

DICTAMEN DEL ETHOS: AVANCES HACIA UNA PROPUESTA

LC. Juan Gabriel Mora Guzmán
gabrielmoraguzman@hotmail.fr

LD. Rosa María Cuellar Gutiérrez
cueilar2409@hotmail.com

LDG. Christian Cruz Castro
christiancruz3@yahoo.com

Fecha de Recepción: 13.01.2014

Fecha de Aceptación: 11.03.2014

Resumen

En México, las problemática económica, social y medioambiental van en aumento. El debilitamiento del Estado derivado de políticas neoliberales, entre otros factores, ha permitido que la Iniciativa privada en la búsqueda de beneficios económicos se aleje de principios rectores que no perjudiquen a la sociedad y el medio ambiente. El dictamen del Ethos, se concibe como un tipo de auditoría ética de realización opcional que puede proporcionar beneficios fiscales, así mediante la investigación documental se presenta una propuesta que evite la coerción, salve la generación de tensiones entre el Estado y la iniciativa privada, diseña estímulos que motiven su adopción y promueve mecanismos que permitan incidir en las decisiones y acciones de la Iniciativa Privada.

Palabras claves: Ética, responsabilidad social, dictamen.

Abstract

In Mexico, the economic, social and environmental problems are increasing. The weakening of the derivative state of neoliberal policies, among other factors, has allowed private initiative in pursuit of economic benefits are away from guiding principles that are not detrimental to society and the environment. The auditor's opinion on the Ethos, is conceived as a kind of optional ethical audit that can provide tax benefits. Documentary research resolved in a proposal that avoids coercion occurs, save the generation of tensions between the state and private initiative, designed stimuli that encourage adoption and promotes mechanisms to influence the decisions and actions of the Private Sector.

Keywords: Ethics, social responsibility, Opinion.

I. Introducción

Este documento forma parte del proyecto "Dictamen del Ethos", que tiene como principio rector: conducir el debate sobre ética en la Iniciativa Privada, objeto de estudio del presente trabajo, hacia el desarrollo de mecanismos y políticas que permitan, sino desplazar (pretensión bastante improbable) al menos mitigar la

lógica hegemónica subyacente en todas las decisiones de la Iniciativa Privada, a saber, la obtención de utilidades, mediante la incorporación en sus procesos decisarios de criterios éticos de responsabilidad social y ambiental.

Al día de hoy se han concretado ya tres textos (el documento actual es el último de ellos), los cuales constituyen las bases de este proyecto. A continuación se describirá brevemente el sentido y el orden de ideas general de cada uno de ellos para que el lector cuente con más argumentos para realizar una valoración propia sobre la urgencia de animar este debate y para que pueda formarse una imagen precisa del contenido e implicaciones de esta propuesta.

I.1 El dictamen del Ethos. Más allá del beneficio económico

El primer texto (Cuellar & Mora, 2013) se propone explicar qué es el Dictamen del Ethos, cuáles son los problemas que atiende y sus causas, y cuál es la gravedad de los mismos. Tal documento concluye con la revisión de una lista de 10 argumentos sobre la conveniencia de la adopción de este Dictamen. Conviene iniciar aquí con la revisión de los problemas que se intentan resolver. Éstos, si bien conllevan manifestaciones de naturaleza diversa en ámbitos distintos, como el económico o el ambiental, tienen un origen común en la acción desregulada de la Iniciativa Privada, en otras palabras, en la liberación de los mercados, producto de la asimetría en la relación entre el Estado y el mercado que comenzó a gestarse a finales de la década de los setentas y que hoy persiste y se reafirma. En breve, esta tiene por elementos el debilitamiento del Estado Nación y el triunfo de la visión económica neoliberal.

Los mercados se fortalecieron, en gran medida, gracias a la tendencia (de alcance global) del Estado delegando varias de sus funciones centrales a la Iniciativa Privada, en particular, la gestión de los recursos de la nación y la prestación de bienes públicos, ambos elementos claves para el desarrollo económico y el bienestar de la población. Los saldos de esta coyuntura son los problemas que interesa atender en este proyecto, entre ellos, la mercantilización de los bienes públicos, el desempleo, el ensanchamiento de las brechas sociales y la contaminación excesiva.

No se intenta sostener que la causa única de todos estos problemas se encuentra en la liberación de los mercados porque ello representa un error de reduccionismo. Lo que se sostiene es que este factor constituye uno de los principales motores de estos problemas. Para soportar esta afirmación se recurre a estadísticas que trazan síntomas diversos en los ámbitos social, económico y ambiental, por citar un ejemplo, de acuerdo con datos recabados sobre el impacto ambiental de la actividad industrial, (Jongitud, 2007) señala que en esta década se perderán alrededor del 20% de todas las formas de vida del planeta. Este dato puede tomarse también como un indicador sobre la gravedad del problema.

La existencia de estos problemas, es la que plantea la urgencia de buscar mecanismos que permitan regular la actividad empresarial. Se considera que la presente iniciativa puede llegar a enfrentar dos grandes obstáculos, por una parte, que la Iniciativa Privada la tome como una trasgresión a sus intereses, como una

suerte de coacción; por otra, que el Estado la considere un riesgo innecesario, pues de adoptarla lo colocaría en una posición de franco enfrentamiento con el sector privado. Con esto en mente, se fijaron cuatro lineamientos para orientar la construcción de una solución, estos son: 1) eliminar el empleo de mecanismos coercitivos, 2) evitar generar tensiones entre el Estado y la iniciativa privada, 3) diseñar estímulos que motiven su adopción, 4) construir mecanismos que permitan incidir en las decisiones y acciones de las empresas privadas.

