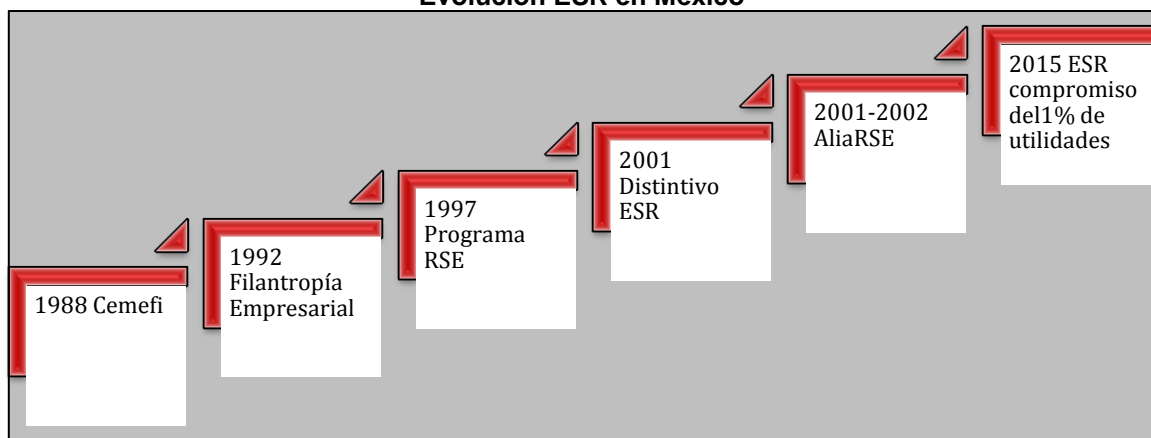
En ese mismo año (2001) dentro del marco de la Asamblea Nacional de COPARMEX, se da a conocer la “Alianza por la Responsabilidad Social Empresarial en México (AliaRSE)” constituida por: el Consejo Coordinador Empresarial (CCE), la Administración por Valores (Aval), la Confederación USEM, la COPARMEX, el CEMEFI e Impulsa (antes Desarrollo Empresarial Mexicano), sumándose posteriormente a la causa en el año 2002 CONCAMIN.

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

iniciativa en México. (aliarse.org)

El 7 de mayo de 2015, durante la clausura del VIII Encuentro Latinoamericano de Empresas Socialmente Responsables, se dio a conocer que un grupo de 77 empresas adoptarían una nueva política para destinar el 1% de sus “utilidades antes de impuestos” a acciones de beneficio social. Figura 1.1.

Figura 1.1
Evolución ESR en México



Fuente: Elaboración Propia

1.4 SUSTENTABILIDAD

“La sustentabilidad no es un destino, es un camino” (BMV, 2015)

Con la frase anterior la Bolsa Mexicana de Valores (BMV) invita a las empresas de México a adoptar esa filosofía y a creer que la sustentabilidad es el camino para llegar a una meta que se quieran proponer, por ello la importancia de su análisis.

La sustentabilidad está fundamentada en acciones cuantificables que conllevan a un impacto positivo en el medio ambiente con la correcta administración de los recursos naturales, en la sociedad a través de iniciativas de cooperación social y relaciones positivas, y un crecimiento económico sostenible.

Hoy en día se cree que la sustentabilidad puede generar ventajas competitivas sostenibles dentro de su industria al hacer frente a las presiones tanto internas como externas.

Las empresas con un enfoque socialmente responsable obtienen múltiples beneficios como incentivos y subsidios ya que realizan un cumplimiento cabal de las leyes y normatividades vigentes, obtienen acceso a índices bursátiles de este ámbito, un mejor posicionamiento de marca frente a sus competidores que no tienen este enfoque de negocios, mayores facilidades de inversión, trascendencia en su negocio y en el tiempo, entre otros que se irán detectando mediante este trabajo de investigación.

Por lo anterior, se denota que las empresas basaban tradicionalmente sus estrategias de negocios únicamente en cuestiones relacionadas con la economía, para lo cual realizaban estudios de mercado en los que median factores relacionados la competitividad, sin embargo, para decidir el rumbo que las empresas deben seguir, hoy en día los altos directivos deben tomar en cuenta a los grupos de interés involucrados de forma directa o indirecta (stakeholders) con la organización.

1.4.1 Diferencia entre sustentable y sostenible

Desde hace algunos años existe una controversia entre los términos sustentable y sostenible, los cuales se definen de la siguiente manera:

“sustentable.1. adj. Que se puede sustentar o defender con razones.
sostenible.1. adj. Dicho de un proceso: Que puede mantenerse por sí mismo, como lo hace, p. ej., un desarrollo económico sin ayuda exterior ni merma de los recursos existentes.” (Real Academia Española (RAE), 2011)

Algunos creen que la confusión entre estos términos deriva del momento en el cual se acuñó de la palabra “sustainability” al español, para ser utilizado con fines de responsabilidad social y ambiental, por lo que la diferenciación entre sustentar o sostener se hizo casi imposible.

Otros creen que simplemente se debe a preferencias geográficas, ya que en Europa se utiliza “sostenible” y en América “sustentable”. Como lo indica expoknews.com en el 2011, en Europa se hacen memorias de sostenibilidad, mientras que en América se realizan reportes de sustentabilidad.

Por lo anterior, realmente no se realizan diferencias entre estos términos en materia de desarrollo sostenible y/o sustentable y en el mundo de la responsabilidad social ambos términos se utilizan como sinónimos.

Una vez dada a conocer la evolución de las empresas socialmente responsables en el mundo y en México, se da paso a las normas y teorías en esta materia.

CAPÍTULO II TEORÍAS Y NORMAS DE LAS ESR

CAPÍTULO II TEORÍAS Y NORMAS DE LAS ESR

El presente capítulo presenta algunas de las normas y teorías a tomar en cuenta en el ámbito socialmente responsable, lo anterior con la finalidad de encontrar un enfoque teórico que soporte la transición de una empresa convencional a una con un sentido de Responsabilidad Social.

2.1 PERSPECTIVAS DE LAS ESR

“La RSE es un término brillante; significa algo, pero no lo mismo para todos”
Votaw (1973)

Por tanto, según Votaw el significado que se le da a la RSE es subjetivo, es decir, depende del enfoque de cada persona. Para Garriga y Melé (2004) los problemas de las teorías existentes en el ámbito de responsabilidad social, surgen cuando en algunas de ellas se combinan los enfoques, ya que se utiliza la misma terminología pero dándole diferentes significados, por lo tanto los enfoques de cada teoría las hacen distar unas de otras por el sentido que se le da a la terminología creando franca confusión.

Elisabet Garriga y Doménec Melé son dos investigadores de “IESE Business School (Universidad de Navarra)” quienes en agosto 2004 publicaron en el “Journal of Business Ethics” un artículo titulado “Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the Territory”, en dicho documento analizan las teorías de la Responsabilidad Social Corporativa y las clasifican en cuatro segmentos: Teorías

instrumentales, teorías políticas, teorías integradoras y las teorías sobre la ética y la moral en los negocios.

De acuerdo con estos investigadores, las organizaciones se integran a cada uno de estos segmentos dependiendo del “rol” que estén tomando en el ámbito de responsabilidad social, a continuación se explicará cada segmento de teorías.

2.1.1 Teorías Instrumentales

En este grupo, los investigadores Garriaga y Melé (2004), clasificaron a aquellas organizaciones que utilizan como herramienta la Responsabilidad Social para alcanzar sus fines principalmente económicos, es decir, sus actividades más importantes se encaminan a crear riqueza.

El exponente más reconocido de estas teorías es Milton Friedman (1970), quién en su libro “Capitalismo y Libertad” realiza un análisis sobre el significado de la “Responsabilidad Social” en las empresas, toda vez que él entiende por empresa a un ente jurídico por lo tanto sus responsabilidades son artificiales.

De acuerdo con Friedman las empresas están formadas por personas (físicas), y las actividades que estos individuos realizan en un sentido de responsabilidad social son de ellos y no de las empresas (como un ente comercial). En este sentido, para Friedman (1970) la única responsabilidad que tiene una organización para con la sociedad es únicamente utilizar sus recursos para generar actividades encaminadas a incrementar ganancias, todo ello en un marco de competencia abierta, libre, sin engaños ni opción a fraude.

Además, para Friedman es responsabilidad de las personas generar un marco legal que busque el interés individual constantemente y así se genere de forma intrínseca el beneficio a la sociedad.

Por otro lado, Garriaga y Melé subdividen estas Teorías instrumentales dependiendo el objetivo económico que persiguen de la siguiente forma: las que buscan la maximización del valor monetario para los accionistas, las que toman decisiones relacionadas con actividades sociales y ambientales en búsqueda de una ventaja competitiva, y las que utilizan el marketing como una herramienta para crear una “imagen de marca” con perfil ético que les permita incrementar sus ingresos.

De lo anterior, se desprende que las empresas que operan bajo teorías instrumentales buscan el enfoque socialmente responsable como un pretexto que les permita ser participantes activos en las relaciones humanas y así satisfacer sus fines económicos.

2.1.2 Teorías Políticas

En esta corriente se posicionaron aquellas empresas que buscan especialmente el poder que se obtiene con la sociedad y en el aspecto político al ser una empresa socialmente responsable y el uso de ese poder (Garriga y Melé, 2004).

Dentro de las teorías políticas Garriaga y Melé detallan las siguientes:

- Teoría del constitucionalismo corporativo.- Davis (1960) aseguró que los negocios son instituciones sociales por tanto deben ejercer su poder de

forma responsable, dicho poder se genera por fuerzas internas y externas y si no es utilizado se puede perder.

- Teoría del contrato social integrador.- Donaldson (1982) se basa en el pensamiento filosófico de Locke para considerar a los negocios y las relaciones como un “contrato social”, el cual puede ser macrosocial (proporciona las bases para cualquier contrato social) o microsocial (muestra los acuerdos en un segmento identificado, como industrias, compañías o sistemas económicos).
- Teoría de la ciudadanía corporativa.- Estas teorías surgen como consecuencia de la globalización empresarial y de satisfacción de las necesidades locales y la procuración del medio ambiente.

2.1.3 Teorías Integradoras

Las empresas que laboran bajo las teorías integradoras son aquellas que buscan satisfacer las demandas sociales, algunos argumentan que la existencia, crecimiento y continuidad de una organización depende de la sociedad. (Garriga y Melé, 2004)

Estas teorías integradoras incluyen cuatro enfoques: la gestión de problemas o asuntos sociales, se refiere a la identificación de los problemas sociales y políticos y la forma de dar respuesta a ellos; la responsabilidad pública, la cual describe los modelos generales de dirección social (requisitos legales, prácticas comunes y su aplicación); la gestión de los grupos implicados o interesados (stakeholders) se basa en la identificación de las personas afectadas por las políticas y prácticas responsables socialmente y la satisfacción de sus necesidades y; el desempeño social de las empresas, integra algunas de las teorías anteriores y buscan legitimidad social y respuestas adecuadas.

2.1.4 Teorías sobre la ética y la moral en los negocios

Aquí se encuentran las empresas que se enfatizan en un enfoque ético de responsabilidad social en las relaciones de negocios y con la sociedad, es decir, dan prioridad a la ética sobre cualquier otra consideración. (Garriga y Melé, 2004)

En las teorías sobre la ética y la moral en los negocios se trata de lograr una buena sociedad, para ello se centra en cuatro grupos: teoría normativa de las partes interesadas o grupos implicados, su puesta en marcha requiere la utilización de alguna teoría ética y está dirigida a las personas afectadas con la responsabilidad social; derechos universales, se basa en el respeto al medio ambiente, a los derechos humanos y laborales; desarrollo sostenible son las que incluyen al medio ambiente, aspectos económicos y sociales en sus políticas y prácticas, buscando un bienestar presente y siendo conscientes del futuro y; el bien común, parte del supuesto de que las empresas tienen todas las herramientas para contribuir a un bien común en la sociedad.

En estos grupos de teorías de Garriga y Melé, se abarca el aspecto económico, político, social y ético, y se evidencia la necesidad de un conocimiento pleno de la realidad de las organizaciones, de la sociedad y del medio ambiente, así como un esclarecimiento del enfoque de responsabilidad social que asume cada organización, y una consciencia responsable del futuro del mundo. Sin embargo, no se dan a conocer las ventajas y desventajas, así como los alcances y limitaciones de cada teoría analizada.

2.2 HERRAMIENTAS DE GESTIÓN DE LAS ESR

Con la entrada del enfoque de responsabilidad social empresarial como nueva forma de gestión en las empresas, se ha revolucionado la forma de hacer negocios, es por ello que se vuelve crucial para los empresarios adoptar herramientas de gestión que les permitan migrar a este enfoque de negocios y así obtener ventajas competitivas, cumplir con leyes y normas nacionales e internacionales, atraer clientes, mejorar su infraestructura, renovar sus políticas y manuales, en general hacer todos los cambios necesarios hasta lograr su cometido.

Al ser una ESR es importante no perder de vista la legislación federal vigente en México materia de recursos materiales y medio ambiente. Ver Anexo 1.

La “American Chamber of Commerce of México, A.C.” publicó en 2012 un “Toolkit” donde se detallan algunos de los distintivos, premios, reconocimientos, certificaciones, normas y estándares internacionales aplicables a México. Ver listado en el Anexo 2.

A continuación se exploran algunas de las herramientas de gestión disponibles para administrar exitosamente una empresa bajo un enfoque de negocios con responsabilidad social.

2.2.1 Normas ISO

En Suiza es “International Organization for Standardization”, en Francia se llama “Organization Internationale de Normalization”, en México es conocida como la “Organización Internacional de Estandarización”, sin embargo, no importa el país o el idioma siempre es “ISO”. Ésta fue una decisión tomada por sus fundadores quienes tomaron como base “isos” término de origen griego que significa igual.

ISO es un organismo no gubernamental fundado en 1946 (imagen 2.1), el cual en sus poco menos de 70 años de historia, ha publicado más de 19000 normas y documentos relacionados con las mismas, dichas normas son de carácter voluntario y abarcan diversos sectores como por ejemplo: construcción, agricultura, transporte, distribución, fabricación, mecánica, medio ambiente, tecnologías de la comunicación, gestión de calidad, entre otros.

Imagen 2.1

Fundadores de la ISO Londres 1946



Fuente: iso.org, febrero 13, 2016.

Las normas ISO son un conjunto de conocimientos y experiencias que se caracterizan por cubrir necesidades en el mercado a través de instrumentos prácticos, con los cuales facilitan a las organizaciones alcanzar sus objetivos en tres sentidos: el social, el económico y el ambiental.

“Una Norma Internacional ISO representa un consenso mundial sobre el estado del arte en el tema de esa norma” (ISO, 2010)

Por lo anterior, se decide explorar y conocer las normas ISO que pueden ayudar en la transición de una empresa a un enfoque de negocios con responsabilidad social. Se detectan dos ISO interesantes en dicho ámbito la ISO 14000 Gestión Ambiental y la ISO 26000 Responsabilidad Social.

2.2.1.1 ISO 14000 – Gestión Ambiental

Tras el éxito que tuvieron las normas ISO 9000, y como resultado de la “Cumbre de la Tierra” de 1992, en 1993 el Comité Europeo de Normalización creó un acuerdo para elaborar en conjunto con ISO las normas para la Gestión Ambiental.

Estas normas desarrollan un sistema de gestión de responsabilidades con medio ambiente, para ello en el desarrollo de las mismas se proporcionan las pautas que permiten una mejora ambiental en los procesos productivos y en sí en las actividades propias de cualquier empresa, cambiando la cultura de las organizaciones y promoviendo la responsabilidad ecológica.

No importando el tipo (pública o privada), el giro o el tamaño de las organizaciones, estas normas de gestión ambiental requieren estándares de calidad los cuales impactan directamente en el ecosistema (en el aire, el agua, la tierra, los recursos naturales, la flora, la fauna, los seres humanos y sus interrelaciones).

Las normas ISO 14000 son de carácter voluntario y certificable si así se desea, dicha certificación se realiza a través de auditorías en las cuales se evalúa a las organizaciones, en estas auditorías se verifica el cumplimiento de una serie de factores que se contemplan en las normas de la familia 14000 como emisiones atmosféricas, residuos, vertidos al agua, contaminación al suelo, empleo de materia prima y recursos naturales, etc.

En la tabla 2.1 se pueden visualizar algunas de las normas que se encuentran dentro de la familia de las ISO 14000 de Gestión Ambiental.

Tabla 2.1
Familia ISO 14000

Norma	Descripción
ISO 14000	Sistemas de Gestión ambiental. Líneas generales sobre principios, sistemas y técnicas de soporte de la administración ambiental.
ISO 14001:2004	Sistemas de gestión ambiental. Requisitos con orientación para su uso.
ISO 14004:2004	Sistemas de gestión ambiental. Directrices generales sobre principios, sistemas y técnicas de apoyo.
ISO 14010	Guía de acción para la auditoría ambiental, Principio General de auditoría ambiental.
ISO 14011:2002	Guía para las auditorías de sistemas de gestión de calidad o ambiental.
ISO 14012	Guía de acción para la auditoría ambiental. Criterios de calificación para auditores ambientales.
ISO 14013	Programas de auditoría de administración ambiental.
ISO 14020	Etiquetado y declaraciones ambientales – Principios Generales.
ISO 14021	Etiquetado y declaraciones ambientales – Autodeclaraciones.
ISO 14024	Etiquetado y declaraciones ambientales.
ISO/TR 14025	Etiquetado y declaraciones ambientales.
ISO 14031:1999	Gestión ambiental. Evaluación del rendimiento ambiental. Directrices.
ISO 14032	Gestión ambiental – Ejemplos de evaluación del rendimiento ambiental

Norma	Descripción
	(ERA).
ISO 14040	Gestión ambiental – Evaluación del ciclo de vida – Marco de referencia.
ISO 14041	Gestión ambiental – Análisis del ciclo de vida. Definición de la finalidad y el campo y análisis de inventarios.
ISO 14042	Gestión ambiental – Análisis del ciclo de vida. Evaluación impacto del ciclo de vida.
ISO 14043	Gestión ambiental – Análisis del ciclo de vida. Interpretación del ciclo de vida.
ISO /TR 14047	Gestión ambiental – Evaluación del impacto del ciclo de vida. Ejemplos de aplicación de ISO 14042.
ISO /TS 14048	Gestión ambiental – Evaluación del ciclo de vida. Formato de documentación de datos.
ISO/TR 14049	Gestión ambiental – Evaluación del ciclo de vida. Ejemplos de aplicación de ISO 14041 a la definición de objetivo y alcance y análisis de inventario.
ISO 14062	Gestión ambiental – Integración de los aspectos ambientales en el diseño y desarrollo de los productos.

