

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**



**“ANÁLISIS COMPARATIVO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL
EMPRESARIAL, CASO DE ESTUDIO SWIFT/TRANSMEX”**

**PARA OBTENER EL GRADO DE
MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN**

**PRESENTA:
INÉS FERNANDA BARBA RIVAS**

**DIRECTORA DE TESIS:
DRA. SÓSIMA CARRILLO**

MEXICALI, MAYO 2019

Dedicatoria

A mi padre quien a lo largo de este camino siempre me mostró su apoyo incondicional.

A mi madre por toda su ayuda y por alentarme a seguir preparándome profesionalmente.

A mis hijos César y Adrián, ya que ellos han sido el motor que me ha impulsado a superarme.

AGRADECIMIENTOS

A mi directora de tesis la Doctora Sósima Carrillo, por la orientación y la ayuda que me brindo para la realización de esta tesis, por su apoyo y por haberme alentado a ingresar a este posgrado.

A la Doctora Loreto María Bravo Zanoguera, por brindarme su apoyo y ayudarme a resolver dudas.

A mis compañeros, gracias por ayuda.

RESUMEN

La presente investigación es un estudio de caso que se realizó en una empresa de transporte internacional con el objetivo de establecer las posibles diferencias e impactos que existen en cuanto a las acciones de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) entre la división Mexicali y la división Calxico EUA de la empresa.

El presente estudio basa su justificación en que hasta hace poco tiempo, se creía que la responsabilidad de las empresas era solamente el generar utilidades, pero en los últimos años, esta ideología ha ido cambiando.

La Responsabilidad Social en la actualidad habla de que las empresas deben ser responsables en el trato con sus trabajadores, clientes, gobierno, así como con el medio ambiente. Las empresas no solo están en búsqueda de generar riqueza, sino que están tratando de hacer una retribución a la sociedad de tal manera que esto les ayude a ambos a enfrentar los cambios como consecuencia de la globalización y que estos puedan desarrollar prácticas sanas y éticas con todas las personas involucradas.

El método que se utilizó fue descriptivo, el instrumento diseñado fue un cuestionario integrado por 45 reactivos, el cual fue aplicado a las gerencias de los departamentos de la organización en Calxico y Mexicali, donde se analizaron los resultados obtenidos para obtener un diagnóstico de la situación actual de la empresa.

Como resultado se obtuvo que la organización cuenta con algunos procesos y políticas de Responsabilidad Social Empresarial, pero desconocen de herramientas y normas que les ayuden a mejorar la imagen corporativa de la empresa, de igual forma necesitan alguna asociación que les brinde certificaciones y cursos de capacitación para los empleados.

ÍNDICE

1	INTRODUCCIÓN	6
1.1	Antecedentes	6
1.2	Planteamiento del Problema	6
1.3	Justificación.....	7
1.4	Objetivo General.....	7
1.5	Objetivos Específicos	7
2	MARCO TEÓRICO	8
2.1	El concepto de Responsabilidad Social Empresarial	8
2.2	Teorías de la Responsabilidad Social Empresarial	9
2.3	Importancia de la Responsabilidad Social	12
2.4	Organización	13
2.5	Normatividad	14
2.6	Responsabilidad social empresarial en México.....	15
3	MÉTODO	18
3.1	Método de Investigación	18
3.2	Descripción de la muestra	18
3.3	Descripción del instrumento de acopio de información.....	18
4	DESCRIPCIÓN E INTERPRETACIÓN DE DATOS	19
4.1	Descripción de datos	19
4.2	Presentación de resultados	19
5	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	50
5.1	Conclusiones.....	50
5.2	Recomendaciones	54
6	REFERENCIAS	55
7	ANEXOS.....	57

1 INTRODUCCIÓN

1.1 Antecedentes

Desde finales de la década de los setenta y principios de los ochenta, la existencia de la Responsabilidad Social Empresarial ha ido tomando bastante importancia, esto basado en el reconocimiento del aporte tan importante que dan las empresas en el entorno económico, dando lugar a la existencia de una responsabilidad social empresarial, que muestra el papel que funge la empresa en un contexto social y del gran impacto que tienen sus actividades desde el punto de vista de la sociedad (Reyno, 2007).

La Responsabilidad Social de la Empresa (RSE), también denominada responsabilidad social corporativa (RSC), es básicamente, un concepto en el cual las empresas deciden de manera voluntaria contribuir al logro de una sociedad mejor y un medio ambiente más limpio.

Las empresas pretenden buscar la excelencia, poniendo especial atención a las personas que laboran en ella, las condiciones de trabajo y los procesos productivos que realizan incorporando las tres facetas del desarrollo sostenible: la económica, la social y la medioambiental, lo ayuda al fortalecimiento de la empresa, promueve el éxito económico y afianza su proyección de futuro (Fernández, 2009).

La Responsabilidad Social en la actualidad habla de que las empresas deben ser responsables en el trato con sus trabajadores, clientes, gobierno, así como con el medio ambiente. Las empresas no solo están en búsqueda de generar riqueza, sino que están tratando de hacer una retribución a la sociedad de tal manera que esto les ayude a ambos a enfrentar los cambios consecuentes de la globalización y que estos puedan desarrollar prácticas sanas y éticas con todas las personas involucradas.

1.2 Planteamiento del Problema

Hoy en día la sociedad tiende a solicitar a las empresas mayor apego a valores, lo cual se refleja en sus actividades diarias. Mellado (2009) afirma que la mayoría de las empresas tienen una forma tradicional de administración la cual está determinada por el cumplimiento de sus objetivos y metas, donde la mayoría de las veces no se tiene contemplado ningún tema de Responsabilidad Social Empresarial. Por otra parte, el Centro Mexicano de Filantropía (CEMEFI) afirma que existen diferentes corrientes de pensamiento administrativo en el cual se considera este tema como una nueva forma de gestionar y hacer negocios.

Todas las decisiones que toman las empresas tienen repercusiones directas e indirectas con su entorno tanto social como ambiental, es por esto que aumenta la responsabilidad de la empresa a la hora de tomar decisiones dentro de la organización. Actualmente se relaciona el concepto de Responsabilidad Social Empresarial con las grandes empresas y multinacionales, pero los principios de responsabilidad social pueden integrarse a cualquier tipo de organización.

1.3 Justificación

Aunque de manera intuitiva los directivos de las empresas en general, tienen una idea de que la Responsabilidad Social Empresarial es positiva para la imagen de su empresa, aun no se concreta de una manera clara cuáles son las acciones más adecuadas para poder conseguir los objetivos corporativos que se tienen planteados.

Está claro que los encargados y propietarios de las empresas tengan interés en conocer si efectivamente las acciones de Responsabilidad Social Empresarial tienen algún efecto de forma positiva en las distintas variables de resultados de la empresa y, sobre todo, cómo saber elegir la opción más adecuada en materia de Responsabilidad Social de acuerdo a sus intereses.

1.4 Objetivo General

- Establecer las posibles diferencias e impactos que existen en cuanto a las acciones de RSE entre la división Mexicali y la división Calxico EUA de la empresa.

1.5 Objetivos Específicos

- Realizar un diagnóstico sobre la situación actual de las dos divisiones en cuanto a Responsabilidad Social.
- Determinar cómo los posibles efectos impactan diferencialmente sobre la imagen corporativa y competitividad de ambas empresas.
- Realizar una propuesta sobre las actividades de Responsabilidad Social factibles.

2 MARCO TEÓRICO

En el siguiente marco teórico se realiza una aproximación al tema de la Responsabilidad Social Empresarial, esclareciendo conceptos referentes al mismo y sus puntos clave, tales como la clasificación de la responsabilidad social empresarial, antecedentes, desarrollo del mismo de acuerdo con los diferentes autores investigados y la importancia de este en las empresas.

2.1 El concepto de Responsabilidad Social Empresarial

La responsabilidad social del empresario es un tema presente en la región desde principios del siglo XX, aunque el vínculo tradicionalmente reconocido con la primera relación entre la empresa y la sociedad es la filantropía. La concepción de la Responsabilidad Social como parte de la gestión de negocios y dentro de un concepto integral es un tema con casi 10 años de presencia ya que todas las iniciativas se iniciaron en la década de los noventa (Correa, 2004).

Se puede comentar que actualmente no se ha logrado una definición universalmente aceptada acerca de los que es la Responsabilidad Social Empresarial, ya que existe una confusión acerca de los actos que se deben de realizar para cumplir con esta. De igual manera se puede decir que este concepto ha ido tomando camino hacia actividades voluntarias e iniciativas que van encaminadas a la mejora de tres aspectos: el medio ambiental, el laboral y la ética del comportamiento empresarial.

Porto y Castroman (2006), comentan que la RSE no consiste solamente en acatar las obligaciones jurídicas, sino que también buscan ir más allá de su cumplimiento al realizar más inversiones en capital humano, en el entorno y en las relaciones con las personas involucradas en la empresa. Las empresas que se encuentren realizando actividades de RSE deben de estar conscientes, que debe ser una contribución activa y voluntaria para el mejoramiento social y no solo cumplir con estas de manera aparente.

Rochlin (2005) sin embargo dice que el objetivo de las empresas es la contribución de dirigida hacia la construcción de sociedad mejor y más sustentable, ya que es de conocimiento de los directivos que la empresa no tratará de maximizar sus utilidades para los accionistas, a costa de prácticas que perjudiquen el medio ambiente, o del uso de prácticas éticas cuestionables.

Sin embargo, se puede decir que este concepto enfrenta tres problemas, primero, se puede decir que la empresa se limite solo a cumplir con las normas establecidas, en segundo; las normas y leyes de los países difieren entre sí por lo cual no podrían reflejar realmente lo que es la RSE, y el tercero sería la posibilidad de no poder incorporar la RSE en las decisiones estratégicas que determinarán el futuro de la empresa.

Es importante destacar también que el concepto de responsabilidad social de la empresa, expresa una idea general de cooperación y la reivindicación del valor del diálogo, así como las visiones y soluciones con mayor capacidad de inclusión de todos los intereses, necesidades y expectativas presentes en la empresa (Perdiguero, 2005). En el concepto de responsabilidad social se deben tomar en cuenta los puntos básicos y metas que la empresa quiere llegar a alcanzar.

Se puede considerar que el concepto de la RSE, es el propuesto por el CEMEFI, el cual indica que una empresa socialmente responsable es aquella que tienen un compromiso consiente y congruente para cumplir íntegramente con la finalidad de la empresa tanto en lo interno (trabajadores, accionistas y autoridades) como en lo externo (clientes, proveedores, medio ambiente, gobierno, entre otros) considerando las expectativas de todos los participantes en lo económico, social o humano y en lo ambiental, demostrando el respeto por los valores éticos, la gente, las comunidades, medio ambiente y la construcción del bien común (Porto y Castroman, 2006).

2.2 Teorías de la Responsabilidad Social Empresarial

Existen muchas teorías que explican las actividades de la RSE que realizan las empresas, es por eso que existen varios autores que buscan clasificarlas. Con estas clasificaciones se buscan entender el comportamiento de las empresas que se encuentran realizando una inversión en RSE para actividades económicas o aquellas meramente sociales y éticas.

Freeman (1990) en su teoría de los Stakeholders afirma que, si se tienen en cuenta de forma equilibrada los reclamos de los diferentes grupos de interés, los gestores pueden incrementar la eficiencia de la adaptación de su organización las demandas externas. Se obtienen mejores resultados no sólo satisfaciendo de forma separada las relaciones bilaterales con los grupos de interés sino también por la coordinación y priorización de los intereses de los stakeholders multilaterales.

Aunque Freeman sigue defendiendo el uso de esta teoría como metodología de gestión exclusivamente estratégica y, en ningún caso normativa, muchos han sido ya los estudios que se han desarrollado sobre ella y las propuestas para que unida a teorías éticas normativas pueda servir para ayudar a la gestión de la dimensión ética de la empresa.

Las razones del interés por la teoría de los stakeholders son muy diversas, pero se remarcarán las más importantes:

1. Esta teoría, en primer lugar, permite pensar un nuevo paradigma empresarial, donde existe una comprensión de la empresa plural. Por tanto, la empresa no es cosa de uno (accionista o propietario), ni exclusivamente de dos (propietarios y trabajadores), si no que la empresa debe ser entendida desde la pluralidad de agentes que intervienen en ella, y por lo tanto la hacen posible, así como desde todos aquellos a lo que son afectados por la organización empresarial.
2. En segundo lugar la teoría permite comprender los distintos stakeholders que se pueden ver en la empresa, que comprenden una serie de relaciones que pueden ser entendidas no solo de la perspectiva jurídica sino también de la moral. Esto quiere decir que los distintos stakeholders que configuran en la organización tienen diferentes tipos de comportamiento no solo con intereses económicos sino también de otro tipo.
3. En tercer lugar, y derivado del anterior, con la teoría de los stakeholders es fácil vislumbrar la existencia de una responsabilidad social, entendida en sentido ético, de la organización empresarial.

Así, la Teoría de los Stakeholders establece que el objetivo de la empresa es servir al interés de todos sus agentes sociales (Nascimento, 2001). No obstante, existe una relación bidireccional: según afirma González (2002), “la empresa depende de los stakeholders y la satisfacción o respeto de los intereses, derechos o propiedades de los mismos está en juego en la actividad empresarial”.

Carroll (1991), por ejemplo, comenta que las actividades de RSE que realizan las empresas se pueden clasificar en cuatro tipos:

1. Responsabilidades Económicas: se busca la rentabilidad de la empresa hacia los accionistas, ofrecer trabajo de calidad a los empleados y elaborar productos de calidad para los clientes.
2. Responsabilidades Legales: se busca cumplir con las expectativas de la sociedad al cumplir con los objetivos de acuerdo con las leyes y normas establecidas.
3. Responsabilidades Éticas: se busca dirigir la moral de la empresa, de manera en que las cosas se realicen cumpliendo con lo correcto y justo sin dañar a otras personas.
4. Responsabilidad Filantrópica: se busca realizar actividades voluntarias en las cuales se contribuya a la sociedad con obras que le beneficien.

De acuerdo a este modelo de RSE, se observa que las dimensiones van enfocadas a cumplir con las expectativas que la sociedad tiene acerca del comportamiento de las empresas y la manera de actuar que la sociedad percibe acerca de ellos.

Por otro lado, siguiendo con los enfoques de diferentes autores, Lantos (2001) se encargó de analizar cuatro focos de compromiso de recursos en actividades de RSE.

1. Visión de generación de ganancias como fin único: esta visión está enfocada en el ámbito económico de la RSE, aquí la generación de ganancias es el único fin que tiene la empresa y tiene como compromiso hacia la sociedad el cumplir con las leyes vigentes.
2. Visión de generación de ganancias en un ámbito limitado: esta visión también está enfocada a lo económico de la RSE, pero además del cumplimiento de la ley por parte de la empresa, se busca cumplir con las normas dadas por el entorno en que se desenvuelve.
3. Visión de bienestar social: en esta visión la empresa debe de estar consciente de los daños que puede llegar a causar a la sociedad y así mismo hacerse responsable de estos.
4. Visión de empresa al servicio de la comunidad: en esta visión la empresa está enfocada a utilizar sus recursos de la manera más eficientes con el propósito de brindar el bienestar a la sociedad.

Los productos de las actividades de la RSE pueden llegar a ser tangibles, pero la evaluación que realizan los grupos de interés es de carácter intangible, y es por eso la importancia de contar con un departamento de relaciones públicas que pueda describir bien la idea de empresa responsable. Es motivo por lo cual es tan importante el área de relaciones públicas, ya que es el mejor contacto con los grupos de interés que no participan directamente en el intercambio de un bien o un servicio.

Claramente se puede ver que existe una relación entre las actividades de RSE y la credibilidad, ya que la evaluación de las actividades de RSE de los grupos de interés de una empresa puede ser utilizada como una herramienta que ayude a generar confianza y credibilidad hacia la sociedad, por lo que se tiene especial importancia la gestión de la reputación empresarial.

Según todo lo comentado anteriormente, la propuesta del autor es la idea de que la RSE es una parte integral de la estrategia empresarial, marcando con fuerte importancia el papel que deben jugar las áreas de relaciones públicas de las empresas, estableciendo políticas y prácticas que estén basadas en los valores de la organización como un todo.