Este camino condujo a la elaboración de la propuesta del Dictamen del Ethos, el cual en breve, constituye un mecanismo de inspección, vigilancia y control de las actividades de las empresas privadas. En esencia, se aspira introducir en la lógica de las empresas privadas criterios éticos que las sensibilicen sobre los efectos negativos derivados de su búsqueda obsesiva de utilidades, es decir, se pretende que las empresas incorporen en sus procesos de toma de decisión criterios diferentes al económico, tales como, el deterioro ambiental o las crisis de orden social. Este mecanismo consiste en un proceso de auditoría orientado a evaluar criterios éticos y de responsabilidad social. En respuesta al primer lineamiento (citado en el párrafo anterior) se recomienda que su realización sea opcional. En relación con el segundo lineamiento se propone que su ejecución corra a cargo de un tercero que no provenga ni del Estado ni de la Iniciativa Privada. En respuesta al tercer lineamiento se propone el uso de estímulos fiscales. Y por último, en respuesta al cuarto lineamiento se propone incidir en la organización privada mediante su exposición a procesos, normas, reglamentos nacionales e internacionales en materia de ética y responsabilidad social, los cuales estarán incorporados en los criterios y procesos que serán objeto de evaluación y que la empresa deberá implementar para certificarse por el dictamen.

Finalmente en ese primer texto se mencionan diez argumentos a favor de la adopción de este dictamen. Se mencionarán aquí los tres centrales: 1) La sociedad podrá verificar que su gobierno promueve el bien común. 2) Los consumidores podrán identificar y seleccionar aquellos productos y servicios fabricados por empresas que certifiquen seriamente su compromiso ético y social. 3) Los propietarios, socios y accionistas podrán tener una mayor certeza de si están invirtiendo o no en organizaciones que hayan certificado su compromiso ético y social.

I.2 Dictamen del Ethos: Marketing Social y Ética en los Negocios

En el segundo texto (Cruz, Cuellar & Mora, 2014) se presenta la propuesta del "Modelo de Aplicación" del Dictamen del Ethos, el cual, por otra parte, constituye la principal diferencia entre este dictamen y las políticas de estímulo a la responsabilidad social empresarial provenientes del Estado. Se ha intentado incorporar en este modelo procesos que aumenten la probabilidad de influir materialmente sobre la conducta de las empresas privadas y que al mismo tiempo aseguren una estricta vigilancia del cumplimiento de los criterios y normas promovidas por el Dictamen del Ethos. De esta forma, se quiere evitar que el proyecto termine convirtiéndose en un ejercicio de simulación o simplemente en

una oportunidad de marketing para legitimar a la empresa privada frente a la opinión pública.

Un rasgo característico de esta propuesta, ya mencionado en el documento anterior, es la preocupación por vigilar las actividades de comercialización de las empresas privadas para reducir los posibles efectos negativos derivados del consumo de sus ofertas, tales como los daños a la salud o al medio ambiente. Esta preocupación ha sido poco explorada por los promotores de mecanismos de evaluación de la conducta ética. Para atender esta preocupación, se realizó un análisis de la literatura de mercadotecnia, en particular, se incorporaron elementos de la mercadotecnia social crítica (Gordon, 2011), del modelo integrador de mercadotecnia (Lefebvre, 2011) y de la mercadotecnia social (Kotler & Zaltman, 1971).

Como resultado el modelo propuesto se apoya en dos pilares:

1) El órgano dictaminador autónomo: responsable de la ejecución de la auditoría, de la elaboración del dictamen, de la presentación de los resultados y del seguimiento de las acciones recomendadas. En el texto, se recomienda la conformación de este órgano por miembros de la academia y de organizaciones o movimientos civiles.

2) El método de implementación: conformado por tres elementos:

2.1) El proceso para la elaboración del dictamen: este constará de cuatro etapas, en la primera, el órgano dictaminador realizará la auditoría de la empresa; en la segunda, el órgano dictaminador, con base en los hallazgos de la auditoría, elaborará el dictamen; en la tercera, el órgano dictaminador, de ser necesario, es decir, en caso de encontrar un caso de incumplimiento severo, buscará el acercamiento con los agentes que sean capaces de influir en la vida pública para promover cambios a las regulaciones, políticas o medidas que ayuden a corregir las disfunciones observadas en campo; en el cuarto y último paso, el órgano dictaminador promoverá la difusión de los hallazgos entre la población en general, con el objeto de dotar a los consumidores con información que les ayude a tomar decisiones de compra responsables y de motivar el cambio de sus conductas de consumo cuando tengas consecuencias nocivas para ellos mismos, para la sociedad en su conjunto o para el ambiente.

2.2) Criterios de evaluación: el objetivo central de este modelo es ayudar en la conducta de las empresas privadas y orientarla con base a criterios éticos. Esta misión implica tres tareas: 1) Definir cuáles serán los criterios que se van a evaluar para determinar hasta qué punto la empresa tiene una conducta ética y socialmente responsable o no. 2) Diseñar los instrumentos que se van a utilizar para evaluar esos criterios. 3) Precisar cómo se van a presentar los resultados de esta evaluación. En este caso, se emplearán dos herramientas el "Índice de Ética Empresarial" y el "Informe del Auditor".

2.3) Guía para las empresas: puesto que el objetivo del Dictamen del Ethos no es sancionar a las empresas sino motivar su adopción de una conducta ética, se

contempló dotar a este modelo de un proceso de capacitación mediante el cual las empresas sean expuestas a normas, reglamentos y prácticas de conducta ética.

I.3 El dictamen del Ethos: Avances hacia una propuesta

En el documento actual se presentan cuatro propuestas que se insertan en el marco del inciso 2.2) del segundo pilar del "Modelo de Aplicación" del Dictamen del Ethos. Estas propuestas son: 1) Criterios a evaluar por el Dictamen del Ethos, 2) Instrumento de evaluación de los criterios del Dictamen, 3) "Índice de Ética Empresarial" y, 4) "Informe del Auditor". En las secciones que siguen se especifica el sentido y utilidad de estas propuestas. El informe del auditor por cuestiones de espacio se retomará en una próxima entrega.

II. Metodología

Para elaborar estas propuestas se realizó una investigación documental informativa. Se recurrió a fuentes primarias y secundarias de información de tipo bibliográfica (impresos) y digital (en línea: las bases de datos EBSCO y ProQuest, e Internet). El proceso de trabajo consistió en pasos que implicaron actividades de búsqueda, selección, análisis y clasificación de información.

