



*Las opiniones y los contenidos de los trabajos publicados son responsabilidad de los autores, por tanto, no necesariamente coinciden con los de la Red Internacional de Investigadores en Competitividad.*



Esta obra por la Red Internacional de Investigadores en Competitividad se encuentra bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 3.0 Unported. Basada en una obra en riico.net.

## La responsabilidad social corporativa de las empresas industriales

ANA ELISA MORENO HERRERA<sup>1</sup>

MARÍA TRINIDAD BORREGO TORRES<sup>2</sup>

SILVERIO FEDERICO CUARENTA GARCÍA<sup>3</sup>

### Resumen

Los grupos de interés demandan cada vez más a las empresas un comportamiento sustentable. Respondiendo a estas exigencias, las empresas llevan a cabo actividades que denotan un comportamiento socialmente responsable demostrado a través de la información que publican. El objetivo de este trabajo es dar cuenta de diversas certificaciones, acreditaciones o premios que respaldan este comportamiento concretamente de las empresas industriales emisoras en la Bolsa Mexicana de Valores. Se ha utilizado el análisis de contenido al revisar la información publicada por las mismas empresas. Los resultados de este análisis indican que poco más de la mitad de las empresas estudiadas ha logrado alguna acreditación por su implementación de acciones socialmente responsables.

**Palabras clave:** Responsabilidad Social Corporativa, Bolsa Mexicana de Valores, Certificaciones.

### Abstract

Stakeholders are increasingly demanding more sustainable business behavior. Responding to these demands, companies engaged in activities that denote a socially responsible behavior demonstrated by the information they publish. The aim of this paper is to inform for various certifications, accreditations or awards that support particularly industrial enterprises stations on the Mexican Stock Exchange. Content analysis was been used to revise the information published by the companies themselves. The results of this analysis indicate that just over half the companies surveyed had achieved an accreditation for their implementation of socially responsible actions.

**Keywords:** Corporate Social Responsibility, Mexican Stock Exchange, Certifications.

---

<sup>1</sup> Profesor de la Facultad de Comercio y Administración Campus Tampico UAT

<sup>2</sup> Profesor de la Facultad de Comercio y Administración Campus Tampico UAT

<sup>3</sup> Profesor de la Facultad de Comercio y Administración Campus Tampico UAT

## **Introducción**

La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) surge como respuesta a diversos movimientos sociales que demandan sustentabilidad a las actividades empresariales, provocando un cambio en su administración, que inicia por reflexionar sobre los valores organizacionales.

Sin embargo, también existen grupos que se manifiestan a favor de un comportamiento empresarial ajeno a valores humanos, argumentando que la empresa se debe sólo a valores comerciales y económicos, puesto que esa es su función.

Los grupos de interés orientan a las empresas a proceder y a informar su actuar socialmente responsable en busca de un crecimiento sustentable. La respuesta de las empresas es voluntaria en principio, sin embargo la presión puede llegar a ser tan fuerte que aún sin un marco de legalidad, las acciones pueden volverse obligadas.

En este marco, las empresas han reaccionado para cumplir con dichas exigencias, por eso la pregunta central ¿Cuál es el grado de comportamiento socialmente responsable de las empresas industriales reflejado en sus certificaciones? Determina el objetivo de este trabajo: Comprobar el grado de RSC de las empresas industriales emisoras de la Bolsa Mexicana de Valores (BMV) con base en sus certificaciones.

El análisis de contenido es el método utilizado para revisar las páginas web de las empresas. El estudio abarca las empresas industriales emisoras de la Bolsa Mexicana de Valores y se limita a las certificaciones que estas han logrado, se excluyen otros documentos, tales como el reporte anual, código de ética, código de buenas prácticas.

La importancia de esta investigación radica en presentar las reacciones de estas empresas ante las exigencias de los diversos grupos de interés: empleados, clientes, proveedores, sociedad, organizaciones no gubernamentales; que lejos de reducirse, tanto las exigencias como los grupos de interés se van incrementando en cantidad y en complejidad.

La estructura del presente trabajo está dispuesta de la siguiente manera, primeramente se presentan antecedentes, conceptos, motivaciones e información de la Responsabilidad Social Corporativa, posteriormente la metodología, los resultados, la discusión y finalmente las conclusiones.

