

El índice de precios y cotizaciones sustentable de empresas de comercio y autoservicio: Casos.

FELIPE DE JESÚS SALVADOR LEAL MEDINA¹

*ROBERTO GONZÁLEZ ACOLT**

*LAURA ROMO ROJAS***

RESUMEN

El objetivo consta de hacer un comparativo de los reportes emitidos por las emisoras seleccionadas por la Bolsa Mexicana de Valores para el programa IPC-Sustentable de los años 2012 y 2013 de las empresas de comercio y autoservicio; e identificar cual de la(s) dimensión(es) se destacan con mayor número de acciones sobre: Medio Ambiente, Administración Corporativa y Responsabilidad Social Empresarial. La metodología que se utilizó es de tipo documental. Las emisoras identificadas son Walmart (W), Comercial Mexicana (C) y Soriana (S); la dimensión que tiene una participación equilibrada por parte de las tres empresas es Responsabilidad Social Empresarial seguido de Medio Ambiente y por último Administración corporativa. En conclusión se observa que estas empresas han realizado algunas acciones que solicitan los organismos certificadores para lograr el IPC-Sustentable, sin embargo tienen pendientes de cubrir varias subdimensiones en lo económico, lo social y el medio ambiente y lograr la sustentabilidad a largo plazo.

Palabras clave: Índice de Precios y Cotizaciones-Sustentables, Medio Ambiente, Administración Corporativa y Responsabilidad Social Empresarial.

ABSTRACT

The target consists of a comparative of the reports issued by the selected by the Mexican Stock Exchange for Sustainable program IPC-2012 and 2013 trading companies and self-stations; and identify which of the (s) size (s) stand out with greater number of shares of: Environment, Corporate Governance and Corporate Social Responsibility. The methodology used is documentary. The stations are identified Walmart (W), Comercial Mexicana (C) and Soriana (S); the dimension of a balanced participation of all three companies is Corporate Social Responsibility Environment followed and finally Corporate Directors. In conclusion it is noted that these companies have taken some actions requested by certification bodies to achieve the IPC-Sustainable, however have

¹ **Universidad Autónoma de Aguascalientes.

outstanding cover several subdomains in economic, social and environment and achieve long-term sustainability.

Keywords: Index of Prices and Quotations-Sustainable, Environment, Corporate Governance and Corporate Social Responsibility.

INTRODUCCIÓN

Las grandes empresas al ser productoras de altos índices de contaminación en los procesos industriales o la incontable producción desmedida que han presentado en las últimas décadas de productos no reciclables, altos consumos de materiales no renovables ha llevado a los diversos actores mundiales a implementar normas, leyes y certificados de calidad que les permita frenar este proceso que poco a poco acaba con los recursos naturales del planeta, por lo cual han surgido organismos a nivel internacional para medir el grado de cumplimiento de las empresas sobre la Responsabilidad Social. En los años 40's con la promulgación de la Ley de Conservación de Suelo y Agua y en la década de los 70's se promulga la Ley para Prevenir y Controlar la Contaminación Ambiental, instituyendo en 1972 la Subsecretaria para la mejora del medio ambiente. Tras una serie de transformaciones el 30 de Noviembre del 2000 se cambia la ley de Administración Pública Federal y se da origen a la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT), la cual durante el sexenio de 2006 a 2012, mencionaba que se trabajaba en construir una visión de largo plazo para Low Carbon Mexican Society, para que en el país solamente se produzca entre 2 y 2.5 toneladas de bióxido de carbono per cápita en 2050, siendo aprobada por el congreso en las reformas fiscales con la Secretaría de Hacienda en el 2014. Por lo que el medio ambiente adquiere gran importancia al establecerse como un tema transversal inserto en las agendas de trabajo de las tres comisiones de gobierno: Desarrollo Social y Humano, Orden y Respeto y Crecimiento con calidad (SEMARNAT, 2013); por otra parte se firma el Protocolo de Kioto (Japón) en 1998 y se ratifica en el año 2000 como un país No Anexo (en desarrollo).

El Global Reporting Initiative (GRI) fundado en 1997 en Boston por la Coalición de Economías Ambientales Responsables (CERES) y el Instituto Tellus, fue creado con el fin de elaborar un mecanismo de rendición de cuentas para garantizar que las empresa sigan los principios CERES para conducta ambiental responsable, siendo los inversionistas el objetivo central de la estructura en un principio. En el 2002 se incorpora en el Programa Ambiental de las Naciones Unidas (PNUMA). (Global Reporting Initiative, 2014). En cuanto a las empresas que cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores, Luis Téllez Kuenzler Presidente de la Bolsa Mexicana de Valores (2011) dijo: *“los índices de sustentabilidad reconocen la importancia que tienen las empresas en la vida social, y las*

proyectan a un futuro en el que su responsabilidad por ello les agrega valor” y no solo un valor subjetivo, sino que el incremento del costo de sus acciones en la BMV están siendo condicionadas por el IPC Sustentable y su cumplimiento. Así México está siguiendo el ejemplo ya que a nivel mundial existen Bolsas de Valores, que tienen su equivalente al IPC sustentable, como son las de Estados Unidos de Norteamérica y Brasil, que han sido certificadas por un organismo internacional como es EIRIS|ECOVALORES.