III. Marco Teórico

Los elementos conceptuales y teóricos que dan sustento a estas propuestas son los siguientes:

a) Fundamentos Éticos. La ética (ethos) y la moral (mos, moris) se han entrelazado desde los inicios de la cultura occidental, su origen etimológico, griego de la primera y latino de la siguiente, significa respectivamente "costumbre" y "morada". Ambos significados derivaron en interpretaciones cercanas al modo de ser o el lugar íntimo donde vivimos. En filosofía la disciplina propia de estudio es la ética, pero en lenguaje coloquial ambas suelen confluir en significado. Para nuestros efectos consideremos que el ethos es todo aquello que se refiere al modo de ser (carácter y actos) obtenidos al practicar costumbres y hábitos considerados buenos (Cortina, 2008).

(Küng, 1997) al respecto, hace una reflexión política y económica, que adaptaremos un poco, en las líneas que dedica a las actitudes éticas: "Una alta actitud ética no supone un obstáculo. Una alta actitud ética no supone una garantía. Una falta de actitud ética no supone un obstáculo. Una falta de actitud ética no supone una garantía".

b) Fundamentos Hacendarios. El dictamen fiscal ha sido un instrumento de credibilidad y confianza acerca de la forma en que el contribuyente ha cumplido sus obligaciones fiscales. El Servicio de Administración Tributaria lo consideró una valiosa herramienta de fiscalización indirecta, la cual refleja información estadística para la toma de decisiones, validación de información, evitar duplicidad, disminuir costos de fiscalización y agilizar la revisión de dictámenes (Priego & Escobar, 2007).

En el artículo 32-A del código fiscal de la federación se establece "que los contribuyentes podrán optar por dictaminarse", es decir, las personas físicas con actividades empresariales y las personas morales, que hayan obtenido ingresos acumulables superiores a \$100, 000,000.00 o que el valor de sus activos sea superior de \$79, 000,000.00 en los términos del Artículo 52 del Código Fiscal de la Federación, podrán optar por dictaminar sus estados financieros por contador público autorizado. (Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión, 2014).

c) Fundamentos de Responsabilidad Social. Después de la consulta de los principales métodos y normas internacionales que se emplean para evaluar el grado de responsabilidad social de las organizaciones, se eligieron los tres siguientes como marco teórico:

1) Modelo integrador del marketing social (Lefebvre, 2011): el cual concibe al marketing social como la aplicación de los principios y técnicas del marketing al fomento del cambio o mejora social (en específico cuando este cambio está relacionado con retos a la salud pública, prevención de accidentes, problemas ambientales, gestión de la demanda de transporte y otras necesidades sociales). Este modelo está compuesto por cuatro tareas interrelacionadas que giran alrededor de un beneficio definido para un mercado objetivo o segmento prioritario de población.

2) La norma SA8000: instrumento desarrollado por Social Accountability International, organización no gubernamental, internacional y multi-stakeholder que tiene por misión mejorar los derechos humanos de los trabajadores a lo largo del mundo mediante el desarrollo e implementación de estándares de responsabilidad social (SAI, 2014). La intención de esta norma es ofrecer una base estandarizada de normas internacionales sobre derechos humanos y leyes nacionales de trabajo que protejan y faculten a todo el personal de una empresa, incluyendo, además del personal contratado por la propia empresa, al personal de sus proveedores/subcontratistas, sub-proveedores y trabajadores desde el hogar. (SAI, 2014).

De acuerdo con la empresa consultora (DNV GL , 2014) se trata de una norma integral, global y verificable para auditar y certificar el cumplimiento de la responsabilidad corporativa en su dimensión interna, cuya esencia, es la creencia de que todo lugar de trabajo debe brindar los derechos humanos básicos.

Esta norma no cuenta con una definición de Responsabilidad Social ni principios propios (remite a los principios de la declaración universal de los derechos humanos y a varias convenciones de la Organización Internacional del Trabajo).

3) Indicadores Ethos de Responsabilidad Social Empresarial: Son una herramienta desarrollada por el Instituto Ethos, Organización de la Sociedad Civil de Interés Público (OSCIP) cuya misión es movilizar, alentar y ayudar a las empresas a gestionar sus negocios de forma socialmente responsable para contribuir en la construcción de una sociedad justa y sostenible (Instituto Ethos, 2014), desarrollada para que las empresas incorporen en su gestión los conceptos y compromisos con el desarrollo sostenible. Estructurados en forma de cuestionario, los indicadores Ethos son un instrumento de concienciación, aprendizaje y monitoreo de la responsabilidad social empresarial.

Mediante el uso de estos indicadores se pretende también auxiliar a las compañías en la planificación de acciones que guíen sus propias políticas. Después de llenar el cuestionario de los indicadores, las empresas pueden enviar sus respuestas al Instituto Ethos para su calificación.

Los datos procesados se convierten en puntuaciones y se presentan en un Informe de Diagnóstico a la compañía. El cuestionario de los Indicadores Ethos está organizado en siete temas: Valores, Transparencia y Gobierno Corporativo; Público interno; Medio ambiente; Proveedores; Consumidores y clientes; Comunidad y; Gobierno y Sociedad. Cada tema está dividido en un conjunto de indicadores elaborados para mostrar cómo puede la compañía mejorar su desempeño en cada aspecto.

Finalmente, conviene incluir aquí el concepto de auditoría, que para los efectos del presente trabajo es el de revisión analítica total o parcial de una organización con el fin de determinar su nivel de responsabilidad social empresarial, para estar en condiciones de identificar oportunidades de mejora que permitan la innovación y una ventaja competitiva.