Fuente: elaboración propia con datos extraídos de Responsabilidad Social Corporativa: Teoría y práctica (2013) y Label W. (2000).

Según iso.org (2010), la familia de las normas ISO 14000 proporcionan tanto beneficios económicos tangibles y significativos, como beneficios medio ambientales.

De acuerdo con la ISO 14001, en el momento en el cual se concreta una política medio ambiental la organización se debe encargar no sólo de la planeación, implantación y operación de la misma, sino también se deben llevar a cabo verificaciones, acciones correctivas y revisiones administrativas periódicas, logrando así un cambio en la cultura organizacional.

Al ser certificable, algunas organizaciones toman a esta ISO como un requerimiento fundamental y fuente de beneficios para realizar sus transacciones controlando los costos, siendo más eficientes, reduciendo las primas de seguros, obteniendo un tratamiento gubernamental preferente, disminuyendo las barreras del comercio exterior por temas ambientales, entre otros.

En conclusión la familia de las ISO 14000 busca un mundo más limpio, seguro y saludable a través de una serie de criterios que permitan comprar las acciones de manera internacional y generan igualdad de condiciones en una competencia sana y responsable con el medio ambiente.

2.2.1.2 ISO 26000 – Responsabilidad Social

En 2004 al concluir la conferencia ISO sobre Responsabilidad Social, tras años de discusión sobre si debía o no generarse una ISO certificable en este ámbito, el consejo de gestión técnica de la ISO (TMB) decidió que la organización podría añadir valor al tema elaborando una norma directriz sobre Responsabilidad Social (RS). Para ello organizó un equipo de trabajo con el liderazgo de la Asociación Brasileña de Normalización Técnica y el Instituto Sueco de Normalización, y fueron ellos quienes después de casi 6 años elaboraron y publicaron la ISO 26000 en noviembre de 2010.

Con la creciente necesidad de un desarrollo sostenible, las empresas operan bajo la presión de diversas partes interesadas en la búsqueda de nuevas y revolucionarias formas de asegurar un ecosistema saludable y la equidad social. El propósito de la ISO 26000 es servir como una guía a esas organizaciones, no importando el sector al que pertenezcan, la ubicación o su tamaño, les ayudará a alcanzar los beneficios de operar bajo un enfoque de negocios socialmente responsable.

Según el investigador Fernando Navarro (2013) la información detallada y la estandarización que contempla la ISO 26000 busca lograr objetivos tales como:

- “Asistir o ayudar a las organizaciones a establecer, implementar, mantener o mejorar los marcos o estructuras de RS.
- Apoyar a las organizaciones a demostrar su RS mediante una buena respuesta y un efectivo cumplimiento de compromisos de todos los accionistas y grupos de interés, incluyendo a los gestores.
- Promover y potenciar la máxima transparencia.”

Los objetivos que maneja Navarro también se pueden retomar como beneficios o aspectos positivos en la ejecución y seguimiento de la norma.

En este mismo sentido, de acuerdo con la ISO (2010) algunos de los beneficios que se identifican al implementar esta norma en Responsabilidad Social en una empresa son entre otros:

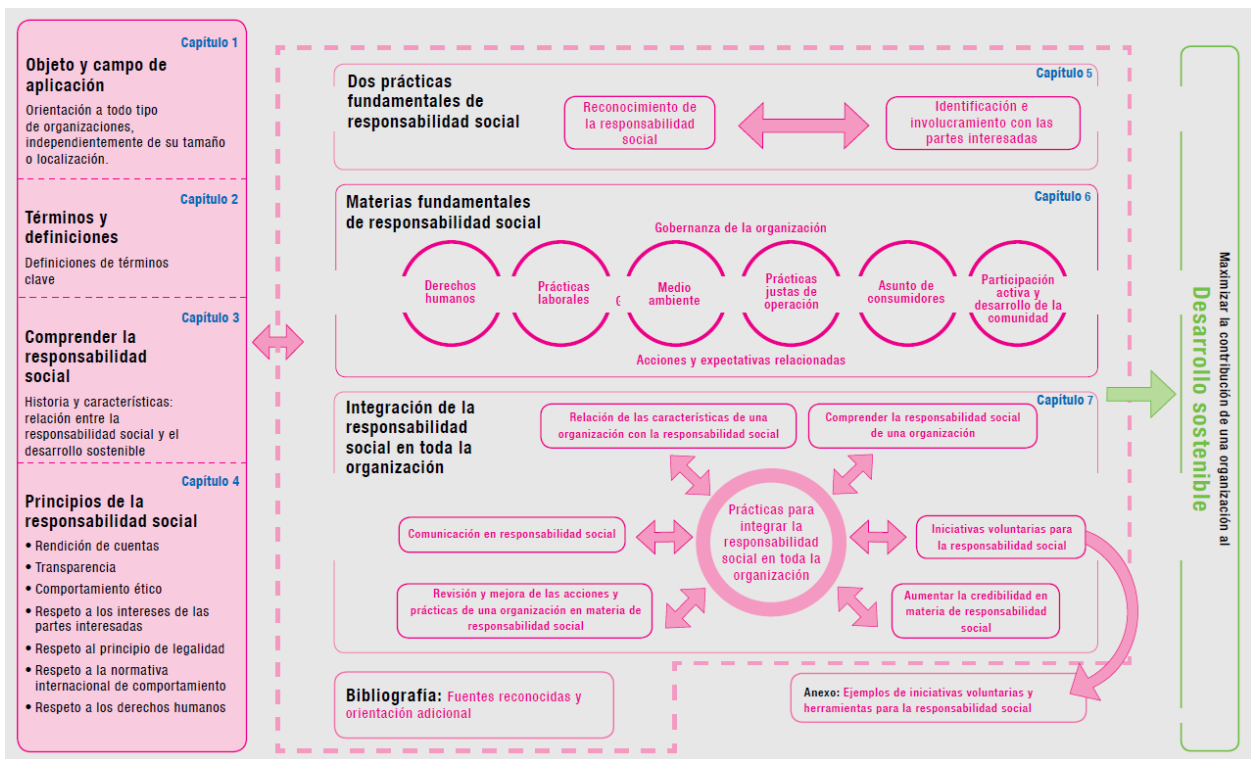
- Buena percepción ante los inversionistas, propietarios, patrocinadores, la comunidad en sí, lo que genera una buena reputación.
- Ventaja competitiva en el ramo al que pertenezcan.
- Capacidad de atracción de clientes internos (empleados, miembros de la organización) como externos (clientes, proveedores, partes relacionadas, comunidad, etc).
- Motivación, compromiso y productividad de los empleados, lo que genera lealtad hacia la empresa.
- Genera relaciones con empresas (clientes, proveedores, alianzas), con el gobierno, con la comunidad en donde opera, con las partes interesadas.

Antes de aplicar esta norma y durante su implementación, es recomendable tomar en cuenta diversos factores que influyen directa o indirectamente en el desarrollo sostenible tales como, las condiciones económicas de la empresa, el aspecto cultural donde se reside, la cultura organizacional actual, el enfoque

ambiental, las obligaciones legales, la diversidad social, así como las normativas internacionales que se asocien.

En la figura 2.1 se muestra una visión esquemática de la ISO 26000, la cual permite conocer de forma general cómo está integrada la norma en cuestión.

Figura 2.1
ISO 26000 Visión esquemática



Fuente: iso.org, febrero 02, 2016.

Como se puede observar, sin restar importancia a los demás capítulos, el enfoque holístico de la norma se presenta en su capítulo 6, es en éste donde radica la clave sobre su aporte estratégico a la gestión organizacional, ya que en él se detalla la información necesaria que da a conocer las características de cada

materia fundamental, la relación que tienen con la responsabilidad social y el alcance de cada una de ellas.

Para integrar la responsabilidad social como parte de la cultura organizacional de la empresa, se requiere generar fuerzas internas, el apoyo y dirección de la alta gerencia, añadir el enfoque a las políticas corporativas, estrategias encaminadas a este tema, constante comunicación interna y externa (generar retroalimentación 360°), y revisar periódicamente cada acción o práctica implementada con un fin de responsabilidad social.

Es importante tener en cuenta que al no ser una norma de sistema de gestión, esta norma no contempla requisitos para su cumplimiento por lo tanto no es certificable, además, acepta su complementariedad y reconoce la validez de otras normas y certificaciones existentes

2.2.2 Norma de aseguramiento de sostenibilidad AA1000

La organización británica sin fines de lucro “Institute of Social and Ethical AccountAbility”, desarrolló la Norma de aseguramiento de sostenibilidad AA1000, la cual es una norma internacional certificable que puede usarse de forma independiente y que permite evaluar los procesos, sistemas y competencias de las organizaciones, para gestionar y lograr un desarrollo sustentable.

Esta norma tiene como objetivo, reportar a los grupos de interés los aspectos financieros y no financieros de la sostenibilidad, a través de instrumentos y estándares efectivos para el aseguramiento de la calidad de la información

divulgada. Dichos reportes son elaborados por asesores externos expertos en dicha norma, quienes una vez concluido su trabajo, entregan los resultados de la empresa a AccountAbility.

Los tres principios más importantes a considerar de esta norma según Raufflet, Lozano, Barrera y García (2012) son: la relevancia (aspectos que se consideren importantes para la toma de decisiones de los grupos de interés), la exhaustividad (aspectos materiales del desempeño sustentable) y la capacidad de respuesta ante las inquietudes de los grupos de interés.

Los grados de aseguramiento que maneja la norma AA100, están directamente relacionados con la extensión y la calidad de la información que se requiere obtener y se busca que éstos se incrementen con el paso del tiempo. Para ello se deben tomar en cuenta otros factores como la disponibilidad de la información; evidencia suficiente; sistemas, procesos, recursos y competencias de aseguramiento, restricciones; entre otros.

Actualmente existen tres normas dentro de la serie AA1000, y son las siguientes:

- AA 1000 APS (Principios de AccountAbility) → Proporciona los principios generales de la rendición de cuentas.
- AA 1000 AS (Norma de aseguramiento) → Proporciona los requisitos para llevar a cabo el control de la sostenibilidad.
- AA 1000 SES (Norma de compromiso con los grupos de interés) → Proporciona un marco de referencia para el involucramiento de las partes interesadas.

Con base en el enfoque de esta norma AA1000, se desprende que el aseguramiento no es simplemente un asunto de revisión de procesos o sistemas, más bien corresponde a la generación de confianza y credibilidad de un reporte de información en una organización responsable y sostenible.

2.2.3 Global Reporting Initiative (GRI)

Con el apoyo del Programa Ambiental de las Naciones Unidas (UNEP), fundaciones sin fines de lucro como CERES y el Instituto Tellus fundaron en Boston la “Global Reporting Initiative (GRI)” en el año 1997. Esta iniciativa provee de lineamientos para elaborar reportes, indicadores y documentos orientados a la implementación de los lineamientos.

La GRI plantea mediciones de desempeño bajo tres enfoques; económico (presencia en el mercado, impactos económicos), ambiental (energía, materiales, biodiversidad, agua, emisiones, efluentes y residuos, productos y servicios, cumplimiento y reporte) y social (cuestiones laborales, derechos humanos, relación y transparencia con la comunidad, ciclo de vida y comunicación de los productos que se generan),

2.2.4 Índices de sustentabilidad

En los últimos años los inversionistas son más propensos a buscar invertir sus recursos en compañías que tengan un enfoque de responsabilidad social, ya que se cree que éstas generan valor, no sólo a corto plazo sino también a largo plazo, por lo cual se tiende a pensar que están mejor preparadas para sortear los retos

sociales, económicos y ambientales que se les puedan llegar a presentar.

El Dow Jones Sustainability Index (DJSI) es un indicador que surge en 1998, y que hoy en día cotiza diariamente, llegando así a ser uno de los principales exponentes del nuevo enfoque de negocios, mediante inversión sostenible y/o socialmente responsable.

El DJSI es el índice con mayor capital invertido referencial, para formar parte de este índice, las empresas deben cubrir requisitos como los componentes medioambientales (iniciativas para evitar el cambio climático, inversiones sostenibles, etc.), los factores económicos (gobierno corporativo, códigos de conducta, etc.), y elementos sociales (desarrollo del capital humano, filantropía, etc.).

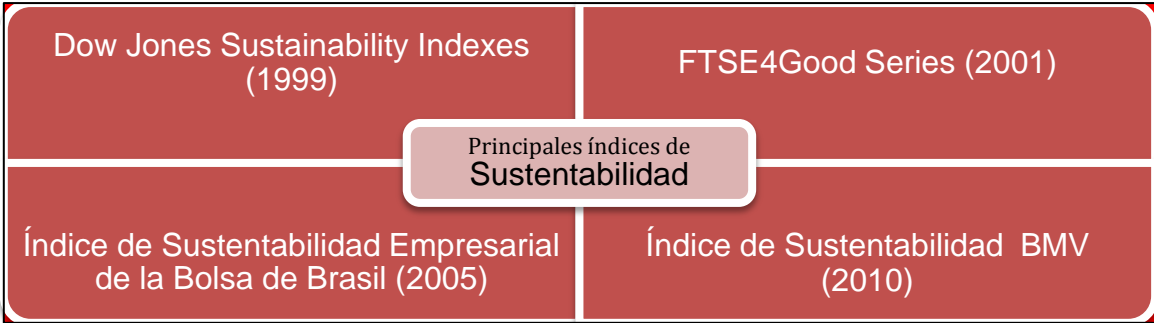
El índice FTSE4 Good no incorpora valores relacionados con el armamento, el tabaco o la energía nuclear. Los requisitos que deben cumplir las empresas para estar en este indicador son: defender y apoyar los derechos humanos universales, trabajar por una sostenibilidad medioambiental y desarrollar relaciones positivas con las partes interesadas.

Con los dos índices anteriores (DJSI y FTSE4Good) se analizan a más de 3000 empresas con enfoque de responsabilidad social empresarial con la finalidad de integrarlo, cabe destacar que cada índice está integrado por aproximadamente 300 empresas.

Para el año 2011 ninguna empresa Mexicana integraba alguno de los índices globales (DJSI y FTSE4Good), sin embargo, algunas empresas sí podrían aspirar a ser parte del índice DJS ya que éste analiza tanto a mercados emergentes como a desarrollados.

Existen más índices en el mundo para medir la sustentabilidad, como por ejemplo el índice de Sustentabilidad Empresarial de la Bolsa de Brasil, el cual se originó en 2005, entre otros. Figura 2.2.

Figura 2.2
Principales índices de sustentabilidad



Fuente: Elaboración Propia.

2.2.4.1 Índice de Sustentabilidad de la Bolsa Mexicana de Valores

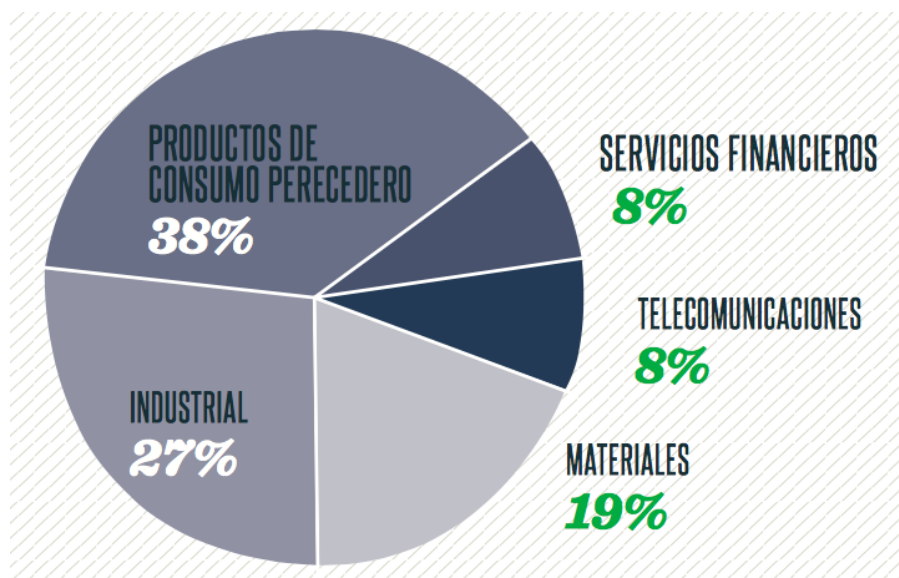
La Bolsa Mexicana de Valores a través de la difusión del índice de sustentabilidad pretende que más empresas operando en México se unan a la iniciativa de la ONU del Pacto Mundial, ya que sus principios funcionan como un camino objetivo, confiable y seguro para enfocar esfuerzos hacia la sustentabilidad.

Las inversiones mexicanas cada vez se ven más presionadas por la inversión extranjera que requiere de información sustentable para su toma de decisiones.

Para estimular la adopción de un enfoque sustentable como parte de las prácticas cotidianas de las empresas mexicanas listadas en BMV, la Bolsa inició el proceso para crear un índice sustentable, por lo que el IPC Sustentable de la BMV surge como una imperiosa “necesidad de calcular y publicar un índice con estándares de liquidez y operatividad para que pueda ser utilizado a nivel mundial como referencia de instrumentos indizados”. (BMV, 2015)

Para el Índice de Precios al Consumidor Sustentable una empresa socialmente responsable es aquella que busca satisfacer las demandas sociales, ambientales y de gobierno corporativo.