Las acciones del mercado mexicano, específicamente del sector empresarial han estado centradas en fomentar la Responsabilidad Social Empresarial y la Sustentabilidad en las grandes empresas. La Bolsa Mexicana de Valores en el 2010 lanza el proyecto “Emisoras seleccionadas por EIRIS|ECOVALORES y la Universidad Anáhuac del Sur en Gobierno Corporativo (ESG) a través de las mejores prácticas internacionales”, seleccionando de las 142 emisoras que cotizan a nivel nacional solo en la primera etapa 28 emisoras que cumplen con los programas de Sustentabilidad Ambiental, Responsabilidad Social y Gobierno Corporativo; calificando y reportando sus acciones respecto a estas tres dimensiones (Bolsa Mexicana de Valores, 2014a) y el 8 de diciembre del 2011 se implementa el Índice de Precios y Cotizaciones Sustentable (IPC Sustentable) parámetro sumamente importante para reconocer las mejores prácticas de sustentabilidad de las empresas que cotizan en Bolsa Mexicana de Valores (BMV) para identificar áreas de oportunidad en cuestiones de sustentabilidad, responsabilidad social, medio ambiente y administración corporativa

Planteamiento del problema:

De las empresas que cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores de México, considerando el IPC (Índice de Precios y Cotizaciones) y para su clasificación se toma la publicada en la Revista de las 500 empresas que cada año la Revista Expansión pública (Junio de 2014) y a este tipo de empresas las clasifica por: comercio y autoservicio. De esta manera se podrá analizar en cuáles dimensiones y subdimensiones han realizado acciones que lleven a la sustentabilidad este tipo de empresas, las cuales en apariencia no tienen que ver con el medio ambiente, la sociedad, a diferencia de lo que son las empresas manufactureras; pero que hacen uso de energía, producen basura, el entorno en el que ponen las tiendas en ocasiones han producido degradación del suelo, en zonas donde había árboles o bien monumentos históricos, el personal tiene bajas remuneraciones, horarios extensivos de trabajo, inclusive hay denuncia por corrupción en contra de Wal Mart para lograr permisos para apertura de tiendas en México, etc., por lo que se plantea la siguiente pregunta:

¿Cuáles son las dimensiones, subdimensiones en las que están incidiendo las emisoras de comercio y autoservicio que cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores y han participado para obtener el IPC-Sustentable?

Objetivo:

Hacer un comparativo de los reportes emitidos durante los años 2012 y 2013 de las empresas de comercio y autoservicio que cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores y que se encuentran en el programa IPC-Sustentable, e identificar cual de la(s) dimensión(es) se destacan con mayor número de acciones en: Medio Ambiente, Administración Corporativa y Responsabilidad Social Empresarial.

MARCO TEÓRICO

Sustentabilidad

El término sustentabilidad se utilizó por primera vez en relación con la idea de producción sostenible en empeños humanos como la silvicultura y la pesca. Pero el concepto se puede extender a otros rubros como el de la sociedad sostenible, esa que al paso del tiempo, no agota su base de recursos al exceder la producción sostenible, ni produce más contaminantes de los que puede absorber la naturaleza (Nebel y Wright, 1999), es decir no consumen los recursos que existen para las siguientes generaciones y reutilizan, reciclan y regeneran materiales para el consumo humano, así como para el ecosistema. Para efectos de esta investigación se retomará la definición de sustentabilidad antes citada. Esta definición permite no solo hablar de la sustentabilidad como un tema relacionado con el medio ambiente, sino, que es algo aún más complejo. La sustentabilidad también parte de lo social y económico; y es precisamente este último aspecto en el que interesa profundizar. Daly (et. al., 1994) asegura que es necesario un desarrollo económico sostenible que sea conveniente para el país que a través de instrumentos de política ambiental, social, es posible adecuar sus principios y orientar acciones en pro de sus metas, logrando resultados en cuanto a la mayor conservación y mejor gestión de los recursos naturales no renovables, lo que redundará en un mayor beneficio para las generaciones futuras sin detrimento de los intereses de la comunidad nacional actual.

Escobar (2007) en el texto titulado “El desarrollo sustentable en México (1980-2007)” argumenta que el concepto de sustentabilidad se implementó en México como resultado de acuerdos internacionales, muchos de los cuales tienen que ver con las políticas liberalizadoras que se

impusieron en todo el mundo a partir de la década de los 80's. Podría decirse que durante su primera etapa este concepto se quedó en un ámbito discursivo e institucional, aunque si se formaron nuevas dependencias encargadas de implementar dicho concepto, sin embargo es hasta la década de los 90's y particularmente a partir de 1996, cuando podemos observar un crecimiento sustancial en el gasto de gobierno con propósitos ambientales. García (2006) en el texto "Factores determinantes de la sostenibilidad del crecimiento empresarial" identifica y analiza los elementos que influyen en la evolución de las empresas, con el fin de poder generar pautas organizativas que contribuyan a dirigir sus recursos y esfuerzos.

En el artículo denominado "Relación entre los gastos de I+D y las políticas de sostenibilidad en la empresa. Una evidencia empírica en el ámbito europeo" realizado por López, Pérez y Rodríguez, publicado en el 2007, comentan que actualmente se tiene una gran preocupación en las empresas por el tema de la sostenibilidad, requiriendo un esfuerzo innovador; por lo que desarrollan un trabajo donde se analizan los reportes presentados durante el periodo 1998-2004 de 108 empresas europeas pertenecientes al Dow Jones Sustainability Index (DJSI) y de 109 firmas que no forman parte del DJSI por no reunir los requisitos necesarios. En dicho estudio se aprecia que existe una relación entre el esfuerzo innovador, medido a través de los gastos de I+D, y las prácticas de sostenibilidad y se analizan otra serie de factores económicos que pueden incidir en el esfuerzo transformador y se caracteriza el tipo de innovación que desarrollan las empresas que siguen un comportamiento socialmente responsable. (Ayala, 2007).

Por otra parte Zambrano (2011) titulado "Sustentabilidad empresarial y aprendizaje transformativo: orientaciones para la administración por valores" hace una reflexión sobre la Responsabilidad Social Corporativa y su implicación en el desarrollo de las empresas sustentables, desde la perspectiva del censo Ecuatoriano del 2010, donde se propone la reorientación ética, desde los presupuestos que sostienen la cultura y los valores organizacionales, a partir de la reflexividad creativa colaborativa. Una reflexión sobre los desafíos a los que se enfrenta las empresas en la búsqueda de la sostenibilidad empresarial en sus actividades que deben conocer los grupos de interés, para potenciar el diálogo, satisfacer demandas y expectativas, y ser transparentes en la rendición de cuentas de sus acciones es la propuesta que presentan Gil y Paula (2011) en su texto "La gestión de los grupos de interés: una reflexión sobre los desafíos a los que se enfrentan las empresas en la búsqueda de la sostenibilidad empresarial."