IV. Resultados

En este documento se presentan cuatro productos: los criterios a evaluar en el dictamen del Ethos, el instrumento de evaluación de estos criterios, el "Índice de Ética Empresarial" y el "Informe del Auditor". A continuación se agregan algunos comentarios sobre la función y sentido de cada uno de ellos:

a) Los criterios de evaluación. Estos son los criterios que serán evaluados por el Dictamen del Ethos. Se propusieron a partir de la revisión de los fundamentos presentados en el marco teórico de este documento. Estos criterios han sido materializados en 56 indicadores organizados en cuatro subíndices, a saber: responsabilidad social, responsabilidad ambiental, responsabilidad comercial y responsabilidad legal.

b) Instrumento de evaluación. Para la evaluación de cada uno de los indicadores que integran el Índice de Ética Empresarial se propone el uso de cuestionarios que deberán ser aplicados por el auditor. Este formato se elaboró a partir de la revisión del trabajo desarrollado por el Instituto Ethos de Brasil (Indicadores Ethos).

c) Índice de Ética Empresarial. El índice de Ética Empresarial es una calificación de la conducta ética y responsabilidad social de una empresa. Esta calificación se expresa en una escala de 0 a 100 puntos, donde la calificación máxima denota un cumplimiento satisfactorio de todos los criterios definidos en el Dictamen del Ethos. Tiene dos funciones: ofrecer una visión rápida y confiable sobre el desempeño ético de la organización y; facilitar el estudio comparativo entre organizaciones del mismo giro e incluso entre organizaciones de sectores diferentes. De ser necesario, puede emplearse como un mecanismo de presión que induzca a las empresas a modificar aquéllas actividades comerciales que

representen un perjuicio para el bien común. Este índice fue construido a partir de la consulta de las principales normas y métodos internacionales de evaluación de los derechos humanos y de la responsabilidad social empresarial [RSE], tales como la norma SA8000, y de la revisión de modelos de marketing social, como el modelo integrador de (Lefebvre, 2011).

d) Informe del auditor. Después de la aplicación de los cuestionarios, el auditor presentará, de forma oficial, un documento en el que plasmará el resultado de sus observaciones, y la calificación obtenida por la organización auditada de acuerdo al Índice de Ética Empresarial. La propuesta se desarrolló a partir del informe propuesto por el Instituto Mexicano de Contadores Públicos para estados financieros.

V. Propuesta

El detalle de las propuestas mencionadas en el inciso anterior es el siguiente:

V.1 Criterios de evaluación

Cuadro 1. Criterios de Evaluación			
Subíndices	Temas	Subtemas	Indicadores
1. Responsabilidad Social	1. Responsabilidad hacia el interior	1. Gobernanza y ética	i. Código de conducta ii. Gobierno de la organización
		2. Prácticas de trabajo	iii. Relaciones laborales iv. Trabajo forzoso y voluntario v. Seguridad y salud vi. Libertad de asociación y derecho a la negociación colectiva vii. Promoción de la diversidad y equidad viii. Medidas disciplinarias ix. Horario de trabajo x. Remuneración, compensación y beneficios xi. Compromiso con el desarrollo profesional xii. Política de despidos y jubilaciones
	2. Responsabilidad hacia el exterior	1. Participación en iniciativas de RS/Sustentabilidad	i. Compromiso y participación en iniciativas de RS/Sustentabilidad ii. Sistema de gestión de proveedores
		2. Impacto en los derechos humanos de la comunidad	iii. Monitoreo de los impactos en los derechos humanos. iv. El trabajo infantil en la cadena de suministro v. Trabajo forzoso en la cadena de suministro

		3. Participación en la comunidad	i. Gestión de los impactos de la empresa en la comunidad ii. Compromiso con el desarrollo comunitario y gestión de acción social iii. Apoyo al desarrollo de proveedores
		4. Vinculación Social	i. Participación de los interesados ii. Informes de Sustentabilidad
			iii. Participación en el desarrollo de Políticas Públicas

SUBTOTAL: 25pts

2. Responsabilidad ambiental	1. Impacto de las actividades de gestión	1. Cambio climático	i. Gobierno de actividades relacionadas con el cambio climático. ii. Adaptación al cambio climático
		2. Gestión y monitoreo de los impactos sobre la biodiversidad y servicios de los ecosistemas	i. Sistemas de gestión ambiental ii. Prevención de la contaminación iii. Uso sostenible de los recursos materiales iv. Uso sostenible de los recursos: agua y energía v. Uso sostenible de la biodiversidad y restauración del hábitat natural vi. Educación y conciencia ambiental
	2. Impacto de las actividades de el suministro comercialización	1. Impactos causados por el suministro	i. Impactos del transporte, logística y distribución ii. Logística inversa

SUBTOTAL: 25pts

3. Responsabilidad comercial	1. Impacto en el consumidor	1. Beneficios para la audiencia	i. Necesidades atendidas ii. Impacto sobre la salud/seguridad del consumidor
		2. Impacto en la conducta de los clientes y consumidores	i. Conductas incentivos y consecuencias ii. Determinantes y contexto de las conductas
	2. Impacto y Ética comercial	1. Ofertas comerciales	i. Precio ii. Servicio iii. Sistemas de distribución iv. Comunicación responsable

SUBTOTAL: 25pts

4.	1. Gestión	1.	i. Pago de impuestos
----	------------	----	----------------------

Responsabilidad legal	Fiscal	Contribuciones federales, estatales y municipales	ii. Participación en la elaboración, ejecución y perfeccionamiento de software fiscales		
			2. Gestión participativa de los trabajadores		
			ii. Capacitación de los trabajadores en materia fiscal		
			iii. Desempeño intelectual		
			iv. Comité interno		
2. Políticas públicas	1. Desarrollo de políticas públicas	i. Obligaciones legales	iv. Información de la gestión		
			v. Información fluctuante		
			i. Desarrollo de políticas públicas		
	2. Anticorrupción organizacional y gubernamental	iii. Políticas públicas de rendimiento	iii. Políticas públicas de rendimiento		
			i. Prácticas anticorrupción		
3. Operación	1. Prácticas de manejo y operación	ii. Medidas anticorrupción	ii. Medidas anticorrupción		
			iii. Medidas gubernamentales anticorrupción		
SUBTOTAL: 25pts					
TOTAL: 100pts					

Fuente: Elaboración propia. Cfr. Norma SA8000, de los Indicadores Ethos (2013) del Instituto Ethos de Brasil y del modelo integrador de mercadotecnia de Lefebvre (2011)

a. Responsabilidad social.