Gráfico 2.1
Empresas Sustentables en la Bolsa Mexicana de Valores por Sector

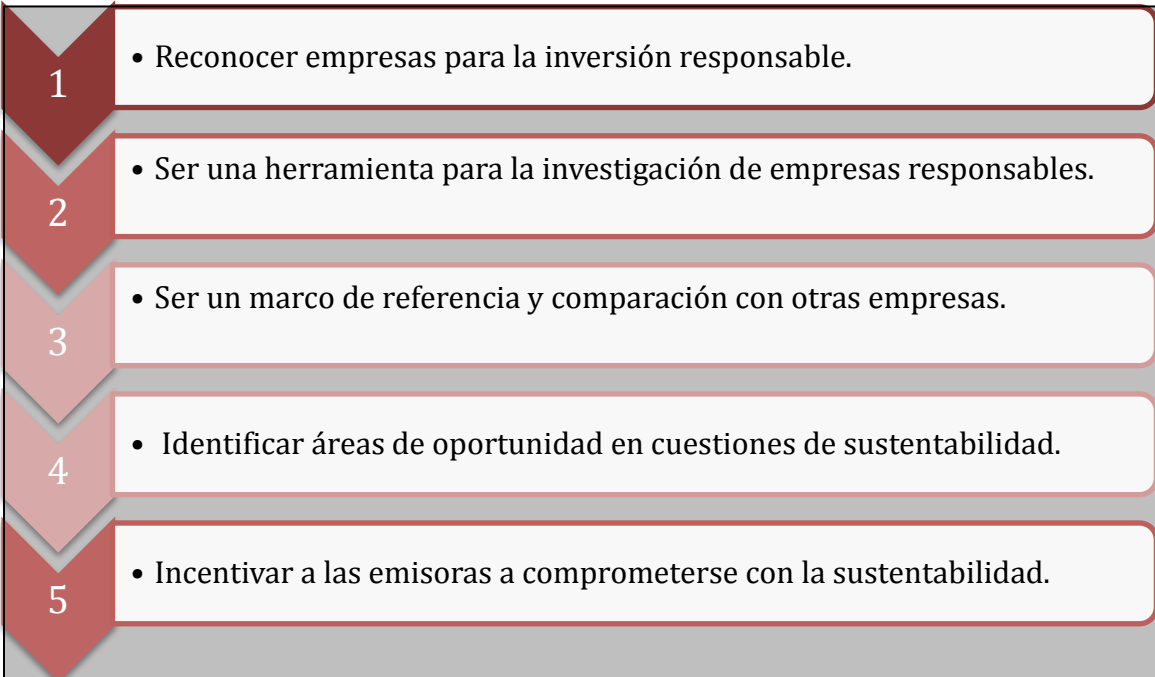


Fuente: bmv.com, junio 10, 2015

Las empresas de bienes de consumo precederán en 2011 eran las que tenían mayores políticas ambientales, mientras que las de telecomunicación y servicios financieros, eran las menos interesadas en el tema. Gráfico 2.1.

Durante los años 2015 y 2016 serán 34 las empresas que conformen el IPC Sustentable, esto se decidió por expertos en la materia los cuales analizaron factores como los Principios del Pacto Mundial, las recomendaciones de la OCDE, la certificación en la ISO 14000, entre otros. Estas empresas pertenecen a diversos sectores como el de telecomunicación, construcción, autoservicios, bancos, etcétera. Figura 2.3.

Figura 2.3
Fundamentos del IPC Sustentable



Fuente: Elaboración propia con datos extraídos de Deloitte, junio 10, 2015

Por lo anterior, el índice no sólo busca reconocer a las ESR, sino también busca ser una herramienta que ayude a las empresas a migrar de forma integral a un enfoque de negocios sostenible, además, con la creación de este índice de sustentabilidad la Bolsa Mexicana de Valores se une a la iniciativa de otras economías de apostar por un valor bursátil a los temas sostenibles y/o sustentables.

2.2.5 Distintivo ESR

Como ya se abordó en el Capítulo I el CEMEFI es un organismo que entrega el distintivo ESR a las organizaciones que cumplen satisfactoriamente los estándares requeridos, generando acciones que coadyuvan a la construcción de un mejor país, asumiendo voluntaria y públicamente un enfoque de responsabilidad social como parte de su cultura administrativa y estrategia de negocio.

La obtención del distintivo se basa en un proceso de autodiagnóstico, el cual comienza con la inscripción en el portal www.CEMEFI.org/esr y el llenado de un cuestionario asignado, dependiendo del tamaño de la empresa (medido por el número de empleados) y de los años que se desea ostentar el distintivo.

Las empresas deben designar a una persona de contacto que lidere la postulación para la obtención de dicho distintivo, enviar el formato de registro y el comprobante de pago de la cuota de inscripción al proceso de diagnóstico.

Las categorías establecidas por el CEMEFI (2015) en las cuales se puede participar son:

- Empresas grandes. (1 a 5 años y 6 a 10 años)
- Empresas micro, pequeño y medianas (1 a 5 años y 6 a 10 años)
- Empresa Socialmente Responsable (11 años o más)

Es importante destacar que el llenado de todos los cuestionarios inicia con una sección llamada “Gestión de la RSE”, esta sección tiene por objeto identificar el enfoque que se le da a la responsabilidad social en la administración interna de las organizaciones. Cabe mencionar que dicha sección no define el otorgamiento o no del distintivo, pero sirve como una herramienta para proporcionar feedback a las organizaciones y en su caso proporcionarles recomendaciones de gestión (RSE).

De acuerdo con el CEMEFI (2015), los ámbitos básicos de la responsabilidad social que se evalúan para la obtención del distintivo son: calidad de vida en la empresa, ética empresarial, vinculación de la empresa con la comunidad y, cuidado y preservación del medio ambiente.

Además, para aquellas empresas cuyos productos sean: bebidas alcohólicas, refrescos, medicamentos o alimentos procesados, entre otros que defina el CEMEFI, deben llenar un quinto ámbito titulado Promoción ética y consumo responsable. (CEMEFI, 2015)

Adicionales a las áreas básicas ya mencionadas en los cuestionarios están las áreas: Cadena de Valor, Negocios responsables en comunidades en riesgo y Gestión Corporativa.

En la Guía para la obtención del distintivo 2016 se menciona que cada respuesta afirmativa en los cuestionarios debe ser soportada con documentación que evidencie su cumplimiento, por ejemplo:

- Políticas, códigos y reglamentos (documentos que demuestren el compromiso formal de la empresa ante terceros);
- Manuales de políticas y procedimientos (documentos que describen la metodología y aplicación de los lineamientos y procesos en este ámbito);
- Evidencias certificadas (proporcionadas por organismos reconocidos nacionales o internacionales);
- Evidencias no certificadas (Reportes Internos, boletines, correos electrónicos, recibos de donativos, entre otros);
- Reconocimiento de terceros (Diplomas, reconocimientos, constancias, cartas de agradecimiento, etc);
- Reportes públicos auditados (emitidos por auditores externos);
- Reporte público no auditado (publicaciones, anuncios de prensa, etc).

Durante el llenado del cuestionario se abre la posibilidad a un "Compromiso de Implementación", en el cual las empresas deben presentar la documentación soporte que compruebe la planeación de una actividad, acción o programa y que a su vez sea un compromiso para llevarlo a cabo.

El comité técnico del CEMEFI y en su caso los monitores que se designen para el proceso, son los responsables de evaluar la información presentada por cada empresa bajo un marco de estricta confidencialidad.

Una vez cumplido el proceso de evaluación, cada año el CEMEFI publica una lista con las empresas que obtuvieron el distintivo, y mediante un evento público les hace entrega del reconocimiento que ostentarán durante el periodo autorizado. Este organismo se reserva el derecho de retirar el distintivo ESR, si considera que hubo falsedad en la información proporcionada, por incumplimiento de los compromisos adquiridos o por otros casos que considere pertinente.

Después de haber presentado algunas de las normas y teorías en materia de responsabilidad, se desarrollará un marco referencial de la empresa del caso de estudio.

CAPÍTULO III MARCO
REFERENCIAL DE LA
EMPRESA KAYSER
AUTOMOTIVE
SYSTEMS, S EN C.

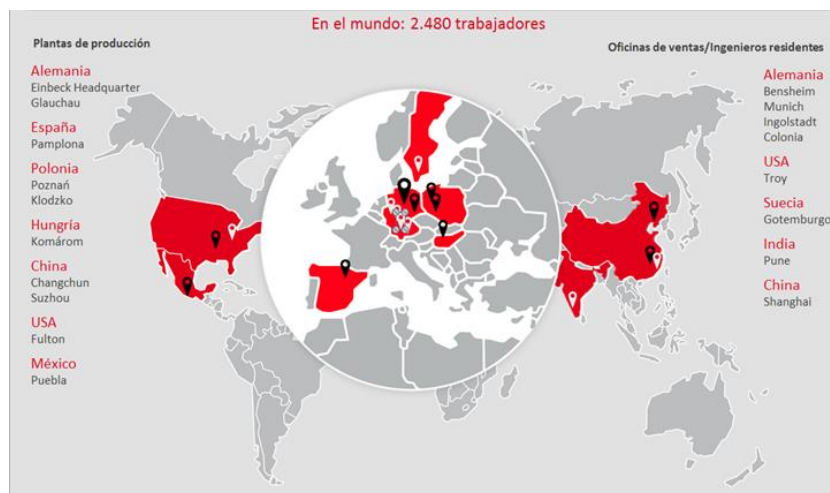
CAPÍTULO III MARCO REFERENCIAL DE LA EMPRESA KAYSER AUTOMOTIVE SYSTEMS S. EN C.

En el presente capítulo se da a conocer a la empresa del caso de estudio, lo anterior con la finalidad de explorar y analizar su evolución histórica, su filosofía organizacional, su estructura organizacional, así como aquellos elementos y variables que la componen, cabe destacar que la información detallada fue proporcionada por el personal administrativo de Kayser Automotive Systems, S. en C.

3.1 GRUPO KAYSER

Actualmente, Grupo Kayser tiene presencia en los continentes Europeo, Americano y Asiático. En la imagen 3.1 se puede constatar la presencia global del grupo, lo que le permite dar respuestas rápidas y de calidad a sus clientes, siendo un desarrollador y proveedor para la industria automotriz internacional, ofreciendo productos de alta calidad en plástico, metal y goma.

Imagen 3.1
Presencia Global



Fuente: Proporcionado por el departamento de Recursos Humanos (RH) de la empresa.

El crecimiento del Grupo Kayser desde su fundación ha sido sostenido, como se puede observar en la tabla 3.1, el grupo tuvo que atravesar por un cambio radical de giro pasando de la industria textil a la industria de autopartes, sin embargo, esto no fue una barrera en el crecimiento del grupo, por el contrario, fue hasta dicha migración que su presencia global se hizo posible mediante la apertura de diversas plantas en países tales como Alemania, España, Polonia, México, China, Hungría, India y Estados Unidos.

Tabla 3.1
Reseña histórica Grupo Kayser

Año	Acontecimiento Histórico
1709	Fundación de la compañía manufacturera de lana y tejido.
1928	La compañía es adquirida por los dueños actuales (Familia Ammermann).
1960	La compañía se convierte en proveedor de la industria automotriz, con sede en Einbeck, Baja Sajonia.
1979	Adición de una segunda planta en Einbeck, producción de mangas, filtros y tubos de flexión.
1993	Adición de una tercera planta en Einbeck para la producción de filtros de carbón.
1995	Se abre planta en Glauchau, Sajonia.
1998-2000	Nuevas plantas en México Polonia y España.
2001	Adición de una cuarta planta en Einbeck para la producción de tuberías.
2004-2005	Nuevas plantas en Hungría y China.
2008	Expansión de la planta de Polonia.
2011-2012	Expansión de las plantas de México, Hungría y Einbeck.
2013	Nuevas plantas en USA, Changchung y China, así como una oficina comercial en India.
2014	Expansión de la planta de Polonia, nueva oficina comercial en Shanghai.
2015	Nueva planta en Polonia.

Fuente: Elaboración Propia, con datos proporcionados por los directivos de la empresa.

Kayser es proveedor A del grupo Volkswagen desde 1974, en 1990 obtuvo el reconocimiento Ford Q1, mientras que en el 2014 obtuvo el reconocimiento de Volvo Quality Excellence Awards, además cuenta con certificaciones tales como DIN ISO TS 16949 y DIN ISO TS 14001.

3.2 LA EMPRESA: KAYSER AUTOMOTIVE SYSTEMS, S. EN C.

En México, grupo Kayser se constituye bajo el nombre Kayser Automotive Systems, S. en C., con una duración de 99 años y bajo las leyes de la República Mexicana, al ser una empresa que forma parte de la industria de autopartes, su principal actividad es la producción de algunos elementos para este tipo de industria, así como el ensamble de autopartes, principalmente válvulas, filtros, guías, instalaciones eléctricas y de aire. Ver imagen 3.2.

Imagen 3.2
Planta México



Fuente: Proporcionado por el departamento de Recursos Humanos (RH) de la empresa.

Kayser cuenta con más de 50 años de experiencia, reforzados actualmente con un capital intelectual idóneo para realizar sus funciones, el cual le permite generar valor agregado a cada trabajo desempeñado, para julio de 2016 Kayser cuenta con aproximadamente 312 empleados laborando a través de una prestadora de servicios la cual también forma parte de grupo Kayser.

Cada trabajador responsable de un proyecto es especialista en su campo y cuenta con el asesoramiento necesario en desarrollo técnico, esto permite mantener altos estándares de calidad gracias a una gestión preventiva.

Una de las fortalezas de Kayser es la tecnología avanzada con la que cuenta, estos activos le permiten a los trabajadores llevar a cabo su trabajo de forma satisfactoria, entre ellos se tiene:

- Maquinaria de producción (inyectoras, sopladoras, cortadoras, hornos, etc).
- Maquinaria y equipo de cómputo (computadoras, teclados, mouse, servidores, etc).
- Mobiliario y equipo de oficina (escritorios, sillas, mesas, archiveros, librero, etc).
- Softwares (SAP, Microsoft, Autocad, etc).

Además de sus activos, Kayser cuenta con técnicas avanzadas de producción y ensayo, las cuales le permiten ser altamente competitivos en el mercado, entre dichas técnicas se pueden resaltar las siguientes:

- Gran gama de productos en motor y depósito de combustible.
- Ductos de aire.
- Sistema de tuberías.
- Sistema de depósito.

- Sistema de conexión / conectores.
- Sistema de frenos.
- Depósitos (Reservoirs).
- Válvulas y actuadores.

Con base en lo anterior, Kayser es capaz de llevar un proceso de producción integral, el cual va desde el granulado hasta el producto final, en este tenor se puede destacar la presencia de distintas áreas de producción por ejemplo:

- Inyección.
- Soplado.
- Extrusión de tuberías.
- Soldaduras de plástico.
- Fabricación de tubería metálica.
- Producción parcial y totalmente automatizada de módulos y sistemas.
- Montaje de tuberías.

Además, su alta flexibilidad le permite hacer fabricaciones especiales, conjuntos con mezcla de materiales, (plástico, metal, espuma PUR), tubos flexibles para la protección contra temperaturas altas, etc.

Por otro lado, Kayser se ha dado la tarea de realizar actividades de investigación y desarrollo, las cuales le permiten dar un valor agregado a sus clientes, por ejemplo:

- Instalación de pruebas para filtros de carbón activo.
- Instalación para pruebas de vibración.
- Cámaras climáticas.

- Horno de temperatura.
- Cámara de niebla salina.
- Máquina de ensayo de la capacidad de absorción de un filtro.
- Ensayos acústicos.
- Ensayos destructivos.
- Hexadrive.
- Dispositivo para pruebas de presión.
- Medidor de flujos calibrados.
- Banco de pruebas para válvulas de presión.

Un punto medular en el día a día de esta empresa, es el contacto directo con los clientes a través de una cooperación activa, dando siempre un paso adelante mediante servicios rápidos, flexibles y económicos.

3.2.1 Filosofía Organizacional

La presente filosofía organizacional proporciona una visión clara de la razón de ser, objetivos, metas, compromisos, prioridades, etcétera de la empresa caso de estudio, estos aspectos determinan en cierta medida la cultura de la misma. La información detallada en este punto fue proporcionada por el gerente del departamento de calidad y la gerente de recursos humanos de Kayser Automotive Systems, S. en C.

Cabe destacar que la filosofía organizacional es dada a conocer a los trabajadores en el curso de inducción conocido en Kayser como “Fase 0”.

3.2.1.1 Misión

“Satisfacer a nuestros clientes mediante el desarrollo, la manufactura y el suministro a tiempo de autopartes plásticas de manera eficaz y eficiente, con una buena rentabilidad que sustente la renovación tecnológica, el crecimiento del personal dentro de la organización y el respeto al medio ambiente.”

3.2.1.2 Visión

“Ser líderes internacionales en el diseño y la manufactura de componentes y sistemas para la industria automotriz, a través de la superación de los estándares de calidad y confiabilidad.”

3.2.1.3 Objetivos

Los principales objetivos de Kayser Automotive Systems, S. en C. son los siguientes:

- Innovación en soluciones al cliente y productos.
- Laborar bajo los más altos estándares de calidad.
- Conservar una ambiente de trabajo seguro.
- Buscar la satisfacción del cliente.
- Ser competitivos en costos.
- Reducción de emisiones.
- Contribución con vehículos eco.

3.2.1.4 Competencias de la compañía

Las competencias centrales que rigen a la compañía son el compromiso, la orientación a resultados, integridad y la orientación al cliente. Mientras que las competencias conductuales son el liderazgo, la comunicación, el trabajo en equipo y el autocontrol.

3.2.1.5 Política de calidad

“Nuestro principal principio es perseguir una estrategia “cero fallos” para cumplir los requisitos y expectativas de nuestros clientes.

Para nuestro grupo empresarial son obligatorios todos los requerimientos reunidos en la norma ISO 9000:2008 y en ISO TS: 16949.

El empeño personal de todos los colaboradores de la empresa es necesario para cumplir con los objetivos políticos empresariales.

La dirección de la empresa se compromete a tomar todas las medidas necesarias y proporcionar todos los medios necesarios para cumplir con los requisitos y para mejorar continuamente nuestro Sistema de Calidad.

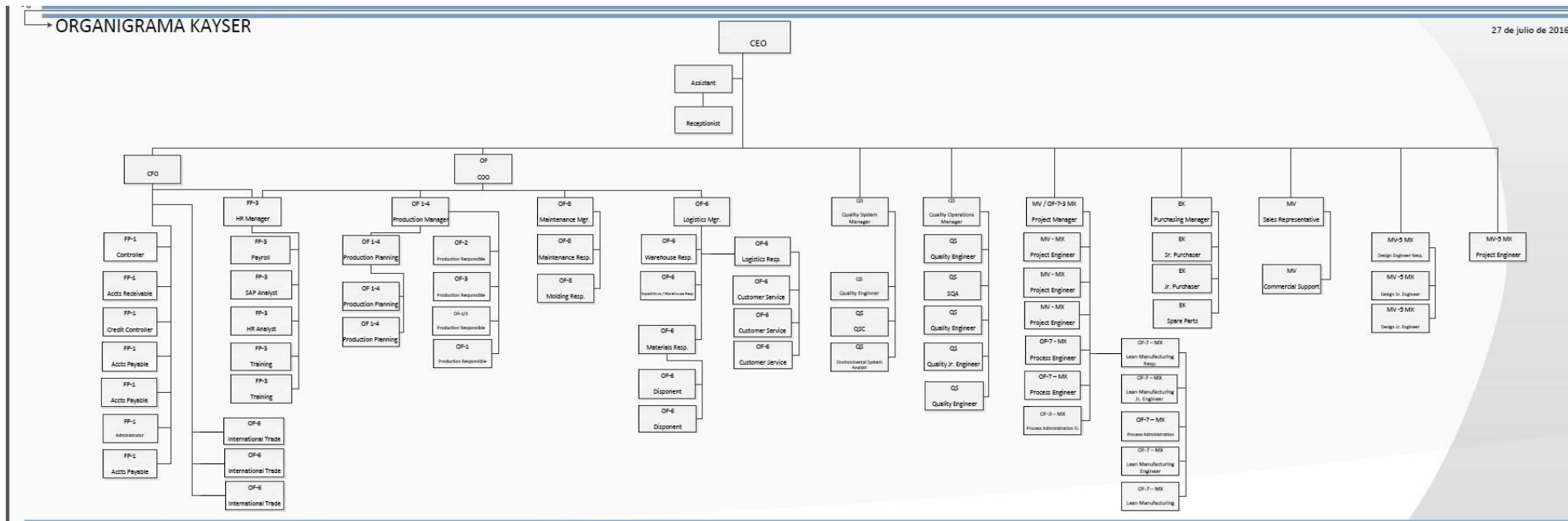
Un proceso de mejora continua debe implementarse y mantenerse mediante la asignación de personal adecuado y técnicas de calidad modernas para todos los sectores operativos, comerciales y técnicos.