## **Responsabilidad social corporativa**

La empresa no es un cuerpo aislado que tiene sentido por sí mismo, al margen de cualquier otra realidad (Araque y Montero, 2006). Como institución, tiene una misión que cumplir, definiendo así el interés que las demás instituciones tienen en ella. Al mismo tiempo, las transformaciones en la estructura social repercuten en la empresarial, afectando las relaciones entre los diferentes grupos sociales. Por lo tanto la RSC es una forma de subsistencia armónica de las empresas en el sistema al que pertenecen.

Actualmente, la reflexión sobre la RSC se ha convertido en un discurso crítico sobre la distancia existente entre las políticas y prácticas empresariales y el tipo de racionalidad económica que se requiere en las sociedades de nuestro tiempo. Es también importante destacar que, con independencia de la discusión teórica y académica sobre la RSC, ésta ha adquirido en los últimos años una dimensión directamente política, como lo demuestra la iniciativa de la Comisión Europea de promover un marco europeo de Responsabilidad Empresarial (Perdiguero, 2003).

### ***Antecedentes***

El significado de RSC se forjó durante el periodo comprendido entre 1960 y 1970 en que se vivieron años de cambios sociales radicales que afectaron a las compañías y su administración. El interés de los derechos civiles de las minorías, la igualdad de derechos para las mujeres, la protección del medio ambiente natural, la seguridad y la salud en el lugar de trabajo, y una amplia gama de inquietudes de los consumidores, produjeron efectos trascendentes en las organizaciones (Buchholz y Rosenthal, 2001).

Por su parte, Perdiguero (2003), afirma que las grandes corporaciones privadas han convertido la idea de creación de valor para el accionista y la obsesión por las ganancias en un mito, con unos efectos sociales que podemos calificar de nocivos para la salud y el equilibrio para las sociedades complejas del siglo XXI. La consecuencia de estas formas de generación de riqueza es la destrucción del capital social y ambiental, misma que propició la ruptura del pacto moral entre las empresas y la sociedad.

Con el fin de equilibrar el excesivo poder de las grandes corporaciones, la sociedad ejerció presión a través de asociaciones de consumidores, grupos de derechos civiles, las más diversas plataformas de iniciativas ciudadanas, el movimiento ambientalista, o las más heterogéneas organizaciones no

gubernamentales, cuyo papel en el despertar de una sociedad ensimismada y cada vez más encerrada en lo estrictamente privado resulta innegable.

Fue entonces cuando los administradores de las empresas empezaron a hablar de las responsabilidades sociales de la compañía y a establecer programas sociales específicos como respuesta a problemas de índole social más que económica. Las escuelas de Administración pusieron en práctica nuevos cursos sobre negocios y sociedad, o sobre las responsabilidades sociales de las compañías. Algunas facultades establecieron incluso programas de doctorado en el área. Muchos artículos y libros se escribieron con el propósito de explorar su significado e importancia para las organizaciones de negocios (Buchholz y Rosenthal, 2001).

### *Conceptos*

El Libro Verde de la Comisión de las Comunidades Europeas (2001) menciona que ser socialmente responsable no significa solamente cumplir plenamente las obligaciones jurídicas, sino también ir más allá de su cumplimiento, invirtiendo más en el capital humano, el entorno y las relaciones con los interlocutores. Así mismo define Responsabilidad Social de las empresas como: “La integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores”.

Las empresas están siendo observadas por un público muy amplio y por lo tanto, los grupos a los que las empresas deben servir no son sólo aquellos con los que tiene un vínculo económico directo (Buchholz y Rosenthal, 2001). La palabra responsabilidad implica cierto tipo de obligación de solucionar los problemas sociales y medioambientales que se supone que las organizaciones tienen con la sociedad en la que funcionan y por lo tanto tiene que ver con el comportamiento y las políticas que las empresas deben adoptar.

El enfoque global de la RSC trata de la difusión que éstas realizan de sus prácticas en el sentido económico, social y medioambiental como una muestra de su postura socialmente responsable y con el fin de que otras empresas inicien esta práctica (Libro Verde, 2001). Sólo puede ser asumida por las empresas, sin embargo los grupos de interés pueden instar a las empresas a adoptar prácticas socialmente responsable.