Los indicadores que se evaluarán aquí han sido organizados en 2 temas:

a) Responsabilidad hacia el interior:

a1) *Gobernanza y ética*: i. *Código de conducta*: La organización ha establecido formalmente un código de conducta que guía el comportamiento de sus empleados, y ha asumido la responsabilidad de promover y fortalecer un posicionamiento ético en su ámbito de influencia. ii. *Gobierno de la organización*: El gobierno de la organización responde de forma responsable y coherente con principios de Responsabilidad Social/Sustentabilidad.

a2) *Prácticas de trabajo*: i. *Relaciones laborales*: La empresa debe adoptar criterios para orientar la relación de la empresa con los empleados de las diferentes relaciones de empleo -por ejemplo, trabajadores temporales o subcontratados-. ii. *Trabajo forzoso y voluntario*: No se puede exigir a los trabajadores que entreguen sus documentos de identidad ni que paguen "depósitos" como condición para el empleo. iii. *Seguridad y salud*: Las empresas deben cumplir con normas básicas para un ambiente de trabajo seguro y

saludable, entre ellas: agua potable, instalaciones, equipos de seguridad aplicable y la formación necesaria. iv. Libertad de asociación y derecho a la negociación colectiva: Protege los derechos de los trabajadores de formar sindicatos o afiliarse a ellos, garantizando el derecho a la negociación colectiva sin miedo a represalias. v. Promoción de la diversidad y equidad: Promover la diversidad y la equidad es fundamental en el ámbito laboral. Por lo tanto, la empresa debe establecer mecanismos eficaces y apropiados para frenar cualquier tipo de discriminación y garantizar la diversidad en su personal. vi. Medidas disciplinarias: Prohíbe el castigo corporal, la coerción física o mental y el abuso verbal de los trabajadores. vii. Horario de trabajo: Establece una semana de 48 horas como máximo, con un mínimo de un día libre por semana y un límite de 12 horas extras por semana remuneradas a una tarifa especial. viii. Remuneración, compensación y beneficios: Los salarios pagados por la empresa deben cumplir con todas las normas legales mínimas y proveer suficientes ingresos para cubrir las necesidades básicas de los trabajadores. ix. Compromiso con el desarrollo profesional: La empresa debe invertir en la formación y el desarrollo profesional de los empleados. x. Política de despidos y jubilaciones: La responsabilidad de la empresa para con sus empleados debe contemplar el proceso de despido y una política de jubilación. La empresa debe adoptar medidas para garantizar el futuro de los empleados a la terminación.

b) Responsabilidad hacia el exterior:

b1) Participación en iniciativas de Responsabilidad Social/Sustentabilidad: i. Compromiso y participación en iniciativas de Responsabilidad Social/Sustentabilidad: Estos compromisos son hechos por la empresa con el fin de garantizar su participación en las iniciativas de RS/Sustentabilidad que pretenden influir en el proceso de perfeccionamiento de su conducta ética. ii. Sistema de gestión de proveedores: La organización debe contar con una serie de mecanismos para garantizar que el comportamiento de sus proveedores está alineado con los principios de RS/Sustentabilidad.

b2) Impacto en los derechos humanos de la comunidad: ámbito de influencia de la organización: i. Monitoreo de los impactos en los derechos humanos: Este monitoreo implica el conocimiento de los impactos generados por las actividades de la organización y su interrelación con las normas de derechos humanos. ii. El trabajo infantil en la cadena de suministro: Para erradicar la explotación laboral de los niños y adolescentes la empresa debe adoptar mecanismos para supervisar a su cadena de suministro. iii. Trabajo forzoso en la cadena de suministro: Se evaluarán los mecanismos de que dispone la empresa para evitar que sus proveedores sometan a sus trabajadores al trabajo forzoso.

b3) Participación con la comunidad: i. Gestión de los impactos de la empresa en la comunidad: Respeto de leyes y costumbres locales, y una interacción dinámica y transparente con los grupos locales y sus representantes. ii. Compromiso con el desarrollo comunitario y gestión de acción social: Participación de la empresa en temas relacionados con la comunidad para apoyar en la solución de los problemas sociales. iii. Apoyo al desarrollo de proveedores: Las empresas pueden fomentar el desarrollo de las micro y pequeñas empresas seleccionándolas como

proveedores y auxiliándolas en el desarrollo de sus procesos productivos y gestión.

b4) *Vinculación Social*: i. Participación de los interesados: Es el proceso que consiste en la identificación de las partes interesadas con el fin de establecer un diálogo con ellos para contribuir a su participación en el proceso de mejorar la conducta de la empresa. ii. Informes de Sustentabilidad: Esto es necesario para la transmisión de información sobre el desempeño ambiental, social, económico y de gobierno de las empresas. iii. Participación en el desarrollo de Políticas Públicas: Vigilar si la empresa participa -y la forma en que repercute- en la elaboración y ejecución de políticas públicas.

b. Responsabilidad ambiental

Los indicadores que se evaluarán aquí han sido organizados en 2 temas:

a) Impacto de las actividades de gestión

a1) *Cambio climático*: i. Gobierno de actividades relacionadas con el cambio climático: Las empresas deben adoptar medidas para promover la gestión de los riesgos y oportunidades de negocio relacionadas con el cambio climático. ii. Adaptación al cambio climático: Las empresas deben prepararse para hacer frente a los cambios del mercado derivados del cambio climático.