2.3 Importancia de la Responsabilidad Social

Para Melendo (1990), el economicismo de Friedman no es tan sólo la expresión de una filosofía social inadecuada, sino que desfigura el negocio mismo. Según Donaldson (1982), más que eliminar el objetivo del beneficio, un planteamiento más razonable sería introducir otros objetivos, como los morales, en la estructura corporativa de toma de decisiones. En la misma dirección de los autores mencionados, Drucker (1988) señala ocho áreas en las que la empresa debe fijarse objetivos de realización y de obtención de resultados: situación del mercado, innovación, productividad, recursos físicos y financieros, beneficio, desempeño y desarrollo gerencial, desempeño y actitud obrera, y responsabilidad pública. Otro autor que ha estudiado la RSC ha sido Carroll (1998), el cual propone una definición en la que expresa cuatro dimensiones principales que caracterizan la responsabilidad que la empresa debe asumir ante la sociedad, y son:

- ✓ Económica. Es la responsabilidad de la empresa que se deriva del cumplimiento de su función tradicional, es decir, de la producción de bienes y servicios con el fin de obtener un beneficio determinado.
- ✓ Legal. Las actividades que las empresas desarrollan están sometidas a una serie de regulaciones que deben ser respetadas.

- ✓ Ética. Se refiere al conjunto de actividades y prácticas de las empresas que son juzgadas como correctas o incorrectas por la sociedad, aún sin estar escritas en la ley.
- ✓ Discrecional. Actividades que no son una exigencia de la sociedad pero que son satisfactorias, como contribuir con recursos financieros a obras sociales, apoyar programas educacionales, entre otros.

2.4 Organización

Swift Transportation comenzó operaciones en 1966 transportando acero importado a través de los puertos de Los Ángeles a Arizona y algodón de Arizona para la exportación hacia el sur de California.

Jerry Moyes, fundador, comenzó con el mismo espíritu emprendedor, capaz de hacer funcionar cada uno de los valores centrales de Swift. La operación original se llevó a cabo bajo el nombre de Mercado Común. La autoridad de operación fue adquirida de un descendiente de la familia de Empaque Rápido de Carne, por lo tanto, el nombre de hoy de Transporte Rápido. Jerry, con su padre, hermano y socio, creció el negocio, con típicos desafíos de inicio, a un ingreso anual de \$ 25 millones en 1984. Con el fallecimiento del padre de Jerry, Carl Moyes, Jerry se convirtió en el único propietario. En 1990, Swift había crecido a un portador de \$ 125 millones con 800 camiones. El crecimiento significativo de los ingresos de Swift se debe al crecimiento interno de los clientes existentes, así como a las adquisiciones.

Desde 1988, Swift ha adquirido 13 vehículos de motor diferentes. Hoy en día, Swift genera más de 4.000 millones de dólares en ingresos y opera cerca de 20.000 camiones. La red de terminales de Swift ha crecido a más de cuarenta instalaciones de servicio completo tanto en el territorio continental de Estados Unidos como en México. Swift posee el 100% de Trans-Mex, una compañía con base en Nuevo Laredo, México. Swift ofrece servicios de cruce fronterizo en todos los principales cruces fronterizos mexicanos. Swift mantiene una presencia en cada provincia canadiense cada día. Swift es sin duda el mayor transportista de carga completa en América del Norte.

La oferta que actualmente se brinda para los servicios de transporte de carga, está constituida por 40 terminales distribuidas en 24 estados de Estados Unidos y 7 terminales en México distribuidas en las líneas fronterizas de Estados Unidos y México, así como en puntos de distribución estratégicos para la empresa. También se cuenta con una planilla de más de 4000 choferes de tracto camión que se encuentran capacitados y facultados para poder realizar movimientos en Canadá, Estados Unidos y México.

2.5 Normatividad

SA 8000

Esta norma fue publicada por la Social Accountability International y describe los requisitos de responsabilidad social que ayudan a la organización a desarrollar, mantener y aplicar sus principios y procedimientos con la finalidad de tratar asuntos que están bajo su control; y a manifestar a las partes interesadas que dichos principios, procedimientos y prácticas son conformes de acuerdo a los requisitos descritos en la norma SA8000.

Generalidades

Los requisitos de esta norma se pueden aplicar a cualquier empresa, no importa su tamaño, sector industrial o ubicación geográfica; en este documento se exhorta a las organizaciones a que además de que cumplan con lo especificado en la legislación del país en el que desarrolle sus actividades y de las obligaciones que contraigan de manera voluntaria, deben respetar los principios descritos en los siguientes documentos:

- Declaración Universal de los Derechos Humanos
- Convención de las Naciones Unidas sobre los Derechos del Niño
- La Convención de las Naciones Unidas sobre la eliminación de toda forma de discriminación contra la Mujer
- Convenciones y Recomendaciones de la Organización Internacional del Trabajo(OIT): convenciones 29 y 105 (Trabajos forzados y esclavitud), convención 87(Libertad de asociación), convención 98 (Derecho de negociación colectiva),convenciones 100 y 111 (Igual remuneración para trabajadores y trabajadoras, por trabajo de igual valor; Discriminación), convención 135 (Convención sobre los representantes de los trabajadores), convención 138 y Recomendación 146 (Edad mínima), convención 155 y Recomendación 164 (Salud y seguridad en el trabajo),convención 159 (Rehabilitación vocacional y empleo de personas discapacitadas),convención 177 (Trabajo en el hogar)

y convención 182 (Peores Formas de Trabajo Infantil). (Social Accountability International, 2001).

Requerimientos de Responsabilidad Social

Los requerimientos de responsabilidad social que establece la norma SA8000 son en relación a nueve temas: trabajo infantil, trabajos forzados, salud y seguridad en el trabajo, libertad de asociación y derecho de negociación colectiva, discriminación, medidas disciplinarias, horario de trabajo, remuneración y sistemas de gestión, mismos que son descritos a continuación.

En lo que se refiere al tema de trabajos forzados, la norma indica que la empresa no debe utilizar ni fomentar el uso de trabajos forzados, tampoco debe exigir a su recurso humano que deje bajo su custodia documentos de identidad, al comenzar su relación laboral.

En cuanto al tema de medidas disciplinarias, la norma SA8000 indica que la empresa no deberá utilizar ni apoyar la violencia física, mental ni verbal. (Social Accountability International, 2001).

Debido a que esta norma no es obligatoria, no hay acciones de penalización en caso de incumplimiento por parte de las empresas.

2.6 Responsabilidad social empresarial en México

Cada vez más, las empresas mexicanas y las transnacionales que operan en nuestro territorio reconocen que no es posible separar la participación corporativa de la responsabilidad social, pues empieza a ser notorio que las empresas más admiradas están relacionadas con indicadores de inversión social empresarial. Ejemplo de ello es que entre las iniciativas que buscan reconocer las acciones que realizan las empresas con beneficio de la comunidad y en beneficio de ella se destacan la actividad del Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI), la Unión Social de Empresarios de México (USEM), el Desarrollo Empresarial Mexicano (DESEM), la Confederación Patronal de la República Mexicana (COPARMEX) y la Revista Expansión. Conjuntamente se han dado a la labor de premiar anualmente, a partir del 2000, a Las Mejores Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial, lo cual constituye el primer reconocimiento mundial a las prácticas (calidad de vida, medio ambiente y vinculación con la comunidad) y no a las empresas.

Han sido reconocidas las prácticas de empresas como Cementos Apasco, Peñoles, Danone de México, Janssen– Cilag, Grupo Cuervo y Avon Cosmetics, entre otros (Cajiga, 2000).

CEMEFI

El CEMEFI, es una asociación civil fundada en diciembre de 1988. Es una institución privada, no lucrativa, sin ninguna filiación a partido, raza o religión. Cuenta con permiso del Gobierno de México para recibir donativos deducibles de impuestos. Su sede se encuentra en la Ciudad de México y su ámbito de acción abarca todo el país.

Como órgano colegiado de autoridad cuenta con la Asamblea General de Asociados que está integrada por 341 miembros (182 asociaciones y fundaciones, 31 personas y 128 empresas).

A su vez, la Asamblea General delega las responsabilidades de la dirección y administración de la institución en un Consejo Directivo que está integrado por 49 personas. Además, están afiliadas al CEMEFI 1,116 instituciones de asistencia y promoción, y 13 personas en toda la República Mexicana. Además, 18 dependencias gubernamentales e instituciones internacionales son usuarios de nuestros servicios.

MISIÓN

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

VISIÓN

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

Por las instituciones y personas que lo integran, y por su vinculación con organizaciones nacionales e internacionales, el CEMEFI es identificado como una fuente importante de información confiable sobre el sector.

Las empresas pueden adecuar, adoptar y publicar el Decálogo de la Empresa Socialmente Responsable.

La Empresa Socialmente Responsable:

1. Promueve e impulsa una cultura de competitividad responsable que busca las metas y el éxito del negocio, contribuyendo al mismo tiempo al bienestar de la sociedad.
2. Hace públicos sus valores, combate interna y externamente prácticas de corrupción y se desempeña con base en un código de ética.
3. Vive esquemas de liderazgo participativo, solidaridad, servicio y de respeto a los derechos humanos y a la dignidad humana.
4. Promueve condiciones laborales favorables para la calidad de vida, el desarrollo humano y profesional de toda su comunidad (empleados, familiares, accionistas y proveedores).
5. Respeta el entorno ecológico en todos y cada uno de los procesos de operación y comercialización, además de contribuir a la preservación del medio ambiente.
6. Identifica las necesidades sociales del entorno en que opera y colabora en su solución, impulsando el desarrollo y mejoramiento de la calidad de vida.
7. Identifica y apoya causas sociales como parte de su estrategia de acción empresarial.
8. Invierte tiempo, talento y recursos en el desarrollo de las comunidades en las que opera.
9. Participa, mediante alianzas intersectoriales con otras empresas, organizaciones de la sociedad civil, cámaras, agrupaciones y/o gobierno, en la discusión, propuestas y atención de temas sociales de interés público.
10. Toma en cuenta e involucra a su personal, accionistas y proveedores en sus programas de inversión y desarrollo social.

3 MÉTODO

3.1 Método de Investigación

Este estudio pretende determinar las diferencias en cuanto a las actividades de Responsabilidad Social Empresarial que realiza una empresa de transporte de carga internacional, para lo cual se realizó investigación documental.

Se utilizó un cuestionario que se aplicó a las gerencias administrativas y operativas de la organización para poder conocer la situación actual de la empresa y poder realizar un diagnóstico acerca de estas.

3.2 Descripción de la muestra

En el capítulo que a continuación se presenta de la investigación realizada, se puede comentar que se tomó como muestra a los departamentos administrativos de la empresa Swift Transportation de la ciudad de Mexicali, Baja California, así como los integrantes de los mismos departamentos administrativos pero ubicados de Calexico California en los cuales se tomaron sus perspectivas acerca de las actividades de Responsabilidad Social Empresarial que se realizan en la empresa.

3.3 Descripción del instrumento de acopio de información

Para poder planear el desarrollo de la RSE de una empresa, es necesario conocer el grado de desarrollo de sus áreas fundamentales. A partir del auto diagnóstico se puede elaborar el plan de desarrollo orientando con eficacia la aplicación de recursos económicos y humanos, logrando beneficios inmediatos.

Esta herramienta tiene la finalidad de facilitar el análisis de las fortalezas y debilidades de la empresa para la planeación de su desarrollo institucional. Para tal efecto hemos desagregado la naturaleza y dinámica de una empresa en cuatro áreas fundamentales:

- Calidad de vida en la empresa.
- Compromiso con la comunidad.
- Cuidado y preservación del medio ambiente.
- Competitividad de la empresa y su relación con sus involucrados (stakeholders).

Cada una de estas áreas está descrita por un determinado número de indicadores de Responsabilidad Social Empresarial. El ejercicio de autodiagnóstico consiste en estimar en qué

medida la propia empresa cumple con cada enunciado (expresado en términos de indicador), es por eso que junto a cada uno de ellos hay una escala del 1 al 5, donde 5 representa el más alto grado de semejanza entre lo que ahí se propone y lo que sucede en la organización, y 1 el más bajo.

4 DESCRIPCIÓN E INTERPRETACIÓN DE DATOS

4.1 Descripción de datos

El ejercicio de auto diagnóstico consiste en estimar en qué medida la propia empresa cumple con cada enunciado (expresado en términos de indicador), es por eso que junto a cada uno de ellos hay una escala del 1 al 5, donde 5 representa el más alto grado de semejanza entre lo que ahí se propone y lo que sucede en la organización, y 1 el más bajo.

Este instrumento está diseñado para que quienes lo utilizan puedan identificar a “golpe de vista” el resultado general de su diagnóstico.

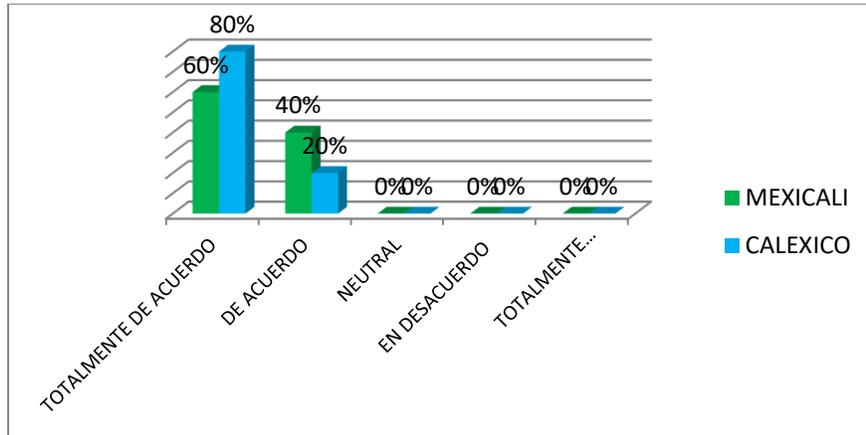
4.2 Presentación de resultados

En el siguiente capítulo se presentan los datos obtenidos de las encuestas que se realizaron a la empresa de transporte en la división Mexicali y Calexico, las cuales se realizaron a los gerentes de cada una de las siguientes áreas:

- Gerente Operativo
- Gerente Administrativo
- Gerente de Operaciones de Importación
- Gerente de Operación de Exportación
- Gerente de Mantenimiento

Indicadores de Calidad de Vida en la Empresa

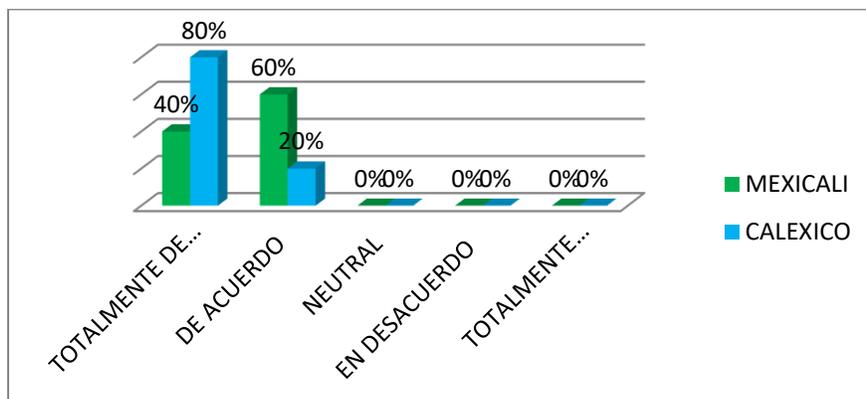
Gráfica 1. Cuenta con un código de ética publicado en un documento el cual comparte y difunde y lo utiliza para resolver sus controversias al interior y exterior de la misma.



Fuente: elaboración propia con base en resultados del diagnóstico de la empresa.

Los resultados muestran que la organización cuenta con un código de ética, que se encuentra publicado tanto en la división Mexicali como Calexico, así mismo, la organización se encarga de difundirlo y utilizarlo si se necesita resolver alguna controversia. Los empleados tienen conocimiento del código de ética en su mayor parte en la división de Calexico por un 80%, por otra parte, en Mexicali solo el 60% está totalmente de acuerdo de que exista un documento que se utilice para resolver controversias al interior y exterior de la empresa.