Como se puede observar en las diferentes investigaciones revisadas el tema de la Sustentabilidad

no es un tema que su pueda trabajarse de una manera aislada, es necesario la interdisciplinariedad ya que están inmersos no solo el medio ambiente, también existen problemas de comunicación, sociales, económicos, entre otros y es necesario poder mirarlo desde diferentes perspectivas, es por ello que para esta investigación se ha decidido tomar en cuenta diferentes perspectivas y hablar solo sobre el impacto económico, tomando en cuenta el tema de Medio Ambiente, Responsabilidad Social Empresarial, Administración Corporativa y Sustentabilidad. Tocando temas como los derechos humanos, la ergonomía, igualdad de oportunidades, reciclaje de residuos y materiales renovables, etc., no solo para mejorar la plusvalía de las compañías, si no, para poder ofrecer un ambiente de trabajo agradable y una colaboración con la sociedad.

Índice de precios y cotizaciones sustentable (ipc-sustentable)

El Índice de Precios y Cotizaciones (IPC), fue creado en octubre de 1978, teniendo como principal objetivo, constituirse como un indicador representativo del Mercado Mexicano para servir como referencia y subyacente de productos financieros. En la actualidad dicho indicador expresa el rendimiento del mercado accionario en función de las variaciones de precios de una muestra balanceada, ponderada y representativa del conjunto de Emisoras cotizadas en la Bolsa, basado en las mejores prácticas internacionales (Bolsa Mexicana de Valores, 2014). La Bolsa Mexicana de Valores (BMV), el 8 de diciembre del 2011, hace el lanzamiento del Índice de Precios y Cotizaciones Sustentables (IPC sustentable) incrementando la responsabilidad social por parte de las empresas y de los mercados de valores; contribuyendo a la mejora de la sociedad en diferentes planos: económico, social y medio ambiente (Bolsa Mexicana de Valores, 2014b) con estándares internacionales.

Organismos calificadoras de empresas con IPC sustentable

La Bolsa Mexicana de Valores, para calificar a las empresas con IPC Sustentable, se ha estado apoyando de ECOVALORES|EIRIS (Experts in Responsible Investments) y de la Universidad Anáhuac del Sur, en materia de sustentabilidad, ambas calificadoras analizan y comparan a las emisoras mexicanas, con las 3,000 emisoras de 26 países a quienes también analizan y califican, seleccionando a aquellas empresas mexicanas cuyas calificaciones se encuentren arriba de la calificación promedio nacional (Bolsa Mexicana de Valores, 2014b)

Para la EIRIS los indicadores ambientales son: Política Ambiental, Criterios Sociales y de Grupos de Interés, Criterios de Evaluación de ética Empresarial/Gobierno Corporativo, Código de Ética. El método de calificación que utilizan es en base a una escala de Likert: Little, limite, Basic,

intermediate, good, advanced. En el caso de la Universidad Anáhuac se evalúa únicamente con información de disponibilidad pública y abierta, y los ámbitos que se miden son: Gobierno corporativo, Medio ambiente, Responsabilidad social. Las metodologías publicadas por la Universidad Anáhuac del Sur y ECOVALORES|EIRIS carecen de información específica sobre los indicadores que utilizan, por lo cual se retoman de las dimensiones propuestas por ambas calificadoras las siguientes dimensiones: Medio Ambiente, Responsabilidad Social Empresarial y Administración Corporativa. En el caso del Global Report Internacional (GRI 3.1) se toman en cuenta las siguientes dimensiones para integrar los indicadores para el análisis de la Sustentabilidad (Tabla 1): Gobierno, compromiso y participación de los grupos de Interés, Desempeño Económico, Desempeño Ambiental, Desempeño Social, Prácticas laborales y de Trabajo digno, Derechos Humanos, Sociedad y Responsabilidad sobre productos

Tabla 1: Adaptación de las dimensiones para el análisis de la información.²	
Medio Ambiente	✓ Desempeño Ambiental
Responsabilidad Social Empresarial	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Desempeño Social ✓ Prácticas laborales y de trabajo digno ✓ Derechos Humanos ✓ Sociedad ✓ Responsabilidad sobre productos
Administración corporativa	✓ Gobierno, compromiso y participación de los grupos de interés, específicamente el punto 4.1 titulado “La estructura de gobierno de la organización.

Por lo tanto para fines de esta investigación se utilizará como instrumento de medición una adaptación de los instrumentos utilizados por la empresa ECOVALORES|EIRIS, la Universidad Anáhuac del Sur y de la guía para la elaboración de las memorias de sostenibilidad GRI 3.1.

METODOLOGIA

La metodología que se utilizó es de tipo documental, ya que se recurrió a recopilar y revisar los reportes que presentaron las tres empresas de autoservicio de las veinte y ocho que cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores y están identificadas con el Índice de Precios y Cotizaciones

²Fuente: elaboración propia.

Sustentable (IPC Sustentable).

Unidades de observación:

De las 28 emisoras se retoman del tabulado realizado por la Bolsa Mexicana de Valores en su informe titulado “Rebalanceo del Índice IPC-Sustentable. Pesos Relativos Oficiales” publicado el 1 de Agosto del 2014, las empresas de comercio y autoservicio: Comercial Mexicana, Walmart y Soriana así como los informes de estas empresas emitidos en el 2012 y 2013.

Muestreo

La elección de las tres empresas se realizó por conveniencia, seleccionando: Comercial Mexicana (COMERCI) la cual será identificada con la letra “C”, Walmart de México (WALMEX) la cual será identificada con la letra “W” y Soriana (SORIANA) identificado con la letra “S”.