a2) *Gestión y monitoreo de los impactos sobre la biodiversidad y servicios de los ecosistemas*: i. Sistema de gestión ambiental: Las empresas deben desarrollar y utilizar instrumentos capaces de llevar a cabo la gestión ambiental de sus operaciones. ii. Prevención de la contaminación: Las empresas deben mejorar su rendimiento con respecto a la prevención y/o mitigación de la contaminación atmosférica, visual, auditiva, entre otras. iii. Uso sostenible de los recursos materiales: Las empresas deben apoyar y desarrollar programas de eficiencia en el uso de materiales para reducir los impactos ambientales negativos que produzcan. iv. Uso sostenible de los recursos: agua y energía: Las empresas deben apoyar y desarrollar programas de eficiencia en el uso del agua y la energía para reducir el impacto ambiental negativo. v. Uso sostenible de la biodiversidad y restauración del hábitat natural: Las empresas deben apoyar y desarrollar programas de eficiencia en el uso y la conservación de la biodiversidad, con el fin de promover la reducción de los impactos ambientales que genera. vi. Educación y conciencia ambiental: Las empresas deben apoyar y poner en práctica campañas, proyectos y programas de educación para sus empleados, la comunidad y el público en general, con el fin de difundir el conocimiento del medio ambiente y su cuidado.

b) Impacto de las actividades de comercialización

b1) *Impactos causados por el suministro de los productos y/o servicios*: i. Impactos del transporte, logística y distribución: La empresa debe comprender y gestionar los impactos sociales y ambientales negativos causados por las actividades de transporte, logística y distribución de productos. ii. Logística inversa: Las empresas deben implementar el Plan de Gestión de Residuos Sólidos post-consumo que considera la no generación, reducción, reutilización, reciclaje, tratamiento y disposición final de los residuos sólidos en forma ambientalmente racional.

c. Responsabilidad comercial

Los indicadores que se evaluarán aquí han sido organizados en 2 temas:

a) Impacto en el consumidor

a1) *Beneficios para la audiencia*: i. Necesidades atendidas: La empresa debe dar prioridad al desarrollo de productos y/o servicios que satisfagan necesidades de índole social -como el cuidado de la salud o la protección del medio ambiente-. ii. Impacto sobre la salud/seguridad del consumidor: La empresa debe conocer los impactos potenciales de sus productos o servicios y asegurarse de que son seguros, incluso si no se utilizan según lo previsto. También debe orientar claramente sobre su uso para proteger a sus consumidores y clientes.

a2) *Impacto en la conducta de clientes y consumidores*: i. Conductas, incentivos y consecuencias: Cuáles conductas de los clientes o consumidores, y en qué grado, son influidas o modificadas por las actividades comerciales de la empresa. De qué incentivos o castigos se vale la organización para modificar tales conductas. Cuáles son las consecuencias de tal influencia. ii. Determinantes y contexto de las conductas: La empresa debe emprender actividades comerciales de responsabilidad social desarrolladas a partir de la comprensión de los determinantes -en: creencias, intenciones, auto-eficacia, normas sociales, determinantes sociales- y el contexto -ej.: pobreza, condiciones de vivienda, educación, capital social, condiciones laborales- de los grupos de clientes y consumidores a los que se dirige.

b) Impacto y ética comercial

b1) *Oferta comercial*: i. Precio: La fijación de precios debe promover el acceso equitativo al bien o servicio ofertado a todos los grupos sociales. ii. Servicio: La empresa debe promover la calidad en el servicio a clientes y consumidores, antes, durante y después de la venta/prestación del servicio. iii. Sistema de distribución: Debe promoverse el acceso a los productos y/o servicios de la empresa a todos los sectores de la población mediante sistemas de distribución apropiados. iv. Comunicación responsable: La empresa debe adoptar un posicionamiento leal hacia sus consumidores y clientes, ofreciendo información veraz, objetiva e imparcial sobre sus productos y servicios. Debe fomentar, a través de acciones de comunicación, el consumo consciente.

d. Responsabilidad legal.

Los indicadores que se evaluarán aquí han sido organizados en 3 temas:

a) Gestión Fiscal

a1) *Contribuciones federales, estatales y municipales*: i. Pago de impuestos: una de las actividades principales de la organización es el oportuno pago de impuestos. ii. Participación en la elaboración, ejecución y perfeccionamiento de software fiscales: para fortalecer la gestión fiscal de la empresa.

a2) *Gestión participativa de los trabajadores*: i. Capacitación de los trabajadores en materia fiscal: asistir a cursos de capacitación ejecutados por la empresa. ii. Desempeño intelectual: los trabajadores tienen tener mínimo la licenciatura terminada en cualquiera de las áreas que labore, para tener una mejor gestión de la empresa. iii. Comité interno: La empresa cuenta con comités internos que de acuerdo con las leyes laborales, se basan en participación de los empleados, cuyo número es proporcional al tamaño la empresa y de acuerdo la actividad de la

empresa. iv. Información de gestión: La empresa pone a disposición información pertinente para su gestión y en los resultados obtenidos por todos los empleados. v. Información fluctuante: La compañía pone a disposición de la comunidad fuera de sus datos: sociales, económicos y ambientales - que son relevantes. Además, influye en la cadena de valor en el desarrollo de la gestión participativa.

b) Políticas Públicas

b1) Desenvolvimiento en políticas públicas: i. Obligaciones legales: La empresa cumple con sus obligaciones legales (pago de impuestos) participa y, cuando así se solicite, a las iniciativas del gobierno, con que mantiene relaciones transparentes. ii. Desarrollo de políticas públicas: La empresa cuenta con la estructura interna se dedicó a su relación y el rendimiento en desarrollo e implementación desarrollo de políticas públicas y confiere transparencia en esta acción. Participa evaluaciones y controles de políticas públicas dirigidas a los intereses la sociedad. iii. Políticas públicas de rendimiento: La empresa participa activamente desarrollo de políticas pública dirigida a equiparar temas críticos de su industria rendimiento, teniendo en cuenta el interés de la sociedad y los beneficios usted disfrutará.

b2) Anticorrupción organizacional y gubernamental: i. Prácticas anticorrupción: La empresa realiza prácticas anticorrupción con sus trabajadores. ii. Medidas anticorrupción: la empresa establece sanciones pecuniarias o sancionadoras con sus trabajadores si cometen corrupción. iii. Medidas gubernamentales anticorrupción: La empresa acata las medidas anticorrupción establecidas en las normativas gubernamentales.

c) Operación

c1) Prácticas de manejo y operación: i. Gobernabilidad operacional: La empresa cuenta con una adecuada gobernabilidad, tratándose de las operaciones administrativas, fiscales y contables. ii. Prácticas de operación: La empresa cuenta con una confiable rendición de cuentas reflejadas en sus estados financieros.