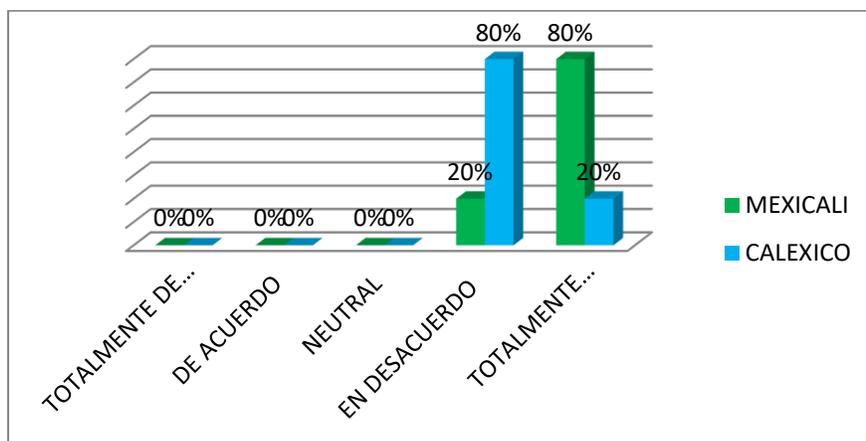
Gráfica 2. Identifica y articula políticas para que ese código de ética se refleje en sus prácticas cotidianas.



Fuente: elaboración propia con base en resultados del diagnóstico de la empresa.

La organización se encarga de identificar y emitir políticas dentro de la organización para que las prácticas que se realizan en la división Mexicali y Calexico vayan acorde al código de ética que tienen publicado, para que estas políticas ayuden a alcanzar los objetivos de la organización y sean. En la división Calexico un 80% está totalmente de acuerdo de que estas políticas se reflejan en las prácticas que realizan dentro de la empresa y en la división Mexicali se observa que solo el 40% está totalmente de acuerdo en que las políticas de la empresa estén reflejadas en las prácticas cotidianas de la organización.

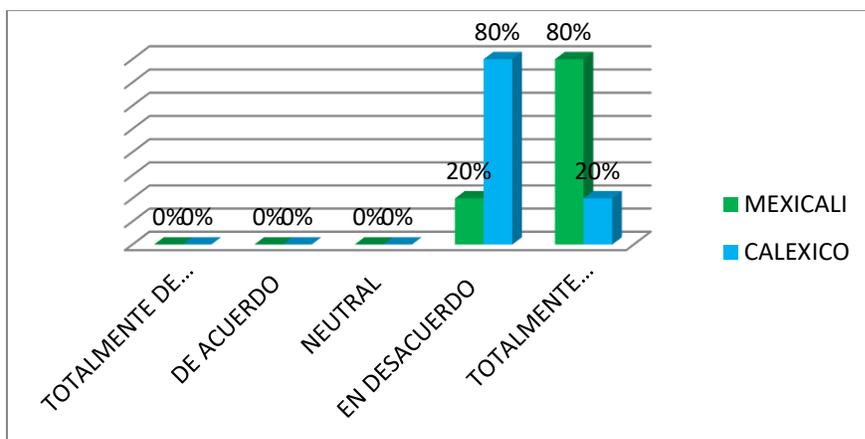
Gráfica 3. Fomenta el trabajo en equipo, la participación en la toma de decisiones y el sentido de comunidad con políticas y acciones concretas entre su personal.



Fuente: elaboración propia con base en resultados del diagnóstico de la empresa.

En relación a las gráficas 1 y 3 se puede observar que, aunque la empresa cuenta con un código de ética en las dos divisiones, la organización no realiza actividades que ayuden a fomentar el trabajo en equipo dentro de la organización, así como tampoco se tiene participación de los empleados en la toma de decisiones, lo cual hace que se pierda el sentido de comunidad dentro de la organización.

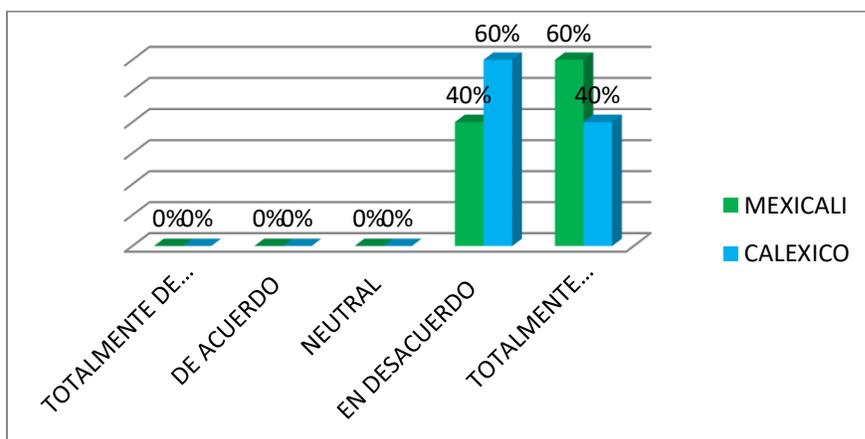
Gráfica 4. Cuenta con mecanismos e instrumentos para escuchar y responder las sugerencias, ideas, peticiones y reclamaciones de los empleados.



Fuente: elaboración propia con base en resultados del diagnóstico de la empresa.

La organización no cuenta con instrumentos y mecanismos que ayuden a escuchar y responder las sugerencias, ideas, peticiones y reclamaciones de los empleados, se observa que los empleados se encuentran totalmente desacuerdo en que la organización tome en cuenta algún tipo de comentario o idea por parte de los empleados que podrían ser de gran utilidad para la empresa,

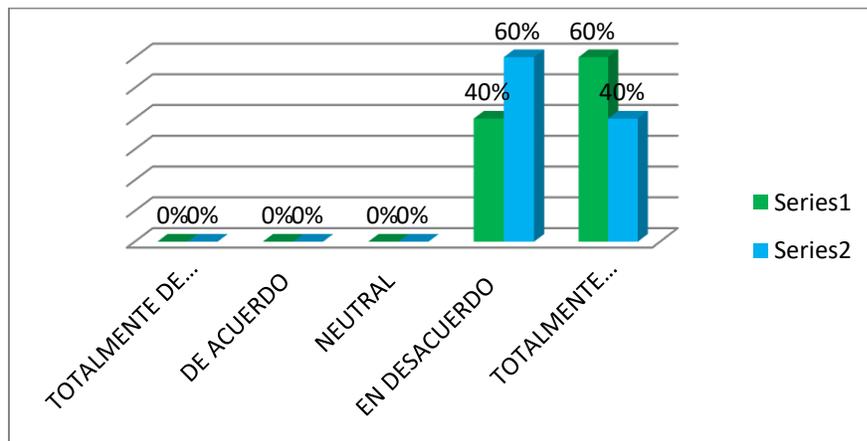
Gráfica 5. Cuenta con un plan para el desarrollo de los empleados, la calidad de vida de sus familias y/o prestaciones superiores a las de ley.



Fuente: elaboración propia con base en resultados del diagnóstico de la empresa.

La organización no cuenta con un plan que ayude a estimular el desarrollo de los empleados, se puede observar que los empleados están en desacuerdo con que la empresa tome en cuenta algún plan para mejorar la calidad de vida de las familias de los empleados, y se puede observar que los empleados están totalmente en desacuerdo en cuanto a que la organización cuente con prestaciones superiores a la ley.

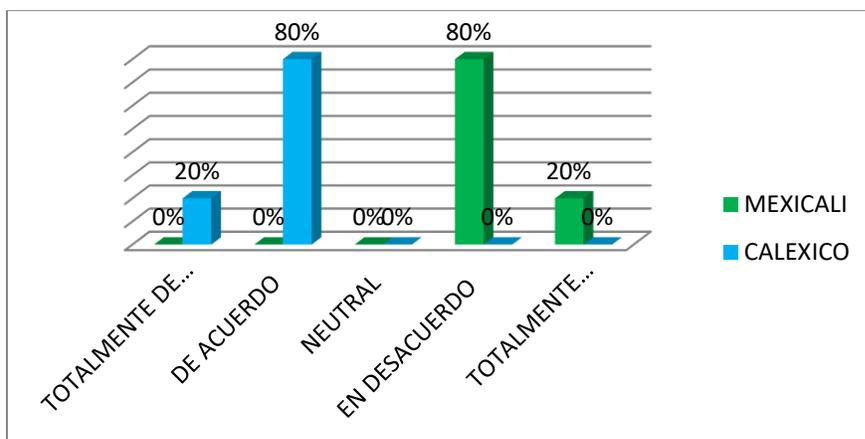
Gráfica 6. Implementa programas que refuerzan la seguridad y la salud de su personal en el lugar de trabajo.



Fuente: elaboración propia con base en resultados del diagnóstico de la empresa.

Se puede observar de acuerdo a los empleados que la organización no cuenta con programas que ayuden a reforzar la seguridad dentro de la organización lo cual ayudaría a minimizar los posibles accidentes que pudieran surgir dentro de la empresa, así tampoco tiene implementados programas de salud en el lugar del trabajo para los empleados que les ayuden a mantenerse informados para poder evitar posibles casos de contagios y enfermedades en el área de trabajo.

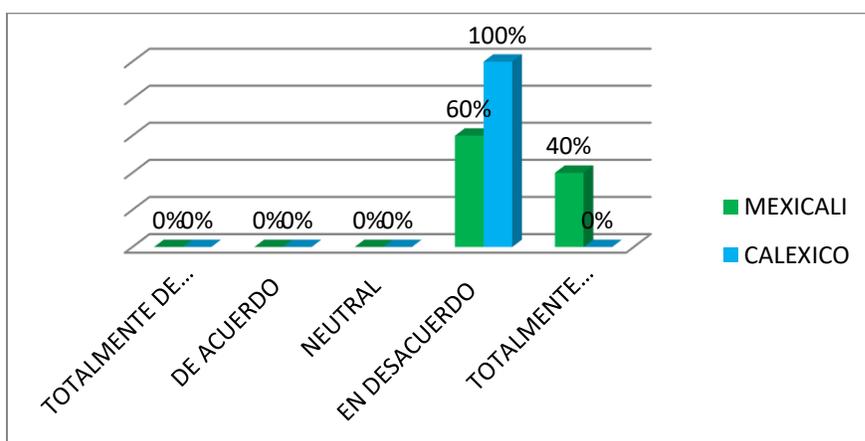
Gráfica 7. Cuenta con mecanismos e instrumentos que favorecen el desarrollo de actitudes y habilidades en su personal a través de apoyos educativos y de capacitación.



Fuente: elaboración propia con base en resultados del diagnóstico de la empresa.

Dentro de la división de Calexico los empleados están de acuerdo en que la empresa cuenta con mecanismos e instrumentos que les ayudan a el desarrollo de actitudes y habilidades a través de apoyos educativos y capacitaciones, de tal manera que la organización pretende brindar las herramientas para favorecer a los empleados, sin embargo en la división Mexicali los empleados están en desacuerdo en que la empresa les brinde ofrezca algún instrumento para desarrollar nuevos conocimientos o incrementar sus habilidades dentro de la organización.

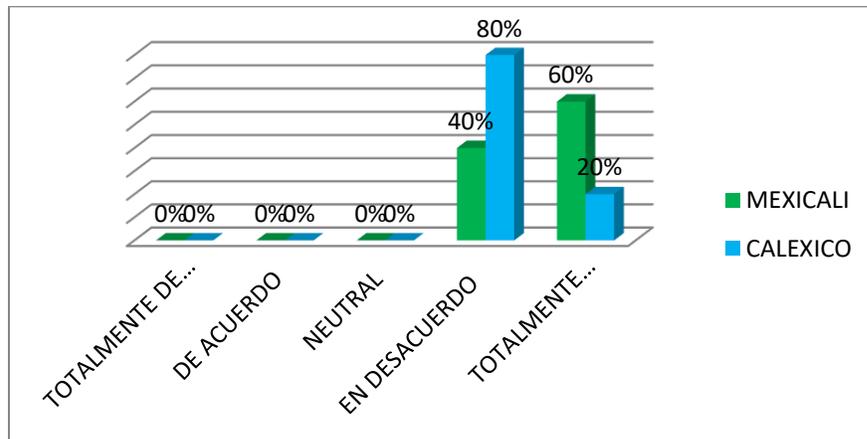
Gráfica 8. Aplica prácticas laborales que procuran y favorecen un equilibrio entre trabajo y familia de sus empleados.



Fuente: elaboración propia con base en resultados del diagnóstico de la empresa.

Los empleados comentan que las prácticas laborales dentro de la organización no favorecen un equilibrio entre el trabajo y la familia de los empleados, lo cual puede repercutir en el rendimiento de los mismos trabajadores ya que se puede causar inconformidad y molestia que al final del día perjudican a la organización y no pueden alcanzar los objetivos propuestos

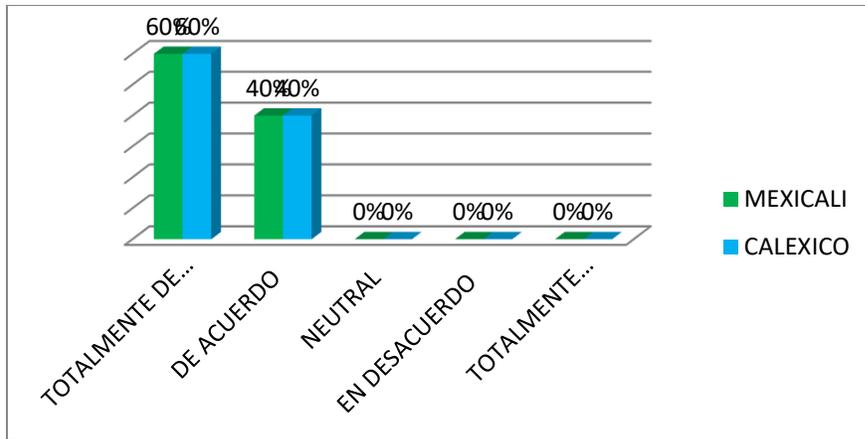
Gráfica 9. Maneja con pleno respeto la dignidad y derecho de su personal en aspectos como liquidaciones y despidos.



Fuente: elaboración propia con base en resultados del diagnóstico de la empresa.

Se observa que los empleados no reciben un trato digno y respetuoso en aspectos tales como las liquidaciones y despidos, lo cual se puede observar en las dos divisiones. Las percepciones de los empleados de la organización indican que la organización no brinda un trato respetuoso hacia los empleados de la organización cuando estos van a dejar de pertenecer a la empresa.

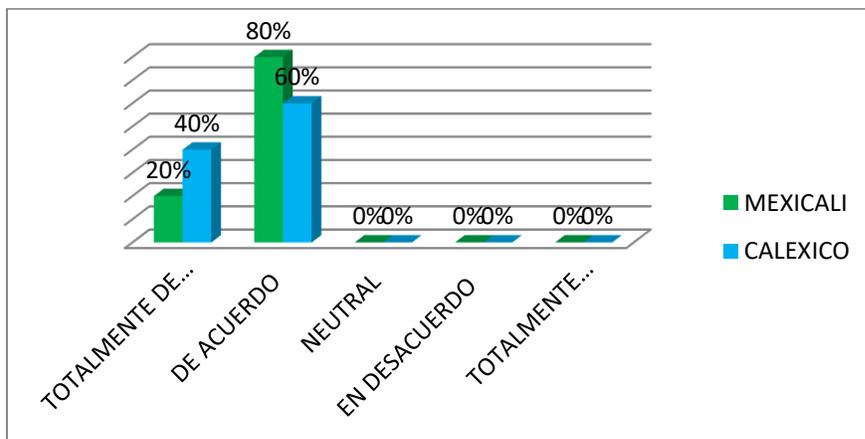
Gráfica 10. Garantiza con sus políticas procedimientos donde no se discrimine por motivos de asociación, origen étnico, género, posición económica, religión, ideología política, preferencia sexual o discapacidad física.



Fuente: elaboración propia con base en resultados del diagnóstico de la empresa.

La organización cuenta con políticas y procedimientos que ayuden a evitar la discriminación de los empleados. Se tiene establecidas normas que garantizan que las personas encargadas del reclutamiento del personal no harán diferencia alguna por motivos de las preferencias de los aspirantes, por lo cual se puede observar que se brinda un trato equitativo.

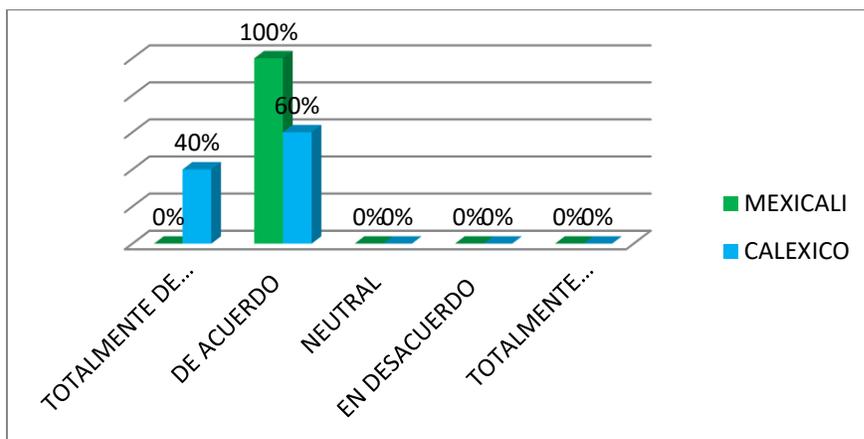
Gráfica 11. Ha incrementado en números o proporción de empleos femeninos, o de otros grupos minoritarios, en posiciones ejecutivas o directivas en años recientes



Fuente: elaboración propia con base en resultados del diagnóstico de la empresa.