La RSC es un tema que cada vez toma más auge ante la problemática social que se vislumbra hacia el futuro y que afecta a la imagen corporativa de las organizaciones, por lo tanto, pese a sus

opositores se va expandiendo gracias a un público cada vez más crítico para evaluar el comportamiento empresarial.

### ***Motivaciones***

Las motivaciones para la generación de acciones, según Bestratén y Pujol (2004) son: 1) la preocupación por los daños ocasionados al medio ambiente, 2) la calidad y seguridad de los productos o servicios que prestan a la sociedad, 3) el cuidado de aspectos relacionados con sus trabajadores; la seguridad, la discriminación, la remuneración, la jornada, la capacitación; 4) la colaboración con los programas de los municipios, 5) la caridad, 6) la colaboración con las investigaciones científicas, 7) la colaboración con proyectos de arte y deportes.

Asumir un comportamiento responsable, puede tener las siguientes fases: primero las organizaciones atienden regulaciones legales, después exigencias de clientes y otros grupos interesados y más adelante se espera que actúen por convencimiento propio, más allá de los beneficios que este comportamiento pueda atraer. El proyectar una imagen responsable le da credibilidad frente a los grupos de interés, es una consecuencia.

Si las compañías de todo el mundo están en un proceso de ajuste orientado a la RSC se debe a diversas causas como cumplir con las leyes, evitar escándalos y problemas legales, crear una buena imagen y reputación, pero a medida que pase el tiempo, seguramente la implementarán por considerarla una estrategia corporativa de beneficio empresarial en el largo plazo, como consecuencia de la presión social y tal vez algún día por la convicción de contribuir a subsanar problemas de la sociedad y del mundo al que pertenecen.

Los partidarios del concepto de Responsabilidad Social Corporativa, según Buchholz y Rosenthal (2001) expusieron siete puntos:

- Las compañías tienen que adaptarse al cambio social si esperan sobrevivir.
- Deben adoptar un punto de vista de largo plazo de sus propios intereses, y contribuir a solucionar los problemas sociales con el propósito de crear un mejor ambiente para su desenvolvimiento.
- Las compañías se formarán una mejor imagen pública si son responsables en el aspecto social.

- Es posible evitar la regulación gubernamental si las empresas satisfacen las expectativas sociales cambiantes de la sociedad.
- Las compañías cuentan con enormes recursos que serían útiles para resolver los problemas sociales.
- Es factible transformar los problemas sociales en oportunidades de negocios lucrativos.
- Las compañías tienen la obligación moral de contribuir a resolver los problemas sociales que han creado o perpetuado.

Por otra parte, los detractores de la RSC afirman que el respeto de los derechos humanos, la protección del medio ambiente y la satisfacción de las necesidades básicas están en un segundo plano con respecto a las ganancias, cualquier cosa vale mientras produzca dinero (Buchholz y Rosenthal, 2001; Vargas y Vaca, 2005 y Carroll, 2001).

### ***La Responsabilidad Social en México***

En México como en muchos otros países existe una diversidad de definiciones de RSC, de tal forma que no se cuenta con una percepción única y homogénea, por lo que las prácticas que se realizan en su nombre son igualmente diversas (Gómez, 2003 en Porto y Castromán, 2006).

Existen algunas concepciones relacionadas con la caridad o donaciones de dinero, tiempo y talento hacia obras sociales. También se entiende como una estrategia hacia dentro de la empresa que permita organizar mejores condiciones laborales a sus trabajadores. En otros casos se percibe como impulsos de mejora hacia la comunidad en donde se localizan las empresas, bajo una lógica de adoptar valores éticos. También se le ubica como una estrategia dirigida hacia los grupos de interés, bajo un enfoque de beneficios mutuos. Otros más la perciben como una forma de asumir la dirección estratégica de la empresa, un planteamiento integral de largo plazo incluyendo la dinámica interna y externa de la empresa.

En todo caso, cualquier tipo de acción por parte de la empresa es voluntario, después de cumplir con los mínimos legales, así como la publicación de información al respecto.