V.2 Instrumento de evaluación

En el proceso de auditoría se utilizan diferentes tipos de instrumentos. Para la integración del Índice de Ética Empresarial del dictamen del Ethos se propone el uso de cuestionarios (cada indicador será evaluado por un cuestionario adecuado a sus particularidades específicas) por parte del auditor. A continuación se presenta un ejemplo de estos cuestionarios (con preguntas tentativas referentes al subtema a2) Prácticas de trabajo del subíndice 1) Responsabilidad Social):

Cuestionario de RSE	Prácticas de trabajo.			
	Pregunta	Prueba documental	si	no
1.- ¿Paga salarios iguales o por encima del salario mínimo?				
2.- ¿Ofrece prestaciones sociales a sus empleados más allá de las requeridas por ley?				

3.- ¿Ofrece programas de formación continua a los empleados de todas las comunidades donde opera?				
4.- ¿Dispone de programas especiales de empleo dirigidos a los grupos más desfavorecidos o minorías?				
5.- ¿Respeta el derecho de asociación y negociación colectiva?				
6.- ¿Se asegura que sus proveedores respetan el derecho de asociación y negociación colectiva?				
7.- ¿Respeta la jornada de trabajo establecida por ley?				
8.- ¿No aplica prácticas de trabajo forzoso?				

Fuente: Elaboración propia. Cfr. Objetivos del milenio de la ONU

V.3 Índice de Ética Empresarial

Como ya se mencionó este índice es una calificación que mide la conducta ética y responsabilidad social de una empresa. Esta calificación se construye durante el proceso de auditoría y se incluye en el "Informe del auditor". Para integrar esta calificación se asigna una puntuación a cada uno de los indicadores que conforman los criterios de evaluación del Dictamen del Ethos. Si la empresa cumple con el indicador se asigna la puntuación que corresponda según la tabla 1, si no cumple se asignan cero puntos. Al final se suman todas las puntuaciones para obtener la puntuación definitiva. Una calificación igual o cercana a los 100 puntos, denota que la empresa se rige por criterios éticos y de responsabilidad social, una calificación por debajo de los 50 puntos, señala que en la empresa existe una ausencia grave de principios éticos y de responsabilidad social.

Tabla 1. CÁLCULO DEL ÍNDICE DE ÉTICA EMPRESARIAL			
Subíndices	Temas	# Indicadores	Ponderación por Indicador
1. Responsabilidad Social	1. Responsabilidad hacia el interior	12	Cumple = 1.09 pts. No cumple = 0 pts.
	2. Responsabilidad hacia el interior	11	Cumple = 1.09 pts. No cumple = 0 pts.
Subtotal			Máximo 25 pts.
2. Responsabilidad Ambiental	1. Impacto de las actividades de gestión	8	Cumple = 1.56 pts. No cumple = 0 pts.

	2. Impacto de las actividades de comercialización	2	Cumple = 6.25 pts. No cumple = 0 pts.
Subtotal			Máximo 25 pts.
3. Responsabilidad Comercial	1. Impacto en el consumidor	4	Cumple = 3.13 pts. No cumple = 0 pts.
	2. Impacto y ética comercial	4	Cumple = 3.13 pts. No cumple = 0 pts.
Subtotal			Máximo 25 pts.
4. Responsabilidad Legal	1. Gestión Fiscal	7	Cumple = 1.56 pts. No cumple = 0 pts.
	2. Políticas Públicas	6	Cumple = 1.56 pts. No cumple = 0 pts.
	3. Operación	2	Cumple = 1.56 pts. No cumple = 0 pts.
Subtotal			Máximo 25 pts.
TOTAL			Máximo 100 pts.

Fuente: Elaboración propia.

V.4 Informe del auditor

El resultado del dictamen será presentado en un documento formal suscrito por un profesionista conforme a las normas relativas a la naturaleza, alcance y resultados del examen relacionado a la gestión de la entidad auditada en materia de RSE. En este informe el auditor comunicará oficialmente el resultado de su actividad (auditoría) y su opinión sobre las diferencias entre la gestión real de la organización y las normas y marcos regulatorios internacionales en materia de derechos humanos y RSE.

VI. Conclusión.

En este documento se presentaron cuatro propuestas: 1) criterios de evaluación del Dictamen del Ethos, 2) instrumento de evaluación de los criterios del dictamen, 3) "Índice de Ética Empresarial" y, 4) "Informe del Auditor". Estas tienen su origen en el "Modelo de Aplicación" del dictamen del ético, comentado en la introducción de este documento, y constituyen un avance en la búsqueda de mecanismos orientados a la regulación de los procesos de toma de decisión y de las acciones de las empresas privadas. En esencia, mediante la aplicación de este dictamen se pretende anteponer el bien común sobre los intereses particulares de los propietarios o accionistas.

Bibliografía

Argandoña, A. (2011). *La ética y la toma de decisiones en la empresa*. Universia Business Review, Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal. Sistema de Información Científica. núm.30. www.redalyc.org Consultada el 15 de enero de 2014.

