# Perspectivas de la RSC y la Sustentabilidad 2013

■ 12 personajes del ámbito disertando sobre el presente y futuro de la RSC y la Sustentabilidad

Un paper de





# ¿Por qué este Paper?

Desde **Expok** continuamos con el afán de impulsar los temas relacionados a la **Responsabilidad Corporativa y a la Sustentabilidad,** y con esta base es que nos dimos a la tarea de solicitar a 15 personajes del ámbito a expresar su opinión, respondiendo en 250 palabras aproximadamente, dos preguntas:

- · ¿Cuál es el panorama actual de la RSE y/o la sustentabilidad?
- · ¿Qué es lo que vislumbra para el 2013 y en adelante para este tema?

El resultado es un compilación de **12 respuestas**, algunas enfocadas desde una perspectiva personal y otras alineadas a posturas empresariales.

El total de ellas, sin edición alguna lo exponemos a continuación en este **Expok Paper** que aprovechando el inicio de este año 2013 pretende servir como un punto de vista actual y a futuro de la **Responsabilidad Corporativa y la Sustentabilidad**, desde la perspectiva de quienes están inmersos en el tema desde diversos frentes: el empresarial, académico, institucional e incluso periodístico.

Aprovechamos para invitar a los lectores a que si tuvieran algún comentario respecto de alguna participación en específico o del documento de forma integral siéntanse con la libertad de enviarnos un correo a la dirección: sintesis@expok.com.mx.

Nos encantará tener su retroalimentación.







### Helena Ancos

Consultora en RSC y Directora del Área de RSC del Instituto Complutense de Estudios Internacionales. Universidad Complutense de Madrid.

#### ¿Cuál es el panorama actual de la RSE y/o la sustentabilidad?

No cabe generalizar por zonas geográficas ni por sectores pero a grandes rasgos podríamos destacar algunos aspectos.

En primer lugar en cuanto a la transparencia, las empresas continúan avanzando en la redacción de informes de sostenibilidad pero falta todavía madurez y el vínculo necesario entre materialidad y sostenibilidad. Se ha dado una auténtica eclosión de informes sin los consecuentes avances en sostenibilidad y un descreme de los temas relevantes a favor de las cuestiones más anecdóticas o accesorias pero más amables.

Hasta ahora, constituyen todavía dos vectores muy separados y eso resta credibilidad a las métricas de reputación.

La influencia del consumo responsable se está dejando sentir cada vez con más fuerza y sobre todo, a través del activismo social. Las tecnologías de la información están permitiendo este desarrollo exponencial y recientes campañas como la de denuncia de tejidos tóxicos o de prácticas contables poco éticas se han saldado con una rectificación inmediata de sus políticas por parte de Inditex o Starbucks por ejemplo.

# La influencia del consumo responsable se está dejando sentir cada vez con más fuerza.

Muy ligadas a ello han estado las políticas reputacionales, muy cuidadas por las grandes corporaciones, sobre todo, en la medida que está creciendo la influencia del consumidor responsable en las redes sociales. Precisamente, creo que uno de los caballos de batalla de la RSE ha de ser la reputación, que ha de aportar una mejor alineación de sus resultados con las políticas de sostenibilidad de las empresas. En materia de Derechos Humanos este activismo será mucho más relevante que cualquier iniciativa multilateral.

#### ¿Qué es lo que vislumbra para el 2013 y en adelante para este tema?

En mi opinión habrá varias tendencias. Por una parte, la crisis económica en España favorecerá mejoras en



el gobierno corporativo, pero propiciadas por mayores exigencias regulatorias a nivel europeo y en EEUU. Evidentemente, uno de los sectores más afectados será el sector bancario.

En cuanto a las políticas de reporte, nos encontraremos con la nueva generación de directrices GRI, el GRI 4, y hacia finales de año, con el Informe Integrado que sin duda aportarán mejoras a la integración de criterios sociales, medioambientales, financieros y de gestión.

Veremos también cómo se van abriendo paso las políticas de cuotas en los Consejos de Dirección de las empresas cotizadas en Europa a consecuencia de la Directiva de cuotas comunitaria y cómo afecta la sensibilidad femenina a las políticas corporativas.

Otro ámbito con gran margen para el desarrollo serán los mercados públicos sostenibles y la incorporación de criterios sociales y medioambientales en los procesos de adjudicación de bienes y servicios.

Finalmente la cooperación público privada en la sostenibilidad será fundamental y sobre todo, la búsqueda de coherencia de políticas, que es donde hay un potencial mayor y más convincente para áreas de trabajo comunes.



