

Contaduría Pública

www.imcp.org.mx

SUSTENTABILIDAD

ENTREVISTA

Manuel Arango

SUSTENTABILIDAD VS

RENTABILIDAD

El reto para las empresas

HOLCIM APASCO E

INDUSTRIAS PEÑÓLES

Su responsabilidad social

**RENOVACIÓN DEL ACUERDO DE
RECONOCIMIENTO PROFESIONAL MUTUO
Entre México, Estados Unidos y Canadá**

\$45.00



Junio 2008
exhibir hasta julio 17, 2008

Órgano oficial de difusión del
Instituto Mexicano de
Contadores Públicos
Federación de Colegios de Profesionistas

Reforma Fiscal 2008, **Nuevo Aspel-COI 5.6** que calcula el IETU.

Con el **nuevo Aspel-COI 5.6** además de mantener actualizada la información contable y fiscal de tu empresa, simplificas tus procesos administrativos, reduces la posibilidad de errores y no duplicas actividades:

- Sin dar de alta más cuentas contables auxiliares, ni recapturas en hojas de cálculo, **obtendrás el IETU a pagar en tus pagos provisionales** como parte del proceso contable que ya realizas.
- Mientras registras tus pólizas le estás indicando al sistema los montos gravables y deducibles de **IETU, IVA e ISR** de modo que en todo momento podrás obtener: Reportes de IVA Acreditable y Traslado, IETU a pagar, la bitácora lista para la carga Batch desde DIOT.exe (Declaración Informativa de Operaciones con Terceros) y muchos reportes más.
- Además incluye **vínculo dinámico con Excel** de modo que cuando cambian las pólizas o saldos de las cuentas, con un clic se actualizan los valores en las hojas de cálculo.

Nuevo \$3,989 Act. \$2,393 Renta \$211*

Herramientas para tu negocio

- Cotiza en línea
- Nuevas características
- Presentación ejecutiva
- Folleto
- Manejo de IETU en Aspel-COI 5.6
- Declaración Informativa (DIOT)
- Descargar demo (30 días)

Consulta estas herramientas en:
aspel.com/contaduria

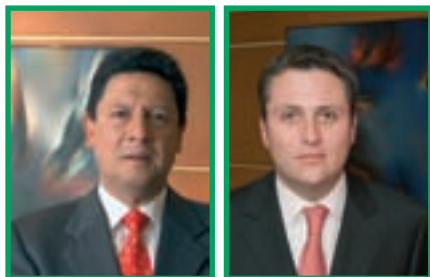
Cómpralo hoy mismo con tu distribuidor o llámanos:
GDL (33)3123-1653 DF(55)5325-2323 MTY (81) 8352-5661



*Renta mensual. Precios en pesos, no incluyen IVA. Aplica restricciones.



Instituto Mexicano de
Contadores Públicos



Los coordinadores de este número de
Contaduría Pública son

C.P.C. Jorge L. Hernández Baptista
Socio del Despacho PricewaterhouseCoopers
C.P.C. Arturo Martínez Mojica
Gerente Senior de PricewaterhouseCoopers