- Aristóteles (1994). *Ética Eudemia*. (1^a. ed) Versión Antonio Gómez Robledo. México: Universidad Autónoma de México.
- Aristóteles (2010). Ética Nicomaquea Política. 1^a ed. Versión Antonio Gómez Robledo. México: Porrúa.
- Boeira, S.L. (2003). *Reseña de ética empresarial: responsabilidad global e gerenciamiento moderno*. RAE-Electrónica. Vol. 2. Núm. 1. Brasil. www.redalyc.org Consultada el 2 de marzo de 2014.
- Cortina A. (2008) Étoca, Akai, Madrid.
- Crespo, M.F. (2003). Lo ético de la ética empresarial. Revista Venezolana de Gerencia. Vol. 8. Núm 22. Universidad del Zulia. Venezuela. www.redalyc.org
- Cruz, C. & Cuellar, R. & Mora, J. (2014): Dictamen del Ethos Marketing social y ética en los negocios. "Congreso Internacional de Investigación e Innovación 2014". Cortázar, Guanajuato, México. ISBN: 978-607-95635.
- Cuellar, R. & Mora, J. (2013). Dictamen del Ethos: Más allá del beneficio económico. "2do. Coloquio de la Maestría en Auditoria". Xalapa, Ver. México.
- Cuevas, M.R. (2011). Ética y responsabilidad social de las empresas (La nueva cultura de la época de la globalización). (1^a. Ed). Universidad autónoma de Tamaulipas. México: Porrúa.
- Flanklin, E. (2007). Auditoría administrativa, Pearson educación, México.
- Fontrodona, J., & Argadoña, A. (2011). *Una visión panorámica de la ética empresarial*. Universia Business Review. Núm. 30. España. www.redalyc.org. Consultada el 15 de abril de 2014.
- Gómez-Roldán, A. (2011). Dimensión de la empresa. Una prospectiva de la empresa en la constitución y su impacto social desde la delegación. *Vniversitas Bogotá*. Núm. 123. pp. 315-346.
- Gordon, R. (2011). Critical social marketing: definition, application and domain. *Journal of Social Marketing*. Vol. 1 No. 2 pp. 82-99
- Guerrero, O. (1999). *Del Estado Gerencial al Estado Cívico*. (1^a Ed) Universidad Autónoma del Estado de México: Porrúa.
- Harvey, S. T. (2002). *Hacienda Pública*. Spain: Mc Graw Hill Interamericana de España, S.A.U.
- Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidad Social. (2011). Indicadores Ethos de Responsabilidad Social Empresarial. Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social.
- Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social. (2013). Indicadores Ethos para negócios sustentáveis e responsáveis. São Paulo, SP: Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social.
- Instituto Mexicano de Contadores Públicos, (2013), Normas de auditoría para atestigar, revisión y otros servicios relacionados, Comisión de Normas de Auditoría y de aseguramiento. México.
- Instituto Mexicano de Contadores Públicos, (2013), Modelos de Dictámenes, Comisión de Normas de Auditoría y de aseguramiento. México.
- Instituto Mexicano de Contadores Públicos, (2002) Auditoria operacional, comisión de auditoría. México.
- Jongitud, J. (2007). Ética del desarrollo y responsabilidad social en el contexto global (1a. ed.). Xalapa, Ver. México: Universidad Veracruzana.

- Küng, H. (1997) Una ética mundial para la economía y la política, fondo de cultura económica, México.
- Kotler, P. & Zaltman, G. (1971). "Social marketing an approach to planned social change". *Journal of Marketing*. No. 35, pp. 3-12
- Labarca, L. (2010). *Ética empresarial: un aporte teórico para su discusión*. Revista de Ciencias Sociales, Vol. XVI, núm 4, octubre-diciembre. Venezuela. www.redalyc.org Consultada el 6 de mayo de 2014.
- León O. (1999). *Razón y Sociedad*. (2^a. ed) México: Biblioteca de ética, filosofía del derecho y política.
- Lefebvre, R. (2011). "An integrative model for social marketing". *Journal of Social Marketing*. No. 1 (1), pp. 54-72
- Mceachern, W. (1997). *Microeconomía (Una Introducción Contemporánea)*. México: Editores International Thomson.
- Osorio, I (2007), Auditoria 1, Cengage Learnig Editores, México.
- Pérez, B. (2005). *Dictamen Fiscal (Análisis jurídico)*. México: Porrúa.
- Pindyck, R. S., & Rubinfeld, D. L. (2001). *Microeconomía*. Madrid: Pearson Educación S.A.
- Preston P.W. (1999). Una Introducción a la *Teoría del Desarrollo*. (1^a. ed). México: Siglo veintiuno.
- Priego, H. O., & Escobar, P. R. (2007). Auditoria de estados financieros para efectos fiscales: una propuesta para simplificar la revisión del dictamen fiscal. México: Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.
- Rocha, R. R. (2004). *dictamen fiscal* (5a. ed.). México, D.F.: Gasca Sicco.
- SAI (20013). 2008 SA800 Revision Report. Prepared by Social Accountability International. Recuperado de http://sa-intl.org/_data/n_001/resources/live/2008SA8000RevisionReport.pdf Consultada el 15 de diciembre de 2013.
- SAI (2007). SA8000 Standard Revisión Procedures. Recuperado de [www.sa-intl.org/_data/n_001/resources/live/StandardRevisionProceduresColor.pdf](http://sa-intl.org/_data/n_001/resources/live/StandardRevisionProceduresColor.pdf) Consultada el 18 de diciembre de 2013.
- Samuelson, P. A., & Nordhaus, W. D. (2001). *Microeconomía*. Madrid: MC Graw Hill.
- Truño, J. (2007) La responsabilidad social corporativa. Departament d'Economia de l'Empresa, Universitat Autónoma de Barcelona. España.
- Whittington, O. (2005). *Principios de Auditoría*. McGraw-Hill, México.

Juan Gabriel Mora Guzmán. Licenciado en Contaduría por la Universidad Veracruzana (Zona Veracruz). Maestro en Administración Pública por el Instituto de Administración Pública.

Rosa María Cuellar Gutiérrez. Licenciado en Derecho por la Universidad Veracruzana. Especialización en Administración Fiscal por la Universidad Veracruzana. Maestro en Impuestos por la Universidad Anáhuac de Xalapa. Maestro en Derecho Fiscal por la Universidad de Xalapa.

Christian Cruz Castro. Licenciado en Diseño Gráfico por la Universidad de las Américas de Puebla. Maestro en Mercadotecnia por el Tecnológico de Monterrey Campus D.F.