De acuerdo a las encuestas realizadas la organización brinda apoyo a los grupos minoritarios, en donde se ha incrementado en número las ofertas de empleo donde se incluyen mujeres en posiciones ejecutivas o directivas en años recientes. En las dos divisiones se encuentra un alto porcentaje de afinidad en cuanto que se ha visto el incremento de contrataciones femeninas.

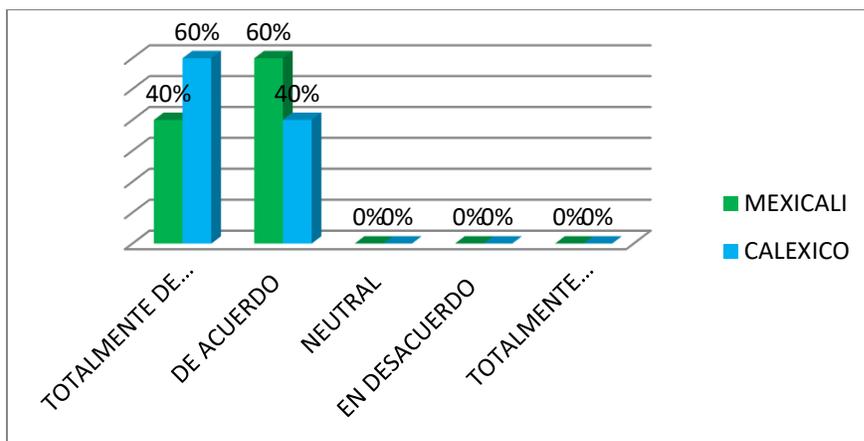
Gráfica 12. Mantiene un programa especial para la inclusión y contratación de grupos específicos.



Fuente: elaboración propia con base en resultados del diagnóstico de la empresa.

De acuerdo a los resultados obtenidos se puede comentar que la organización ya cuenta con un programa que se dedica especialmente a fomentar la inclusión y contratación de grupos específicos, de tal manera que los empleados pueden observar que la organización no realiza ningún tipo de discriminación.

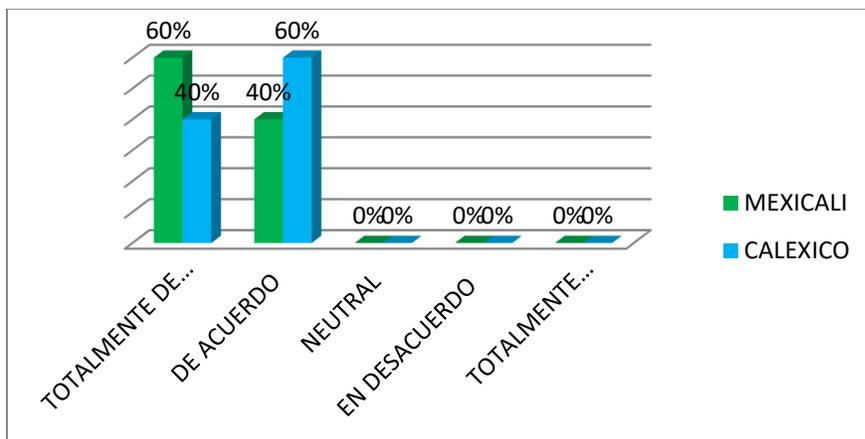
Gráfica 13. Realiza investigaciones de clima organizacional para medir el nivel de satisfacción de sus colaboradores e identificar áreas que requieren atención.



Fuente: elaboración propia con base en resultados del diagnóstico de la empresa.

Al observar las respuestas de las encuestas se puede comentar que la organización muestra un alto porcentaje de preocupación hacia los niveles de clima organizacional, en el cual se encarga de investigar e identificar cuáles son las áreas que necesitan algún ajuste para poder mejorarla, los empleados de las dos divisiones están totalmente de acuerdo en que la organización se preocupa por el clima organizacional de las diferentes áreas.

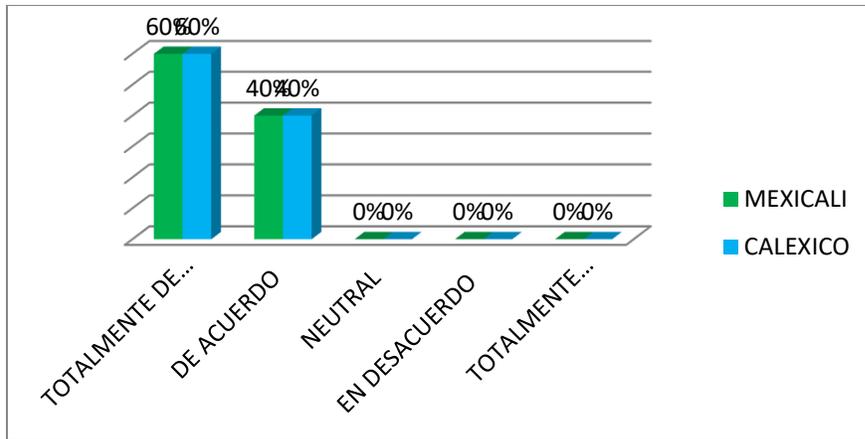
Gráfica 14. Utiliza esquemas de trabajo flexible para acomodarse a las diversas necesidades de su personal (jornada parcial, teletrabajo, entre otros.)



Fuente: elaboración propia con base en resultados del diagnóstico de la empresa.

Las jornadas laborales de los empleados de la organización son esquemas con horarios flexibles que benefician las diversas necesidades del personal de la organización, en el cual los empleados de las dos divisiones están en su mayoría totalmente de acuerdo en que estos esquemas son de gran beneficio para ellos, y que pueden realizar sus actividades cotidianas cumpliendo con los esquemas de horario que la empresa tiene establecidos.

Gráfica 15. Tiene algún programa para estimular y reconocer al personal por la generación de ideas, toma de riesgos, decisiones y creatividad a favor de la organización y del negocio.

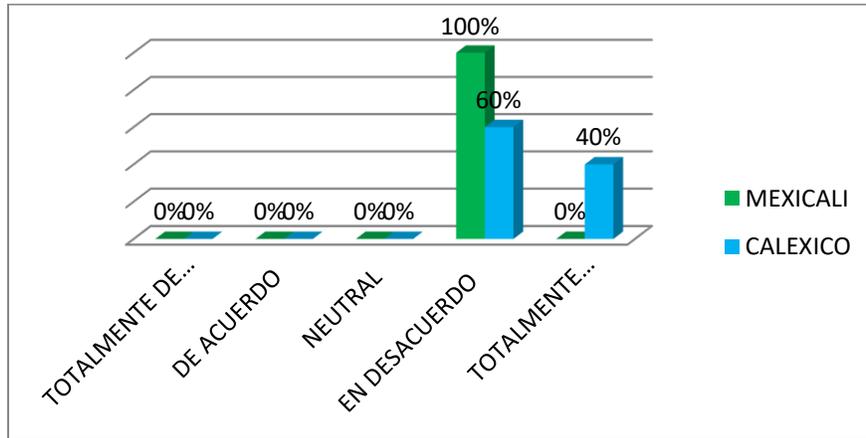


Fuente: elaboración propia con base en resultados del diagnóstico de la empresa.

Se puede comentar que la empresa cuenta con programas que ayudan a reconocer y estimular a su personal, ya sea por la generación de ideas, toma de riesgos, toma de decisiones y creatividad a favor de la organización y del negocio, los empleados de la organización en las dos divisiones se encuentran totalmente de acuerdo en que la organización les brinda estímulos y que reconoce el trabajo que realizan en pro de la empresa

Indicadores de Cuidado y Preservación del Medio Ambiente

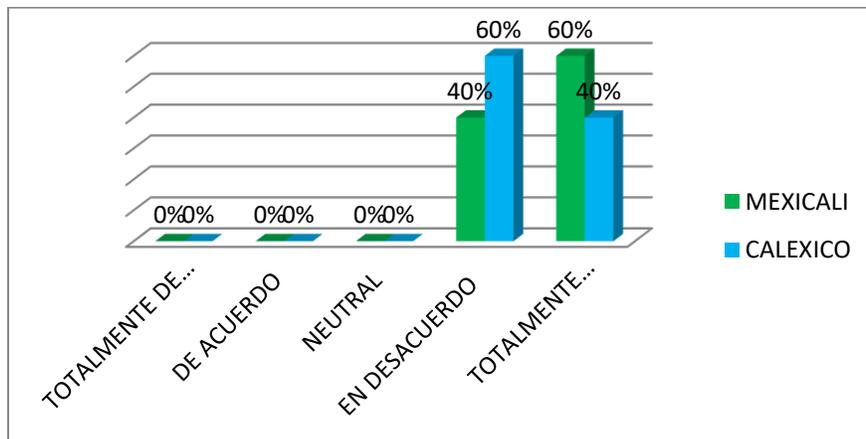
Gráfica 16. Realiza una “Auditoría Verde” (inventario de los recursos que la empresa utiliza y los desechos que produce) y opera programas para el mejor aprovechamiento de recursos y para minimizar la generación de desperdicios.



Fuente: elaboración propia con base en resultados del diagnóstico de la empresa.

La organización no realiza una auditoría verde, de acuerdo a los resultados obtenidos se puede comentar que no se realiza un inventario de los recursos que son utilizados por la empresa y de los desechos que se producen durante los procesos de la organización. De acuerdo a los resultados también se puede comentar que la organización no opera programas que ayuden al mejor aprovechamiento de recursos y que ayuden a minimizar la generación de desperdicios, lo cual se puede observar en las respuestas de los empleados de las dos divisiones, por lo tanto, se necesita la implementación de programas que ayuden a la preservación del medio ambiente.

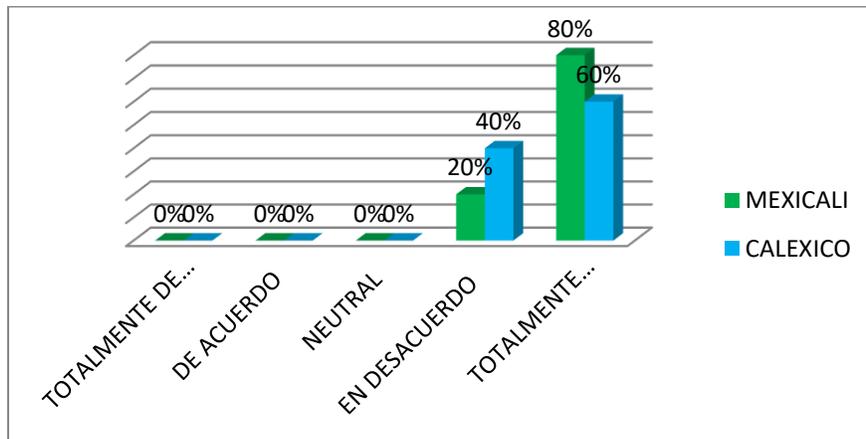
Gráfica 17. Cuenta con políticas para reducir, dentro de su tecnología actual, el consumo de energía eléctrica, agua y productos tóxicos en sus instalaciones y oficinas.



Fuente: elaboración propia con base en resultados del diagnóstico de la empresa.

Se observa que los empleados de las dos divisiones están en desacuerdo con que la organización cuente con políticas o procedimientos que ayuden a reducir dentro de su tecnología actual, el consumo de energía eléctrica, agua y productos tóxicos en sus instalaciones y oficinas, por lo cual la organización necesita implementar procesos para que se pueda minimizar su consumo, para poder minimizar los gastos y costos que estos ocasionan y también beneficiar al medio ambiente.

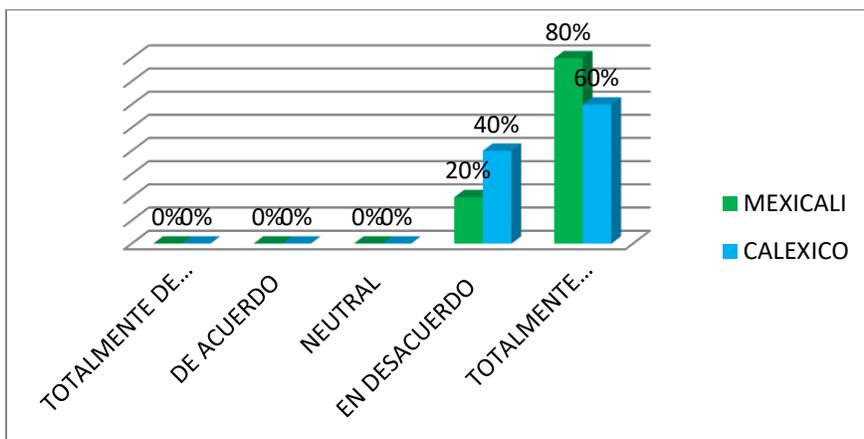
Gráfica 18. Opera sistemas o aparatos necesarios que disminuyan las emisiones contaminantes que produce.



Fuente: elaboración propia con base en resultados del diagnóstico de la empresa.

Los empleados de la organización de las dos divisiones están en su mayoría totalmente desacuerdo en que la empresa opere sistemas o aparatos necesarios para disminuir las emisiones contaminantes que produce, por lo cual se puede comentar que al ser una empresa de autotransporte es de suma importancia que la organización implemente los sistemas necesarios para que las emisiones de contaminantes que se producen sean los mínimos que se puedan generar para así evitar la contaminación.

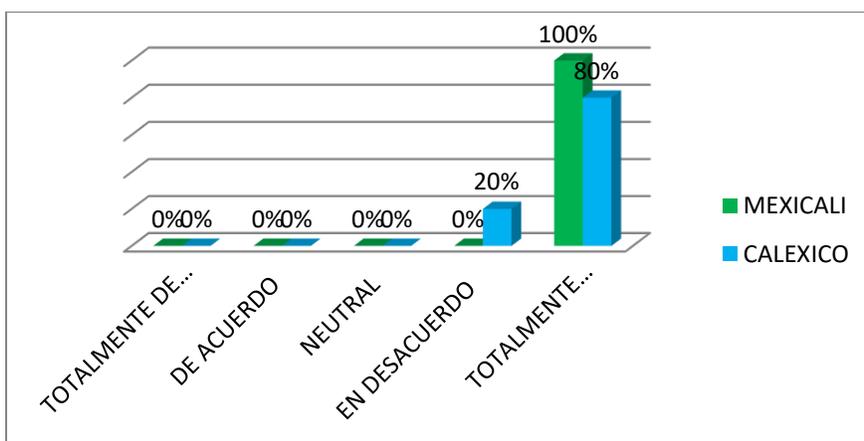
Gráfica 19. Destina una partida de su presupuesto anual a programas de conservación o protección ambiental.



Fuente: elaboración propia con base en resultados del diagnóstico de la empresa.

Se puede observar que, de acuerdo a los resultados de las encuestas, los empleados de las dos divisiones se encuentran en su mayoría totalmente en desacuerdo en que la organización destine una partida de su presupuesto anual a programas de conservación y protección ambiental, de tal manera que la organización no se preocupa por ofrecer protección ambiental ni muestra interés en programas de conservación que ayuden al medio ambiente, lo cual sería una práctica para que la empresa sea socialmente responsable.

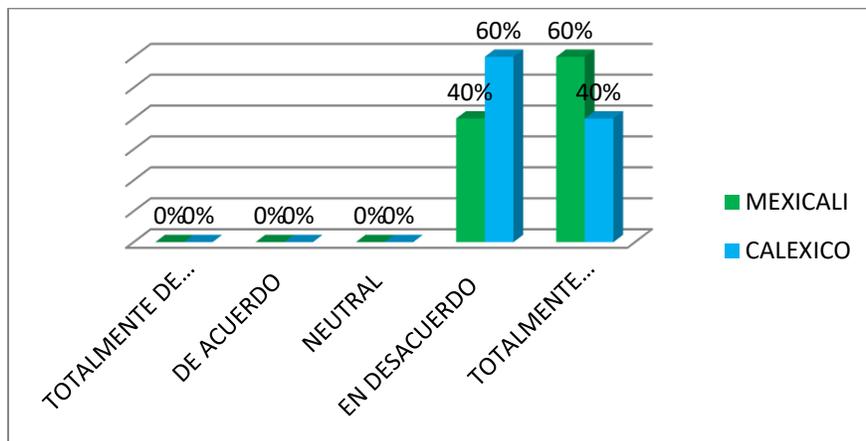
Gráfica 20. Aplica alguna norma o certificación ambiental (ISO 9000, ISO 14000, Industria Limpia u otra).