COMITÉ EJECUTIVO NACIONAL 2007-2008

Presidente

C.P.C. Jaime Sánchez-Mejorada Fernández

Vicepresidente General

C.P.C. Eduardo Ojeda López Aguado

Secretario

C.P.C. Víctor Manuel Prieto Gastélum

Tesorera

C.P.C. Rosa María Escobar Ortiz

Protesorero

C.P.C. Jaime Espinosa de los Monteros Cadena

Auditor

C.P.C. Miguel Ángel Orozco Medina

Director Ejecutivo

C.P.C. Federico Ríos León y Vélez

VICEPRESIDENTES DE OPERACIÓN

Legislación

C.P.C. Alfonso Infante Lozoya

Docencia

C.P.C. Manuel de Jesús Escoffié Aguilar

Sector Gubernamental

C.P.C. José Armando Plata Sandoval

Sector Empresas

C.P.C. José Miguel Barañano Guerrero

Práctica Externa

C.P.C. Javier Morales Ríos

Relaciones y Difusión

C.P.C. Luis Raúl Michel Domínguez

Fiscal

C.P.C. Carlos Cárdenas Guzmán

Asuntos Internacionales

C.P.C. Javier García Padilla

Apoyo a Federadas

C.P.C. José Luis Doñez Lucio

REGIONALES

Zona Noreste

C.P.C. Librado Octavio García Aymerich

Zona Noroeste

C.P.C. Jesús Rodolfo Amavizca Valenzuela

Centro-Occidente

C.P.C. Luis Núñez Álvarez

Zona Centro

C.P.C. Manuel Gutiérrez García

Centro-Istmo-Peninsular

C.P.C. Gabriel Montiel Morales

CONTENIDO

CARTA EDITORIAL

4

ENTREVISTA CON EL SR. MANUEL ARANGO

C.P.C. Jorge Luis Hernández Baptista

6

SUSTENTABILIDAD

C.P.C. Arturo García Bello

12

INDICADORES SOCIALES

¿UN REQUERIMIENTO PARA GRANDES EMPRESAS?

Lic. Roberto Adame Garduño

20

INVERSIÓN RESPONSABLE

IMPULSOR DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

C.P. Juan Manuel Ferrón S.

Ing. Claudia Santos Montes

Ing. Jesús Castillo Monroy

22

TRANSICIÓN EMPRESARIAL, HACIA LA SUSTENTABILIDAD Y
LA MEDICIÓN DEL DESEMPEÑO AMBIENTAL

Ing. Alejandro Lorea Hernández

26

GESTIÓN SUSTENTABLE

CREANDO VALOR EN EL NUEVO ENTORNO GLOBAL

Ing. Juan Carlos Ospino Velázquez

32

EMPRESAS FAMILIARES Y RESPONSABILIDAD SOCIAL

L.A. Miguel Quintero Valladares

36

MEJORES PRÁCTICAS ECONÓMICAS PARA UN
MEJOR TRANSPORTE PÚBLICO

Lic. María del Carmen Pérez Muñoz

Arq. César Buenrostro Moreno

38

BONOS DE CARBONO
UNA INTRODUCCIÓN

Ing. Enrique Bertran S.

Ing. Jeremy Lardeau

42

HOLCIM APASCO
SUSTENTABLE ANTE LA GLOBALIZACIÓN

Verónica Díez

46

48

EL CUIDADO DE LA SALUD, UNA INDUSTRIA CRECIENTE
EN UN ENTORNO CADA VEZ MÁS COMPLEJO

Lic. Luis Miguel Nieto



50

INDUSTRIAS PEÑOLES
EJEMPLO HACIA EL DESARROLLO SUSTENTABLE

Lic. Francisco Javier Siliceo Curiel

Lic. Andrea Zomosa-Signoret



54

LA RENOVACIÓN DEL TRATADO ENTRE MÉXICO, ESTADOS UNIDOS DE
AMÉRICA Y CANADÁ: UN PASO FIRME HACIA LA GLOBALIZACIÓN

C.P.C. Jaime Sánchez-Mejorada Fernández



58

DIEZ AÑOS DEL PROCESO DE CERTIFICACIÓN DE LA
CONTADURÍA PÚBLICA EN MÉXICO

Lic. Willebaldo Roura Pech

62

SIN FRONTERAS

C.P.C. Roberto Resa

63

PERFIL IDEAL DEL CONTADOR PÚBLICO ASOCIADO AL IMCP

Comisión de Imagen del IMCP

SECCIONES

64

DOCENCIA

¿HEMOS PERDIDO LA ESENCIA DE LA ENSEÑANZA?

C.P.C. y M.A. Sylvia Meljem Enríquez de Rivera

66

FISCAL

FACILITACIÓN DEL COMERCIO EXTERIOR DE MÉXICO

C.P.C. Juan Álvarez Villagómez

70

PANORAMA FINANCIERO

SE COMPLICA EL PANORAMA INFLACIONARIO

Lic. Manuel Guzmán Moreno

72

HORIZONTES

EL BRIC

C.P.C. y C.I.A. Beatriz Castelán García





CARTA EDITORIAL

Mejorar las condiciones del planeta en que vivimos es una responsabilidad integral de cada uno de nosotros. Por lo tanto, dedicamos esta edición de nuestra revista a la sustentabilidad.