Se han determinado objetivos de calidad para poder cumplir con los objetivos políticos empresariales.”

3.2.2 Estructura organizacional

Como se puede apreciar en la imagen 3.3, Kayser es una compañía que funciona bajo una estructura organizacional bien definida, la cual permite identificar los distintos niveles jerárquicos de cada trabajador, los departamentos que integran la empresa y el personal administrativo que labora en ella.

Imagen 3.3
Organigrama Kayser Automotive Systems, S. en C.



Fuente: Proporcionado por el departamento de Recursos Humanos (RH) de la empresa.

3.2.3 Análisis FODA

En la tabla 3.2, se presenta un análisis de aquellos aspectos que hacen a Kayser una empresa fuerte, las oportunidades de mejora que tiene, los aspectos que le podrían significar una debilidad, así como las amenazas que podría enfrentar.

Tabla 3.2
Análisis FODA de Kayser Automotive Systems, S. en C.

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	DEBILIDADES	AMENAZAS
<p>Es una empresa familiar con más de 50 años en la industria de autopartes.</p> <p>El capital humano, la calidad de sus productos, sus activos, la tecnología con la que cuenta.</p> <p>Los directivos están conscientes de que la compañía necesita cambios,</p>	<p>Los directivos están dispuestos a escuchar y a atender las solicitudes y sugerencias de los trabajadores, mediante un buzón.</p> <p>Es una empresa generadora de empleos, 321 empleados a julio de 2016.</p> <p>La compañía está buscando</p>	<p>Los trabajadores no identifican la filosofía de la empresa.</p> <p>Al ser una empresa familiar, el clima laboral se vicia con injusticias laborales, como compadrazgos, falta de líderes, mala toma de decisiones, pocas oportunidades de crecimiento, etc.</p>	<p>Al no tener información sobre la filosofía de la compañía, los trabajadores laboran bajo un clima de incertidumbre, aunado a la falta de motivación.</p> <p>La resistencia al cambio de algunos trabajadores, ante las nuevas políticas y procedimientos.</p>

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	DEBILIDADES	AMENAZAS
<p>saben que la obtención de nuevas certificaciones será un proceso complicado, además de los costos que esto conllevará.</p> <p>La mayoría de los trabajadores, se muestran a favor de los cambios de políticas y procedimientos, con el objetivo de alinearlos a lo que actualmente es Kayser, así como a los requerimientos del mercado.</p> <p>Los trabajadores están acostumbrados a trabajar mediante sistemas de calidad.</p>	<p>implementar acciones que sean amigables con el medio ambiente.</p> <p>Están actualizando sus descriptivos de puesto, para delimitar las responsabilidades de cada trabajador.</p> <p>Buscar la apertura de mercado con nuevos productos.</p> <p>Capacitación activa del personal tanto operativo como administrativo.</p> <p>Renegociaciones anuales de los precios, con sus</p>	<p>Como no se tienen actualizados los descriptivos de puestos, los trabajadores no cubren con los perfiles de las plazas, o bien, no se hacen responsables de sus actividades.</p> <p>La empresa no tiene presencia en las redes sociales.</p> <p>Mala logística en la importación de materiales.</p>	<p>Las confusiones de los empleados al no tener funciones definidas.</p> <p>Gran cantidad de competidores en el mercado.</p> <p>Competencia en precios y costos.</p> <p>Imagen mermada del sector automotriz, debido a los escándalos por temas medio ambientales.</p> <p>Fluctuaciones del mercado, por la alza de precios por los proveedores.</p>

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	DEBILIDADES	AMENAZAS
<p>La búsqueda constante de una ventaja competitiva mediante la planeación estratégica que se realiza en el área técnica.</p> <p>La ubicación cercana a dos plantas armadoras que pertenecen a la industria automotriz.</p> <p>Su opción de venta al extranjero.</p>	<p>proveedores más importantes.</p> <p>Amplio conocimiento del mercado.</p> <p>Calificación del servicio de venta por auditorías de clientes.</p>		<p>No inversión en marketing.</p> <p>Nuevas legislaciones tributarias, plazos cada vez más cortos para el cumplimiento de las nuevas obligaciones.</p> <p>Competidores que ya tienen una gestión socialmente responsable.</p>

Fuente: Elaboración propia.

3.2.4 Acciones que aportan a la construcción y mantenimiento de un trabajo digno

Para los directivos de Kayser es prioridad que sus trabajadores laboren bajo un clima laboral sano, que les permita tener seguridad económica, buenas relaciones con sus colaboradores, crecimiento dentro de la empresa, desarrollarse como personas, estar saludables, trabajar en un ambiente seguro, tener igualdad de oportunidades, etc.

3.2.4.1 Actividades que agregan valor al clima laboral

Como parte integral de las actividades que agregan valor al clima laboral de la empresa (ver imagen 3.4), se encuentran las siguientes, en las cuales año con año se busca la participación activa del personal:

- Festejo de los cumpleaños del mes (administrativos).
- Partida de la Rosca de Reyes.
- Tamales el 2 de la candelaria.
- Presente a los trabajadores el día de San Valentín.
- Presente a las mujeres el 8 de marzo.
- Festejo del día del niño para los hijos de los trabajadores.
- Presente a las mamás trabajadoras.
- Presente a los papás trabajadores.
- Torneo de basquetbol (femenil y varonil).
- Torneo de futbol (femenil y varonil) .
- Concurso de ofrendas y calaveras.
- Evento por el día de la virgen (12 de diciembre).
- Fiesta anual (administrativos, posada, planta en general).

- Reconocimientos a los trabajadores con antigüedad de 10 años.

Imagen 3.4
Eventos anuales Kayser



Fuente: Proporcionado por el departamento de Recursos Humanos (RH) de la empresa.

3.2.4.2 Empleo y beneficios sociales

Mensualmente el departamento de recursos humanos de Kayser determina un índice de rotación de empleados, para lo cual toma aspectos tales como: las renunciaciones voluntarias por mejor oferta económica, abandono de trabajo, bajas por ausentismo, despidos y renunciaciones por mal ambiente laboral. Este índice les permite controlar las incidencias y detectar las oportunidades de mejora en este sentido. Para julio de 2016 el índice de rotación del personal fue de 0.96% mientras que en ese mismo mes en el 2015 fue de 1.61%, lo que sugiere que la rotación del personal está disminuyendo considerablemente.

Dentro de los beneficios sociales otorgados a los trabajadores se encuentran los siguientes:

- Salarios competitivos en el mercado.
- Ayuda por matrimonio.
- Ayuda por fallecimiento de familiar.
- Caja de ahorro.
- Comedor empresarial con costo accesible.
- Horario flexible los días viernes.
- Transporte de personal.
- Instalaciones deportivas en buen estado .
- Sistema de relevos (personal operativo).- cada persona cuenta con un relevo que debe cubrir a la persona que le sigue en caso de ausencia.
- Banco de horas (personal operativo).- acumulación de horas extra para tomar vacaciones adicionales con goce de sueldo, cubrir permisos o imprevistos.

3.2.4.3 Relaciones empresa – trabajadores

Todo el personal que trabaja para Kayser está cubierto con un contrato o convenio de trabajo, el cual está redactado con estricto apego a las leyes mexicanas. Existen tres tipos de relación laboral:

- Practicantes.- deben presentar un seguro facultativo, carta de la universidad de la que proceden y constancia de estudios. Si tienen buen desempeño y existen vacantes disponibles en la empresa se abre posibilidad de contratación.
- Temporales.- periodo de prueba de 3 a 6 meses, al terminar este periodo se realiza una evaluación de desempeño y se decide si se contratará definitivamente.
- Definitivos.- de acuerdo a la vacante y prestaciones que otorga la empresa.

3.2.5 Acciones de Salud y Seguridad en el trabajo

El personal que labora en las instalaciones de Kayser está cubierto con un seguro de salud (IMSS) y en el caso del personal administrativo se les otorga un seguro de gastos médicos mayores.

La empresa cuenta con un reglamento de seguridad e higiene industrial actualizado al 2 de agosto de 2016, el cual establece los lineamientos básicos a cumplir en este tenor.

Para mantener la seguridad de sus trabajadores, Kayser mantiene como política la obligatoriedad del uso de equipo de seguridad como tapones auditivos, botas de seguridad, gafas (guantes y faja en los casos que se requiera) en el área de producción. Además, como medidas de seguridad se delimitan las zonas peatonales, de montacargas, se señalan las salidas de emergencia, zonas de no fumar, los puntos de reunión en caso de contingencias, se colocan extintores, se realizan pruebas aleatorias de alcoholímetro, se realizan revisiones por parte de vigilancia al entrar y salir de la planta para evitar riesgos, se prohíbe la estancia de personas ajenas a la empresa sin estar acompañados por un trabajador, por mencionar algunas.

Por otro lado, la empresa cuenta con 5 brigadas que las cuales reciben programas de educación formación, asesoramiento y control de riesgos, por ejemplo: cursos de combate contra incendios, acciones en caso de accidentes de trabajo, acciones en caso de sismo, acciones por contingencia volcánica, acciones por inundación, acciones de seguridad industrial (prevención de accidentes). Dichas brigadas son las siguientes:

- Primeros Auxilios
- Prevención y combate contra incendios
- Evacuación
- Búsqueda y rescate
- Vigilancia

Además, se realizan pláticas al personal operativo en temas de salud como:

- Técnicas de carga (higiene de columna).

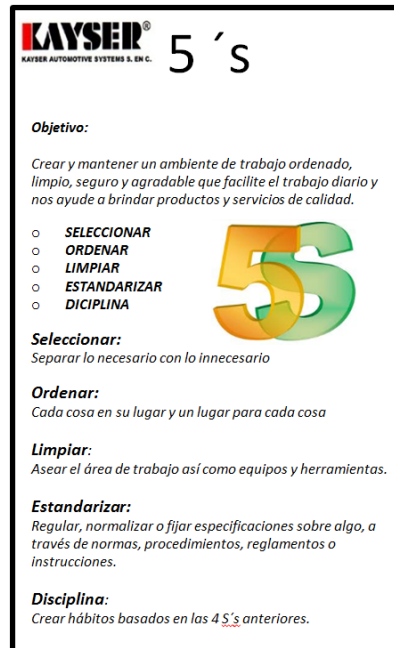
Por otro lado, en colaboración con un proveedor, en agosto de 2016 se lanzó la primera campaña con un sentido de responsabilidad social concentrado en ayudar a algunas comunidades afectadas por las lluvias, a través de la

recolección de víveres y medicamentos no caducos. Este es un reciente esfuerzo en crear cadenas de valor que permitan a ambas empresas brindar una contribución mayor a la sociedad.

3.2.5.1 Programa 5's

Siendo consciente de la importancia que tiene para un trabajador laborar en un ambiente seguro, ordenado y limpio, Kayser decidió implementar la metodología de las 5's, la cual es aplicada tanto por personal operativo como por el administrativo, dicha implementación les ha permitido idear estrategias como el intercambio de materiales no utilizados en un departamento y que son necesarios para otro, esto se ve reflejado incluso en un ahorro económico para la empresa. Ver imagen 3.5.

Imagen 3.5
Metodología 5's dada a conocer en Fase 0



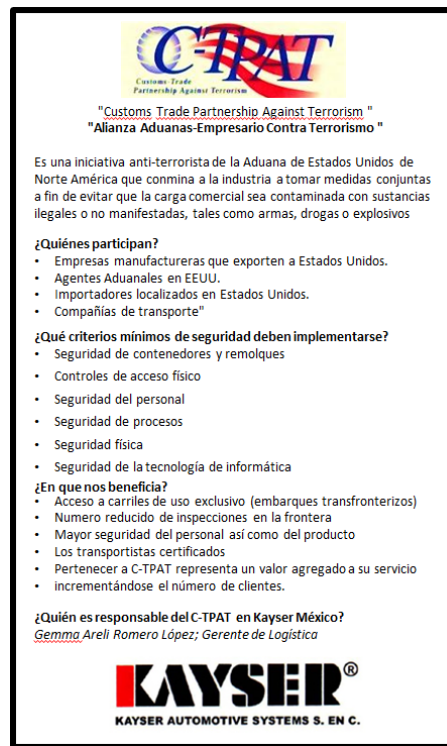
Fuente: Proporcionado por el departamento de Recursos Humanos (RH) de la empresa.

Esta metodología se da a conocer a los trabajadores de nuevo ingreso en la “fase 0”, y se mantiene con auditorías programadas y sorpresa a cada departamento, dichas auditorías son realizadas por el director de operaciones de la empresa.

3.2.5.2 Customs Trade Partnership Against Terrorism (C-TPAT)

Kayser colabora con la seguridad de la sociedad (USA) con este programa, ya que ayuda en la lucha antiterrorismo mediante el cuidado de sus productos, asegurando que no contengan objetos o sustancias peligrosas para las personas, este programa también se da a conocer en la “fase 0” a los trabajadores y se mantiene con la calidad y seguridad del trabajo diario del personal. Ver imagen 3.6.

Imagen 3.6
C-TPAT



The infographic features the C-TPAT logo at the top, which consists of the letters 'C-TPAT' in a stylized font with a red and blue American flag motif. Below the logo, the text reads: "Customs Trade Partnership Against Terrorism" and "Alianza Aduanas-Empesario Contra Terrorismo". The main body of text describes the program as an anti-terrorist initiative from the US Customs and Border Protection, aimed at preventing commercial cargo from being contaminated with illegal substances. It lists participants such as manufacturing companies, customs agents, and transporters. It also details security criteria like container safety, physical access controls, and personnel security. The benefits include exclusive access to cargo lanes, reduced inspections, and increased client numbers. At the bottom, it identifies Gemma Arellano Romero López as the responsible person at Kayser México, with the Kayser Automotive Systems S. EN C. logo.

C-TPAT
Customs Trade Partnership Against Terrorism
"Alianza Aduanas-Empesario Contra Terrorismo"

Es una iniciativa anti-terrorista de la Aduana de Estados Unidos de Norte América que conmina a la industria a tomar medidas conjuntas a fin de evitar que la carga comercial sea contaminada con sustancias ilegales o no manifestadas, tales como armas, drogas o explosivos

¿Quiénes participan?

- Empresas manufactureras que exporten a Estados Unidos.
- Agentes Aduanales en EEUU.
- Importadores localizados en Estados Unidos.
- Compañías de transporte"

¿Qué criterios mínimos de seguridad deben implementarse?

- Seguridad de contenedores y remolques
- Controles de acceso físico
- Seguridad del personal
- Seguridad de procesos
- Seguridad física
- Seguridad de la tecnología de informática

¿En que nos beneficia?

- Acceso a carriles de uso exclusivo (embarques transfronterizos)
- Numero reducido de inspecciones en la frontera
- Mayor seguridad del personal así como del producto
- Los transportistas certificados
- Pertener a C-TPAT representa un valor agregado a su servicio
- incrementándose el número de clientes.

¿Quién es responsable del C-TPAT en Kayser México?
Gemma Arellano Romero López; Gerente de Logística

KAYSER®
KAYSER AUTOMOTIVE SYSTEMS S. EN C.

Fuente: Proporcionado por el departamento de Recursos Humanos (RH) de la empresa.

3.2.5.3 Formación y evaluación del personal

Para Kayser la capacitación de sus trabajadores es un factor muy importante en su desarrollo como personas y como profesionales, es por ello que año con año la empresa destina parte de su presupuesto a este rubro. De enero a julio de 2016 la capacitación se ha distribuido en un 2% para mandos altos, 22% para mandos medios y 76% para operativos, el total de horas hombre acumulado a esta misma fecha es de 6,818.3 y el promedio de aprovechamiento por los cursos impartidos es de 9.4.

Los cursos que se imparten son tanto para adquirir conocimientos técnicos como habilidades, por ejemplo, cursos de inglés y alemán, integración de equipos de alto desempeño, cursos de negociación, solución de conflictos, motivacionales, técnicas de comunicación efectiva, técnicas de aprendizaje, liderazgo, inteligencia emocional, sistemas de gestión, impuestos, planeación y control, por mencionar algunos.

Además, la empresa ha creado un proceso de formación continua, el cual permite a los trabajadores operativos gestionar sus habilidades y su desarrollo personal en el área de trabajo. Este proceso consta de 4 fases; en la fase 0 aprenden los conocimientos básicos de la empresa, la fase 1 es con referencia al área en que se desempeñará, en la fase 2 se comprenden los procesos, en la fase 3 se hace una evaluación general después de mes de trabajo y se identifica al personal que fungirá como coach y pasará a la fase 4, en la cual se encuentra el personal que es capaz de ser instructor interno para acompañar y guiar a los trabajadores que se encuentren en las fase 0 y 1, cabe destacar que esta última fase no es obligatoria.