Contexto de las empresas

Wal-Mart de México:

Walmart de México y Centroamérica es una empresa dedicada al sector comercio, al 31 de Julio de 2014, operan 2,886 unidades distribuidas en 6 países (Costa Rica, Guatemala, Honduras, El Salvador, México, y Nicaragua), incluyendo tiendas de autoservicio, clubes de precio con membresía, farmacias y tiendas de ropa. Y sus acciones cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores desde 1977 (Walmart México y Centroamérica, 2014). Sams Walton abre en 1962 en Arkansas, Estados Unidos, la primer tienda Wal-Mart. En México concreta su unión al grupo Wal-Mart 1997 cuando la asociación “Marca Libre” (CIFRA), representado por Jerónimo Arango decide llevar su programa “Precios Bajos Todos los días” de las tiendas departamentales “Aurrera” a más lugares (Walmart México y Centro América, 2014b). Su visión es contribuir a mejorar la calidad de vida de las familias en México y Centroamérica y ofrecer a los clientes y socios, mercancía de calidad, surtido, buen servicio y precios bajos todos los días. (Walmart México y Centro América, 2014a).

Comercial Mexicana:

En 1962 se establece la primer Comercial Mexicana en la avenida Insurgentes en la ciudad de México, ofreciendo al consumidor una gran variedad de artículos como ropa, abarrotes y perecederos. En 1980 se adquiere la cadena “Supermercados S.A (SUMESA)” consolidando el grupo y un año después se abre en el ámbito de los restaurantes “Restaurantes California”. En 1990 se abre la “Bodega Comercial Mexicana” ofreciendo precios de mayor ahorro pero en instalaciones más sencillas pero siempre con la calidad y servicio. En 1993 surge la “Mega”, en el 2006 ofrecen al mercado un concepto gourmet y de la más alta calidad con la apertura de las tiendas City Market

y “Al precio”. Su último lanzamiento es en el 2009 con “Fresko” ofreciendo productos de alta calidad, gourmet y con un diseño de vanguardia para ofrecer productos perecederos. La visión es ser una tienda de autoservicio con total cobertura nacional, ofrezca la mejor opción de compra en relación a su precio, surtido, trato y calidad; a través de valores institucionales como la honestidad, gratitud, autenticidad, servicio y superación (Comercial Mexicana, 2013).

Soriana:

Es una empresa mexicana líder del sector comercial del país; nuestros inicios se remontan al año de 1968 en la ciudad de Torreón, Coahuila. Cotiza en la Bolsa Mexicana de Valores desde 1987. Siguiendo una estrategia multi-formato, la compañía opera 659 tiendas más las pertenecientes a nuestra cadena de tiendas de conveniencia "Super City". Comercializando una extensa y completa línea de alimentos, ropa, mercancías generales, productos para la salud y servicios básicos. Actualmente se encuentran presentes en 258 (ciudades) municipios a lo largo de los 32 estados de México. Al cierre de 2012, su fuerza laboral está conformada por más de 85,000 colaboradores y las oficinas corporativas se encuentran localizadas en la ciudad de Monterrey, N.L (Soriana, 2014) En cuanto a su visión es servir a un mayor número de comunidades como líder, al ofrecer la mejor experiencia de comprar para el cliente y el mejor lugar para trabajar para los colaboradores, todo ello derivado de una constante innovación (Soriana, 2014a).

Diseño del instrumento:

Se hizo una guía para el análisis, adaptada de las calificadoras ECOVALORES|ERIS Administración Corporativa, Universidad Anáhuac del Sur (de estas dos primeras se retoman las dimensiones) y del GRI 3.1 las subdimensiones e indicadores (Tabla 2).

Tabla 2: Concentración de Dimensiones, subdimensiones e indicadores para el análisis de los resultados (GRI 3.1) ³⁴		
Dimensiones	Subdimensiones	Indicadores
Medio Ambiente	1. Energía	EN3,EN4, EN5, EN6, EN7
	2. Agua	EN8, EN9, EN10
	3. Biodiversidad	EN11, EN12, EN13, EN14, EN15
	4. Emisiones, Vertidos y Residuos	EN16, EN17, EN18, EN19, EN20, EN21, EN22, EN23, EN24, EN25
	5. Productos y servicios	EN26, EN27
	6. Transporte	EN29
Responsabilidad Social Empresarial	1. Inversión y Prácticas de Adquisición	HR1
	2. No-discriminación	HR4
	3. Libertad de Asociación y Negociación Colectiva	HR5

³ Fuente: elaboración propia.

⁴ Para mayor información puede consultar : <https://www.globalreporting.org/resource/library/Spanish-G3.1-Complete.pdf>

	4. Trabajo Infantil	HR6	
	5. Trabajo Forzado y No Consentido	HR7	
	6. Prácticas de Seguridad	HR8	
	7. Derechos Indígenas	HR9	
	8. Comunidades Locales	SO1	
	9. Empleo	LA1, LA2, LA3	
	10. Relaciones Trabajadores/Administración	LA4, LA5	
	11. Aspecto Salud y Seguridad	LA6, LA7	
	12. Diversidad e Igualdad de Oportunidades	LA13, LA14	
	13. Salud y Seguridad del Consumidor	PR1, PR2	
	14. Aspecto Rotulación de Productos y Servicios	PR3, PR4, PR5	
	15. Aspecto Rotulación de Productos y Servicios	PR6, PR7	
	16. Aspecto Privacidad del Consumidor	PR8	
	17. Aspecto Compliance	PR9	
	18. Desempeño Económico	EC1, EC2	
	19. Aspecto Presencia en el Mercado	EC5, EC6, EC7	
	Administración Corporativa	4.1 La estructura de gobierno de la organización	1 Prácticas societarias 2 comité de auditoría: 3 Consejo de administración 4 Código de ética:

Análisis de la información:

Una vez que se recabó la información de los años 2012 y 2013, se analizaron las acciones y se fueron ubicando en las dimensiones y subdimensiones que correspondieron, para mostrar los resultados tanto tablas como gráficas comparativas por empresa y por dimensiones.

RESULTADOS

Para identificar a las empresas en las tablas se usarán únicamente la primera letra del nombre: Walmart de México (W), Comercial Mexicana (C), Soriana (S).