A fines de la década de 1970, la sustentabilidad inició como un concepto de defensa del medio ambiente, en un esfuerzo por incorporar este tema a los programas de desarrollo de las naciones. Con el paso del tiempo, ha evolucionado y se ha enfocado en diferentes ámbitos, tales como el social, el económico y el político.

Hablar de sustentabilidad parece relativamente sencillo; sin embargo, no es fácil tratar de integrar a los individuos de una sociedad —con diferentes costumbres, ideologías y pensamientos— dentro de un concepto común de mejora y equidad relativas a las condiciones del medio ambiente para asegurar el desarrollo de la vida presente y futura, y más aún, de supervivencia del ser humano y su equilibrio con los ecosistemas. Lo anterior nos hace pensar que se trata de un área en la que debe existir una responsabilidad conjunta de la sociedad y del Estado.

De ahí la importancia de integrar como actores principales a los entes sociales, políticos, culturales y económicos, para asegurar que existan voces que trabajen con fines y objetivos fundamentales, como la equidad, el bien común, la distribución de los beneficios del desarrollo, la disminución de pobreza, el equilibrio del ser humano con el ambiente que lo rodea y la igualdad entre individuos, países y generaciones.

Así, en esta edición incluimos artículos de responsabilidad social empresarial, medio ambiente, ejemplos de mejores prácticas y una entrevista con el Lic. Manuel Arango, reconocido empresario y filántropo mexicano, quien nos comparte sus comentarios en relación con este tema.

Esperamos que este ejemplar sea de su interés.

*Muy atentamente,
Comisión de Revista
Junio 2008*

COMISIÓN DE REVISTA

C.P.C. Gabriel Bustos Porcayo • **Presidente**
C.P. Fernando Álvarez Zamudio • **Secretario**
C.P. Eduardo Ávalos Lira
L.C.C. Georgina Ávila Figueroa
C.P.C. Carlos Carpy Morales
C.P.C. y C.I.A. Beatriz Castelán García
C.P.C. Sergio Cervantes Ruiz-Olloqui
C.P.C. Ricardo Delfín Quinzaños
M. en C. Silvia Galicia Villanueva
C.P.C. Rafael García Gómez
C.P.C. Irving A. González Esqueda
Lic. Manuel Guzmán Moreno
C.P.C. Jorge L. Hernández Baptista
C.P.C. Ricardo Lara Uribe
C.P.C. Arturo Luna López
C.P.C. Arturo Martínez Mojica
C.P.C. y M.A. Sylvia Meljem E. de R.
C.P.C. Luis Moreno Noriega
C.P. Nicolás Olea Zazueta
C.P.C. Luis Francisco Ortega Sinencio
Mtra. Ma. de Lourdes Rojas Cataño
M.D.I. Andrea Ruiz Rivas

Bosque de Tabachines 44 Bosques de las Lomas
Miguel Hidalgo 11700 Ciudad de México, D.F.
+52(55) 5267-6400 fax 5596-6950

EDITORIAL

Gerencia Editorial

Edilberto Calvillo Sánchez

Coordinación Editorial

Juana Trejo Caballero

Arte y diagramación

Jorge Alejandro Medina Arriaga

Corrección de estilo

Dzoara E. Rodríguez Velázquez

Nicolás M. Centeno Bañuelos

Publicidad institucional

Gabriela Machorro Benítez

Fotografía

Eduardo Álvarez del Castillo

Rafael Segura Pérez

jupiterimages™ unlimited

Publicidad

Gerardo Gutiérrez Mancera

revista.cp@imcp.org.mx

Suscripciones

Iveth Prado Pérez

suscripcion@imcp.org.mx

Suscripción anual

República Mexicana \$450.00 (incluye gastos de envío)

Continente Americano U.S. Cy. 125.00 (incluye gastos de envío)

Continente Europeo U.S. Cy. 175.00 (incluye gastos de envío)

Precio por ejemplar \$45.00

Imprenta

Grupo Ajusco, S.A. de C.V.