Fuente: elaboración propia con base en resultados del diagnóstico de la empresa.

La organización no trabaja bajo ninguna norma o certificación ambiental, lo cual nos lo indican las respuestas de las encuestas al mostrar un totalmente desacuerdo por parte de los empleados de las dos divisiones. Las empresas socialmente responsables buscan el recibir alguna certificación ambiental para poder cumplir con las políticas de las empresas socialmente responsables, lo cual les brinda una mejora en su aspecto en comparación de otras organizaciones.

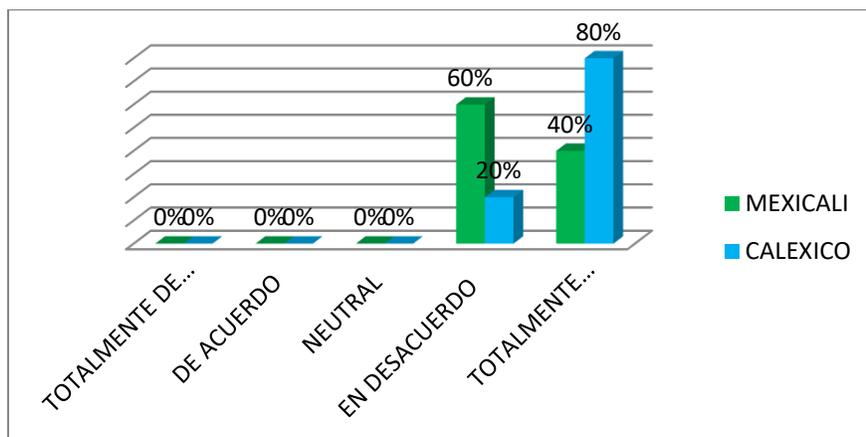
Gráfica 21. Realiza acciones que generen entre su personal conciencia sobre el cuidado del medio ambiente y desarrolla campañas de educación ambiental a familiares de su personal y a la comunidad inmediata a la empresa.



Fuente: elaboración propia con base en resultados del diagnóstico de la empresa.

Se puede comentar que los empleados de las dos divisiones concuerdan en que la organización no realiza acciones que ayuden a generar entre su personal conciencia sobre el cuidado del medio ambiente y que tampoco muestra intereses en desarrollar campañas de educaciones ambiental a familiares de su personal y la comunidad inmediata a la empresa, donde les ayuden a conocer diferentes actividades que pueden ayudar a conservar el medio ambiente, así como acciones que minimizar el desperdicio de recursos.

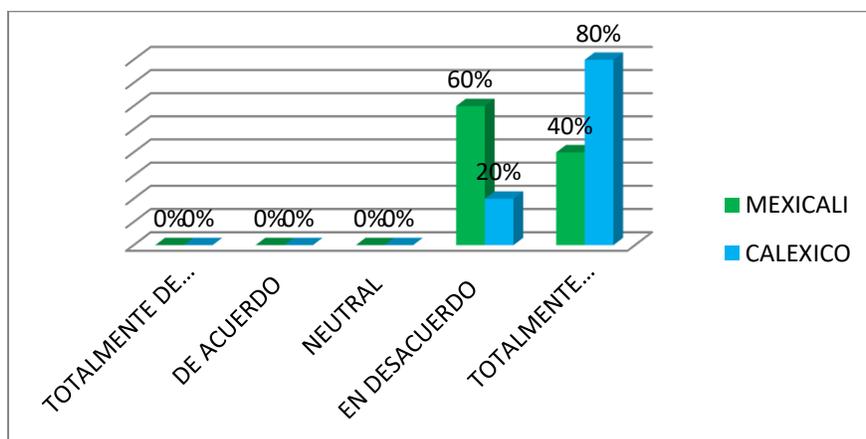
Gráfica 22. Adquiere productos y materia prima reciclables, minimizando el uso de materiales no degradables.



Fuente: elaboración propia con base en resultados del diagnóstico de la empresa.

Los empleados de la organización de las dos divisiones se encuentran en su mayoría en desacuerdo en que la organización adquiera productos y materia reciclable, de tal manera que se puede comentar que la organización no se preocupa por minimizar el uso de materiales degradables, siendo esto una manera de que la organización obtenga un beneficio económico a largo plazo y también se encargue de cuidar el medio ambiente, disminuyendo la contaminación que se genera al realizar sus operaciones.

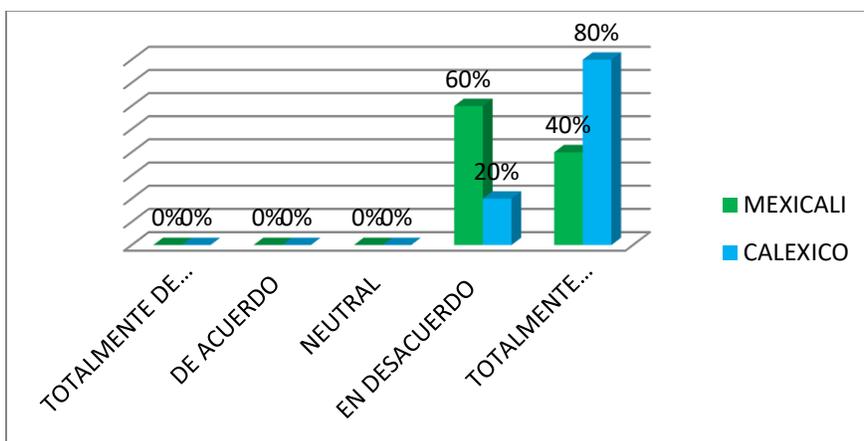
Gráfica 23. Cuenta con un programa encaminado a convertirla en una empresa sin papel (uso de documentos electrónicos).



Fuente: elaboración propia con base en resultados del diagnóstico de la empresa.

La organización no ha implementado programas encaminados a disminuir el uso del papel en documentos electrónicos, por lo cual los empleados de las dos divisiones se encuentran en desacuerdo en que la empresa tenga políticas donde se especifiquen procesos que ayuden a que los documentos electrónicos sean impresos en la menor cantidad posible, para así ayudar a reducir el uso de papel y solo imprimir los documentos que sean necesarios.

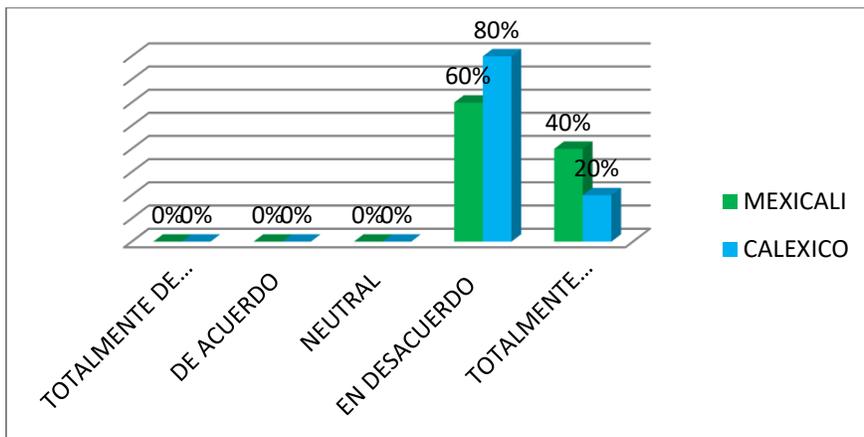
Gráfica 24. Establece compromisos explícitos con el medio ambiente y se fija estándares para ellos, que incluyen metas formales (declaración de principios medioambientales).



Fuente: elaboración propia con base en resultados del diagnóstico de la empresa.

La organización no muestra compromisos manifiestos con el medio ambiente, y no fija estándares para ellos, en donde se incluyan metas formales, conforme a las respuestas de los empleados de las dos divisiones se puede observar el desacuerdo por parte de ellos hacia el conocimiento de estos compromisos, por lo cual sería importante que la organización fijara compromisos para que se cumplan estándares y metas formales en donde se cuide el medio ambiente.

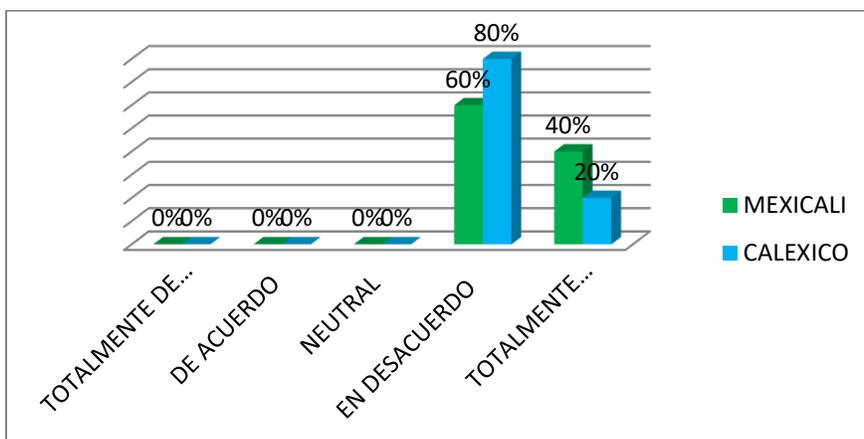
Gráfica 25. Mantiene sus activos (maquinaria, equipo, transporte, entre otros) en niveles adecuados para la prevención de contaminación.



Fuente: elaboración propia con base en resultados del diagnóstico de la empresa.

Los activos de la empresa no se encuentran en los niveles adecuados para la prevención de contaminación, por lo que la organización debe buscar la manera en la cual los activos de la empresa tales como maquinaria, equipo de transporte entre otros reciban un mantenimiento periódico que les asegure que estos se encuentran en óptimas condiciones y así poder prevenir la contaminación que pudieran generar durante la realización de actividades diarias de la empresa.

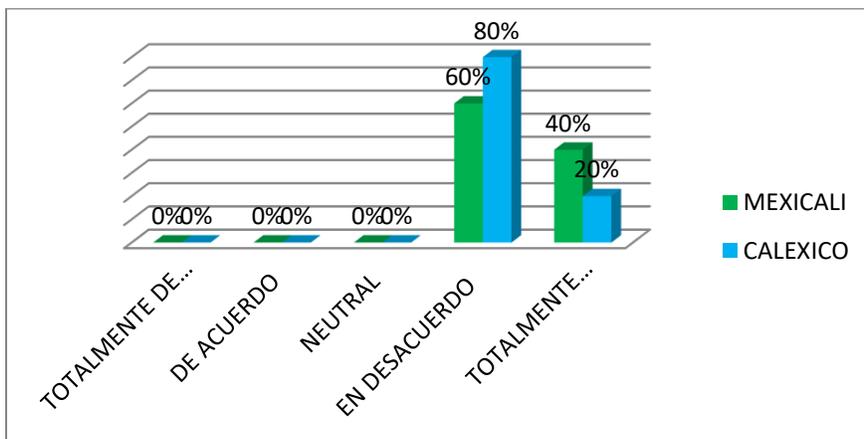
Gráfica 26. Dona los excedentes de mobiliario y equipo (inventarios muertos) favoreciendo su reutilización y aprovechamiento.



Fuente: elaboración propia con base en resultados del diagnóstico de la empresa.

El mobiliario y equipo que ya no se maneja en la organización no se dona ni se reutiliza, por lo cual no promueve el aprovechamiento y reutilización de estos. La organización debería de implementar la donación o promover la reutilización de estos equipos para poder sacarle provecho y disminuir los gastos de la empresa. Por parte de los empleados se observa el desacuerdo ante el conocimiento de algún proceso implementado por parte de la empresa donde se dé a conocer la donación de mobiliario.

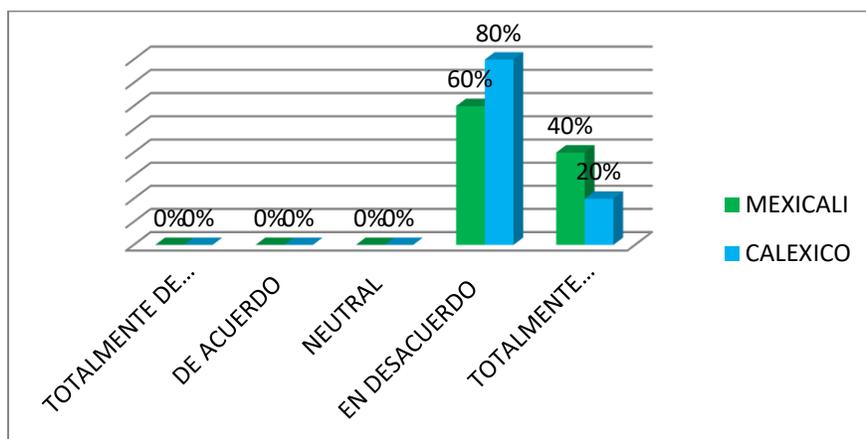
Gráfica 27. Genera incentivos, premios y reconocimientos para los empleados que sugieren alternativas a los procesos de contaminación o desaprovechamiento de recursos en los procesos empresariales.



Fuente: elaboración propia con base en resultados del diagnóstico de la empresa.

No se tiene establecido algún tipo de reconocimiento hacia los empleados que sugieren o brindan alguna alternativa a los procesos de contaminación o desaprovechamiento de recursos en los procesos empresariales, por lo cual se puede observar por parte de los empleados de los dos niveles que existe un desacuerdo en que exista algún incentivo, premio o reconocimiento hacia ellos que los motive a buscar en su área de trabajo algún método o proceso para ayudar a la organización a aprovechar los recursos que se utilizar al máximo.

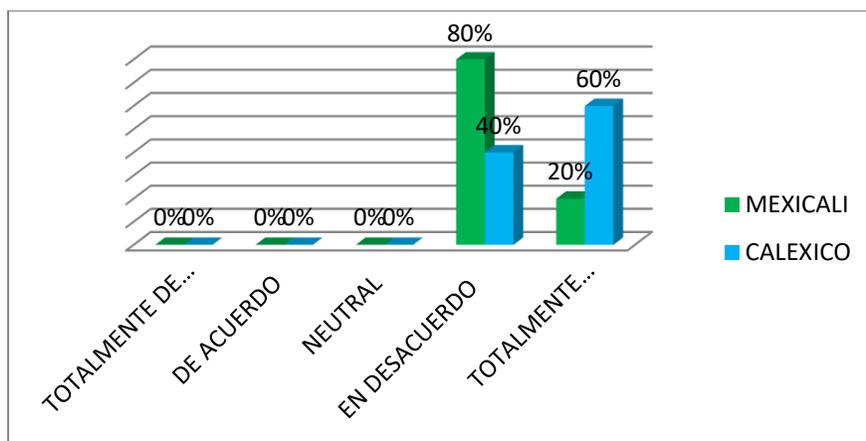
Gráfica 28. Utiliza criterios ambientales para la selección de sus proveedores.



Fuente: elaboración propia con base en resultados del diagnóstico de la empresa.

Los procesos establecidos en la organización para la selección de proveedores, no toman en cuenta criterios ambientales al momento de su selección, de tal manera que no buscan proveedores que estén preocupados en el cuidado del medio ambiente, por lo cual necesitan implementar nuevos procesos en donde se busque que los consignatarios que se tienen en la organización también sean empresas socialmente responsables y cumplan con las normas ambientales.

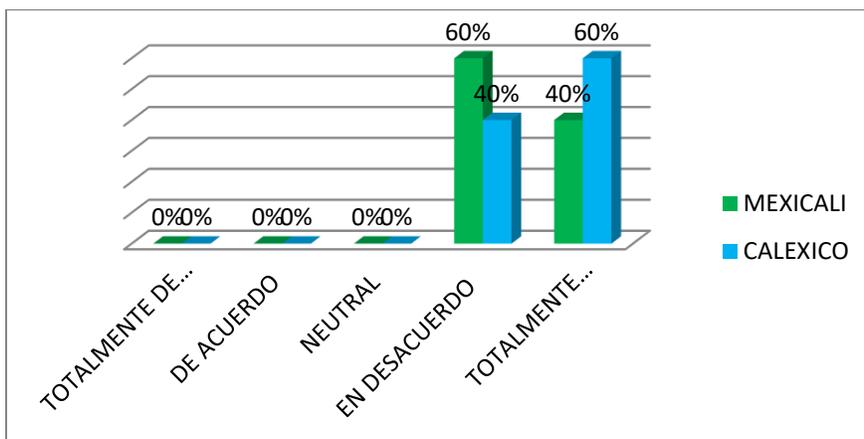
Gráfica 29. Cuenta con un programa de recolección de residuos y reciclaje post-consumo



Fuente: elaboración propia con base en resultados del diagnóstico de la empresa.