Innumerables iniciativas de compromiso ético han surgido en el mundo de los negocios y se han constituido en el referente obligado de las empresas para lograr una gestión responsable. Sin embargo, se ha observado que los países desarrollados están más involucrados en la difusión y

práctica de acciones socialmente responsables. México aparece en el contexto latinoamericano con avances limitados en el tema de RSC (Martínez, 2007).

### ***Información***

La extensión y aceptación del concepto desarrollo sostenible fue ampliando el interés hacia los aspectos sociales, así como a una reorientación de los aspectos económicos y medioambientales. Como consecuencia de ello resurgen con fuerza los denominados informes sociales, o de base social, o de responsabilidad social, o de sostenibilidad. (Moneva, 2005).

La publicación de información sobre aspectos sociales y/o medioambientales de forma separada, también conocida como información de base social, no es una actividad propia del nuevo milenio, ya en los años 70 del siglo XX se desarrollaron la contabilidad social y el balance social. Su escaso impacto obedece, entre otros, a motivos institucionales escasos interés gubernamental y escasa presión de organizaciones de la sociedad civil motivos sociales no hay concienciación sobre el impacto de las empresas y razones económicas se observa como un obstáculo a la actividad de las organizaciones (Gray et al., 1996).

La Cumbre de la Tierra de Rio Janeiro de 1992 cambió esa tendencia, impulsando exigencias legales para el control del impacto ecológico de las empresas. Ante esta situación las empresas respondieron con la implantación de sistemas de gestión medioambientales, siendo los más representativos la norma ISO 14000 y el Eco Management and Audit Scheme (EMAS). Uno de los productos de esos sistemas son los informes medioambientales separados (Larrinaga et al., 2002).

Las cuestiones que debe abordar una empresa para lograr un sistema de información que sea congruente con la gestión socialmente responsable de las organizaciones son complejas. Para establecer criterios claros de delimitación de la información el principal instrumento es el diálogo con los grupos de interés. La complejidad de la información y la diversidad de los grupos de interés hacen necesario que las organizaciones aborden mecanismos para involucrar a los “stakeholders” en la conformación de los contenidos de la información (Moneva, 2005).

### ***Metodología***

Para la obtención de los datos se revisó la información publicada en la página web de las empresas industriales emisoras de la BMV. Se consideraron las certificaciones, reconocimientos y premios que han obtenido relacionados con actividades socialmente responsables como lo son códigos de

conducta (Directrices de la OCDE para empresas multinacionales, Convenciones de la OIT, Principios Globales de Sullivan y Caux Round Table), normas de gestión (Norma ISO 14000, Social Accountability SA 8000, Eco Management an Audit Scheme EMAS) y prácticas informativas y certificación (Global Reporting Initiative GRI, Accountability 1000, AA 1000), el Distintivo Empresa Socialmente Responsable (ESR), Distintivo Mejores Prácticas, Industria Limpia.

A partir de la naturaleza de las certificaciones y lo que implican, se determinó: Si tienen integrada en su gestión (G) la Responsabilidad Social Corporativa o si únicamente han desarrollado programas especiales (PE), y a qué área(s) de la RSC están orientados; económico (EC), social (SOC), medioambiental (MA).

El análisis de contenido fue el método utilizado para el tratamiento de los datos, ya que es una técnica de investigación destinada a formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas que puedan aplicarse a su contexto (Krippendorf, 1990).

De un total de 134 empresas que integran las empresas emisoras de la BMV, se extrajeron las 26 que pertenecen al sector industrial, incluyendo todos los subsectores incluso una, cuya actividad tiene que ver con el cuidado del medio ambiente, se consideró que valía la pena presentarla, pues estas empresas igualmente impactan al entorno, además, resulta interesante observar su comportamiento en otros aspectos de la RSC.

El estudio se ha enfocado a las empresas industriales, pues son las más preocupadas por publicar información de RSC, en parte, justificando el impacto que causan al entorno debido a las actividades propias de su sector.

Se discriminaron aquellas que pertenecen a los sectores: energía, materiales, servicio y bienes de consumo no básico, productos de consumo frecuente, salud, servicios financieros, tecnologías de la información, servicios de telecomunicaciones y servicios públicos. En primer lugar para centrar la investigación exclusivamente en el sector industrial y en segundo lugar para evitar sesgar los resultados, al incluir sectores cuyo impacto es mínimo.