- **Medio Ambiente:**

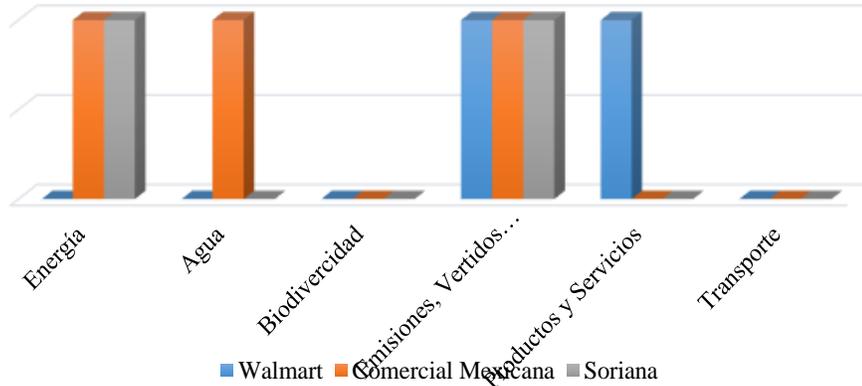
En la dimensión de Medio Ambiente (Tabla 3) se presenta la participación de las tres emisoras en cuatro de las seis subdimensiones (**Energía, Agua, Emisiones, vertidos y residuos y Productos y servicios**) en el 2012, cumpliendo con 5 de los 24 indicadores. En el 2013 se presenta la misma cantidad de subdimensiones pero no son las mismas: **Energía, Agua, Biodiversidad y Emisiones, vertidos y residuos**, siendo el mismo caso el de los indicadores.

Tabla 3: Resultados del cumplimiento de los subdimensiones e indicadores por las 3 emisoras de comercio y autoservicio durante los periodos 2012-2013 para la dimensión de Medio Ambiente. ⁵			
Subdimensión	Indicadores	2012	2013
ENERGIA	EN4: Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias.	—	S
	EN5: Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia.	—	C
	EN7: Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas con dichas iniciativas.	CyS	—
AGUA	EN8: Captación total de agua por fuentes.	C	C
BIODIVERSIDAD	EN13: Hábitats protegidos o restaurados.	—	S
EMISIONES, VERTIDOS Y RESIDUOS	EN19: Emisiones de sustancias destructoras de la capa ozono, en peso.	W	—
	EN24: Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos según la clasificación del Convenio de Basilea, anexos I, II, III y VIII y porcentaje de residuos transportados internacionalmente.	CyS	W,CyS
PRODUCTOS Y SERVICIOS	EN27: Porcentaje de productos vendidos, y sus materiales de empaque, que son recuperados al final de su vida útil, 812 por categorías de productos.	W	—

La emisora que tuvo una mayor participación durante los periodos 2012 y 2013 (Gráficas 1 y 2) es la **Comercial Mexicana (C)**, cumpliendo con tres de las seis subdimensiones requeridas “Energía”, “Agua” y “Emisiones, vertidos y residuos” en ambos ejercicios. **Soriana (S)** es la siguiente de mayor a menor cumplimiento pues cumple con dos rubros en el 2012 (“Energía” y “Emisiones, vertidos y residuos”), incrementando en el 2013 a tres subdimensiones: “Energía”, “Biodiversidad” y “Emisiones, vertidos y residuos”.

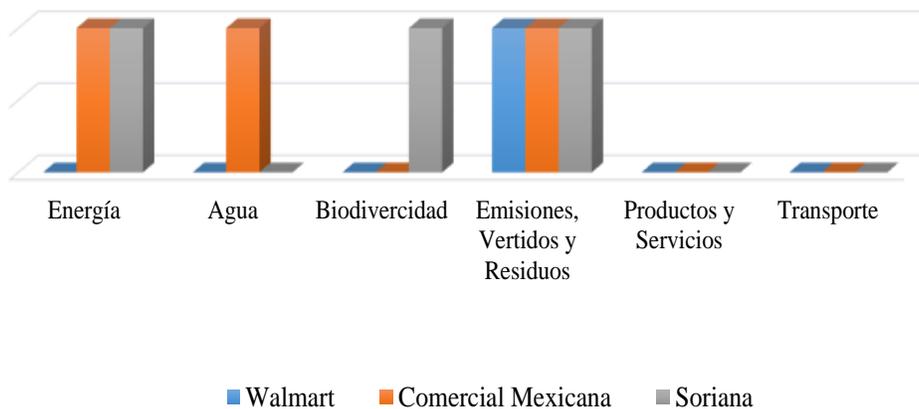
⁵ Fuente: elaboración propia.

Participación de las Empresas Departamentales que cotizan en la BMV para el IPC-Sustentable en la Dimensión de Medio Ambiente durante el Ejercicio 2012



*Fuente: Elaboración propia.
*Fuente: Elaboración propia.

Participación de las Empresas Departamentales que cotizan en la BMV para el IPC-Sustentable en la Dimensión de Medio Ambiente durante el Ejercicio 2013



Por su parte **Walmart (W)** resulta ser la que menos acciones ha tenido en esta dimensión, cumpliendo con dos dimensiones “**Emisiones, vertidos y residuos**” y “**Productos y Servicios**” en el 2012. Presenta una baja en el 2013 accionando solo en una de las dimensiones “**Emisiones, vertidos y residuos**”.

- **Responsabilidad Social Empresarial:**

Respecto a la dimensión social empresarial a pesar de ser la dimensión que contiene más subdimensiones se presentaron acciones en 5 (“Prácticas de Inversión y aprovisionamiento”, “Prácticas de Seguridad”, Relaciones Empresa/Trabajadores”, “Aspecto Salud y Seguridad” y “Diversidad e Igualdad de Oportunidades”) de las 18 registradas para su calificación (Tabla 4) y con 5 indicadores de los 32 requeridos en el periodo 2012.