### La cooperación público privada en la sostenibilidad será fundamental.





# Francisco Chávez Visoso

Relaciones Institucionales en Grupo Bimbo.



#### ¿Cuál es el panorama actual de la RSE y/o la sustentabilidad?

La Responsabilidad Social Empresarial ha avanzado favorablemente, tanto en México como a nivel internacional, a pesar de las complejidades del entorno económico y de la dificultad para equiparar acciones, mediciones y convicciones al respecto.

Actualmente contamos con indicadores internacionales que formalizan y dan rumbo a la Responsabilidad Social y mejor aún, que fungen como insumo para la evaluación de las organizaciones para su ingreso a índices sustentables que convencen a quienes se rigen por indicadores financieros y también a quienes tienen una perspectiva social, ambiental, o quienes apuestan por una fusión de los tres. Así, el mundo cuenta ya con escenarios de convergencia de necesidades, preferencias y visiones. Otras lo han hecho sin convicción o compromiso. Algunos más, como las PYMES, requieren más apoyo para participar sin poner en riesgo su viabilidad.

México tiene recursos, gente trabajadora y oportunidades de crecimiento. Para aprovechar nuestras oportunidades necesitamos integrar la Responsabilidad a nuestras acciones. Y para que tengan impactos tangibles y acelerados, la clave está en la vinculación. La historia nos ha demostrado una y otra vez, que sólo cuando hacemos equipo, alcanzamos resultados que hacen la diferencia.

#### ¿Qué es lo que vislumbra para el 2013 y en adelante para este tema?

Durante 2013, seguiremos integrando la Responsabilidad Social en los procesos de las organizaciones.

#### Para aprovechar nuestras oportunidades necesitamos integrar la Responsabilidad a nuestras acciones.

En México, en el ámbito empresarial, se ha incrementado el número de organizaciones que tienen estos temas en su agenda y que buscan la manera de ser más competitivos en el ámbito. Algunos han desarrollado programas de mucho impacto, sabiendo insertar esta disciplina en su proceso de negocio.

Ahora con la guía GRI G4 y con los avances del Índice Sustentable de la Bolsa Mexicana de Valores, se vislumbra un panorama que convencerá a muchos de sumarse a la Responsabilidad Social.





### Luis Fuentes

#### Comunicación Corporativa, Coca-Cola de México



#### ¿Cuál es el panorama actual de la RSE y/o la sustentabilidad?

En Coca-Cola concebimos a la Responsabilidad Social Corporativa como un conjunto de principios y valores que orientan la gestión del negocio, entendiendo que la Sustentabilidad es el único camino que nos permitirá satisfacer las necesidades del presente sin comprometer las del futuro.

El compromiso y la sostenibilidad han sido la base de nuestra estrategia de negocio por más de 126 años, estamos convencidos de que no es una opción sino un deber que tenemos que atender, sobre todo si queremos dejar a las próximas generaciones un planeta digno para vivir.

Tenemos la convicción de contribuir en la construcción de un futuro sostenible, es por eso que trabajamos todos los días -a través de Viviendo Positivamente- por hacer al negocio y nuestras marcas más sustentables, además de buscar inspirar a nuestros consumidores a adoptar conductas sostenibles, centrándonos en aquellos rubros en los que tenemos mayor oportunidad de incidir y generar un cambio positivo.

Ejemplo de ello es la inversión de más de \$8,000 millones de dólares que hemos hecho en los últimos ocho años en México, lo que nos ha convertido en

# Las iniciativas de sustentabilidad son y seguirán siendo una prioridad estratégica para nuestro negocio.

De tal forma que, en las cuatro principales áreas de interés - administración del agua, eficiencia energética y protección climática, empaques sustentables y bienestar de las comunidades- de nuestra plataforma global de sustentabilidad, Viviendo Positivamente, reiteramos nuestro compromiso constante con el crecimiento social, ambiental y económico de las comunidades a las que pertenecemos.

una de las empresas más involucradas en el impulso de proyectos dirigidos al cuidado del entorno, fomento a la educación, desarrollo científico y tecnológico, así como en la generación de empleos y espacios que promueven la convivencia y unión familiar.



#### ¿Qué es lo que vislumbra para el 2013 y en adelante para este tema?

Sabemos que estamos en un mundo globalizado y de personas interconectados que están en contacto con nuestras marcas en todo momento, consumidores cada día más preocupados por el planeta y que quieren tomar acción de mano de marcas como Coca-Cola para hacer una diferencia positiva.