## Resultados

Fueron estudiadas 26 empresas industriales, de las cuales, 15 tienen algún certificado, acreditación o premio a diferencia del resto. En la tabla 1. Se muestra una visión general que permite observar las proporciones.

<b>Tabla 1. Empresas Industriales de la BMV</b>		
<b>Total de empresas industriales de la BMV</b>	<b>Empresas con certificados, acreditaciones y/o premios</b>	<b>Empresas sin certificados, acreditaciones y/o premios</b>
<b>26 = 100%</b>	<b>15 = 57.69%</b>	<b>11=42.31%</b>

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 2. Se aprecian las iniciativas de RSC de las 15 empresas industriales. Para presentar los resultados se han dispuesto dos orientaciones de las certificaciones:

- Orientadas a la integración de actividades socialmente responsables en la gestión (G)
- Orientadas a los Programas Especiales de RSC (PE)

También se han considerado los tres aspectos de la RSC:

- Orientados al aspecto Económico de la RSC (EC)
- Orientados al aspecto Medioambiental (MA)
- Orientados al aspecto Social (SOC)

<b>Tabla 2 Certificados, acreditaciones y premios de las empresas industriales</b>				
	<b>Económica</b>	<b>Medioambiental</b>	<b>Social</b>	<b>Total</b>
<b>G</b>	11	15	12	38
<b>PE</b>	3	4	6	13
<b>Total</b>	14	19	18	51

Fuente: elaboración propia

Se puede apreciar que tan sólo en 15 empresas hay 51 acciones de RSC, 38 integradas en la gestión (G) y 13 en programas especiales (PE). El enfoque medioambiental (MA) de la RSC es el que más iniciativas presenta (19), seguido por las iniciativas sociales (18).

En la tabla 3. Se presenta con detalle las certificaciones que han obtenido las empresas industriales de la BMV.

<b>Tabla 3. Las empresas industriales emisoras en la Bolsa Mexicana de Valores</b>				
CLAVE	ACREDITACIONES, CERTIFICACIONES, PREMIOS	RSC EC	RSC MA	RSC SOC
ACCELS A				
ALFA	Industria Limpia - Responsabilidad Integral (Asociación de Ind. Químicas) Liderazgo ambiental para la competitividad (SEMARNAT) Wildlife at work (Wildlife Habitat Council) Empresa Familiarmente Responsable- ISO 14001	G	G PE	G PE
ARA	ESR (Distintivo)	G	G	G
ASUR	ESR (Distintivo) Pacto Mundial - ISO 14001	G	G	G PE
CERAMI C	(PACTO MUNDIAL 2005) ESR (Distintivo) 10° lugar en el ranking de las empresas con mayor RS según la revista Mundo Ejecutivo, Industria Limpia, reconocida dentro de las 100 empresas más humanas según la revista Mundo Ejecutivo. Mejores Prácticas de RS	G PE	G PE	G PE
CICSA				
DINE				
GAP	ESR (Distintivo) Industria Limpia. Accesibilidad. Super empresas para trabajar en México (Expansión) En implantación ISO 14001	G	G	G
GCARSO	Industria Limpia ISO 14001		G	
GEO	ESR (Distintivo)	G	G	G
GISSA	ISO 14000		G	
GMD	ESR (Distintivo)	G	G	G
GMDR	ESR (Distintivo)	G	G	G
HOGAR				
HOMEX	Mesa Redonda Latinoamericana de Gobierno Corporativo (OCDE) RSE (Distintivo) Mejores Empresas para trabajar en México /	G PE	G PE	G PE

	Modelo de equidad de género / Pacto Mundial / Empresa Incluyente / Buen gobierno corporativo			
ICA	ISO 14001 / Industria Limpia / UNE-EN ISO 14 001 AENOR		G PE	G PE
IDEAL				
KUO	Industria Limpia - ISO 14000 - Reconocimiento por ahorro de energía 2008 Gobierno de México)		G	
LAMOS A				
OMA	Distintivo ESR - Cumplimiento ambiental (Profepa)	G	G	G
PASA				
PINFRA				
PYP	PÁGINA EN CONSTRUCCIÓN			
SARE	Se encuentran cumpliendo los criterios del Distintivo ESR			
TMM				
URBI	Distintivo ESR /Mejores Prácticas de RS: Modelo de financiamiento para adquirir créditos hipotecarios / Impulso a PYMES / 27 27 27 acciones de apoyo a la comunidad	G PE	G	G PE
	Total Gestión	G (11)	G (15)	G (12)
	Total Programas Especiales	PE (3)	PE (4)	P (6)

Fuente: Elaboración propia

### Discusión

La proporción entre las empresas que tienen certificaciones (57.69%) y las que no tienen (41.31%), es bastante equilibrada. Este resultado indica que el grado de implementación de la RSC en las empresas industriales de esta base de datos (BMV) es muy bajo aún.