Tabla 4: Resultados del cumplimiento de los subdimensiones e indicadores por las 3 emisoras de comercio y autoservicio durante los periodos 2012-2013 para la dimensión de Responsabilidad Social Empresarial. ⁶			
Subdimensión	Indicadores	2012	2013
PRÁCTICAS DE INVERSIÓN Y APROVISIONAMIENTO	HR1: Porcentaje y número total de acuerdos de Inversión significativos que incluyan cláusulas de Derechos humanos o que hayan sido objeto de análisis en materia de recursos humanos. <ul style="list-style-type: none"> • Derechos Humanos • Debida Diligencia • Evitar la Complicidad • Promover la Responsabilidad Social en la cadena de valor. 	W	W, Cy S
LIBERTAD DE ASOCIACIÓN Y NEGOCIACIÓN COLECTIVA	HR5: Actividades de la compañía en las que el derecho a la libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos pueda correr importantes riesgos, y medidas adoptadas para respaldar estos derechos. <ul style="list-style-type: none"> • Derechos Humanos • Debida Diligencia • Situaciones de riesgo para los Derechos Humanos • Evitar la Complicidad • Derechos civiles y políticos • Principios y derechos fundamentales en el trabajo • Trabajo y Relaciones laborales • Diálogo Social 	—	W
PRÁCTICAS DE SEGURIDAD	HR8: Porcentaje de personal de seguridad formado en las políticas o procedimientos de la organización en cuanto a aspectos de derechos humanos que son relevantes para las operaciones. <ul style="list-style-type: none"> • Derechos Humanos • Evitar la Complicidad • Trabajo y Relaciones laborales • Promover la Responsabilidad Social en la cadena de valor 	W, Cy S	—
RELACIONES EMPRESA/TRABAJADORES	LA4: Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo. <ul style="list-style-type: none"> • Prácticas Laborales • Trabajo y Relaciones Laborales 	W	S

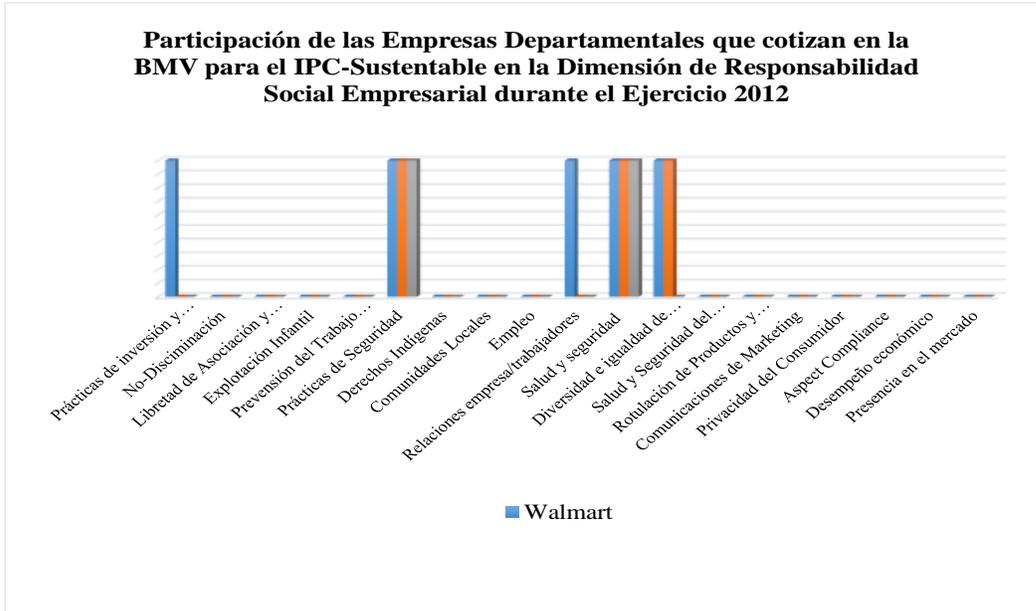
⁶ Fuente: elaboración propia.

	<ul style="list-style-type: none"> • Condiciones de trabajo y protección Social • Diálogo Social • Principios y derechos Fundamentales en el trabajo 		
ASPECTO SALUD Y SEGURIDAD	LA7: Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región. <ul style="list-style-type: none"> • Prácticas Laborales • Salud y Seguridad en el Trabajo 	W, C y S.	W, C y S.
DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES	LA14: Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional. <ul style="list-style-type: none"> • Discriminación y grupos vulnerables • Principios y derechos fundamentales en el trabajo • Prácticas Laborales • Trabajo y Relaciones Laborales • Condiciones de trabajo y protección social 	W y C	W y C

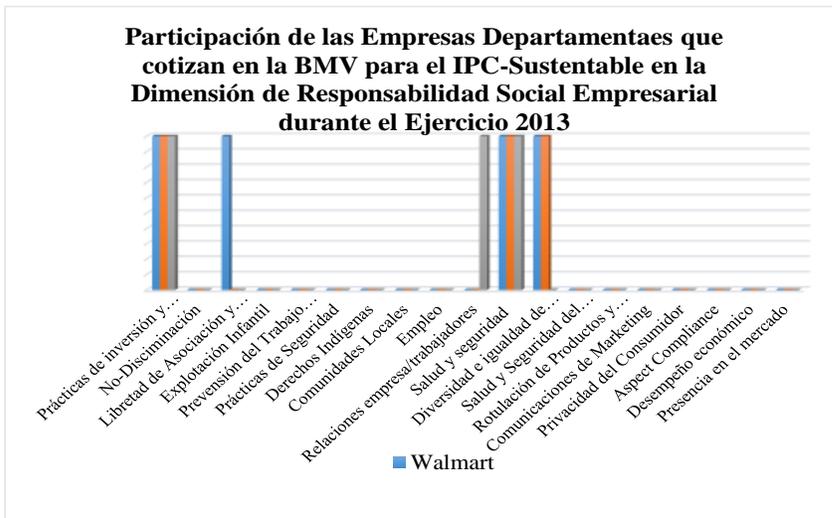
En el 2013 se presentan de igual manera 5 dimensiones correspondientes a: “**Prácticas de Inversión y aprovisionamiento**”, “**Libertad de Asociación y negociación colectiva**”, “**Relaciones Empresa/Trabajadores**”, “**Aspecto Salud y Seguridad**” y “**Diversidad e Igualdad de Oportunidades**” de las 18 contempladas, igual caso con los indicadores donde se cubre 5 de los 32.