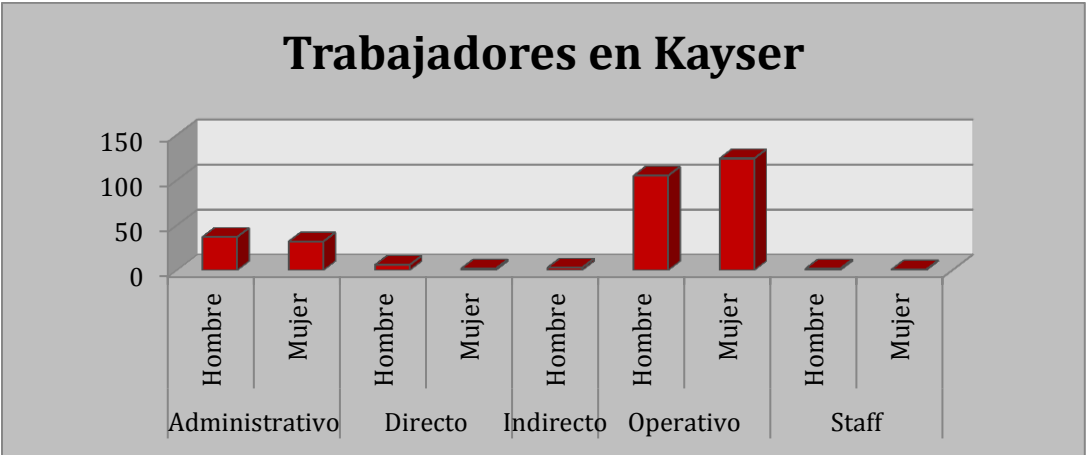
En este mismo sentido y con la ayuda de un asesor externo se está gestionando la posibilidad de realizar un plan de carrera también para el personal administrativo.

Por otro lado, a corto plazo se tiene planeado comenzar con evaluaciones de desempeño a los trabajadores, para ello se establecerán objetivos y metas organizacionales, en función del puesto y de acuerdo con el departamento en que labore el trabajador. Cabe mencionar que las evaluaciones son anuales, con una revisión de avances semestral y se analizan por medio de indicadores.

3.2.5.4 Diversidad e Igualdad de Oportunidades

La compañía cuenta con una plantilla de trabajadores desglosada por puesto, área, sexo, distinción entre personal operativo y administrativo, y clasificación ante la Secretaria de Trabajo y Previsión Social, de la cual se derivaba la información de la gráfica 3.1:

Gráfica 3.1
Trabajadores Kayser a Julio 2016



Fuente: Elaboración propia, información proporcionada por el departamento de Recursos Humanos (RH) de la empresa.

En Kayser hay 153 hombres y 159 mujeres por lo que se puede constatar una igualdad de oportunidad en contratación sin caer en discriminaciones por género, sin embargo, hay puestos en un área en particular (flexión) en que debido a su naturaleza, las vacantes son cubiertas preferentemente por hombres, ya que por experiencia de la compañía, físicamente es un trabajo muy pesado para una mujer.

3.2.6 Acciones que benefician al medio ambiente

Para Kayser, el cuidado del medio ambiente se ha vuelto crucial en el desempeño de sus labores, es por ello que actualmente se está trabajando en implementar un modelo de gestión que los guíe en este sentido, algunas de las acciones que se realizan actualmente para cuidar el medio ambiente son:

- El correcto manejo de residuos peligroso, a través de la contratación de proveedores externos, los cuales aseguran por medio de un manifiesto que los residuos serán desechados correctamente. Por ejemplo, el desecho de pilas.
- El control de residuos de manejo especial (como puede ser el plástico, el papel, el cartón, la medera), esto se logra a través de contenedores especiales para la separación de estos desechos.
- Reciclado de scrap (el cual puede ser generado por residuos o material defectuoso), si es posible se vuelve a meter al proceso productivo y si no, se vende a proveedores que lo pueden reutilizar o destruir.
- Se consume energía por co-generación, es decir, a través de la producción de energía eléctrica, mecánica y de energía térmica a partir de la fuente de energía primaria. De acuerdo con cogeneramexico.org (2016), puede ser utilizada para calentar agua,

en procesos térmicos o de refrigeración y como calefacción de espacios.

- Recolección de agua pluvial y aguas industriales en cisternas para que puedan ser reutilizadas.

Algunas de las actividades que están por implementarse a corto plazo son las siguientes:

- Reutilización de aguas residuales, como las que se generan en el comedor o las aguas jabonosas generadas en los lavabos de los baños, y las de lluvia, las cuales se planea utilizar para riego de las áreas verdes, en red contra incendios o en los WC de los baños.
- Control de emisiones a la atmosfera.
- Control de ruidos generados, la medición se realiza alrededor de la planta.
- La sustitución de productos químicos de alto riesgo por productos elaborados a base de sustancias biodegradables, por ejemplo los que trabajan por biorremediación.

3.2.7 Acciones que benefician al producto

Es importante asegurarse de la calidad de un producto fabricado, es por ello que en la empresa se realizan tres tipos de auditorías:

- Nivel 1.- Auditorías internas son aquellas que se realizan a un proceso en específico o a un producto, éstas se llevan a cabo por el área de calidad.
- Nivel 2.- Auditorías externas realizadas en su mayoría por los clientes, con la finalidad de asegurarse que los procesos empleados

y productos obtenidos de los mismos cumplen con sus requerimientos.

- Nivel 3.- Auditorías para obtener certificaciones, actualmente se busca la certificación de la ISO 14000.

El cumplimiento de los requisitos en los productos en Kayser se mide con base en tres aspectos; dimensional (abarca el número de componentes y especificaciones de medidas de los mismos), los materiales (la composición química de los productos) y la función (que sirvan para lo que fueron producidos).

Las reclamaciones generadas por los clientes pueden ser por aspectos logísticos (principalmente por tiempos de entrega) o por fallas en calidad, siendo estas últimas las más comunes en esta empresa, en su mayoría se deben al incumplimiento en las dimensiones de los productos. Cada reclamación es tratada con debida oportunidad, y se negocia con los clientes las medidas a tomar.

Es importante mencionar que no se han recibido reclamaciones por el uso indebido de los datos personales o privados de los clientes.

Algunos clientes en la industria automotriz, que por confidencialidad no se mencionarán, solicitan a sus proveedores acciones de responsabilidad social como requisito para poder colaborar con ellos.

Toda vez que se ha conseguido tener un marco referencial adecuado de la empresa Kayser Automotive Systems, S. en C. se abordara la investigación de campo la cual podremos ver detallada en el siguiente capítulo.

CAPÍTULO IV METODOLOGÍA Y RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO

CAPÍTULO IV METODOLOGÍA Y RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO

En este capítulo se describe la metodología utilizada para llevar a cabo la investigación de campo, así como los resultados obtenidos en la misma, esto con el objetivo de obtener y analizar los elementos y características que intervienen en la empresa caso de estudio con relación a la responsabilidad social.

4.1 INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL

La técnica de recolección de datos tuvo como sustento la revisión de bibliografías, referencias y fuentes estrechamente relacionadas con las responsabilidades sociales, mismas que fueron seleccionadas y analizadas generando los aspectos de interés.

4.2 INVESTIGACIÓN DE CAMPO

Para obtener información acerca de la empresa, se realizó un primer contacto con el CFO de Kayser. En la reunión se le presentó la idea del proyecto de investigación, además se le solicitó su autorización y colaboración en el desarrollo del mismo. En dicho acercamiento, se acordó un plan de trabajo mediante un acercamiento directo con los trabajadores ideales para la realización de la presente investigación, de acuerdo con la información que se pretende obtener.

En la siguiente bitácora, se puede observar cada una de las actividades realizadas así como los resultados obtenidos de las mismas, tabla 4.1.

Tabla 4.1 Bitácora

Fecha	Actividad	Resultado
17/05/ 2015	Primer acercamiento con la empresa	Se obtuvo la autorización para llevar a cabo la investigación.
12/06/2015	Solicitud para utilizar el nombre de la empresa.	Se obtuvo la autorización del Representante Legal para utilizar el nombre de Kayser Automotive Systems, S. en C. en la presente investigación.
16/05/2015- 12/06/2015	Elaboración de Protocolo y Capítulo 1	Se definió el trabajo de investigación, y se realizó una investigación de la evolución de la RSE.
19/06/2015	Registro de protocolo	Se obtuvo el acuse de aceptación y registro de protocolo BUAP.
06/02/2016- 29/02/2016	Reforzamiento del Capítulo 1 y elaboración del Capítulo 2	Se generó un conocimiento más amplio de la evolución de la RSE, así como de las normas y teorías de la misma.
29/02/2016	Elaboración del instrumento de investigación	Se elaboró un cuestionario con 13 preguntas, el cual proporciona una visión general del Kayser en relación a la RSE.
29/07/2016	Presentación de los avances de la investigación al CFO.	Se autoriza continuar con la investigación, se da a conocer la necesidad de realizar la investigación de campo a corto plazo.
05/08/2016	Presentación del cuestionario de investigación al CFO.	Se autoriza la aplicación del instrumento de investigación a partir del día 8/08/2016, previo mail del CFO a los trabajadores que forman parte de la muestra, para que colaboren con la investigación.
08/08/2016- 11/08/2016	Aplicación del instrumento de investigación	Ver la presentación de los resultados en el presente capítulo.
09/08/2016	Reunión con gerente de RH	Obtención de información para desarrollar el capítulo 3.

Fecha	Actividad	Resultado
12/08/2016	Reunión con implicados en la implementación del modelo de gestión ambiental	Obtención de información para desarrollar el capítulo 3, acciones que benefician al ambiente y agregan valor al producto.
12/08/2016	Reunión con gerente de Calidad	Obtención de información para desarrollar el capítulo 3, acciones que benefician al ambiente y agregan valor al producto.

Fuente: Elaboración propia.

4.2.1 Población

Para la aplicación de los cuestionarios, se decidió utilizar como muestra aquellos trabajadores que sean de mandos medios a mandos altos, ya que son ellos los que tienen relación directa con los clientes internos y externos de la compañía, además, al implicar este tema una modificación en la gestión de la compañía, son ellos los que darían el principal soporte en la migración de gestión en caso de decidir hacerlo. Tabla 4.2.

Tabla 4.2 Integración de la muestra

Puesto	No. De trabajadores
Total de Jefes	14
Total de Gerentes	8
Total de Directores	3

Fuente: Elaboración propia.

4.2.2 Diseño y aplicación del instrumento

A la población determinada en el punto anterior, se le realizó un cuestionario con un total de 13 preguntas, esto con la finalidad de conocer de manera general la visión que tiene la administración en un sentido de responsabilidad social y la relación con la empresa donde laboran, la aplicación de dicho instrumento fue mediante correos electrónicos y algunos encuentros presenciales, Anexo 4.

4.3 PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS

Se realizará un análisis de las respuestas obtenidas en los cuestionarios y de la información plasmada en el capítulo 3, con la finalidad de dar respuesta a algunas de las preguntas de investigación.

Antes que nada cabe destacar que, del total de los 25 cuestionarios aplicados a mandos medios y mandos altos de la empresa caso de estudio, 5 cuestionarios no obtuvieron respuesta alguna, por lo que se determina que a estos mandos no les interesaría participar en el proyecto en caso de aplicación, o bien, que su participación en la aplicación del mismo sería baja. Por tal motivo, esta incidencia fue considerada en cada pregunta, ya que una migración de gestión a una con sentido Socialmente Responsable requerirá de la participación de todos los trabajadores, comenzando por los mandos medios y altos.

Como primera pregunta se decidió cuestionar al personal acerca de la diferencia de significados entre sustentabilidad y sostenibilidad, con la finalidad de

determinar el grado de conocimiento de ambos términos, ya que estos conceptos tienen un uso muy frecuente en las literaturas acerca de RSE.

Como se puede apreciar en la gráfica 4.1 la mayoría de los trabajadores piensan que se trata de dos conceptos diferentes, sin embargo, como se estableció en el capítulo 1 apartado 1.4 de la presente tesis, dichos conceptos son utilizados como sinónimos en términos de responsabilidad social, este resultado deja de manifiesto que podría existir un sesgo en los conocimientos de los trabajadores acerca del tema en cuestión.

Gráfica 4.1
Pregunta 1 del instrumento de Investigación



Fuente: Elaboración propia con información obtenida en la investigación de campo.

Para entrar en materia, se interrogó a los trabajadores acerca de lo que para ellos significaba ser una “Empresa Socialmente Responsable”, de dicho cuestionamiento se pudo determinar que los trabajadores tienen diferentes ideas de lo que esto significa, en la imagen 4.1 se pueden observar algunas de ellas, aún y cuando se trató de una pregunta abierta, la mayoría de los participantes están al tanto de la importancia del medio ambiente y de la sociedad (interna y externa de la empresa) en este sentido.

Imagen 4.1
Pregunta 2 del instrumento de Investigación

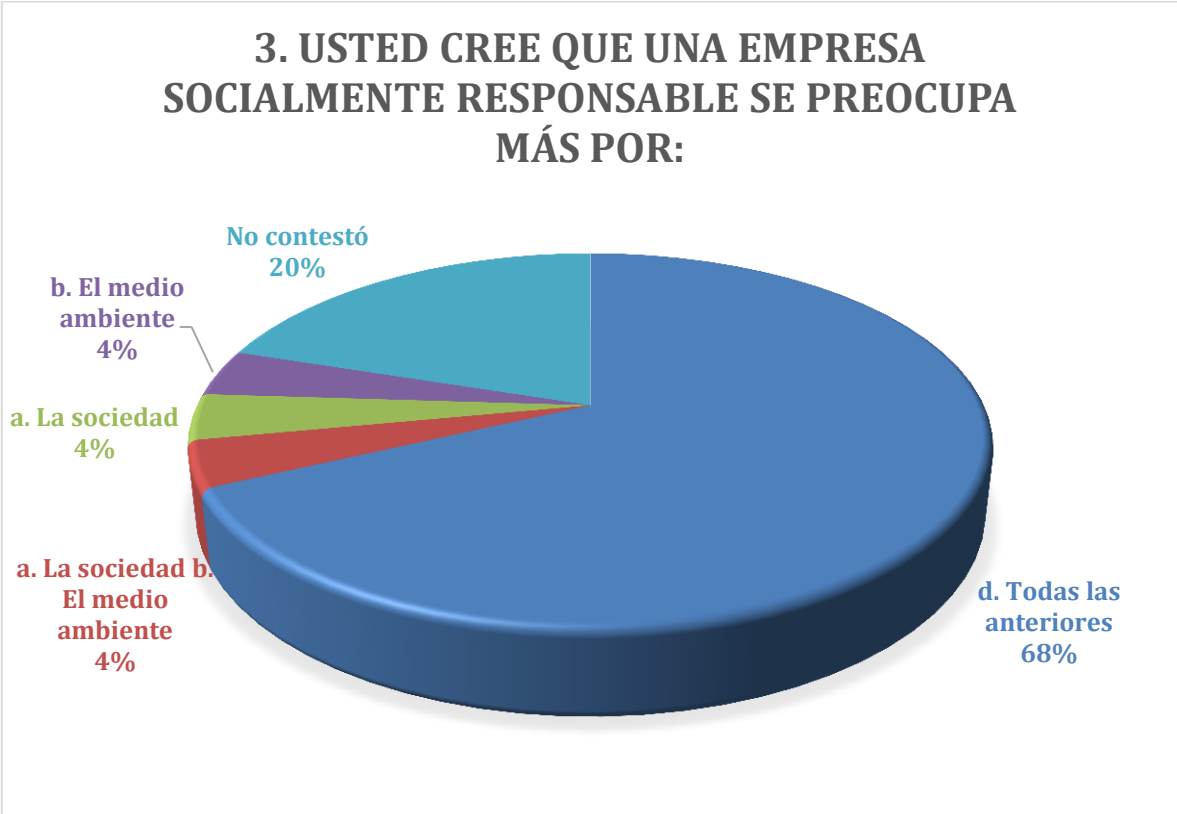


Fuente: Elaboración propia con información obtenida en la investigación de campo.

Sin Embargo, al recibir opciones acerca de cuáles son las principales preocupaciones de una ESR, la mayoría de los trabajadores incorporaron el factor “ganancia de la empresa”, al seleccionar como opción correcta “todas las anteriores” ver gráfica 4.2, lo que quiere decir, que no tienen plena conciencia de

bajo qué circunstancias se podría lograr la obtención de ganancias económicas al ser una ESR.

Gráfica 4.2
Pregunta 3 del instrumento de Investigación

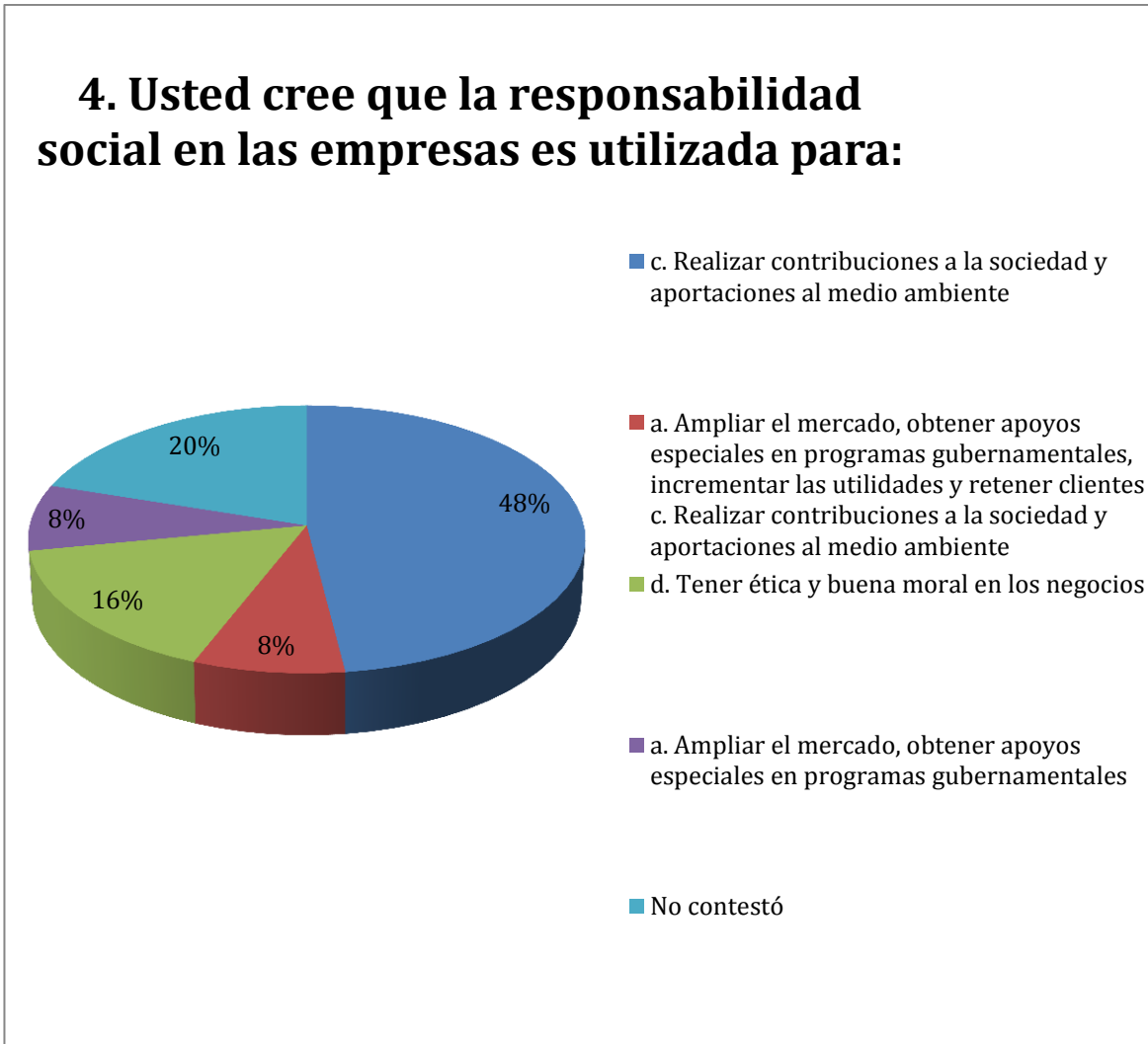


Fuente: Elaboración propia con información obtenida en la investigación de campo.