Las empresas ya vemos los enormes beneficios de adoptar medidas sostenibles, pero sabemos que tenemos que seguir trabajando por hacer algo más que eso, tenemos que fomentar el consumo sustentable, se necesitan consumidores que también estén dispuestos a actuar. Es por eso que durante 2013 continuaremos esforzándonos por compartir una actitud positiva en cada una de nuestras actividades a través de los programas que tenemos en marcha y nuevos proyectos que estaremos desarrollando, a fin de alcanzar los retadores objetivos de crecimiento enmarcados en nuestra Visión 2020.

Seguiremos uniendo esfuerzos con entidades comprometidas con el desarrollo sustentable, entendiendo que sólo así, unidos sector público, social y empresarial es como alcanzaremos nuestras metas. El Programa Nacional de Reforestación y Cosecha de Agua (http://goo.gl/wdaAG), proyecto en el que trabajamos con la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales, la Comisión Nacional Forestal, la Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas y Pronatura, nos demuestra que es el Triángulo de Oro, como lo hemos denominado, el camino que debemos seguir.

Las iniciativas de sustentabilidad son y seguirán siendo una prioridad estratégica para nuestro negocio, pues mas allá de concebirlas como una ventaja competitiva, las entendemos y adoptamos como el vehículo idóneo que nos permite dirigir nuestros esfuerzos hacia la creación de acciones significativas en pro de las generaciones actuales y futuras.







# Mauricio Lara González Lara

Autor del primer libro de RSE en México

#### ¿Cuál es el panorama actual de la RSE y/o la sustentabilidad?

Yo no visualizo a la RSE como sinónimo de sustentabilidad. La primera es una cultura de gestión que contempla varios vectores, la segunda, en cambio, se centra en la viabilidad del uso de los recursos de una empresa y el mundo en el mediano y largo plazos. La primera se relaciona con ética y toma de decisiones, con condiciones de justicia y desarrollo; la segunda se centra casi exclusivamente en el aspecto ecológico, en si los recursos son usados de una manera sustentable para el futuro.

discordancia entre el mundo de fantasía creado por la ligereza con la que se ostentan los distintivos y la realidad percibida por la opinión pública plantea un riesgo peligroso: desvirtuar la conveniencia de ser socialmente responsable y descalificar todo esfuerzo de RSE como una acción de relaciones públicas. Hay que salvar a la RSE de esta trampa a través de una gestión empresarial honesta y consciente de su compromiso con la sociedad.

#### Si una empresa no es transparente en todos sus procesos, el consumidor terminará por cobrarle la factura de su opacidad.

La medición de la primera es difícil y ambigua; la segunda, en cambio, puede ser evaluada de una manera rigurosa. Esa diferenciación, de hecho, es un factor que define el panorama de la RSE en la actualidad.

Dicho esto, para la RSE el panorama luce complicado. Los consumidores son cada vez más demandantes. La

#### ¿Qué es lo que vislumbra para el 2013 y en adelante para este tema?

Transparencia, transparencia y transparencia. No importa qué tanto inviertan las empresas en sus fundaciones, o qué tanto dinero destinen a programas de beneficencia, si una empresa no es transparente en todos sus procesos, el consumidor terminará por cobrarle la factura de su opacidad.







# Lorena Guillé-Laris

Directora de RSC y Directora Ejecutiva de Fundación Cinépolis



#### ¿Cuál es el panorama actual de la RSE y/o la sustentabilidad?

Las empresas mexicanas y las trasnacionales con base en nuestro país han asumido un compromiso más auténtico y sólido hacia la Responsabilidad Social en los últimos cinco años. Sin importar si su motivo para hacerlo proviene de una obligación moral, una licencia para operar, un tema de imagen y reputación, o bien, un tema de sustentabilidad económica, muchas están redoblando esfuerzos para utilizar sus capacidades, talentos y recursos de manera más responsable, colaborativa y humana. Se están vinculando con causas relacionadas a su core business, incluyendo la estrategia de responsabilidad social en su modelo estratégico de negocio, e inclusive, destinando y

sectores de la sociedad como camino clave para construir democracia. El sector social está comenzando a organizarse mejor y a ser un contrapeso en las decisiones movidas por el sector económico y político.

En nuestro país la sociedad observa ya con mayor cuidado no sólo el comportamiento ético de las empresas sino también su compromiso ante las necesidades de las comunidades donde operan, ante sus empleados y el medio ambiente. Quienes no responden a ello se enfrentan a la desilusión de sus consumidores, falta de compromiso y de confianza

#### Los consumidores han integrado en su decisión de compra el "propósito" del producto o servicio a consumir, más allá de decidir en base al precio.

desarrollando a un equipo dedicado a impulsar en sus organizaciones dicha estrategia como elemento clave de su sustentabilidad, como lo ha hecho Cinépolis.