Dejando fuera las subdimensiones: “**No-discriminación**”, “**Explotación Infantil**”, “**Prevención del Trabajo Forzado y Obligatorio**”, “**Derechos Indígenas**”, “**Comunidades Locales**”, “**Empleo**”, “**Salud y Seguridad del Consumidor**”, “**Aspecto Rotulación de Productos y Servicios**”, “**Comunicaciones de Marketing**”, “**Privacidad del consumidor**”, “**Aspect Compliance**”, “**Desempeño Económico**” y “**Presencia en el Mercado**”.

Walmart (12) es la empresa que tiene mayor participación con 5 subdimensiones (“**Prácticas de Inversión y aprovisionamiento**”, “**Prácticas de Seguridad**”, **Relaciones Empresa/Trabajadores**”, “**Aspecto Salud y Seguridad**” y “**Diversidad e Igualdad de Oportunidades**”) en el 2012 y el 2013 tiene una menor actividad cumpliendo solo con cuatro: “**Prácticas de Inversión y aprovisionamiento**”, “**Libertad de Asociación y negociación colectiva**”, “**Aspecto Salud y Seguridad**” y “**Diversidad e Igualdad de Oportunidades**” (Gráfica 3 y 4).



*Fuente: Elaboración propia.



*Fuente: Elaboración propia.

- **Administración Corporativa:**

En esta dimensión la participación es más constante, en el periodo 2012 se presenta actividad en 3 de las 4 subdimensiones, mientras que en el 2013 se presentan un incremento teniendo un registro de actividad en las 4 subdimensiones.

La empresa que presenta una mayor participación en el 2012 es la emisora **Walmart (W)** participando en las subdimensiones “**Comité de auditoría**”, “**Consejo de administración**” y “**Código de Ética**”; en el 2013 se conserva estable su participación en los mismas subdimensiones. Le sigue la empresa **Comercial Mexicana (C)** accionando solo en un rubro en cada ejercicio (2012 y 2013) y por último se encuentra **Soriana (S)** presentando registro solo en el 2012 en una subdimensión. (Como se muestra en la Tabla 50).

Tabla 5: Resultados del cumplimiento de los subdimensiones e indicadores de las 3 emisoras de comercio y autoservicio durante los periodos 2012-2013 para la dimensión de Administración Corporativa. ⁷			
Subdimensiones	Indicadores	2012	2013
LA ESTRUCTURA DE GOBIERNO DE LA ORGANIZACIÓN.	Prácticas societarias Responsable de temas de vigilancia, gestión y conducción de los negocios y transparencia en las operaciones. Es responsable de prevenir o reducir los riesgos en las operaciones realizadas.	---	C
	Comité de auditoría: Es responsable de revisar la exactitud e integridad de los reportes financieros trimestrales y anuales con base en requisitos contables, de control interno y de auditoría; de nombrar, contratar, definir la contraprestación y vigilar al auditor externo que le reporta directamente a este comité; e identificar y dar seguimiento a contingencias y procedimientos legales	W	W
	Consejo de administración: es el órgano responsable de determinar la estrategia corporativa, aprobar y supervisar la implementación de los planes de negocio y vigilar el apego a los valores y visión de la empresa, así como de aprobar aquellas transacciones fuera del curso ordinario de los negocios.	W	W
	Código de ética: Este código proporciona una guía para la solución de conflictos de intereses que puedan surgir entre colaboradores y entes externos con los que interactúa la organización. Define también las obligaciones de carácter ético hacia la compañía, los inversionistas, clientes, acreedores, proveedores, competidores y autoridades.	W, C y S	W

CONCLUSIONES

Sobre la pregunta de investigación *¿Cuáles son las dimensiones, subdimensiones en las que están incidiendo las emisoras de comercio y autoservicio que cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores y han participado para obtener el IPC-Sustentable?*, se responde la pregunta en la descripción de las tablas y gráficas, al mismo tiempo que se cumple el objetivo e identificar cual de la(s) dimensión(es) se destacan con mayor número de acciones del: Medio Ambiente, Administración

⁷ Fuente: elaboración propia.

Corporativa y Responsabilidad Social Empresarial

La dimensión que tiene una participación más equilibrada por parte de las tres empresas es Responsabilidad Social Empresarial, seguido de Medio Ambiente y por último Administración corporativa, sin embargo, en el caso de Responsabilidad Social no quiere decir que se estén cumpliendo la mayor cantidad de subdimensiones e indicadores, por el contrario solo se están llevando a cabo acciones en 6 (“**Prácticas de Inversión y aprovisionamiento**”, “**Prácticas de Seguridad**”, “**Libertad de Asociación y negociación colectiva**”, “**Relaciones Empresa/Trabajadores**”, “**Aspecto Salud y Seguridad**” y “**Diversidad e Igualdad de Oportunidades**”) de las 18 subdimensiones requeridas, dejando a un lado: “**No-discriminación**”, “**Explotación Infantil**”, “**Prevención del Trabajo Forzado y Obligatorio**”, “**Derechos Indígenas**”, “**Comunidades Locales**”, “**Empleo**”, “**Salud y Seguridad del Consumidor**”, “**Aspecto Rotulación de Productos y Servicios**”, “**Comunicaciones de Marketing**”, “**Privacidad del consumidor**”, “**Aspect Compliance**”, “**Desempeño Económico**” y “**Presencia en el Mercado**”. Es importante enfatizar la importancia de esta dimensión en la consolidación de las empresas puesto que gran parte del desarrollo productivo y económico de las mismas se da gracias a que se cuenta con un ambiente agradable de trabajo, sin violencia y discriminación; contando con una inclusión total.