+52(55) 5740-5620 fax 5740-2741

30,000 ejemplares

Publicación certificada por el

Instituto Verificador de Medios

Registro No. 071/12



CONTADURÍA PÚBLICA. Órgano oficial de difusión del IMCP. Es una publicación mensual. Aparece los primeros días de cada mes. Se distribuye entre miembros de los colegios de profesionales y entre ejecutivos que ocupan puestos directivos como: presidente, gerente general, contralor, gerente administrativo, gerente financiero en universidades, organismos profesionales y entre los principales funcionarios de los sectores público y privado.

POLÍTICAS EDITORIALES. Los artículos publicados expresan la opinión del autor o autores, sin que deba coincidir necesariamente con el punto de vista del IMCP, respecto del tema tratado. Cuando se exprese la opinión del IMCP se especificará claramente. No se permite la reproducción de los artículos publicados sin la autorización escrita del Instituto Mexicano de Contadores Públicos, A.C.

CONTADURÍA PÚBLICA está autorizada como publicación periódica por el Servicio Postal Mexicano. Registro 0130972 de fecha 28-09-72. Certificado de licitud de título: 1721; Certificado de licitud de contenido: 995, expedidos por la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas de la Secretaría de Gobernación. Certificado de Reserva de derechos de uso exclusivo del título: 04-1990-00000001609-102, expedido por el Instituto Nacional de Derechos de Autor. ISSN 1870-4883.

La Facultad de Contaduría y Administración,
presenta su programa de televisión

FISCAL.con

Conduce C.P.C. y E.F. Luis Guillermo Delgado Pedroza

Todos los **jueves y sábados**
de 9:00 a 10:00 hrs.
Por el **canal 22**
del área metropolitana

También lo puede ver por
el **canal 16** de la red satelital
de televisión educativa **EDUSAT**

Los **jueves** programa en vivo
con **teléfono** en el estudio
5622.8720 / 5622.8728



Incluye la sección "Calvario Fiscal" actuado por
alumnos de la Licenciatura en Literatura
Dramática y Teatro de la UNAM

En coproducción con la Coordinación de Universidad Abierta y Educación a Distancia (CUAED),
dentro de la barra educativa Mirador Universitario.

UNAM
Universidad Nacional Autónoma de México

publicaciones@correo.fca.unam.mx

Entrevista con el Sr. Manuel Arango Fundador de Grupo Cifra y del Centro Mexicano para la Filantropía

C.P.C. Jorge Luis Hernández Baptista



Empresario mexicano, cuya influencia se hizo presente al fundar, junto con sus hermanos Jerónimo y Plácido, el Grupo Cifra (Aurrerá, Wal Mart, Superama, Vips). Está relacionado con la construcción y el sector inmobiliario. Ha dedicado gran parte de su tiempo, durante los últimos treinta años, a los temas del medio ambiente, así como a la promoción de la cultura cívica de participación social y el desarrollo del sector no lucrativo en México. Ha fundado diversas instituciones de beneficio social, entre las que se encuentran Compartir Fundación Social, el Centro Mexicano para la Filantropía, la Fundación Mexicana para la Educación Ambiental, el Parque Ecológico Xochitla y Caracol de Plata. Asimismo, es Presidente Honorario del Consejo Consultivo del Agua y consejero de diversas instituciones y patronatos; entre ellos, el Centro Mario Molina, la Fundación para las Letras Mexicanas, la Fundación BBVA Bancomer, Transparencia Mexicana y la Academia Mexicana de Artes y Ciencias Cinematográficas.

“

La filantropía se da cuando se comparte el talento,
el tiempo y el trabajo

”

¿Cuál es el motivo que lo llevó a involucrarse tanto en el sector de las organizaciones de la sociedad civil?

Considero que el sector empresarial tiene un gran potencial para lograr cambios positivos en México, ya que la mayor parte de la fuerza laboral del país gira alrededor de éste. La empresa desempeña un papel importante en las comunidades en las que opera, así como en la formación de todas las personas que son parte de ella. Me gustaría que la empresa ofreciera a sus colaboradores, como parte de la capacitación permanente, la educación cívica y la promoción del concepto de ciudadanía, temas que actualmente se abordan poco desde nuestro sector.