Elemento importante es también la sociedad. Esta demanda de manera más determinada y constante una mejor interacción y articulación entre los tres hacia sus marcas. Es así que los consumidores ya han integrado en su decisión de compra el "propósito" del producto o servicio a consumir, más allá de decidir solamente en base a precio y calidad.

A la par están surgiendo en México las empresas productivas orientadas a generar valor en la sociedad, y que si bien tienen como objetivo ser



rentables, la causa que persiguen es aún más poderosa: su éxito está en transformar una realidad social por encima del dinero que generan. Caso ejemplar es **salaUno**, empresa social dedicada a brindar servicios de salud visual a bajo costo a la sociedad mexicana, que desde su origen ha sido apoyada con recursos económicos y talento por Fundación Cinépolis como una forma más de ser congruentes con la responsabilidad social de la empresa y por ser su modelo de negocio una solución viable para el problema que Cinépolis como empresa ha adoptado como su causa: la ceguera por catarata. **SalaUno** fue recién reconocida con el Premio Emprendedores del año 2012 por Grupo Expansión y una de las mejores empresas sociales del mundo por Endeavour.

#### ¿Qué es lo que vislumbra para el 2013 y en adelante para este tema?

Dado que la necesidad también se está globalizando, y son ya un factor común en el mundo la falta de recursos suficientes para servicios médicos, alimentación, entretenimiento e inclusive ayudar a alguna causa social, la forma de vivir la responsabilidad social tanto por parte de la sociedad como de las empresas está cambiando.

Los consumidores en el mundo comienzan a tener mayor sensibilidad respecto a las necesidades de otros, mismas que en muchos casos ya han hecho lencia operativa, debe procurarse un desempeño sustentable balanceando el valor económico, social y ambiental que genera la empresa.

- 3. Hacer consciente a los consumidores de los esfuerzos a favor de la sociedad comunicando más y mejor.
- 4. Comprender que tener una licencia para operar ya no será suficiente, las empresas deberán ganarse una "licencia para liderar" que va más allá de imperativos operativos y diferenciadores sociales, es una licencia moral.

A nivel sociedad debemos estar conscientes que debemos fortalecernos como sociedad civil organizada, colaborando más entre sectores, encontrando en la diversidad, puntos en común sobre los cuales trabajar juntos y compartiendo con la sociedad intangibles como el conocimiento, sabiduría y experiencia, como elemento indispensable para un cambio transformacional y sustentable en el mundo. No se trata de dinero. Sin un liderazgo adecuado, la gente correcta en el lugar correcto, estrategias probadas y gran persistencia, sumada a una fuerte convicción, gran amor, esperanza y optimismo, el dinero por sí solo no es nada.

## Ya no es suficiente lograr la excelencia operativa, debe procurarse un desempeño sustentable.

suyas, con lo que están tomando decisiones de compra más orientadas al propósito social del producto o servicio que nunca antes.

Esto está llevando a nuevos retos a las empresas, entre ellos:

- 1. Reorientar su estrategia de marca al propósito que ofrece su producto o servicio.
- 2. Entender que ya no es suficiente lograr la exce-







### Martha Herrera

Directora Global de Responsabilidad Social de CEMEX.



#### ¿Cuál es el panorama actual de la RSE y/o la sustentabilidad?

Existe consenso de que todas las empresas deben ser socialmente responsables si desean ser sustentables. Sin embargo, es necesario trabajar por una nueva visión de lo que representa la RSE, en la que se enfatice la trascendencia del trabajo sustentable en el mediano y largo plazos, implementar nuevos modelos de negocio, crear plataformas de investigación y un nuevo modelo de gestión para nuestros negocios, en donde los empleados incorporemos una dimensipon social a nuestra propuesta de valor. La RSE debe ser intrínseca al negocio, y no ajena a éste. Además, las empresas tienen que dejar de ver sus iniciativas filantrópicas ajenas al proceso de gestión. La RSE debe forme parte integral de las estrategias de negocio y planeación.

y sostenibles, por ello es de vital importancia estrechar relaciones y potenciar el diálogo; empatar las necesidades de nuestros grupos de interés con nuestros valores y misión. Clientes, accionistas, colaboradores, proveedores, comunidades y la sociedad en general esperan de nosotros el más alto rendimiento y la ética más elevada, por lo que debemos de asumir nuestro nuevo rol y nueva forma de relacionarnos con todos ellos y lograr Transformar para trascender.