Por otro lado, con el objetivo de conocer la opinión de los trabajadores acerca de porque una empresa decide gestionarse como socialmente responsable, como se puede apreciar en la gráfica 4.3 la mayoría coincide en que las empresas lo hacen con base en la teoría integradora abordada en el capítulo 2, ya que para ellos una ESR es aquella que trata principalmente asuntos que tienen que ver con la sociedad y con el medio ambiente, lo cual ratifica el resultado obtenido en la pregunta acerca del significado de una ESR con base en su propio criterio.

Gráfica 4.3

Pregunta 4 del instrumento de Investigación



Fuente: Elaboración propia con información obtenida en la investigación de campo.

Ya que se conoce el criterio de los trabajadores acerca de porqué una empresa decide ser socialmente responsable, con la pregunta 5 se buscó conocer el significado de lo que sería para los trabajadores el laborar en una ESR, como se puede apreciar en el gráfico 4.4 la mayoría se muestran positivos al respecto, ya que ningún trabajador seleccionó la opción de “incremento de trabajo”, por el contrario, consideran que los beneficios logrados mediante este tipo de gestión serían mayores a las obligaciones que se pudieran llegar a generar.

Gráfica 4.4

Pregunta 5 del instrumento de Investigación

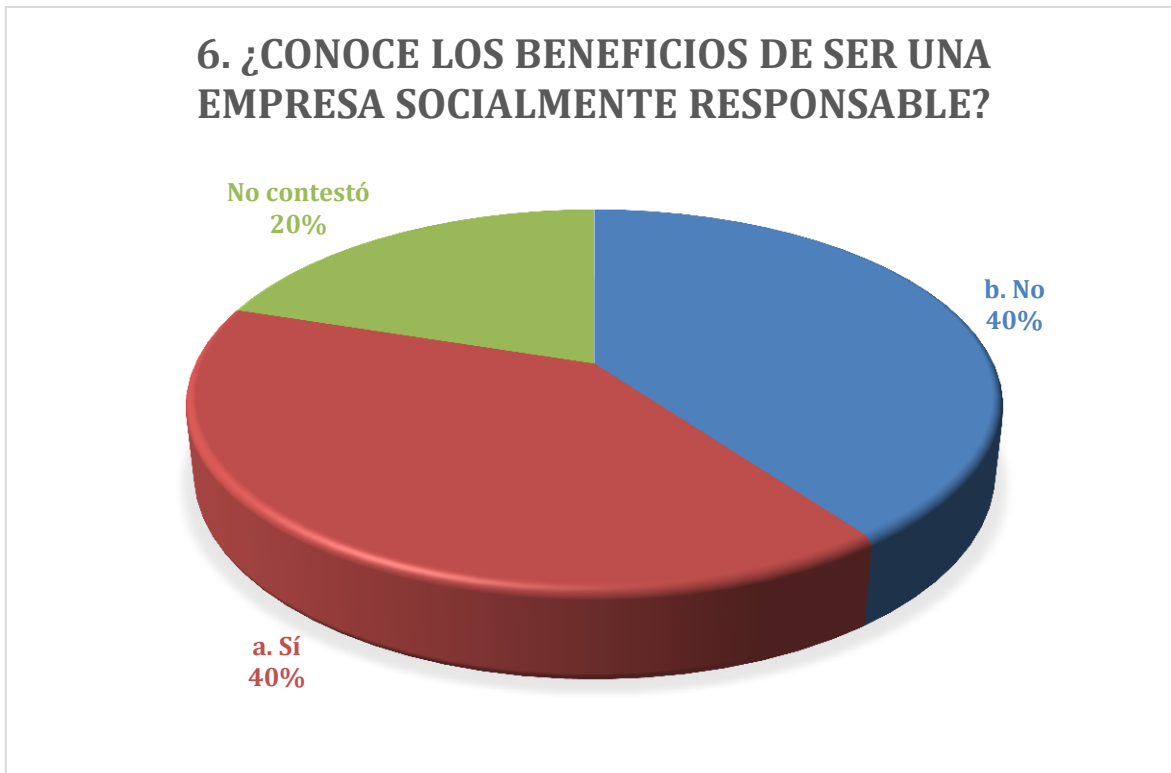


Fuente: Elaboración propia con información obtenida en la investigación de campo.

Sin embargo, aun cuando los trabajadores de Kayser consideran que al ser una ESR existen beneficios, no se muestran seguros al cuestionarles si los conocen, ver gráfica 4.5.

Gráfica 4.5

Pregunta 6 del instrumento de Investigación



Fuente: Elaboración propia con información obtenida en la investigación de campo.

En otro sentido, y con el objetivo de detectar los conocimientos técnicos que pudieran llegar a tener los trabajadores acerca de la normatividad o certificaciones en materia de responsabilidad, en la pregunta 7 se les cuestionó ¿cuáles conocían?

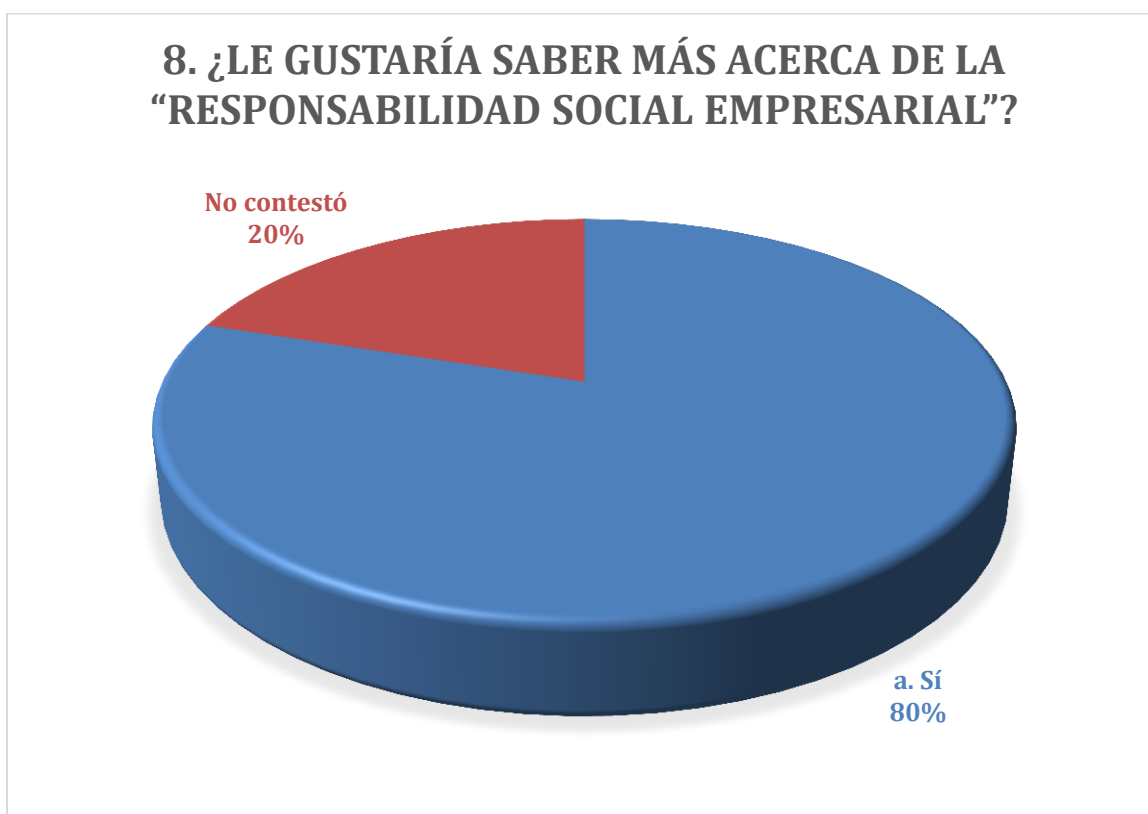
Aunque varios contestaron que no conocían alguna, las mayores incidencias positivas fueron las ISO 14000 y 26000 y el distintivo ESR, desarrollados previamente en el Capítulo 2 como normas referentes para las ESR, además se puede apreciar el conocimiento incluso de normatividades distintas a las descritas en la presente tesis por ejemplo:

- Osha 18000
- SGA Equidad de género.

- NOM Responsabilidad Social.

La responsabilidad social empresarial es un tema que atrajo la atención de los participantes ya que todos se mostraron interesados en obtener mayor información acerca del tema. Como se puede corroborar en el gráfica 4.6.

Gráfica 4.6
Pregunta 8 del instrumento de Investigación

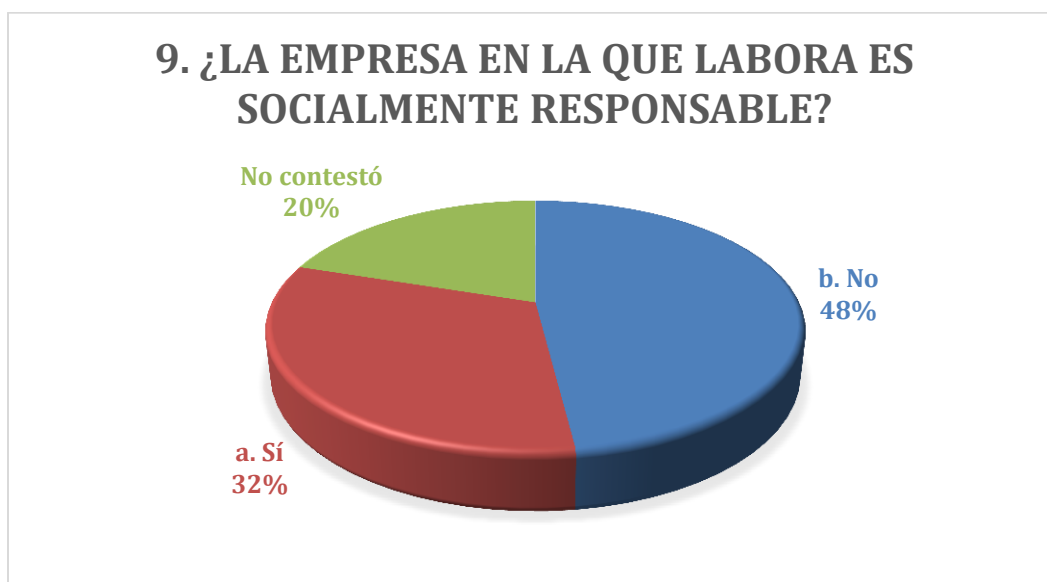


Fuente: Elaboración propia con información obtenida en la investigación de campo.

En el transcurso del llenado del cuestionario el trabajador pudo identificar qué es una ESR, por qué las empresas trabajan bajo esta gestión y qué piensan los trabajadores al respecto. Se les pidió identificar, si ellos trabajan en una ESR;

la mayoría estuvo de acuerdo en que no por desconocimiento de sus programas o porque no cuenta con un distintivo o certificación al respecto. Ver gráfica 4.7.

Gráfica 4.7
Pregunta 9 del instrumento de Investigación



Fuente: Elaboración propia con información obtenida en la investigación de campo.

En las respuestas a las preguntas 10 y 11, que fueron los trabajadores que contestaron que sí trabajan en una ESR, ellos opinan que la empresa realiza acciones que la llevan a ser socialmente responsable, por ejemplo:

- La implementación de un sistema de desarrollo de remuneraciones, enfocado a la equidad salarial y los planes de carrera.
- Un horario flexible de días viernes.
- El apoyo a empleados en situaciones difíciles.
- La capacitación a los trabajadores.
- La clasificación de los desechos.
- El cuidado de los residuos peligrosos.
- El pago de impuestos.
- Los torneos deportivos.

- La fabricación de productos que cumplen con los requisitos del cliente.
- Fomento a la salud, seguridad en el trabajo, higiene, orden y limpieza.
- Mantenimiento de equipos e instalaciones.
- Áreas de esparcimiento.
- Seguros médicos otorgados.

Los trabajadores consideran que las acciones descritas son adecuadas, sin embargo, creen que se deberían implementar más acciones de este tipo, así como mejorar las ya establecidas con la participación de todo el personal.

Los trabajadores que contestaron que no trabajan en una ESR, definitivamente les gustaría trabajar en una empresa bajo esta gestión, tomando como base los resultados positivos anteriormente descritos. Ver gráfica 4.8.

Gráfica 4.8
Pregunta 12 del instrumento de Investigación



Fuente: Elaboración propia con información obtenida en la investigación de campo.

Debido al posible interés de los trabajadores surgido en el desarrollo del cuestionario, como última pregunta se les pidió describir sugerencias, como acciones o proyectos que podría implementar la empresa para la que trabajan, entre las cuales se destacan las siguientes:

- Abrirse a la inclusión, contratar personas con capacidades diferentes.
- Ayuda a damnificados por inundaciones y deslaves.
- Ayuda a sectores vulnerables (madres solteras, mujeres con maltrato, indígenas o gente de escasos recursos).
- Campañas de salud.
- Certificarse en ISO 14000.
- Creación de opciones de estudios para adultos.
- Crear cadenas de valor con proveedores.
- Donación de desperdicios que pueden ser reutilizados.
- Hacer que los trabajadores se sientan identificados con su empresa.
- Invitar a todo el personal a conocer la “Responsabilidad Social”.
- Llevar a cabo actividades con responsabilidad social, no sólo en fechas festivas, y de ser posible, incluir a las familias de los trabajadores.
- Programa de incentivos por ahorro de recursos.
- Proyecto especial de desechos urbanos.
- Realizar actividades culturales.
- Recompensa a hijos de trabajadores con altos promedios.
- Reforestación de áreas verdes.
- Taller de sustentabilidad en el hogar y en el trabajo.

Con base en lo anterior, se destaca la conciencia de los trabajadores con respecto a la necesidad de ser socialmente responsables. Su participación a través de las ideas antes descritas, dejan ver el interés de los mismos en buscar acciones o actividades que lleven a Kayeser a cuidar el medio ambiente, a trabajar

en un mejor lugar, a generar beneficios económicos y apoyar a la sociedad que los rodea, etc.

Los resultados obtenidos a través del instrumento de investigación permitieron, conocer a la empresa del caso de estudio, realizar un análisis de la información obtenida, así como determinar sus carencias y oportunidades.

4.4 DIAGNÓSTICO

Antes que nada, se detectó que no existe una adecuada comunicación de la filosofía organizacional de Kayser, parte de ésta se da a conocer en “fase 0”, pero posteriormente no se realizan campañas de reforzamiento de la misma, además, la empresa en cuestión no cuenta con valores organizacionales bien definidos. Si los empleados no conocen la razón de ser de la empresa, hacia donde va, así como los lineamientos y políticas que deben seguir para llegar ahí, difícilmente se alcanzará el logro y mantenimiento de dicha filosofía organizacional.

Uno de los principales problemas detectados en esta materia, es que no existe una persona, departamento y/o equipo que lidere y controle las actividades, acciones, proyectos con relación a la responsabilidad social empresarial, así como los resultados cualitativos de los mismos. Así mismo, al no existir un área o persona que controle la totalidad de dichas acciones, no se cuenta con un análisis económico de los beneficios que está obteniendo la empresa con cada acción que tiene implementada, así como aquellas que podría implementar.

Por otro lado, se está buscando implementar nuevas acciones que construyan un respeto al medio ambiente, sin embargo, el personal que no está inmerso en dicho proyecto, carece de conocimiento al respecto, por lo que no podría contribuir apoyando estas acciones, es por ello que el cuidado al medio ambiente aún no está siendo un cambio organizacional palpable.

4.5 ESTADO DEL PROBLEMA

La hipótesis enunciada como:

Si se cumple con los indicadores; calidad de vida en la empresa, ética empresarial, vinculación de la empresa con la comunidad y, cuidado y preservación del medio ambiente; una empresa convencional, podrá transitar a una empresa socialmente responsable y con ello obtener beneficios tales como: mejoramiento del clima laboral, contribuciones a la sociedad, aportaciones al medio ambiente, ampliar el mercado y reconocimiento de proveedores, entre otros.

Se prueba parcialmente la hipótesis, con base en que la empresa sólo cumple con los indicadores; calidad de vida en la empresa, está iniciando la vinculación de la empresa con la comunidad, y está buscando el cuidado y preservación del medio ambiente. En las acciones que ha implementado ha tenido beneficios como el mejoramiento del clima laboral, contribuciones a la sociedad y aportaciones al medio ambiente.

La empresa cuenta con algunos elementos y variables que la pueden determinar como una empresa socialmente responsable aún y cuando no cuenta con reconocimientos, distintivos o certificación en esta materia. En el siguiente capítulo se dará a conocer una propuesta, así como algunas conclusiones acerca del trabajo desarrollado.

CAPÍTULO V HACIA UNA PROPUESTA

CAPÍTULO V HACIA UNA PROPUESTA

Ha sido posible conocer los elementos y variables de las ESR, así como el escenario actual de la empresa Kayser Automotive Systems, S. en C. en este tenor, en el presente capítulo se describirá una propuesta, misma que la empresa podría aplicar en su beneficio, con el objetivo de buscar ser socialmente responsable y ser reconocida como tal.