Los residuos que se generan durante las operaciones realizadas dentro de la organización no cuentan con un programa de recolección dentro de la empresa, por lo cual es necesario buscar algún programa que se encargue del reciclaje post consumo de estos residuos para evitar cualquier tipo de accidente o inconveniente que se pudiera generar por tener estos residuos dentro de la empresa, esta situación se puede observar en las dos divisiones.

Gráfica 30. Entrega a sus consumidores información detallada sobre daños ambientales como resultado del uso y destino final de sus productos o servicios.

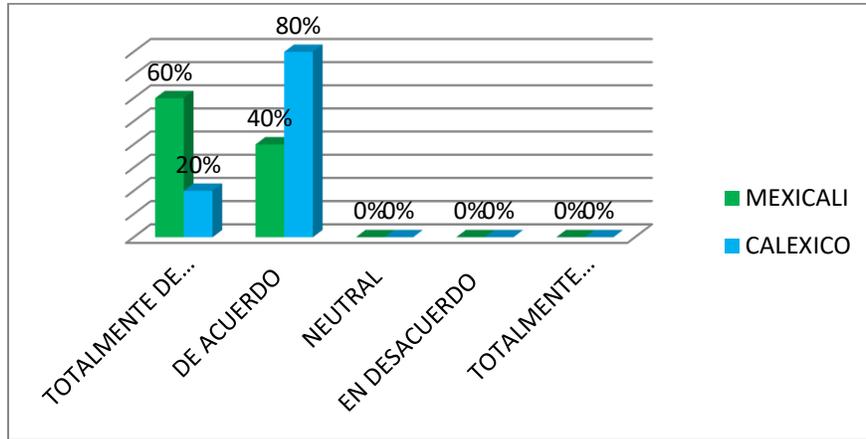


Fuente: elaboración propia con base en resultados del diagnóstico de la empresa.

La organización no brinda información detallada acerca que los daños ambientales que pudieran surgir como resultados de uso y destino final de los servicios que brindan, por lo cual la empresa debería de realizar un proceso en el cual se dé a conocer a los consumidores la información acerca de los procesos que se realizan y cuáles son los daños que le ocasiona al medio ambiente.

Indicadores de Competitividad y Relación con sus involucrados

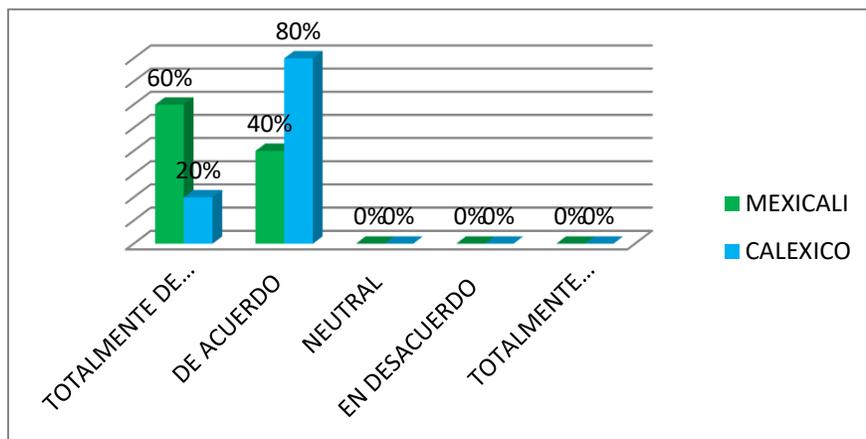
Gráfica 31. Cuenta con algún cargo o función responsable de promover y monitorear su actuación ética.



Fuente: elaboración propia con base en resultados del diagnóstico de la empresa.

La organización cuenta con personal que se encuentra encargado de monitorear que todas las actividades que se realizan dentro de la organización para llegar al cumplimiento de sus metas sean un proceder ético por parte de los empleados, de tal manera que las personas responsables de esta información también se encuentran promoviendo políticas y procesos para que los empleados cumplan con estas, por parte de los empleados de las dos divisiones se puede observar que se encuentran de acuerdo y tiene conocimiento de estas actividades.

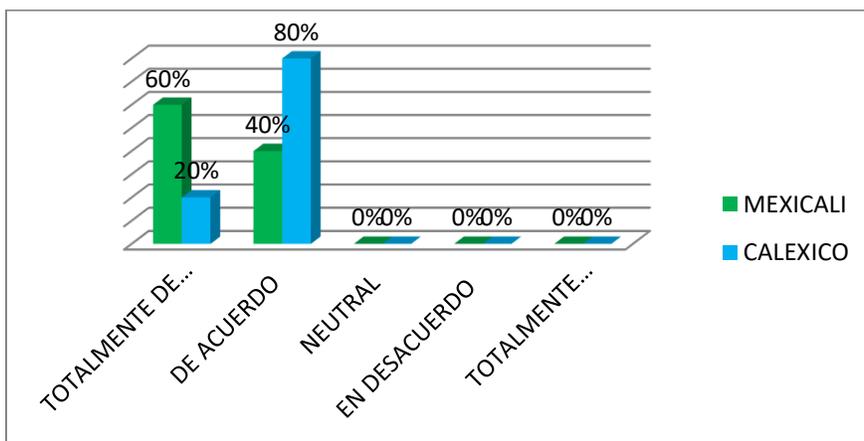
Gráfica 32. Cumple a tiempo con sus obligaciones fiscales y atiende a las solicitudes de apoyo por parte del gobierno



Fuente: elaboración propia con base en resultados del diagnóstico de la empresa.

Se puede observar que la empresa cumple con las obligaciones fiscales y atiende a las solicitudes de apoyo por parte del gobierno, por lo cual los empleados de las dos divisiones tienen conocimiento de que la organización efectúa en tiempo los pagos de impuestos generados por las operaciones que se realizan, así como cualquier otro requerimiento por parte del gobierno hacia la organización

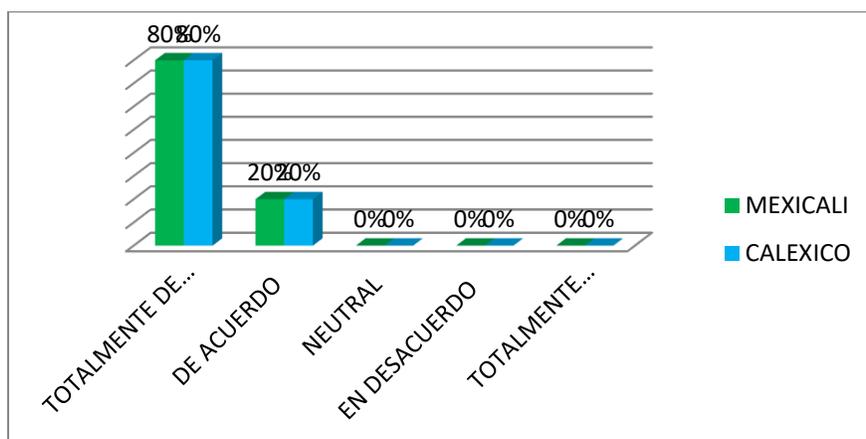
Gráfica 33. Cuenta con un mecanismo para que sus involucrados (grupos de relación e interés) puedan hacer llegar sus sugerencias, quejas o ventilar sus desacuerdos.



Fuente: elaboración propia con base en resultados del diagnóstico de la empresa.

En las dos divisiones se cuentan con un mecanismo en el cual los grupos de relación e interés les pueden hacer llegar sugerencias, quejas o ventilar sus desacuerdos, de tal manera que la organización está dispuesta a buscar la solución de cualquier inconformidad que pudiera surgir con los involucrados en las actividades que se realizan, así como también solucionar cualquier duda o desconcierto que pudieran surgir.

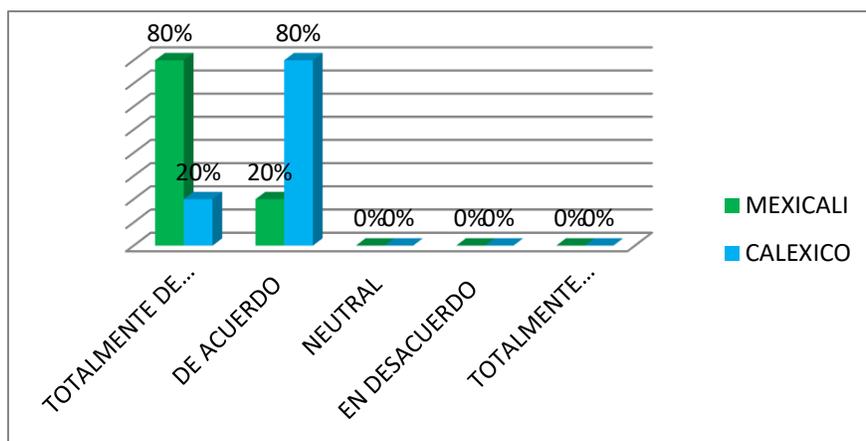
Gráfica 34. Cuenta con políticas, mecanismos y procedimientos que promuevan que ninguna de sus sucursales, filiales o establecimientos pueda ser cómplices de corrupción.



Fuente: elaboración propia con base en resultados del diagnóstico de la empresa.

La organización de las dos divisiones cuenta con políticas, mecanismos y procedimientos que promuevan que ninguna de sus sucursales, filiales o establecimientos pueda ser cómplices de corrupción, por lo cual se puede comentar que, de acuerdo a los resultados obtenidos, la empresa se encarga que dar a conocer a sus empleados estas políticas, para que las actividades que se realizan cumplan con estas políticas y se evite la corrupción.

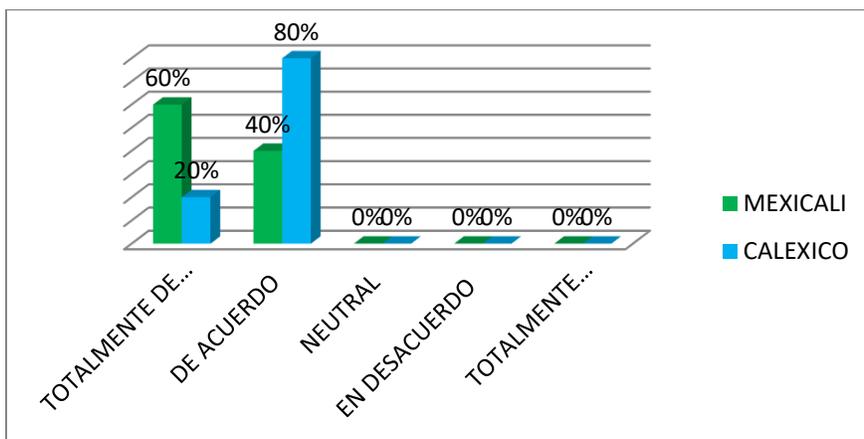
Gráfica 35. Cuenta con una política de equidad en selección y pago a sus proveedores



Fuente: elaboración propia con base en resultados del diagnóstico de la empresa.

Se puede comentar que la organización cuenta con políticas de equidad en la selección y pago de sus proveedores, de tal manera que la organización busca evitar cualquier tipo de inconformidad o mal entendido por parte de estos, donde se muestre que no hay algún favoritismo por parte de la organización hacia algún prestador de servicios.

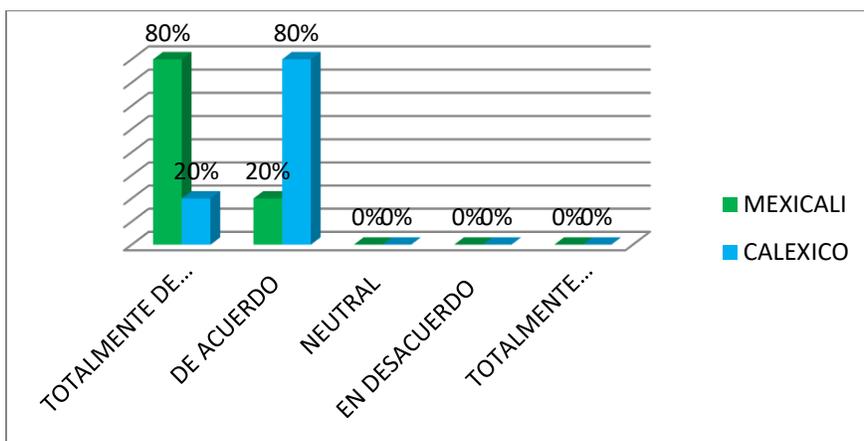
Gráfica 36. Cuenta con programas de apoyo y cooperación para el desarrollo de sus proveedores, en particular de los locales.



Fuente: elaboración propia con base en resultados del diagnóstico de la empresa.

La organización cuenta con programas de apoyo y cooperación para el desarrollo de sus proveedores, en particular de los locales, se puede observar que en las dos divisiones los empleados están en total acuerdo de que se cuentan con estos programas, por lo que la organización muestra un alto interés en apoyar el crecimiento de los proveedores que le brindan servicios

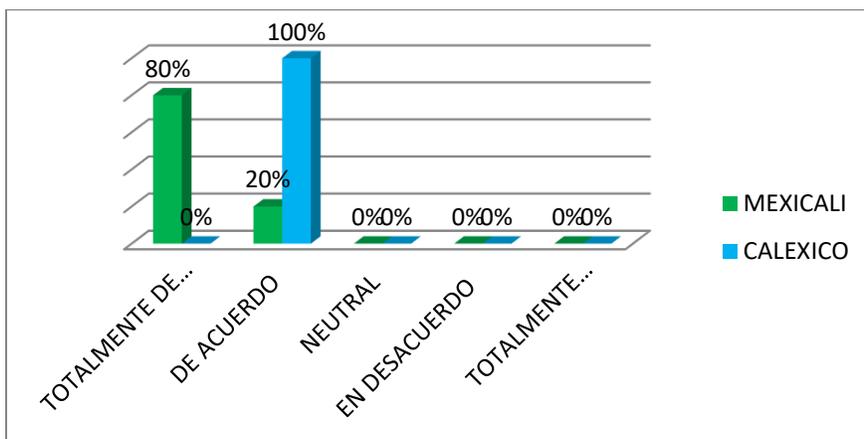
Gráfica 37. Cuenta con mecanismos que garanticen la congruencia entre calidad y precio más allá del mercado.



Fuente: elaboración propia con base en resultados del diagnóstico de la empresa.

Se tienen establecidos mecanismos por parte de la organización de las dos divisiones, que brinden a los consumidores de los servicios que ofrecen, una garantía entre la congruencia de la calidad y precio más allá del mercado, por lo cual la puede comentar que la organización muestra un grado alto de interés en brindar un buen servicio a precios congruentes

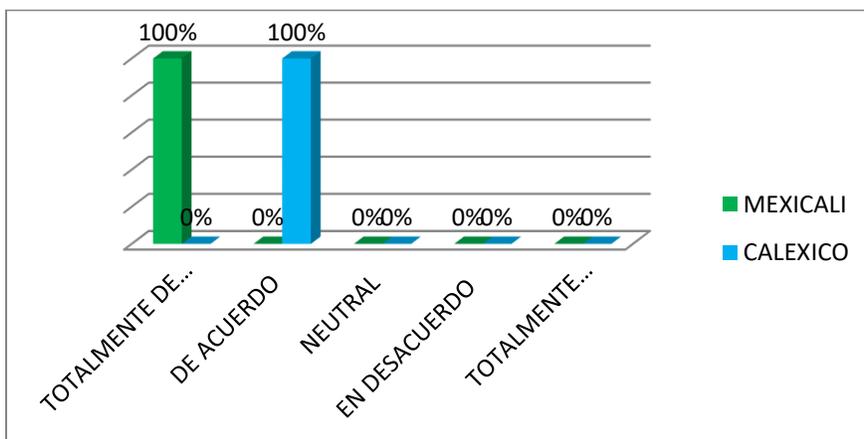
Gráfica 38. Tiene la cultura y los sistemas para conocer, entender y atender las necesidades e inquietudes de sus clientes.