#### ¿Qué es lo que vislumbra para el 2013 y en adelante para este tema?

En CEMEX tenemos la mira algunos retos que nos motivan:

### La generacion de confianza y el establecimiento de puentes entre los actores se vuelve primordial.

El papel que nos corresponde como iniciativa privada es ser un agente positivo, un vecino por elección, que lidere proactivamente la creación de espacios participativos, vinculantes, efectivos, transparentes e inclusivos, que comparta experiencia y genere valor para la sociedad. El trabajo en conjunto contribuye a lograr sociedades más prosperas, equitativas, democráticas

-El implementar un análisis de los procesos internos a través de la guía ISO 26000, que propicia la mejora continua y la comparación con las mejores prácticas globales en materia de RS. -continuar fortaleciendo el desempeño de nuestras organizaciones frente a nuestra cadena de valor, mediante prácticas como la transferencia de conocimiento E impulsandolas para



que adopten modelos de gestión responsable.

-seguir promoviendo el desarrollo de proyectos innovadores en conjunto con la población más vulnerable, a través de propuestas novedosas de creación de valor orientadas a impulsar el crecimiento económico, la transferencia tecnológica, la inversión social y la preservación de los recursos naturales en México.

-alinear nuestros objetivos a nuestra estrategia de negocio y que al mismo tiempo cierren la brecha de las expectativas de nuestras partes interesadas, con acciones muy claras para una implementación efectiva y eficiente.

-el desarrollo de un entorno de políticas públicas conducente así como el promover cambios sistémi-

cos a través de alianzas público-privadas que generen modelos de alto impacto, escalables, medibles y sustentables.

-seguir poniendo a la personas en el centro de toda nuestra actividad. Buscando motivarlas, incentivarlas, capacitarlas, cuidando de su bienestar, salud, seguridad y calidad de vida en general. Y el gran reto es ser congruentes y empezar por nosotros mismos.

Nuestra sociedad necesita de ciudadanos, empresas e instituciones comprometidos con el desarrollo sostenible y que se involucren directamente en la solución de sus problemas, por lo que la generacion de confianza y el establecimiento de puentes entre los mismos actores se vuelve primordial.







# Miguel Angel Laporta

**Director de Sustentabilidad Corporativa de HSBC México** 



#### Para HSBC, la sustentabilidad es una forma responsable de hacer negocios globalmente.

Ser el banco sustentable de México significa mucho más que una declaración: involucra un quehacer comprometido con nuestros grupos de interés, a través de acciones en favor de la educación, la comunidad y el medio ambiente. Sabemos que las iniciativas que tracemos hoy se verán reflejadas en un mejor futuro para las próximas generaciones.

Sin duda, son muchos los problemas que aquejan a nuestro país, pero en HSBC estamos convencidos de que sólo acciones concertadas y puntuales podrán derivar en respuestas eficaces que tengan repercusiones de largo plazo. la experiencia e infraestructura necesarias, ya sea para diseñar con ellas programas que atiendan los problemas en las áreas de interés del banco o bien apoyando a instituciones que cuentan con proyectos afines. Con ello, aumentamos el impacto de las acciones y ayudamos a trazar un futuro más prometedor para las comunidades donde tenemos presencia.

Dado que en HSBC consideramos que la educación es fundamental para elevar la calidad de vida de las comunidades, apoyamos diversos programas en este rubro.

# Sólo acciones concertadas y puntuales podrán derivar en respuestas eficaces.

Por ello, mantenemos un diálogo constante con nuestros clientes, organizaciones de la sociedad civil, inversionistas y empleados entre otros, para conocer de cerca sus necesidades y expectativas y diseñar así programas bien enfocados y de mayor eficacia.

Para evitar dispersar esfuerzos, nos vinculamos con organizaciones de la sociedad civil que cuentan con

Nuestro programa bandera es Sólo Levanta la Mano, en alianza con Fundación Lazos y Fundación ARA, mediante el cual buscamos promover la transformación de comunidades escolares, impulsando una educación integral que mejore la calidad educativa en el país y disminuya los índices de deserción escolar. Con el apoyo de clientes y voluntarios, apadrinamos a niños para que puedan continuar sus



estudios y mejoramos la infraestructura de escuelas.

También, con la participación de colaboradores y voluntarios de HSBC, impartimos cursos de educación financiera a niños de quinto y sexto año de primaria a través del programa Más Allá del Dinero, administrado junto con Junior Achievement Worldwide. Con este programa global, los pequeños aprenden lo que significa ganar, gastar, compartir, administrar y ahorrar dinero.