De las 11 empresas que no presentan acreditaciones en RSC, se tienen los siguientes hallazgos después de buscar más información en otros documentos, con el objeto de identificar elementos que indiquen la intención de estas empresas de implementar la RSC:

PYP tenía su página en construcción, por lo cual no se obtuvo información.

IDEAL y CARSO cumplen con la RSC a través de la Fundación Telmex y la Fundación Carlos Slim, cuyo enfoque es predominantemente social. En el caso de CARSO con esta acción incrementa participación en RSC, pues si muestra certificados en RSC en materia medioambiental.

En el caso de Promotora Ambiental, empresa dedicada a soluciones ambientales, participa en programas de Responsabilidad Social, tales como Limpieza de Playas y áreas naturales, talleres sobre negocios verdes y otros, mismos que publica en la revista PasaRSE. Las empresas de este giro también tienen impacto ambiental y deberían incluir en su gestión la RSC.

En el caso de DINE no tiene certificaciones, sin embargo, tiene un código de ética en el que declaran interés por cuestiones sociales y medioambientales, lo que indica que está en proceso de implementación de RSC.

SARE Se encuentra implementando los criterios del Distintivo ESR.

Se encontraron casos en que las empresas declaran inclusión de la RSC en la misión, visión y valores, sin embargo no hay respaldo en su gestión, en programas especiales, certificaciones, informe de sustentabilidad que permita corroborarlo.

Sólo cuatro de las empresas estudiadas presentan su informe de sustentabilidad: ALFA, ASUR, CERAMIC Y HOMEX.

La mayoría de las empresas declaran en su informe anual 2008 que cumplen con las regulaciones medioambientales, se entiende que realizan un esfuerzo mínimo aceptable u obligatorio para operar, tal es el caso de los estudios de impacto ambiental.

Al centrar la investigación en la información publicada vía electrónica en su página web, no se consideró otra información que no fue publicada en este medio.

## **Conclusiones**

Si el objetivo era comprobar el grado de comportamiento socialmente responsable de las empresas industriales que cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores, fundamentado en sus acreditaciones y después de revisar y analizar sus páginas web se puede concluir que:

El 57.69% de las empresas industriales emisoras en la BMV, son las que avalan su comportamiento socialmente responsable mediante alguna certificación. Entre las acreditaciones que han obtenido se encuentran principalmente: Distintivo de Empresa Socialmente Responsable, ISO 14001, Distintivo Mejores Prácticas, Adhesión al Pacto Mundial e Industria Limpia.

No se puede asegurar que sea consecuencia de un compromiso ético cada vez mayor de las empresas con su entorno o resultado de presiones de sus grupos de interés, sin embargo es posible observar que el tema es reconocido e implementado en México.

La participación de las empresas mexicanas en la economía global, las está enfrentando a diversas presiones de sus grupos de interés; que demandan, además de la calidad de productos y servicios, que sus procesos y políticas de trabajo cumplan con requerimientos legales y socialmente responsables. En el contexto internacional existen una serie de instancias que promueven la adopción de modelos de RSC, (ISO 14001, EMAS, GRI, Pacto Mundial). Ante este panorama, un país como México tendrá que darse prisa en la adopción e implantación de estos modelos.

Líneas de investigación que genera este trabajo:

Utilizando la misma metodología es posible replicar el estudio en los sectores de energía, materiales, servicio y bienes de consumo no básico, productos de consumo frecuente, salud, servicios financieros, tecnologías de la información, servicios de telecomunicaciones y servicios públicos.

Utilizando la misma metodología estudiar otros documentos publicados por las empresas, tal es el caso de los informes de sustentabilidad, informes anuales, códigos de buenas prácticas y códigos de ética.