En el caso de **Medio ambiente** se puede percibir la participación de las tres empresas, en donde predomina **Comercial Mexicana**, en las subdimensiones “**Energía**”, “**Agua**” y “**Emisiones, vertidos y residuos**”, siendo constante durante los dos ejercicios (2012 y 2013); seguida de **Soriana** y por último **Walmart**. En este caso se está cumpliendo con 5 de las 6 subdimensiones por lo que se está cubriendo la mayor parte de las necesidades ambientales, sin embargo se observa una desproporción en la participación de las tres emisoras.

Y por último en el caso de la **Administración Corporativa** a pesar de que se está cumpliendo con las 4 de la 4 subdimensiones, se nota una tal desproporción en la participación de las 3 emisoras donde **Walmart** tiene el mayor número de acciones en el “**Comité de auditoría**”, “**Consejo de administración**” y “**Código de Ética**”.

Por lo que se puede observar que estas empresas han realizado algunas acciones que solicitan los organismos certificadores para lograr el IPC-Sustentable, sin embargo quedan pendientes de cubrir varias subdimensiones en lo económico, lo social y el medio ambiente como se mencionara en párrafos anteriores, para lograr la sustentabilidad a largo plazo.

REFERENCIAS

- Anáhuac México Sur. (2013). Calificadora de Sustentabilidad corporativa ESG (Environment, Social, Governance). Recuperado de: http://www.bmv.com.mx/wb3/work/sites/BMV/resources/LocalContent/2005/12/UAMS_Metodologia_Nov2013.pdf
- Ayala, J. (2007). *Conocimiento, innovación y emprendedores: camino al futuro*. M. López, M. Pérez y L. Rodríguez (ed.). Relación entre los gastos de I+D y las políticas de sostenibilidad en la empresa. Una evidencia empírica en el ámbito europeo. España. Recuperado de: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2234404>
- Bolsa Mexicana de Valores. (2014). Descripción del IPC. Recuperado de: http://www.bmv.com.mx/wb3/wb/BMV/BMV_datos_generales_ipc/rid/1142/mto/3/url/BMVA_PP/indicesNavegacion.jsf
- Bolsa Mexicana de Valores. (2014a). *Boletín de Prensa*. Emisoras seleccionadas por EIRIS y la Universidad Anáhuac del Sur en Gobierno Corporativo (ESG) según las mejores prácticas Internacionales. Recuperado de: http://www.bmv.com.mx/wb3/wb/BMV/oculta_repo/vtp/BMV/20d3_boletines_de_prensa/rid/2556/mto/3/IndiceSustentableBMV290811.pdf
- Bolsa Mexicana de Valores. (2014b). *Responsabilidad Social. ¿Cómo se evalúa la sustentabilidad?* Recuperado de: www.bmv.com.mx/wb3/wb/BMV/responsabilidad_social
- Comercial Mexicana. (2013). *Conócenos*. Recuperado de: http://www.comercialmexicana.com.mx/comercialMexicana/cm/Acerca_Home.html
- Daly, C., Neilson, R. & Phillips, D. (1994). A Statistical-Topographic. Model for Mapping Climatological Precipitation over Mountainous Terrain. *Journal of applied Meteorology*, 33, 140-158. Doi: [http://dx.doi.org/10.1175/1520-0450\(1994\)033<0140:ASTMFM>2.0.CO;2](http://dx.doi.org/10.1175/1520-0450(1994)033<0140:ASTMFM>2.0.CO;2)
- ECOVALORES|EIRIS. (2013). Metodología EIRIS para la evaluación ambiental, social y ética de las empresas listadas en la Bolsa Mexicana de Valores. Recuperado de: http://www.bmv.com.mx/wb3/work/sites/BMV/resources/LocalContent/2005/12/MetodologiaEIRIS_Ecovalores2013.pdf
- Escobar, J. (2007). El Desarrollo Sustentable en México (1980-2007). *Revista Digital Universitaria*. 9(3), 1-13. Recuperado de: <http://www.revista.unam.mx/vol.9/num3/art14/art14.pdf>
- García, C. (2006). Factores determinantes de la sostenibilidad del crecimiento empresarial. *Pecunia: revista de la facultad de Ciencias Económicas y Empresariales*, 3, 21-44.
- Gil Lafuente, A. M. y Paula, L. B. (2011). La gestión de los grupos de interés: una reflexión sobre los desafíos a los que se enfrentan las empresas en la búsqueda de la sostenibilidad empresarial.

Revista de Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa, 11() 71-90. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=233118302005>

GRI. (2011). Guía para la elaboración de Memorias de Sustentabilidad. Recuperado de: <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/Spanish-G3.1-Complete.pdf>

Global Reporting Initiative. (2014). What is GRI?. History. Recuperado de: <https://www.globalreporting.org/information/about-gri/what-is-GRI/Pages/default.aspx>

Nebel J. y Wright R. (1999). *Ciencias Ambientales. Ecología y Desarrollo Sustentable*. México: 6ta Edición, Pearson Educación.

SEMARNAT. (2013). Conócenos. Antecedentes. Recuperado de: <http://www.semarnat.gob.mx/conocenos/antecedentes>

Soriana. (2014). *Somos Soriana. Organización Soriana*. Recuperado de: <http://www1.soriana.com/site/default.aspx?p=4>

Soriana. (2014a). *Somos Soriana. Misión y Visión*. Recuperado de: <http://www1.soriana.com/site/default.aspx?p=2845>

The Club of Rome. (2014). *Historia del Club de Roma. Como nace el Club de Roma, Una tranquila casa de campo y el big bang*. Rescatado de <http://www.clubofrome.org/?p=4781>

Walmart México y Centroamérica. (2014). *Quiénes somos. Visión*. Recuperado de: <http://www.walmex.mx/es/quienes-somos/vision.html>

Walmart México y Centroamérica. (2014a). *Nuestro compromiso*. Recuperado de: http://www.walmartmexico.com.mx/nuestro_compromiso.html

Walmart México y Centroamérica. (2014b). *Historia. Fundadores*. Recuperado de: <http://www.walmartmexico.com.mx/historia.html>

Zambrano R. (2011). Sustentabilidad empresarial y aprendizaje transformativo: orientaciones para la administración de valores. *Dimens. Empres*, 9, 16-21.