En cuanto al cuidado del medio ambiente, trabajamos desde diversos frentes:

Mediante HSBC Climate Partnership, programa ambiental global de HSBC, apoyamos diversos programas y acciones con la meta de reducir el impacto del cambio climático en bosques, agua y ciudades, así como de acelerar el proceso de adopción de políticas para reducir las emisiones de carbono. Al haber llegado al final de su ciclo de cinco años, y dada su importancia, este proyecto se continuará en México con el nombre de HSBC Cuida tu Ambiente. A través del Proyecto Verde de HSBC Seguros, apoyamos distintos bosques urbanos que representan importantes pulmones en diferentes urbes del país: el Distrito Federal, Monterrey, Guadalajara y Toluca.

Otra importante manera de apoyar nuestra afirmación de ser un banco sustentable es garantizando que los proyectos que financiamos dentro de nuestro portafolio de crédito se desarrollen de manera social y ambientalmente responsable.

En el aspecto social, apoyamos proyectos de impacto social en más de 15 estados del país, que fomentan la integración social y elevan la calidad de vida en las comunidades. Asimismo, como reflejo de nuestra política de no discriminación, generamos empleos para personas con discapacidad.

Indudablemente, la participación de nuestros clientes ha sido vital para la realización de estos proyectos. Sus aportaciones a las diversas campañas son un pilar invaluable y estamos convencidos de que juntos podremos seguir atendiendo y apoyando muchos proyectos más y así trazar un mejor futuro para nuestro país.

## La participación de nuestros clientes ha sido vital para la realización de estos proyectos.

Para medir el impacto de nuestras operaciones cotidianas, generamos un inventario de los impactos directos: consumo de energía y agua, y generación de desechos y CO2 en todas nuestras sucursales y oficinas. Además, adoptamos medidas para reducir el consumo eléctrico, tales como instalación de paneles solares, nuevas tecnologías de iluminación e integración de energías renovables. También contamos con programas para la reducción en el consumo de agua y la generación de desechos, así como acciones para el manejo adecuado de estos últimos.







# Nina Mayagoitia

Gerente de Comunicación y Sustentabilidad



La RSE, como concepto, se ha acotado a una visión limitada de las empresas en un contexto de beneficio a terceros; apoyo y beneficio directo a las comunidades en las que operan y de forma paralela una reducción del impacto al medio ambiente. No se ha asumido el rol que tienen el resto de los actores sociales, al mismo nivel de las empresas, o la fuente de los recursos indispensables para llevar a cabo estas acciones. Desafortunadamente nos hemos encargado de que el concepto esté ya desgastado y pareciera como sin valor, al menos percibido.

El enfoque de sustentabilidad, me parece que engloba de forma más integral una visión de crecimiento simultáneo para la empresa, la comunidad y el medio ambiente entre todos los actores y variables que intervienen en el crecimiento.

social y medioambiental mais o menos demandantes; pero en todo caso dependiente del actuar (o no) de quien pretende mantenerse operando y además creciendo.

Sustentabilidad es mantenerse en el tiempo, para lograrlo debe satisfacer sus necesidades de forma óptima; para poder dar, primero hay que tener y para tener primero hay que ser, de ahí que sea igualmente importante el "que" y el "como" se llevan acabo todas y cada una de las acciones.

Sustentabilidad, engloba de forma más integral una visión de crecimiento simultaneo para la empresa, la comunidad y el medio ambiente.

¿En dónde está la diferencia? En que para cada uno hay un beneficio directo, en unos casos tangible y en otros intangible, pero igualmente valioso y trascendente para mantener la operación de la empresa, institución o asociación en un entorno





Claramente los consumidores están cada vez más interesados en lo que sus marcas ofrecen para satisfacer sus necesidades, pero no sólo eso, también están atentos en cómo lo hacen y de qué forma atienden u omiten aspectos medioambientales y/o sociales que finalmente nos benefician o afectan a todos, en consecuencia son premiadas o castigadas.

La comprensión de la responsabilidad y la necesaria transparencia derivada del concepto "sustentabilidad" serán desde mi óptica el reto del 2013, todos tenemos un rol y una responsabilidad en que suceda.

Para **Cuauhtémoc Moctezuma** la consistencia y transparencia en la generación de valor económico y social por más de 120 años es un compromiso permanente expresado a través de las acciones diarias a lo largo de la operación y de toda la cadena de valor.

Brindar un mejor futuro a través de cada acción, cada programa y de cada marca es parte de ese compromiso.



# Brindando un mejor futuro



PART OF THE HEINEKEN COMPANY





### Gustavo Pérez Berlanga

Director de Responsabilidad Social y Universidad Toks.