5.1 PROPUESTA

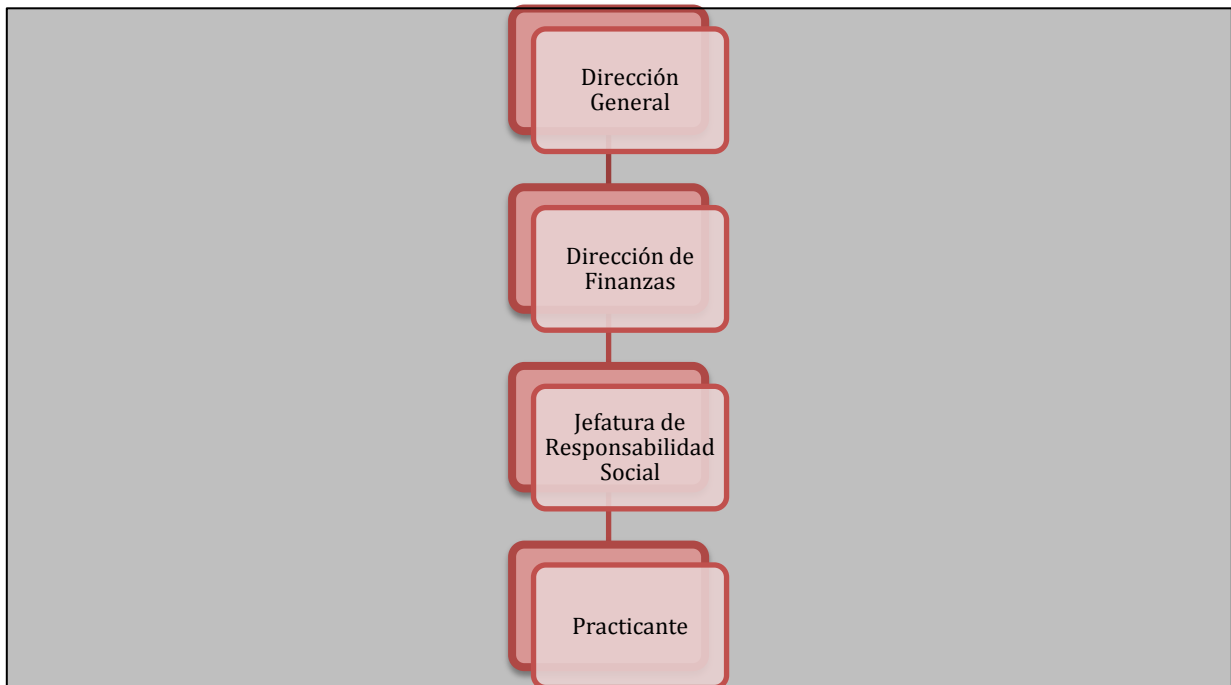
Partiendo del diagnóstico punto 4.4 del capítulo IV y el marco de referencia de la empresa Kayser Automotive Systems, S. en C. de la presente tesis, se propone la creación de una “Jefatura de Responsabilidad Social” que pueda administrar las acciones, actividades y proyectos de la empresa en cuestión en materia de responsabilidad social empresarial, así como los resultados cualitativos y cuantitativos derivados de las mismas.

El reto más grande que sorteará esta nueva jefatura, es que la Responsabilidad Social sea parte integral de la estrategia del negocio, contribuyendo y generando valor al mismo, y asegurando su permanencia en el largo plazo. Por tanto, la gran responsabilidad de esta jefatura será asegurar que la estrategia de responsabilidad social corporativa se defina de forma anual, se lleve realmente a cabo.

Al ser Kayser una empresa tradicional que funciona bajo una estructura bien definida, en la imagen 5.1 se presenta una propuesta jerárquica que deberá tener dicho equipo de trabajo. De inicio las acciones que se lleven a cabo por esta

jefatura, claramente tendrán sólo un impacto local, sin embargo, con el crecimiento de la misma el impacto puede llegar a ser nacional o internacional.

Imagen 5.1
Línea jerárquica “Jefatura de Responsabilidad Social”



Fuente: Elaboración propia.

Las áreas que deberán dar su respaldo a este equipo de trabajo son principalmente: Recursos Humanos, Finanzas, Calidad, Compras y Ventas. Sin embargo, ante una migración de gestión, este equipo deberá contar con el apoyo de todos los colaboradores de Kayser, siendo los mandos medios y altos, los que deberán poner el ejemplo.

Las líneas de acción que deberá seguir la nueva jefatura antes mencionada, son las que se pueden apreciar en la imagen 5.2, con esto se lograría cubrir cada variable sustentable requerida para ser socialmente responsable. Cabe mencionar

que es importante atacar aspectos cualitativos y cuantitativos a la vez para no perder de vista la viabilidad de las acciones.

Imagen 5.2

Líneas de acción que deberá seguir la “Jefatura de Responsabilidad Social”



Fuente: Elaboración propia.

Cada acción debe generar valor compartido, es decir, debe ser bueno para la sociedad, medio ambiente y para el negocio, de tal forma que la capacidad de respuesta ante los grupos de interés (accionistas, inversionistas, colaboradores, clientes, autoridades, organizaciones de sociedades civiles y familiares de los empleados) sea rápida, explicando cómo se hacen las cosas y para qué se hacen.

Las acciones a realizar en un ámbito de responsabilidad social empresarial son múltiples, además deben ser acciones que vayan de acuerdo al contexto del

país, es por ello que se debe seleccionar las áreas de enfoque que se desea atacar, por ejemplo para Kayser pueden ser las siguientes:

- Sociales internas
 - Emitir una política de responsabilidad social, pueden tomar como base los principios del Pacto Mundial, los principios CERES y las directrices de la OCDE, detallados en el Capítulo 1.
 - Capacitación, adiestramiento del personal y planes de carrera profesional
 - Calidad de vida laboral
- Sociales externas
 - Creación de cadenas de valor con pilares de sustento que pueden ser:
 - Clientes
 - Proveedores
 - Gobierno
 - Ayuda a personas vulnerables, acciones de voluntariado a través de la participación directa de los trabajadores
 - Apoyo a la educación
- Medio ambiente
 - Emitir política corporativa de respeto al medio ambiente
 - Reforestación de áreas verdes, mediante la participación directa de los trabajadores
- Económicas
 - Definir inversión y presupuesto organizacional, se sugiere un 1% de utilidades antes de impuestos.
 - Buscar ayudas gubernamentales.
 - Indagar sobre estímulos fiscales.
 - Solicitar patrocinios.

Aunado a dichas acciones, es importante realizar tareas de gestión de información y análisis, posiblemente a través de indicadores que midan cada actividad, determinar áreas de oportunidad y ajustar metas y objetivos, además, se deben realizar informes periódicos que describan los programas y resultados obtenidos.

Por otro lado, se deben realizar estrategias de mercadotecnia que divulguen el compromiso social y ambiental llevado a cabo en la organización, posiblemente, mediante la presencia en redes sociales y publicaciones en la página web del corporativo, y de la mano con esto, la comunicación interna de los programas con el ánimo de difundir las buenas prácticas y los mejores ejemplos.

Logrando la aplicación y control de lo anterior, sería viable la búsqueda de premios, distintivos, reconocimientos o certificados en esta materia que comparen a Kayser con otras organizaciones, compartiendo y adoptando mejores prácticas, logrando la apertura de mercado trabajando con clientes de la industria automotriz que requieran específicamente ser socialmente responsables para poder ser sus proveedores.

Además, se obtendría el reconocimiento entre los diferentes proveedores, abriendo la posibilidad de generar más cadenas de valor y con ello brindar mejores contribuciones sociales y ambientales. Por otro lado, la planta mexicana de Grupo Kayser representaría un ejemplo a seguir para el resto del corporativo.

Otro resultado obtenido con un equipo de trabajo específico en esta materia, es el mejoramiento del clima laboral mediante una buena comunicación

de los resultados de cada acción, las aportaciones logradas al medio ambiente y las contribuciones a la sociedad con las acciones diseñadas e implantadas por el equipo de trabajo ESR. Ver imagen 5.3

Imagen 5.3
Resumen de la propuesta



Fuente: Elaboración propia.

RECOMENDACIONES

Se recomienda antes que nada trabajar en la construcción de una filosofía organizacional que vaya de acuerdo con las necesidades actuales de Kayser. Al completar y redefinir dicha filosofía se recomienda darla a conocer a los trabajadores de “fase 0”, y además publicarla de forma constante, con esto se lograría fortalecer la cultura organizacional.

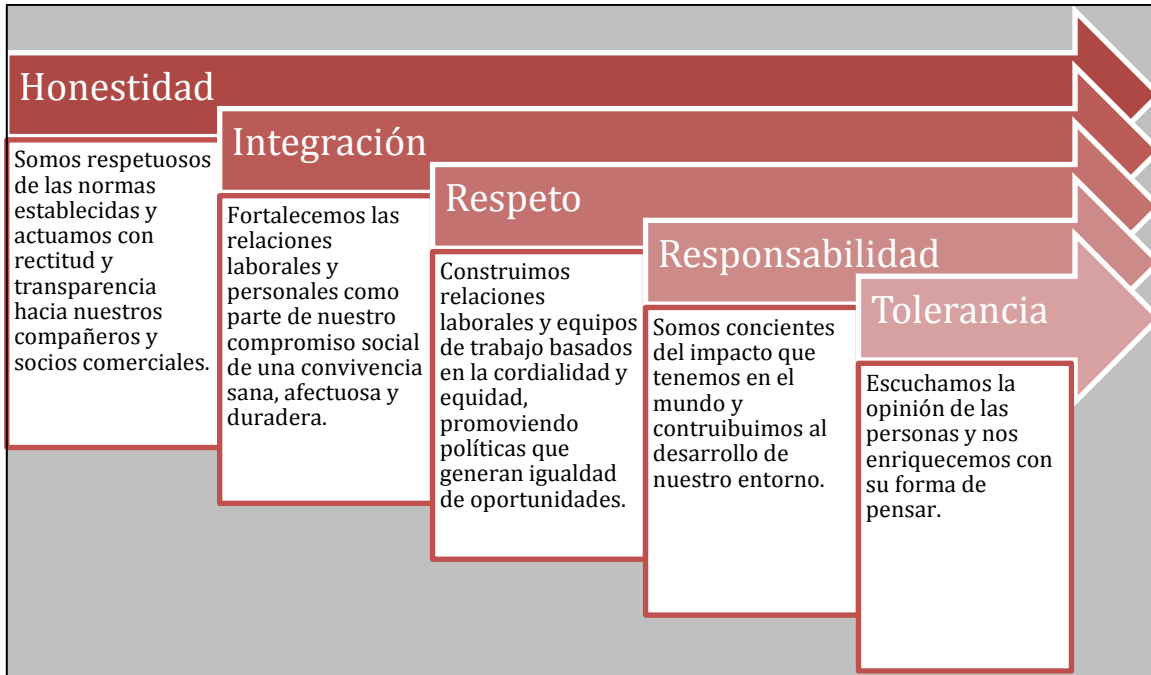
De la mano con el reforzamiento de la cultura organizacional y al ser una familia los dueños de grupo Kayser, se sugiere crear el concepto de “Familia Kayser”, de esta forma se generará un sentido de pertenencia de los trabajadores incrementando su respeto, lealtad y productividad, al ser parte de una familia.

Otra recomendación es respetar los colores corporativos (rojo, negro, gris y blanco) en todo momento, por ejemplo: uniformes, e-mails, presentaciones corporativas, comunicados internos y externos, artículos publicitarios, etc.

En este mismo sentido se sugiere adoptar como valores organizacionales los detallados en la imagen 5.4.

Imagen 5.4

Valores recomendados a Kayser Automotive Systems, S. en C.



Fuente: Elaboración propia.

Después de presentadas las algunas recomendaciones, se da paso a las conclusiones.

CONCLUSIONES

Desde sus inicios la responsabilidad social empresarial ha sido un tema que ha atraído la atención de los empresarios y público en general, ya que independientemente de si la motivación es por aspectos éticos, para abrir mercado, para ayudar a la sociedad y al medio ambiente, o simplemente como objeto de publicidad, la responsabilidad social empresarial es el mejor camino para lograr los objetivos que se propongan las compañías, pues a través de ella es permisible alcanzar una mejora continua y surge posibilidad de la creación de una ventaja competitiva, consiguiendo así mayores ingresos y el reconocimiento social.

Sin embargo, el camino no es fácil, existen diversas normas, principios y directrices que se deben acatar para no perderse en el camino. Además, es vital que la responsabilidad social este plasmada como parte integral de la filosofía organizacional, es decir, debe estar establecida en su misión, visión, valores, políticas, manuales, códigos, etc, mismos que deben estar apegados a las teorías y normas descritas en materia, las cuales se dieron a conocer en el capítulo 2.

Tal vez este alineamiento podría generar incertidumbre en la organización, sin embargo, si se crea conciencia de la importancia e impacto del mismo, con paciencia, empeño, buena comunicación, estructura, control y asesoramiento de expertos, sin duda alguna el cambio es posible.

Además, a través de la presente investigación, se pudo constatar de manera palpable algunos de los beneficios que conlleva el ser una ESR como por ejemplo la diferenciación de los productos y servicios a través de un distintivo; la buena reputación frente a la sociedad; la fidelidad de los empleados, clientes y proveedores; la transparencia en las operaciones; etc.

Como se ha podido confirmar en el marco referencial y en la investigación de campo, en continuas ocasiones las empresas ya realizan acciones que las llevan a ser socialmente responsables, sólo necesitan la estructura y control adecuados para que estas acciones tengan los resultados y beneficios esperados.

Por tanto, la responsabilidad social puede generar valor desde las entrañas de las empresas e incluso a nivel mundial, construyendo relaciones laborales fuertes, a través de acciones que impacten en el desarrollo sustentable siempre y cuando se mantenga un enfoque bien establecido.

Sin embargo, el cambio de gestión de una empresa convencional a una con responsabilidad social no es cambio que se pueda hacer a medias, para llegar a ser una empresa socialmente responsable como ya se estableció se requiere un cambio desde raíz, es por ello la importancia de la comunicación constante y el apoyo de todo el personal. Ninguna acción va a ser suficiente si no hay un cambio radical de pensamiento en favor de la sociedad (interna y externa) y del medio ambiente.

En conclusión, una empresa socialmente responsable es aquella que se preocupa por obtener beneficios económicos, hacer contribuciones a la sociedad y aportaciones al medio ambiente. Es por todo lo anteriormente descrito que cualquier empresa debe buscar una migración de gestión a un enfoque con responsabilidad social lo antes posible.

REFERENCIAS

a. LIBROS

- Navarro F. (2013). *Responsabilidad Social Corporativa*. México, D.F.: Alfa Omega Grupo Editor.
- Owen, R. (1858). *The life of Robert Owen: written by himself [La vida de Robert Owen por él mismo]*. Vol. 1. Londres, Effingham Wilson.
- Friedman, M. and R. Friedman (1962). *Capitalism and Freedom*. United States of America, Chicago, The University of Chicago Press.
- Raufflet, Lozano, Barrera y García (2012). *Responsabilidad Social Empresarial*. México D.F. Pearson Educación de México, S.A. de C.V.

b. REVISTAS

- González, C. (2011, enero). *Empresas Socialmente Responsables y mercado verde Internacional*. Economía Informa, 366, págs. 59-78.
- Perspectivas (1993). *Revista trimestral de educación comparada*. París, UNESCO: Oficina Internacional de educación. Vol. XXIV, N. 1-2, págs. 279-297.
- Label, W.(2000). *ISO 14000: Un sistema de administración ambiental con oportunidades para contadores y otros consultores*. Revista Contaduría y Administración No. 198. págs. 55-66.
- Garriaga, E. y Melé, D. (2004): *Corporate Social Responsanility Theories: Mapping the Territory*. Jurnal of Business Ethics 53. págs: 51-71

c. FOLLETOS

- AccountAbility (2008). *Norma de Aseguramiento de Sostenibilidad AA1000 AS (2008)*. Febrero 23, 2016, de [accountability.org](http://www.accountability.org). Sitio web: <http://www.accountability.org/images/content/3/5/357.pdf>
- ISO (2010). *Descubriendo ISO 26000*. febrero 12, 2016, de Organización Internacional de Estadarización. Sitio web: http://www.iso.org/iso/discovering_iso_26000-es.pdf

- Argandoña A. e Isea R (2011). *ISO 26000, Una guía para la responsabilidad social de las organizaciones*. Febrero 12, 2016, IESE Business School Universidad de Navarra. Vol. 11 Sitio web: http://www.iese.edu/en/files/catedralacaixa_vol11_final_tcm4-72287.pdf
- Friedman M (1970). *The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits*. Febrero 17, 2016, The New York Times Magazine, Sitio Web: <http://umich.edu/~thecore/doc/Friedman.pdf>

d. PÁGINAS WEB

- AliaRSE. (2015). *La RSE en México*. junio 06, 2015, de AliaRSE Sitio web: <http://www.aliarse.org.mx/RseMexico.htm>
- American Chamber México (2012). *Toolkit de Distintivos, Reconocimientos y Normas en Responsabilidad Social en México*, Febrero 27, 2016, de American Chamber of Commerce of México, A.C. Sitio Web: <http://www.responsable.net/explorar/toolkit-distintivos-reconocimientos-normas-responsabilidad-social-mexico>
- BMV. (2011). *Presentación de IPC Sustentable*. junio 10, 2015, de BMV Sitio web: http://www.bmv.com.mx/wb3/wb/BMV/BMV_repositorio/_rid/223/_mto/3/Pre-sentacion_de_IPC_Sustentable.pdf
- Centro Mexicano para la Filantropía, A.C. (2015). *Se llevó a cabo del 4 al 7 de mayo en la Ciudad de México*. 04 de junio de 2015, de CEMEFI.org Sitio web: <http://www.CEMEFI.org/servicios/noticias/filantropicas/3334-concluyo-el-encuentro-latinoamericano-de-empresas-socialmente-responsables.html>
- Centro Mexicano para la Filantropía, A.C. (2015). *Información institucional*. junio 06, 2015, de CEMEFI Sitio web: <http://www.CEMEFI.org/CEMEFI/informacion-institucional.html>
- CERES (2016) *Sobre nosotros, quienes somos, que hacemos*. Febrero 27, 2016 [ceres.org](http://www.ceres.org) Sitio web: <http://www.ceres.org/about-us/our-history/our-history>