Fuente: elaboración propia con base en resultados del diagnóstico de la empresa.

La organización tiene establecidos procesos en los cuales se busca conocer las necesidades de los clientes, para así poder brindar los servicios que estos están buscando, así como también entender y atender las necesidades e inquietudes de estos, de tal manera que la organización pretende resolver cualquier tipo de inquietud pudiera surgir y brindar un servicio de calidad

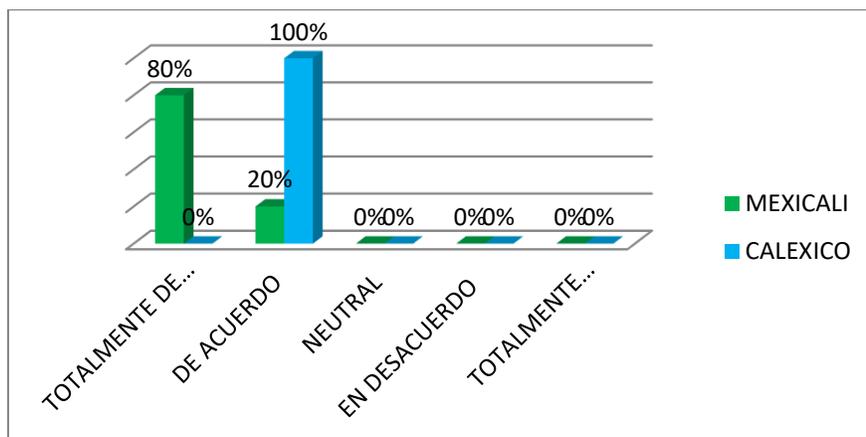
Gráfica 39. Tiene políticas de trato a sus clientes que garanticen la honradez en todas sus transacciones y que ofrezcan atención y solución a todas sus reclamaciones.



Fuente: elaboración propia con base en resultados del diagnóstico de la empresa.

Se puede observar que en las dos divisiones de la organización se cuenta con políticas establecidas acerca del trato a los clientes, donde se garantice por la parte de estos la honradez en las transacciones que se realicen, así como también la organización muestra un alto grado de interés en brindar atención y solución a todos los reclamos que pudieran surgir por parte de los clientes.

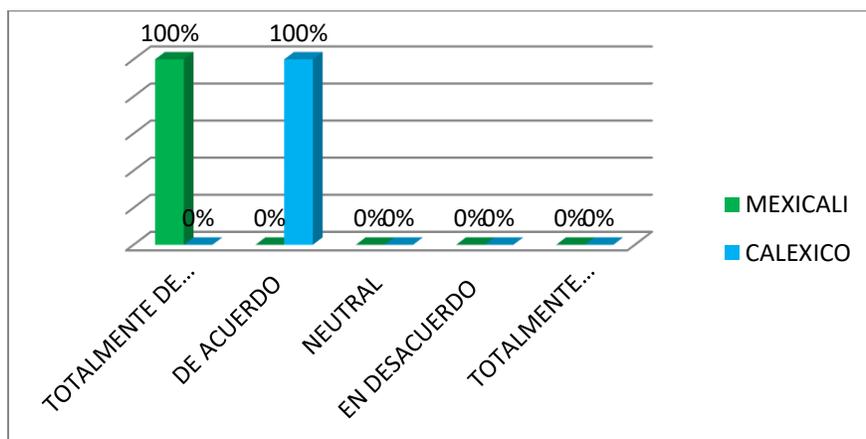
Gráfica 40. Maneja mensajes promocionales y publicitarios, objetivos y honestos, promoviendo las verdaderas bondades de sus productos y/o servicios.



Fuente: elaboración propia con base en resultados del diagnóstico de la empresa.

Se puede comentar que la organización maneja mensajes promocionales y publicitarios, que son objetivos y honestos, donde se promueven los servicios ofrecidos por la organización, en las dos divisiones se puede observar que se tiene un alto porcentaje de acuerdo en el conocimiento de métodos de promoción por parte de la organización.

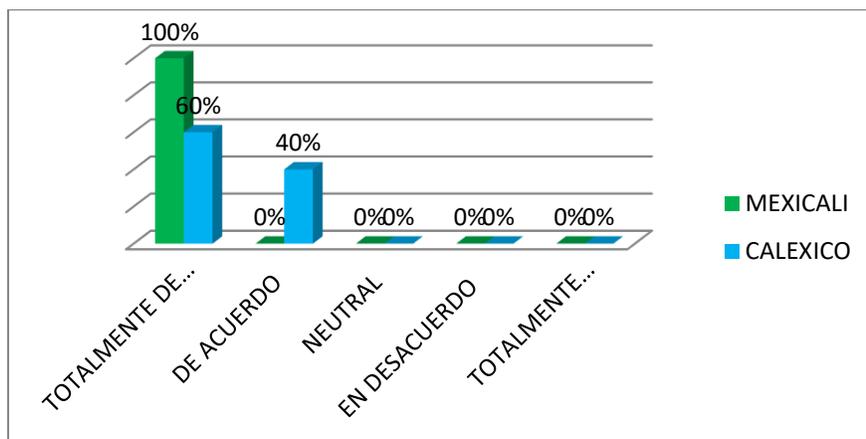
Gráfica 41. Cuenta con un sistema de mejoramiento continuo en aspectos como calidad y productividad.



Fuente: elaboración propia con base en resultados del diagnóstico de la empresa.

La organización tiene establecido un sistema de mejoramiento continuo en aspectos como calidad y productividad, donde se busca por parte de las dos divisiones el brindar un servicio de primera hacia los clientes, así como buscar siempre mejorar la productividad por parte de los empleados que laboran en la organización.

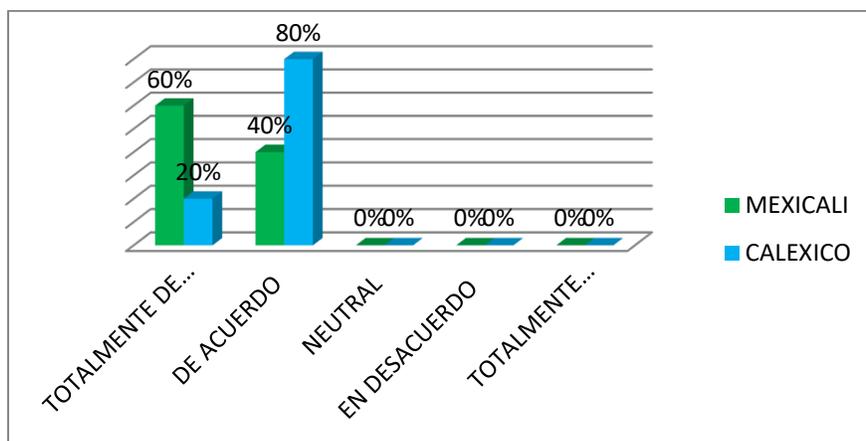
Gráfica 42. Opera programas para desarrollar el liderazgo asertivo - proactivo en sus jefaturas (mandos medios).



Fuente: elaboración propia con base en resultados del diagnóstico de la empresa.

La organización de las dos divisiones cuenta con procesos que ayudan a desarrollar el liderazgo asertivo-proactivo en sus jefaturas, por lo cual se puede comentar que la organización busca desarrollar métodos en donde las personas encargadas de diferentes áreas de la empresa, se encuentren capacitados para poder actuar ante cualquier contingencia y poder que puedan brindar la solución más viable.

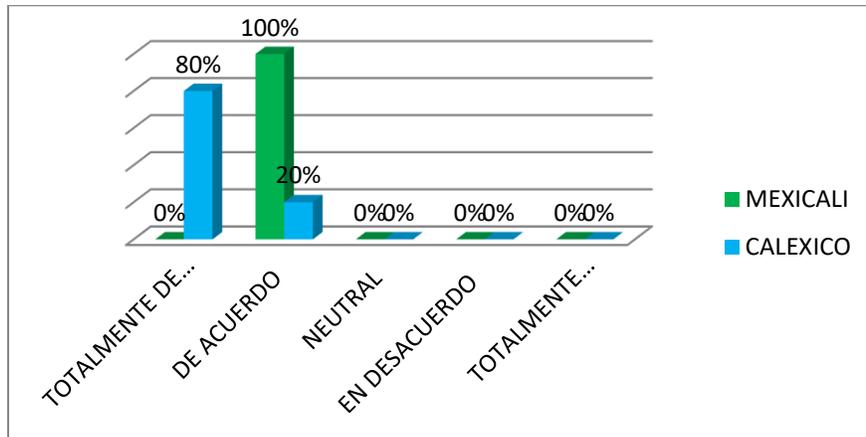
Gráfica 43. Cuenta con mecanismos a través de los cuales los empleados de mayor experiencia compartan sus conocimientos con aquellos de menor experiencia (sistematización del conocimiento).



Fuente: elaboración propia con base en resultados del diagnóstico de la empresa.

La organización de las dos divisiones cuenta con mecanismos mediante los cuales los empleados que tiene mayor experiencia dentro de la empresa, puedan compartir sus conocimientos hacia otros compañeros que tienen menor experiencia, para así poder desarrollar la sistematización de conocimiento y estimular el desarrollo de estos

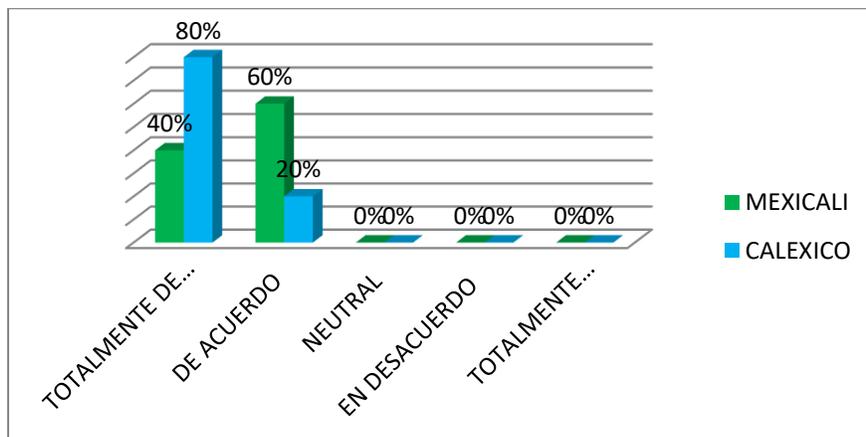
Gráfica 44. Cuenta con una política de respeto a los competidores.



Fuente: elaboración propia con base en resultados del diagnóstico de la empresa.

Se puede observar que dentro de la organización se cuenta con políticas de respetos hacia los competidores, de acuerdo a las dos divisiones se observa que se tiene un gran acuerdo en que la organización buscar crear un ambiente de respeto hacia otras organizaciones del mismo giro, y evitar la rivalidad entre estos.

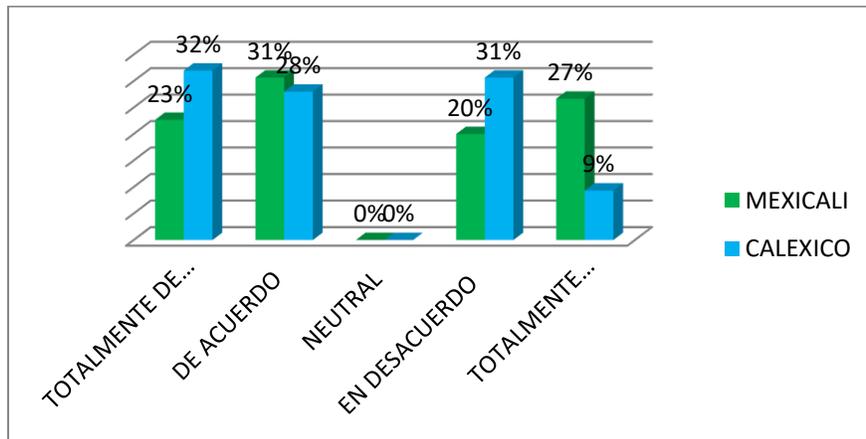
Gráfica 45. Informa interna y externamente los logros y retos de la empresa - financieros, sociales y medioambientales - en su reporte anual. (Balance Social).



Fuente: elaboración propia con base en resultados del diagnóstico de la empresa.

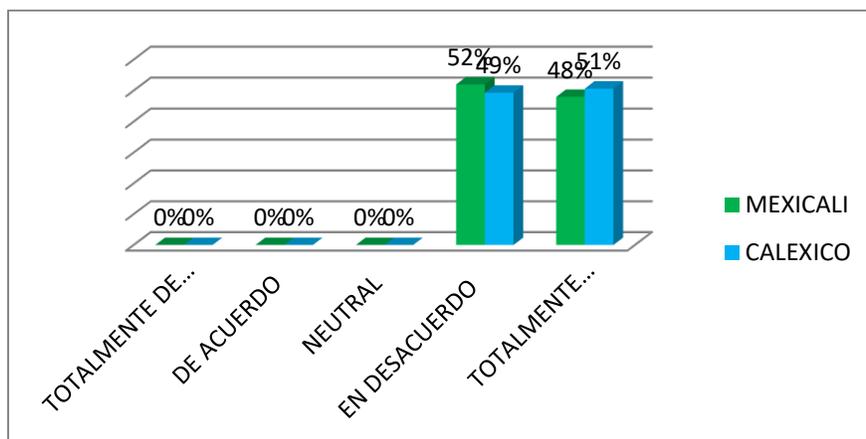
Todos los logros y retos de la empresa, ya sea en el ámbito financiero, social y medioambiental son informados de manera interna y externa por parte de la organización en las dos divisiones, de tal manera que los empleados tienen conocimiento acerca de lo que sucede dentro de la organización, así como los clientes pueden conocer los logros y retos que se tiene propuestos por parte de la empresa.

Gráfica 46. Resultados globales acerca del ámbito de la Sociedad



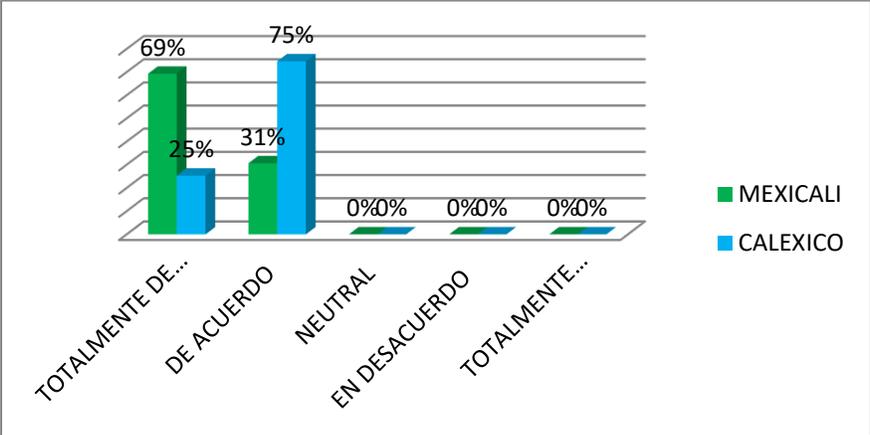
Fuente: elaboración propia con base en resultados del diagnóstico de la empresa.

Gráfica 47. Resultados globales acerca del ámbito de la Sociedad



Fuente: elaboración propia con base en resultados del diagnóstico de la empresa.

Gráfica 48. Resultados globales acerca del ámbito de la Economía.



Fuente: elaboración propia con base en resultados del diagnóstico de la empresa.

5 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

Una organización sana y dinámica, ofrece a todo su personal oportunidades interesantes de crecimiento. Crea internamente un ambiente de trabajo favorable, estimulante, seguro, creativo, no discriminatorio y/o participativo en el que todos sus miembros interactúan bajo bases justas de integridad y respeto que propician su desarrollo humano y profesional contribuyendo a que alcancen una mejor calidad de vida. Por ello recibirá beneficios como la eficiencia y responsabilidad individual y colectiva; un balance de vida personal y laboral; el impacto positivo en la productividad, relaciones obrero-patronales sanas y la percepción de la empresa como altamente productiva, humana y socialmente responsable.

La estructura de la organización no es una simple definición de jerarquías sino la delineación de un espacio para el desarrollo de personas que debe brindarles la posibilidad de aplicar al máximo su capacidad al servicio de los objetivos de la institución.

El desarrollo de la empresa está ligado al desarrollo del personal que la integra. Esto puede verse de dos maneras: como una restricción o como una oportunidad. Sin duda las empresas más progresistas son aquellas que incorporan personas dispuestas a impulsar con toda su capacidad el desarrollo de sus empresas. Identificarlos y propiciar su crecimiento es función esencial de la dirección de la empresa.