#### ¿Cuál es el panorama actual de la RSE y/o la sustentabilidad?

Viendo el vaso medio lleno, la responsabilidad toma fuerza cada día más, las empresas que cuentan con el distintivo de ESR del Cemefi llegaron a su máximo histórico en el 2102 además que los participantes del Pacto Mundial en México crecieron más del doble en los últimos dos años, para posicionarse como la quinta red más numerosa a nivel mundial.

Empresas maduras en RSE: estas empresas se especializarán cada vez más en proyectos sociales y/o ambientales llevando el liderazgo que se convertirán en referencia en su industria. Un ejemplo de esto puede ser el consolidar una cadena de suministro sustentable.

Empresas aprendices: irán consolidando sus proyectos de acuerdo a sus intereses y estrategias de negocio, irán madurando en el tema con impactos positivos cada vez mayores.

### Las empresas maduras en RSE se especializarán cada vez más en proyectos sociales y/o ambientales.

Sin embargo, considerando el vaso medio vacío, el que apenas unos centenares de empresas tengan acciones visibles de responsabilidad social y/o sustentabilidad siendo que en este país se cuentan con más de 4 millones de entidades económicas, el reto de que las empresas de todos los tamaños, giros y alcances incorporen acciones sociales o ambientales a su estrategia de negocios es un reto enorme.

#### ¿Qué es lo que vislumbra para el 2013 y en adelante para este tema?

Yo vislumbro diferentes escenarios dependiendo el grado de avance de las empresas en el tema, no solamente en México, sino en todo el mundo:

Empresas que no tienen considerada la responsabilidad social: este grupo permanecerá ajeno al tema en su gran mayoría por diversos motivos: desinterés, ocupaciones en otros aspectos (como mantenerse en el mercado), bajo impacto de la RSE en sus operaciones, etc.

El reto es llevar a las empresas 3 a la etapa 2 y a las de la etapa 2 a la etapa 1.





# Rodolfo Sagahón Velasco

Coordinador del Pacto Mundial en México.



#### ¿Cuál es el panorama actual de la RSE y/o la sustentabilidad?

México es un país con historia en materia de Responsabilidad Social Empresarial (RSE). En la actualidad hay un número relevante de empresas que llevan participando por más de 10 años en iniciativas nacionales e internacionales de RSE. Cada vez hay mas empresas con gerencias o direcciones que revisan y operan asuntos de sustentabilidad desde una perspectiva más estratégica y menos filantrópica. A nivel internacional, México ocupa los primeros lugares en número de participantes en el Pacto Mundial de las Naciones Unidas y es un país presente en los diálogos permanentes de esta iniciativa y de otras como Global Reporting Initiative (GRI), ISO26000 y las directrices de la OCDE en materia de RSE.

empresas vean en la transparencia un activo muy importante que puede reducir riesgos y darle nuevas oportunidades de negocio en el futuro cercano.

#### ¿Qué es lo que vislumbra para el 2013 y en adelante para este tema?

Las empresas encontrarán – a través del diálogo con sus grupos de interés- su vocación en materia de sustentabilidad. Es decir, aquellos temas específicos que generan valor a todos los actores relacionados con el negocio.

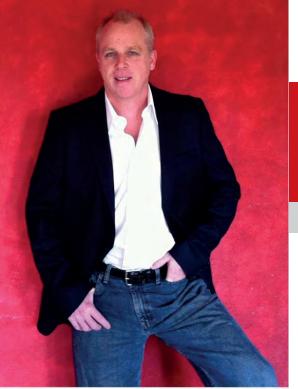
Este enfoque más específico de la RSE, provocará que las empresas formen alianzas con actores guberna-

#### México ocupa los primeros lugares en número de participantes en el Pacto Mundial de las Naciones Unidas.

Este 2012 ha marcado un parte aguas muy interesante ya que los grandes actores de la RSE (empresas y OSCs) se han encargado de desarrollar, mejorar y usar las herramientas que al día de hoy nos marcan una guía muy sólida y complementaria sobre el enfoque que deben tener las empresas sustentables del futuro. Por otro lado, los avances tecnológicos en materia de comunicación han provocado que las

mentales, organizaciones de desarrollo y la sociedad civil en vías de cumplir objetivos comunes a mediano y largo plazo. Las alianzas dejarán de ser "filantrópicas" (es decir, esfuerzos discretos enfocados en contribuciones financieras y relaciones públicas) y se convertirán en "Alianzas para la Transformación", que son aquellas alianzas multidisciplinarias donde todos ganan; que buscan cambiar las reglas del mercado y la normativa.





# Marc de Sousa Shields

#### Socio fundador de ES Global



#### El amanecer en el Siglo Sustentable

Doce años dentro de la Revolución Industrial y la "spinning mule" de Crompton y el motor de vapor de Watt estaban a años de ser patentados. Dentro de los próximos 25 años la cara de las economías de occidente cambiaría para siempre.