- Cogeneramexico.org (2016) *Cogeneración*. Agosto 12, 2016
cogeneramexico.org Sitio web:
<http://www.cogeneramexico.org.mx/menu.php?m=73>
- Deloitte. (2011). *Modelo de Madurez*. junio 10, 2015, de Deloitte. Sitio web:
<http://www2.deloitte.com/mx/es/pages/risk/articles/modelo-de-madurez.html>
- Deloitte. (2012). *Índice de Sustentabilidad de la Bolsa Mexicana de Valores*. junio 10, 2015, de Deloitte. Sitio web:
<http://www2.deloitte.com/mx/es/pages/risk/articles/indice-sustentabilidad-bolsa-mexicana-de-valores.html>
- Deloitte. (2011). *Panorama global de la sustentabilidad y su impacto en México*. junio 12,2015, de Deloitte Sitio web:
<http://www2.deloitte.com/mx/es/pages/risk/articles/panorama-global-sustentabilidad-impacto-en-mexico.html>
- Distintivo ESR. (2015). *El valor de la Responsabilidad Social*. 04 de junio de 2015, de Distintivo ESR Sitio web: <http://www.distintivoesr.com/>
- EXPOK. (2009). *Historia de la Responsabilidad Social*. junio 06, 2015, de ExpokNews.com Sitio web: <http://www.expoknews.com/historia-de-la-responsabilidad-social/>
- EXPOK. (2011). *Diferencia entre sustentable y sostenible*. junio 10, 2015, de ExpokNews.com Sitio web: <http://www.expoknews.com/diferencia-entre-sustentable-y-sostenible/>
- EXPOK. (2015). *Las empresas 2015 del IPC Sustentable de la BMV*. junio 12,2015, de ExpokNews.com Sitio web: <http://www.expoknews.com/las-empresas-2015-del-ipc-sustentable-de-la-bmv/m/mx/es/pages/risk/articles/panorama-global-sustentabilidad-impacto-en-mexico.html>
- EXPOK (2009). *¿Qué es AA1000?*. febrero, 23, 2016 de ExpokNews.com Sitio web: <http://www.expoknews.com/que-es-aa1000/#comments>
- ISO (2016). *Acerca de ISO*. febrero 10, 2016, de iso.org Sitio web: <http://www.iso.org/iso/home/about.htm>

- ISO (2016). *ISO 14000 Gestión Ambiental*. febrero 11, 2016, de iso.org Sitio web: <http://www.iso.org/iso/home/standards/management-standards/iso14000.htm>
- ISO (2010). *Environmental Management – The ISO 14000 family in International Standards*. febrero 11, 2016, de iso.org Sitio web: http://www.iso.org/iso/home/store/publication_item.htm?pid=PUB100238
- ISO (2016). *ISO 26000 Responsabilidad Social*. febrero 12, 2016 de iso.org Sitio web: <http://www.iso.org/iso/home/standards/iso26000.htm>
- finanzas.com. (2013). *Qué es... La responsabilidad social corporativa*. junio 06, 2015, de finanzas.com Sitio web: <http://www.finanzas.com/aula-accionista/20131024/responsabilidad-social-corporativa-2526954.html>
- GRI (2016). *Información*. Febrero 27, 2016. de globalreporting.org Sitio web: <https://www.globalreporting.org/information/about-gri/Pages/default.aspx>
- Greenpeace. (2015). *El Protocolo de Kioto*. junio 06, 2015, de greenpeace.org Sitio web: <http://www.greenpeace.org/mexico/es/Campanas/Energia-y--cambio-climatico/COP16/Antecedentes/Protocolo-de-Kioto/>
- OECD (2016) *Qué es la OECD e Historia*. Febrero 27, 2016, de oecd.org Sitio web: <http://www.oecd.org/centrodemexico/laocde/>
- OECD (2013) *Líneas Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales*. OECD Publishing Sitio web: <http://www.oecd.org/daf/inv/mne/MNEguidelinesESPANOL.pdf>
- ONU. (2015). *Historia de la Naciones Unidas*. junio 06, 2015, de ONU Sitio web: <http://www.un.org/es/sections/about-un/overview/index.html>
- ONU. (2015). *Medio Ambiente*. junio 06, 2015, de ONU Sitio web: <http://www.un.org/es/globalissues/environment/>
- Pacto Mundial. (2015). *El Pacto Mundial de las Naciones Unidas*. junio 10, 2015, de Pacto Mundial Sitio web: http://www.pactomundial.org.mx/home/?page_id=2ial.org.mx/home/?page_id=27

- Pacto Mundial. (2015). *Lista de Participantes*. junio 10, 2015, de pactomundial.org Sitio web:
http://www.pactomundial.org.mx/home/?page_id=27
- Pacto Mundial (2015). *La serie AA1000: mucho más que el aseguramiento de memorias de RSE/Sostenibilidad*, febrero 23, 2016 de pactomundial.org Sitio Web: <http://www.pactomundial.org/2015/09/la-serie-aa1000-mucho-mas-que-el-aseguramiento-de-memorias-de-rsesostenibilidad/>
- Pro México. (2015). *Desarrollo sustentable y el crecimiento económico en México*. 04 de junio de 2015, de Pro México Sitio web:
<http://www.promexico.gob.mx/desarrollo-sustentable/>
- Pro México. (2015). *Puebla*. junio 04, 2015, de Pro México Sitio web:
<http://www.promexico.gob.mx/es/mx/puebla>
- Reputation Institute. (2015). *La RSC no ha muerto, sólo está mal gestionada*. 04 de junio de 2015, de Reputation Institute Sitio web:
<http://reputationinstitute.es/thought-leadership/category/csr-reprtrak-100>
- SEMARNAT (2016) *Leyes Federales*. Febrero 28, 2016 de semarnat.mx Sitio web: <http://www.semarnat.mx/leyes-y-normas/leyes-federales>
- SURFRIDER (2016) *Principios CERES*. Febrero 27, 2016 de surfrider.org Sitio web: <http://www.surfrider.org.ar/quienes-somos/principios-ceres/>
- UNESCO. (2015). *Antecedentes*. junio 06, 2015, de UNESCO Sitio web:
<http://www.unesco.org/new/es/unesco-world-conference-on-esd-2014/about-the-conference/background/>

ANEXOS

a. Anexo 1

Listado de Leyes Federales en materia de recursos naturales y medio ambiente:

Título	Autor
Ley Federal de Derechos : Nueva Ley publicada en el Diario Oficial de la Federación el 31 de diciembre de 1981 : TEXTO VIGENTE. Última reforma publicada DOF 18-11-2015. Cantidades actualizadas por Resolución Miscelánea Fiscal DOF 23-12-2015	México. Secretaría de Hacienda y Crédito Público.
Decreto por el que se expide la Ley de Transición Energética [recurso electrónico]	México. Secretaría de Energía.
Ley Minera. Nueva Ley publicada en el Diario Oficial de la Federación el 26 de junio de 1992 : Texto vigente. Última reforma publicada DOF 11-08-2014 [recurso electrónico]	México. Secretaría de Energía
Ley de Puertos. Nueva Ley publicada en el Diario Oficial de la Federación el 19 de julio de 1993 : Texto vigente. Última reforma publicada DOF 23-01-2014 [recurso electrónico]	México. Secretaría de Comunicaciones y Transportes
Decreto por el que se expide la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública. [recurso electrónico]	México. Secretaría de Gobernación
Ley de Energía Geotérmica Texto Vigente. Nueva Ley publicada en el Diario Oficial de la Federación el 11 de agosto de 2014 [recurso electrónico]	México. Secretaría de Energía
Ley de Hidrocarburos. Texto Vigente. Nueva Ley publicada en el Diario Oficial de la Federación el 11 de agosto de 2014 [recurso electrónico]	México. Secretaría de Energía
Ley de la Agencia Nacional de Seguridad Industrial y de Protección al Medio Ambiente del Sector Hidrocarburos. Al margen un sello : Texto Vigente. Nueva Ley publicada en el Diario Oficial de la Federación el 11 de agosto de 2014 [recurso electrónico]	México. Secretaría de Energía
Ley General De Cambio Climático : Nueva Ley publicada en el Diario Oficial de la Federación el 6 de junio de 2012. Texto vigente. Última reforma publicada DOF 13-05-2015 [recurso electrónico]	México. Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales
Decreto por el que se expide la Ley de Vertimientos en las Zonas Marinas Mexicanas. [recurso electrónico]	México. Secretaría de Marina

Título	Autor
Ley General de Desarrollo Forestal Sustentable : Ley publicada en el Diario Oficial de la Federación el 7 de diciembre de 2001. Texto vigente. Última reforma publicada DOF 26-03-2015 [recurso electrónico]	México. Secretaría de Agricultura Ganadería Desarrollo Rural Pesca y Alimentación
Decreto por el que se expide la Ley Federal de Responsabilidad Ambiental y se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones de la Ley General del Equilibrio Ecológico y la Protección al Ambiente, de la Ley General de Vida Silvestre, de la Ley General para la Prevención y Gestión Integral de los Residuos, de la Ley General de Desarrollo Forestal Sustentable, de la Ley de Aguas Nacionales, del Código Penal Federal, de la Ley de Navegación y Comercio Marítimos y de la Ley General de Bienes Nacionales. [recurso electrónico]	México. Secretaría de Medio ambiente y Recursos Naturales
Ley General de Asentamientos Humanos.Nueva Ley publicada en el Diario Oficial de la Federación el 21 de julio de 1993 : Texto Vigente. Última reforma publicada DOF 24-01-2014 [recurso electrónico]	México. Secretaría de Desarrollo Social
Ley de Bioseguridad de Organismos Genéticamente Modificados. Texto vigente. Nueva Ley publicada en el Diario Oficial de la Federación el 18 de marzo de 2005. [recurso electrónico]	México. Secretaría de Salud.
Ley General de Vida Silvestre.Nueva Ley publicada en el Diario Oficial de la Federación el 3 de julio de 2000. TEXTO VIGENTE. Última reforma publicada DOF 26-01-2015 [recurso electrónico]	México. Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales.
Ley de Aguas Nacionales Nueva Ley publicada en el Diario Oficial de la Federación el 1º de diciembre de 1992 Texto Vigente. Última reforma publicada DOF 11-08-2014 [recurso electrónico]	México. Secretaría de Agricultura y Recursos Hidráulicos.
Ley General para la Prevención y Gestión Integral de los Residuos. Nueva Ley publicada en el Diario Oficial de la Federación el 8 de octubre de 2003 : Texto vigente. Última reforma publicada DOF 22-05-2015 [recurso electrónico]	México. Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales.
Ley General del Equilibrio Ecológico y la Protección al Ambiente : Nueva Ley publicada en el Diario Oficial de la Federación el 28 de enero de 1988. Texto vigente. Última reforma publicada DOF 09-01-2015 [recurso electrónico]	México. Secretaría de Desarrollo Urbano y Ecología.
Ley General de Bienes Nacionales Nueva Ley publicada en el Diario Oficial de la Federación el 20 de mayo de 2004. Texto Vigente. Última reforma publicada DOF 07-06-2013	México. Secretaría de la Función Pública

Título	Autor
Ley General del Equilibrio Ecológico y la Protección al Ambiente / Delitos Ambientales [recurso electrónico]	México : Secretaría de Medio Ambiente, Recursos Naturales y Pesca.
Ley General del Equilibrio Ecológico y la Protección al Ambiente. [recurso electrónico]	México. Secretaría de Desarrollo Urbano y Ecología.
Ley federal de Pesca y Acuicultura Sustentables. Nueva Ley publicada en el Diario Oficial de la Federación el 24 de julio de 2007 : Texto vigente. Última reforma publicada DOF 05-12-2014 [recurso electrónico]	México. Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación.

Fuente: Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT) (2016)

b. Anexo 2

Lista de Distintivos, Premios, Reconocimientos, Certificaciones, Normas y Estándares Internacionales Aplicables a México en Materia de Responsabilidad Social:

Concepto	Detalle	Organización Responsable
Distintivo	Distintivo Empresa Socialmente Responsable	CEMEFI y AliaRSE
	Distintivo Empresa Familiarmente Responsable	Secretaría del Trabajo y Previsión Social (STPS)
	Distintivo Empresa Incluyente	Secretaría del Trabajo y Previsión Social (STPS)
	Distintivo Empresa Agrícola libre de Trabajo Infantil	Secretaría del Trabajo y Previsión Social (STPS)
Premios y reconocimientos	Premios Ganar - Ganar a la Responsabilidad Social y el Desarrollo Sustentable	Ganar-Ganar Revista Especializada en Responsabilidad Social Corporativa
	Premio a la Responsabilidad Social Empresarial "Woodrow Wilson"	Instituto México del Centro Woodrow Wilson
	Premio de Ética y Valores en la Industria	Confederación de Cámaras Industriales de los Estados

Concepto	Detalle	Organización Responsable
		Unidos Mexicanos
	Reconocimiento Mejores Empresas para Trabajar	<i>Great Place to Work Institute México (GPTWI)</i>
	<i>ACCA / Accountability Social Reporting Awards</i>	<i>AACA Global</i>
	Mejor Ciudadano Empresarial de las Américas	Organización de los Estados Americanos (OEA) y la Fundación de las Américas
	Modelo Integral de Prevención de la Trata de Personas	Centro de Estudios e Investigación en Desarrollo y Asistencia Social, A.C. (CEIDAS)
	<i>Metodología Top Companies</i>	Revista Expansión
	Responsabilidad Integral	Asociación Nacional de la Industria Química (ANIQ)
Certificación	Compite	Comité Nacional de Productividad e Innovación Tecnológica
	Certificado Industria limpia	Procuraduría Federal de Protección al Medio Ambiente
Normas	Norma ISO 26000	Organización Internacional para la Estandarización
	Norma Mexicana para la Igualdad Laboral entre Hombres y Mujeres	Secretaría del Trabajo y Previsión Social (STPS)
	Norma SA 8000	<i>Social Accountability International</i>
	Norma AA 1000	AccountAbility
	Norma WORLDCOB-CSR:2011	<i>World Confederation of Business (WORLDCOB)</i>
Estándares Internacionales Aplicables a México	Pacto Mundial	<i>Global Compact</i>
	<i>Global Reporting Initiative</i>	<i>Global Reporting Initiative</i>
	<i>Caux Round Table</i>	<i>Caux Round Table México</i>
	Lineamientos para la OCDE	OCDE México
	<i>Sigma Project</i>	<i>British Standards Institution</i>
	Indicadores Ethos de Responsabilidad Social	Centro de Ética y Ciudadanía Corporativa (CEyCC)

Elaboración propia con datos de "American Chamber of Commerce of México, A.C." (2012):

c. Anexo 3

Tríptico de metodología 5's

Las 5's **no son una actividad adicional o especial a realizar en nuestra forma de vida**, es simplemente hacer lo que se tiene que hacer, en el lugar donde se vive o se trabaja.

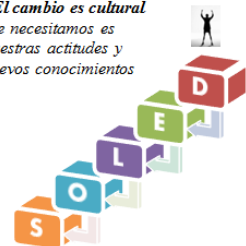


KAYSER MÉXICO
 Río Papaloapan # 27
 Corredor Empresarial Cuautlancingo A.C.
 CP. 72710 San Lorenzo Almecatla, Puebla,
 México
 Recursos Humanos
 Tel: +52 (222) 210-5552

METODOLOGÍA DE LAS 5'S



Voluntad: El cambio es cultural
 Lo único que necesitamos es cambiar nuestras actitudes y aprender nuevos conocimientos personales



a.

Objetivo:

“Crear y mantener un ambiente de trabajo ordenado, limpio, seguro y agradable que facilite el trabajo diario y nos ayude a brindar productos y servicios de calidad”.



Seleccionar

Desechar lo que no se necesita.

Objetivo: Contar con un área de trabajo donde únicamente estén los artículos y herramientas necesarias.



Ordenar

Cada cosa en su lugar y un lugar para cada cosa

Objetivo: Que exista un lugar para cada artículo, adecuado a las rutinas de trabajo, listos para utilizarse y con su debida señalización.



Limpiar:

Asear el área de trabajo así como equipos y herramientas.

Objetivo: Establecer una rutina de limpieza que evite que el área de trabajo se ensucie.

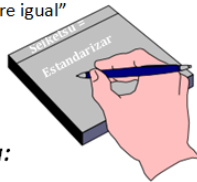


Estandarizar:

Regular, normalizar o fijar especificaciones sobre algo, a través de normas, procedimientos, reglamentos o instrucciones.

Objetivo: Desarrollar condiciones de trabajo que eviten retroceso en las primeras 3's.

“Todo siempre igual”



Disciplina:

Crear hábitos basados en las 4's anteriores.

Objetivo: Alcanzar una calidad en todas las áreas de la organización, desde los individuos hasta toda la empresa.



d. Anexo 4

**Cuestionario sobre el ámbito de Responsabilidad Social Empresarial
Benemérita Universidad Autónoma de Puebla
Facultad de Contaduría Pública
Maestría en Administración**

Objetivo:

Este cuestionario tiene como objetivo conocer el escenario actual de la empresa Kayser Automotive Systems, S. en C. en materia de Responsabilidad Social.

Dirigido a:

Jefes, Gerentes y Directores de la Empresa Kayser Automotive Systems, S. en C.

Instrucciones:

Conteste lo que usted piense acerca de lo que se pregunta, en el caso de las preguntas con opción múltiple subraye la respuesta con la que esté de acuerdo.

1. ¿Para usted sustentabilidad y sostenibilidad significan lo mismo?
 - a. Sí
 - b. No
 - c. No sé

2. ¿Qué es una “Empresa Socialmente Responsable” para usted?

3. Usted cree que una Empresa Socialmente Responsable se preocupa más por:
 - a. La sociedad
 - b. El medio ambiente
 - c. Las ganancias de la empresa
 - d. Todas las anteriores
 - e. Ninguna de las anteriores

4. Usted cree que la responsabilidad social en las empresas es utilizada para:
 - a. Ampliar el mercado, obtener apoyos especiales en programas gubernamentales, incrementar las utilidades y retener clientes
 - b. Obtener el reconocimiento de proveedores
 - c. Realizar contribuciones a la sociedad y aportaciones al medio ambiente
 - d. Tener ética y buena moral en los negocios

5. Para usted ser una empresa socialmente responsable implica sobre todo:
 - a. Obtención beneficios
 - b. Generación de obligaciones

- c. Creación derechos
 - d. Incremento de trabajo
6. ¿Conoce los beneficios de ser una empresa socialmente responsable?
- a. Sí
 - b. No
7. ¿Cuáles son las normas o certificaciones en materia de responsabilidad social que conoce?
8. ¿Le gustaría saber más acerca de la “Responsabilidad Social Empresarial”
- a. Sí
 - b. No
 - c. Me da igual
9. ¿La empresa en la que labora es socialmente responsable?
- a. Sí
 - b. No
10. Si contestó Si en la pregunta 9 ¿Cuáles son las acciones que realiza la empresa en este sentido?
11. ¿Considera que las acciones mencionadas en las pregunta 10 son adecuadas o podrían mejorar?
12. Si contestó No en la pregunta 9, ¿Le gustaría que la empresa en la que labora fuera socialmente responsable?
- a. Sí
 - b. No
 - c. Me da igual

13. Podría sugerir una actividad/programa o proyecto que le gustaría que la empresa donde labora realice en un sentido de responsabilidad social.