## Referencias

- Anónimo, (2006). Cadena de valor. *Revista Visión Empresarial*, 115, Mazatlán Sinaloa, México
- Araque Padilla, R. y Montero Simó, M. J. (2006). *La responsabilidad social de la empresa a debate*. Barcelona: Icaria Editorial.
- Bestratén, M. y Pujol L. (2004). NTP 643: *Responsabilidad Social de las empresas (I): conceptos generales*. [en línea] Instituto Nacional de Seguridad e Higiene en el Trabajo, España
- Buchholz, R.A. y Rosenthal, S.B. (2001). Responsabilidad Social y Ética en los Negocios. En Frederick R. E., (Coordinador): *La ética en los negocios*. México: Oxford University Press de México
- Carroll, A.B. (2001). La ética en la administración. En Frederick R.E. (Coordinador) *La ética en los negocios*. México: Oxford University Press de México
- Comisión de las Comunidades Europeas, (2001). “Libro Verde”. [en línea] Comisión de las Comunidades Europeas. Recuperado 10 de marzo de 2009
- Gray, R.; Owen, D. y Adams, C. (1996). *Accounting and Accountability. Changes and Challenges in Corporate Social Reporting and Environmental Reporting*. Prentice Hall
- Krippendorff, K. (1990). *Metodología de análisis de contenido: teoría y práctica*. Barcelona: Paidós.
- Larrinaga, Moneva, Llena, Carrasco, Correa. (2002). *Regulación Contable de la Información Medioambiental. Normativa Española e Internacional*. Madrid: Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas.
- Martínez, D. (2007). *La responsabilidad social empresarial, el papel de los gobiernos, los organismos multilaterales y las ONG's*. Universidad de Anáhuac, 4 - 15.
- Moneva, J. (2005). Información sobre responsabilidad social corporativa: situación y tendencias. *Revista Asturiana de Economía*, 34, 43-67.
- Perdiguero, T. (2003). *La responsabilidad social de las empresas en un mundo global*. Barcelona: Editorial Anagrama.
- Porto, N. y Castromán, J.L. (2006). Responsabilidad Social un análisis de la situación actual en México y España. *Revista de Contaduría y Administración de la UNAM*, 220, 67-88.
- Vargas, A y Vaca, R.M. (2005). Responsabilidad Social Corporativa y cooperativismo: Vínculos y potencialidades. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 53, 241-260.

## Referencias Electrónicas

consultadas en julio 2010

[www.bmv.com.mx](http://www.bmv.com.mx)

[www.accel.com.mx](http://www.accel.com.mx)

[www.alfa.com.mx](http://www.alfa.com.mx)

[www.consorcioara.com.mx](http://www.consorcioara.com.mx)

[www.asur.com.mx](http://www.asur.com.mx)

[www.interceramic.com](http://www.interceramic.com)

[www.ccicsa.com.mx](http://www.ccicsa.com.mx)

[www.dine.com.mx](http://www.dine.com.mx)

[www.aeropuertosgap.com.mx](http://www.aeropuertosgap.com.mx)

[www.gcarso.com.mx](http://www.gcarso.com.mx)

[www.casasgeo.com](http://www.casasgeo.com)

[www.gis.com.mx](http://www.gis.com.mx)

[www.gmd.com.mx](http://www.gmd.com.mx)

[www.gmdresorts.com](http://www.gmdresorts.com)

[WWW.HOGAR.COM.MX](http://WWW.HOGAR.COM.MX)

[www.homex.com.mx](http://www.homex.com.mx)

[www.ica.com.mx](http://www.ica.com.mx)

[www.Ideal.com.mx](http://www.Ideal.com.mx)

[www.kuo.com.mx](http://www.kuo.com.mx)

[www.lamosa.com](http://www.lamosa.com)

[www.oma.aero](http://www.oma.aero)

[www.gen.tv](http://www.gen.tv)

[www.pinfra.com.mx](http://www.pinfra.com.mx)

[www.pypsa.com.mx](http://www.pypsa.com.mx)

[www.sare.com.mx](http://www.sare.com.mx)

[www.grupotmm.com.mx](http://www.grupotmm.com.mx)

[www.urbi.com](http://www.urbi.com)