Doce años dentro del Siglo Sustentable la tendencias de consumo, las tragedias industriales, la insuficiencia de recursos, certificaciones de sustentabilidad, regulación gubernamental y la presión de los grupos de interés (con ayuda de una pequeña cosa llamada Internet), conspiraron para hacer de la sustentabilidad algo que las empresas simplemente no pudieran ignorar.

obtenidas de parte de las estrategias de sustentabilidad que pueden resultar en una ventaja competitiva independiente (Nike, Marks y Spencer) y mejoramiento exponencial del Valor de Marca en RSE (CEMEX, EcoPetrol).

Como vimos en 2012, la RSE no se trata de hacer una u otra cosa bien, se trata de hacer muchas cosas bien al momento. Sólo pregúntenle a Wal-Mart acerca de su programa anti-sobornos de \$200 MDD (y miles de millones de USD en multas potenciales); o British Petroleum, de quien las facturas legales superaron los \$60 MMDD en 2012.

### Cambio sustancial en 2013: la "sustentabilización" de las cadenas de suministro.

Pero no saquemos el corcho de la champaña aún.

Las muchas buenas acciones de donación y los programas de ahorro de los Grandes Cuatro (H20, CO2, Energía, Uso de recursos) ayudaron a las compañías a avanzar en su rendimiento de RSE en 2012, pero pocas están visualizando ganancias de ser

Las trágicas pérdidas de vidas humanas en diversos incendios en plantas Asiáticas nos recuerdan mucho de los vestigios de la era industrial, particularmente en los países en vías de desarrollo. Estos tristes acontecimientos llevan consigo un cambio sustancial en 2013: la "sustentabilización" de las cadenas de suministro (S2SC). Liderado por el GRI G4, el S2SC, como el

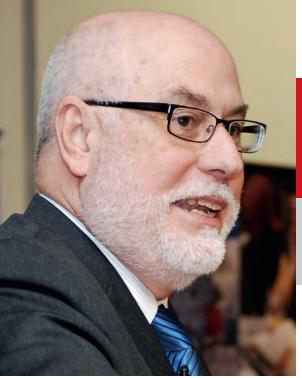


vapor en la década de 1750, revolucionará la sustentabilidad en economías en desarrollo afectando a las firmas líderes y pequeñas por igual.

La mayoría de las compañías de los países en desarrollo adoptarán obstinadamente la práctica de negocios del Siglo XX, pero sólo unos cuantos iluminados –quizá a través de un nuevo conocimiento Mayabuscarán de maximizar los retornos, el valor corporativo y los impactos a través de la sustentabilidad. Veremos muchas y buenas semillas de esta conducta trascendental sembrada en 2013.

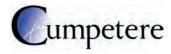






# Antonio Vives

Profesor consultor en la Universidad de Stanford. Socio Principal de Cumpetere.



#### ¿Cuál es el panorama actual de la RSE y/o la sustentabilidad?

En los países de América Latina nos encontramos en etapa de máxima confusión. Quién superficialmente mire la gran cantidad de conferencias, la proliferación de consultorías y publicaciones, la explosión de comunicaciones sociales en Twitter, en blogs, en sitios de internet, hasta la limitada cobertura mediática, podría pensar que el tema está completamente arraigado, que hemos superado la etapa inicial de incertidumbre, que estamos llegando a la etapa de una implementación sistemática de prácticas responsables. Muchos de esos avances son más aparentes que reales. En la región hay una gran brecha entre retórica y práctica, tanto a nivel del mercado como a nivel de la empresa.

#### ¿Qué es lo que vislumbra para el 2013 y en adelante para este tema?

Más de lo mismo. Lo se necesita es la implementación sistemática, continua y automática de prácticas responsables en las empresas.

Que no sean acciones puntuales, especiales, llevadas a cabo para poderlas reportar o en ocasión de un evento especial. En esto estamos muy atrasados pero es de esperar que en los próximos años los esfuerzos que se han llevado a cabo a todos los niveles comiencen a rendir frutos.

Aunque América Latina continuará avanzando a varias velocidades. Por una parte las grandes empresas expuestas a la globalización, que nos dan la impresión de progreso, y por otra parte el otro 99% de las empresas que operan en entornos mayormente locales y que están en etapa incipiente.

Necesitamos que los consumidores, los medios, los gobiernos, la sociedad civil, los dueños y dirigentes y los mercados financieros, entre otros, exijan prácticas responsables a cambio de su apoyo.



# **Enero 2013**