La remuneración del personal es una decisión que no se puede tomar unilateralmente. Las empresas más importantes compiten por los mejores recursos humanos en el mercado laboral: un espacio en el que se juegan no sólo salarios y prestaciones sino también otros satisfactores tales como la participación en la propiedad y en la toma de decisiones.

El desarrollo del potencial de los miembros de la organización se estimula e impulsa mediante:

- El compromiso de la dirección de la empresa con el desarrollo de su personal.
- El análisis de las características y circunstancias específicas del personal existente para ofrecerle capacitación adecuada.
- La realización y evaluación de acciones de capacitación.
- La orientación de los programas de mejora continua con propósitos de capacitación.
- La articulación de los valores éticos.

La capacitación es sobre todo una función para el futuro. Desarrolla recursos que son susceptibles de crecimiento. En este sentido, la capacitación es una inversión y de las más rentables. Importa, por lo tanto, una capacitación proactiva, no centrada en el cumplimiento de obligaciones sino en el desarrollo de capacidades.

Un programa de mejora continua faculta al personal para que participe y coopere. Los programas de mejora continua son por tanto medio y expresión de la capacitación.

La declaración de los valores éticos corporativos es una herramienta vital para apoyar a los gerentes y empleados a tomar decisiones consistentes con la misión y filosofía de la empresa; es una guía que especifica la forma en que la compañía conduce su negocio.

La formación ética de los empleados puede hacerse mediante reuniones informales de pequeños grupos para discutir temas éticos que surgen en la empresa o a través de un programa formal de entrenamiento sobre ética, incentivando la participación colectiva en la identificación de los valores éticos de la empresa. Lo más importante es permear a la organización con los valores éticos, difundirlos y enfatizar el compromiso de los empleados y la organización con ellos.

Por lo cual al momento de analizar los resultados globales obtenidos acerca de las practicas que realiza la organización en la Gráfica 46, en cuanto al ámbito de la Sociedad, podemos comentar que, aunque cuenta con procesos que favorecen la Responsabilidad Social Empresarial, aún existen áreas las cuales la empresa no está tomando en cuenta y se pueden mejorar, al realizar una comparación de las dos divisiones podemos comentar que la división de Mexicali tiene un mayor porcentaje de cumplimiento en cuanto a prácticas de responsabilidad social en el ámbito de la Sociedad.

La subsistencia y el desarrollo de toda sociedad dependen del aprovechamiento de los recursos naturales. Sin embargo, muchas de las acciones que los seres humanos emprendemos a favor de nuestro desarrollo y supervivencia, alteran o destruyen el ritmo natural y la armonía del mundo en que vivimos. Por esta razón, hoy la conservación de la naturaleza como pilar del desarrollo sustentable reviste importancia vital para ciudadanos, pueblos, gobiernos y empresas.

Cuando una empresa entiende su responsabilidad medioambiental como un valor central en su estrategia de negocios, ejerce un compromiso con el desarrollo sustentable. Por tanto, el impacto de su esfuerzo se refleja no sólo al interior de su institución sino también en su contribución a la capacidad local, regional y nacional para preservar el entorno.

En muchas empresas se desarrollan prácticas inadecuadas en el uso de la energía y los recursos disponibles. Estas prácticas pueden haberse desarrollado de manera informal de modo que es posible que nadie en la empresa esté atendiendo sus variables. El rastreo de las mismas permite a la empresa encontrar oportunidades para preservar el medio ambiente, identificar alternativas de ahorro y consolidar importantes beneficios económicos. A la larga los residuos son vistos como productos para la comercialización y no como desechos.

Todo uso de recursos implica un costo monetario y un impacto ambiental; por ello, impulsar acciones y programas orientados a la promoción de la cultura de la sustentabilidad resulta en la optimización de costos y en la reducción de la huella ecológica (espacio de tierra y agua que se necesita para mantener un adecuado nivel de vida)

De acuerdo a los resultados globales que podemos observar en la gráfica 47, se puede interpretar que la organización necesita aplicar procedimientos que cuiden el medio ambiente, ya que las dos divisiones tienen altos porcentajes de desacuerdo en cuanto a prácticas de Responsabilidad Social que se encarguen de minimizar desperdicios y cuidar el ambiente.

En el mundo cambiante de hoy una empresa sólo tendrá éxito si puede alternar con las mejores de su ramo en el país y en el mundo. Este cuestionario explora la capacidad de una organización para perseguir un futuro mejor, entender de qué depende que lo alcance y a partir de ello elaborar e implantar políticas, estrategias y principios de acción que le sirvan de marco para orientar en esa dirección las decisiones y acciones de todos los días.

Con amplio acceso a la tecnología, la relación precio-calidad de un producto o un servicio es fácilmente equiparable. Por ello el éxito en los negocios no sólo depende de la naturaleza de los productos o servicios ofertados sino en buena medida de la forma en que estos se producen y

ofertan. Hoy el principal factor diferenciador de una empresa es su comportamiento de cara a la sociedad y la percepción que la opinión pública tenga de ella

Diariamente las empresas se enfrentan a situaciones específicas que requieren contundencia y precisión en la manera de actuar. Es en estas situaciones en las que la ejecución de los procesos debe hacerse de manera responsable, existiendo congruencia entre lo que se dice y se hace; esto significa hacer de la ética una práctica cotidiana en los negocios, una valiosa herramienta para imprimir y comunicar valor agregado.

Si anteriormente para generar credibilidad y lealtad en los mercados era suficiente que las empresas se orientaran a crear reputación por su productividad y calidad de sus productos y servicios, hoy es todavía más importante construir y mantener confianza.

Es por esto que, si se analizan los resultados de la gráfica 48, podemos comentar la empresa se encuentra muy interesada en procesos y políticas que ayuden a la organización a mejorar los negocios que realizan y que las acciones que ejecutan sean para alcanzar las metas que se tiene propuestas, las dos divisiones cuenta con un alto porcentaje que concordancia en cuanto a que la organización cumple con estas prácticas.

Se puede concluir comentando que los objetivos de este estudio fueron alcanzados, se aplicaron encuestas acerca de las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial que la empresa realiza, lo que mostro la situación actual de las dos divisiones de la organización y en base a esa situación se determinaron los posibles efectos que impactan sobre la imagen corporativa de ambas empresas. Finalmente se realizó una propuesta factible para mejorar las prácticas de Responsabilidad Social de la empresa.

....

5.2 Recomendaciones

El haber desarrollado esta investigación deja experiencias y conocimiento sobre la manera en que las organizaciones llevan a cabo la misma actividad comercial, pero en diferentes países, tomando en cuenta que se tienen culturas muy distintas, reglamentos con los cuales cada país debe de cumplir, y distintas maneras de actuar de las personas que se encargan de tomar las decisiones, por lo cual y en base a los resultados que se obtuvieron, se pueden sugerir algunas recomendaciones, esperando que les sean de utilidad.

- a) Realizar una búsqueda de información acerca de las prácticas de responsabilidad social en cuanto a la Sociedad y el Medio ambiente, que fueron los ámbitos que se vieron más bajos en cuanto a las prácticas que se realizan dentro de la empresa.
- b) Buscar capacitaciones en cuanto a los nuevos procesos y tendencias de responsabilidad social empresarial, que puedan contribuir a la organización.
- c) Afiliarse a algún organismo de responsabilidad social en los cuales puedan recibir asesoría acerca de cuáles son las prácticas de responsabilidad más factibles para su organización y así poder obtener certificaciones que les ayuden a mejorar la imagen corporativa de la empresa

6 REFERENCIAS

1. Cajiga, J.F. (2000). Responsabilidad Empresarial y Voluntariado. En: Boletín Electrónico Del Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI), consultado el 14 de noviembre, 2002, en <http://www.cemefi.org/>
2. Carroll A.B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, July/August, pp.39-48
3. Carroll, A. B. (1998): Social Responsibility. En: *Encyclopedic Dictionary of Business Ethics*, Werhane and Freeman, Blackwell Publishers, Massachusetts, pp. 593-595.
4. Centro Mexicano de Filantropía, información institucional, recuperada de: www.cemefi.org
5. Correa, M. E. (2004). Responsabilidad social corporativa en América Latina: una visión empresarial (Vol. 85). United Nations Publications.
6. Donaldson, T. (1982): *Corporations and Morality*. , New Jersey, Englewood Cliffs: Prentice Hall.
7. Drucker, P. F. (1988): *La gerencia de empresas*. Barcelona: Edhasa, 1ª reimpresión.
8. Fernandez García Ricardo (2009). *Responsabilidad Social Corporativa, Una nueva cultura empresarial*. Editorial Club Universitario, España
9. Freeman, R. Edward, y Evan, W. M. (1990): «Corporate governance: A stakeholder interpretation», *Journal of Behavioral Economics*, 19:4, páginas 337-359.
10. González, C. (2002): «El sello de la excelencia europea», *Economía & Empleo*, 14 de Julio.
11. Lantos, G. (2001), «The Boundaries of Strategic Corporate Social Responsibility», *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 18 NO.7, pp. 595-630
12. Melendo, T. (1990): *Las claves de la eficacia empresarial. Un reto a los empresarios españoles*. Madrid: Rialp.
13. Nascimento Jesús, M.M. (2001): *Ética y actividad empresarial. Cultura y valores éticos en las empresas algarbeñas*, Tesis Doctoral, Universidad de Huelva.
14. Perdiguero, T. G. (2005). *La responsabilidad social de las empresas y los nuevos desafíos de la gestión empresarial* (Vol. 52). Universidad de Valencia.
15. Porto, N. y Castromán, J. (2006). «Responsabilidad social: un análisis de la situación actual en México y España». *Contaduría y Administración*, Fca-UNAM. Núm. 220, pp. 67-87.
16. Reyno Momberg Manuel (2007). *Responsabilidad Social Empresarial Como Ventaja Competitiva*. MBA Magister en Gestión Empresarial

17. Rochlin, S. (2005, agosto), "Llevar la responsabilidad corporativa al ADN de su empresa", Harvard Review, Vol. 83, núm. 8, pp. 31.
18. Social Accountability International. (2001). Responsabilidad Social 8000 Norma SA8000. Nueva York, Estados Unidos de América.
19. Swift Transportation, historia, recuperado de: www.swifttrans.com

7 ANEXOS

Por favor, valora en qué medida tu empresa les da importancia a los siguientes indicadores, tomando en cuenta lo siguiente: 1) Totalmente desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Neutral 4) De acuerdo 5) Totalmente de acuerdo

INDICADORES DE CALIDAD DE VIDA EN LA EMPRESA	1	2	3	4	5
1. Cuenta con un código de ética publicado en un documento el cual comparte y difunde y lo utiliza para resolver sus controversias al interior y exterior de la misma.					
2. Identifica y articula políticas para que ese código de ética se refleje en sus prácticas cotidianas.					
3. Fomenta el trabajo en equipo, la participación en la toma de decisiones y el sentido de comunidad con políticas y acciones concretas entre su personal.					
4. Cuenta con mecanismos e instrumentos para escuchar y responder las sugerencias, ideas, peticiones y reclamaciones de los empleados					
5. Cuenta con un plan para el desarrollo de los empleados, la calidad de vida de sus familias y/o prestaciones superiores a las de ley.					
6. Implementa programas que refuerzan la seguridad y la salud de su personal en el lugar de trabajo.					
7. Cuenta con mecanismos e instrumentos que favorecen el desarrollo de actitudes y habilidades en su personal a través de apoyos educativos y de capacitación.					
8. Aplica prácticas laborales que procuran y favorecen un equilibrio entre trabajo y familia de sus empleados.					
9. Maneja con pleno respeto la dignidad y derecho de su personal en aspectos como liquidaciones y despidos.					
10. Garantiza con sus políticas procedimientos donde no se discrimine por motivos de asociación, origen étnico, género, posición económica, religión, ideología política, preferencia sexual o discapacidad física.					
11. Ha incrementado en números o proporción de empleos femeninos, o de otros grupos minoritarios, en posiciones ejecutivas o directivas en años recientes					
12. Mantiene un programa especial para la inclusión y contratación de grupos específicos.					
13. Realiza investigaciones de clima organizacional para medir el nivel de satisfacción de sus colaboradores e identificar áreas que requieren atención.					
14. Utiliza esquemas de trabajo flexible para acomodarse a las diversas necesidades de su personal (jornada parcial, teletrabajo, entre otros)					
15. Tiene algún programa para estimular y reconocer al personal por la generación de ideas, toma de riesgos, decisiones y creatividad a favor de la organización y del negocio					

INDICADORES DE CUIDADO Y PRESERVACION DEL MEDIO AMBIENTE	1	2	3	4	5
1. Realiza una "Auditoria Verde" (inventario de los recursos que la empresa utiliza y los desechos que produce) y opera programas para el mejor aprovechamiento de recursos y para minimizar la generación de desperdicios					
2. Cuenta con políticas para reducir, dentro de su tecnología actual, el consumo de energía eléctrica, agua y productos tóxicos sus instalaciones y oficinas					
3. Opera sistemas o aparatos necesarios que disminuyan las emisiones contaminantes que produce					
4. Destina una partida de su presupuesto anual a programas de conservación o protección ambiental.					
5. Aplica alguna norma o certificación ambiental (ISO 9000, ISO 14000, Industria Limpia u otra).					
6. Realiza acciones que generen entre su personal conciencia sobre el cuidado del medio ambiente y desarrolla campañas de educación ambiental a familiares de su personal y a la comunidad inmediata a la empresa					
7. Adquiere productos y materia prima reciclables, minimizando el uso de materiales no degradables.					
8. Cuenta con un programa encaminado a convertirla en una empresa sin papel (uso de documentos electrónicos).					
9. Establece compromisos explícitos con el medio ambiente y se fija estándares para ellos, que incluyen metas formales (declaración de principios medioambientales).					
10. Mantiene sus activos (maquinaria, equipo, transporte, entre otros) en niveles adecuados para la prevención de contaminación.					
11. Dona los excedentes de mobiliario y equipo (inventarios muertos) favoreciendo su reutilización y aprovechamiento.					
12. Genera incentivos, premios y reconocimientos para los empleados que sugieren alternativas a los procesos de contaminación o desaprovechamiento de recursos en los procesos empresariales.					
13. Utiliza criterios ambientales para la selección de sus proveedores.					
14. Cuenta con un programa de recolección de residuos y reciclaje post-consumo					
15. Entrega a sus consumidores información detallada sobre daños ambientales como resultado del uso y destino final de sus productos o servicios.					

INDICADORES DE COMPETITIVIDAD Y RELACION CON SUS INVOLUCRADOS.	1	2	3	4	5
1. Cuenta con algún cargo o función responsable de promover y monitorear su actuación ética.					
2. Cumple a tiempo con sus obligaciones fiscales y atiende a las solicitudes de apoyo por parte del gobierno					
3. Cuenta con un mecanismo para que sus involucrados (grupos de relación e interés) puedan hacer llegar sus sugerencias, quejas o ventilar sus desacuerdos.					
4. Cuenta con políticas, mecanismos y procedimientos que promuevan que ninguna de sus sucursales, filiales o establecimientos puedan ser cómplices de corrupción.					
5. Cuenta con una política de equidad en selección y pago a sus proveedores					
6. Cuenta con programas de apoyo y cooperación para el desarrollo de sus proveedores, en particular de los locales.					
7. Cuenta con mecanismos que garanticen la congruencia entre calidad y precio más allá del mercado.					
8. Tiene la cultura y los sistemas para conocer, entender y atender las necesidades e inquietudes de sus clientes.					
9. Tiene políticas de trato a sus clientes que garanticen la honradez en todas sus transacciones y que ofrezcan atención y solución a todas sus reclamaciones.					
10. Maneja mensajes promocionales y publicitarios, objetivos y honestos, promoviendo las verdaderas bondades de sus productos y/o servicios.					
11. Cuenta con un sistema de mejoramiento continuo en aspectos como calidad y productividad.					
12. Opera programas para desarrollar el liderazgo asertivo - proactivo en sus jefaturas (mandos medios).					
13. Cuenta con mecanismos a través de los cuales los empleados de mayor experiencia compartan sus conocimientos con aquellos de menor experiencia (sistematización del conocimiento).					
14. Cuenta con una política de respeto a los competidores.					
15. Informa interna y externamente los logros y retos de la empresa - financieros, sociales y medioambientales - en su reporte anual. (Balance Social).					