Mientras no tengamos ciudadanos participativos, informados y organizados, habrá un gran desequilibrio en nuestra sociedad. Por ello, en la empresa debemos formar y capacitar al personal, no sólo en sus áreas de especialización, sino en lo que significa ser ciudadano: ¿qué es el Estado?, ¿qué es el gobierno?, ¿qué es el Congreso?, ¿qué es el cabildo?, ¿cuáles son las funciones de las Cámaras?, ¿cuáles son mis responsabilidades como ciudadano, y qué potencial tengo para cambiar mi entorno? Es usual escuchar "yo en política no me meto", o "eso sólo le corresponde al gobierno". Me parece que éste es un error gravísimo, porque si no nos involucramos, permitimos que unas cuantas personas decidan por todos nosotros.

Es deseable que la empresa asuma un papel más activo en este tema. Esto no tiene nada que ver con involucrarse en las preferencias políticas o partidistas de los individuos, que es lo que podría ser criticable. Tiene que ver con que cada mexicano aspire a ser un mejor ciudadano.

Yo recuerdo el concepto de sustentabilidad a inicios de la década de 1970, relacionado con la defensa del medio ambiente. ¿Cómo nació su interés por la sustentabilidad?

Hace muchos años tuve la fortuna de conocer a uno de los primeros biólogos en México, el Dr. Enrique Beltrán, quien fundó el Instituto Mexicano de Recursos Naturales Renovables. Ya en la década de 1940, él sostenía que México se encaminaba a un desarrollo mal planificado y no sustentable. Abordaba con pasión los temas que hoy nos preocupan: deforestación, certificación ambiental, problemática del agua, equilibrio del medio ambiente, etc. Para mí, fue un maestro y una guía muy importante. Hoy sabemos y reconocemos que es indispensable proteger los bosques, cuidar el agua y vigilar la calidad del aire. Sabemos que el abuso degrada, no sólo el medio ambiente, sino a la sociedad en su conjunto y afecta la calidad de vida en general. Confirmando mi admiración por el Dr. Beltrán al comprobar que sus preocupaciones eran válidas y sus propuestas necesarias. Desafortunadamente, hemos perdido muchos años y aún continuamos discutiendo los mismos temas.



C.P.C. Jorge Luis Hernández Baptista
Socio del despacho
PricewaterhouseCoopers
jorge.l.hernandez@mx.pwc.com

“

Muchas empresas han comprobado que la responsabilidad aumenta su rentabilidad, al generar empatía y confianza entre los ciudadanos, sus proveedores y colaboradores

”

También se habla mucho de que el concepto de sustentabilidad se ha transformado e involucra una definición más sincera acerca de la calidad de vida del ser humano, ¿cuál sería la diferencia? ¿Considera que es lo mismo sustentabilidad que desarrollo sostenible?

Yo me acuerdo cuando hasta la Academia de la Lengua intervino para definir si el término correcto era sostenible o sustentable. La verdad de las cosas es que, olvidándonos de la terminología, lo que queremos decir por sostenible es que debemos utilizar los recursos con gran conciencia y responsabilidad, para que las generaciones posteriores también puedan hacer uso de ellos. Es decir, vigilando que ningún recurso se agote, sino que se renueve.

Debemos hablar de un desarrollo sustentable, pero éste también tiene que ser equitativo. Existe un capital natural que se nos ha sido dado, del cual crea-

mos riqueza o pobreza. Lo que queremos es que nos permita seguir creando riqueza y calidad de vida para todos. Si seguimos depredando los bosques, por ejemplo, las generaciones futuras enfrentarán consecuencias muy serias, porque eso también afecta la recarga de los acuíferos y la cantidad disponible de agua. De hecho, ya estamos viendo esas graves consecuencias.

No debemos heredar erosión, falta de bosques y pérdida de especies, con sus conocidas consecuencias negativas y daños no reparables. Por ejemplo, para efectos prácticos, un centímetro de tierra fértil perdida le cuesta a la naturaleza trescientos años reponerla. No podemos decir que todo es renovable. Queremos desarrollo, queremos empleo, queremos generar riqueza, pero debemos tener cuidado de no dejarles a las generaciones futuras un patrimonio abusado con una precaria calidad de vida.

Usted ha promovido, de manera muy activa, el concepto de la responsabilidad social empresarial. Como fundador y Presidente Honorario del Centro Mexicano para la Filantropía, ha impulsado también el distintivo ESR. ¿Qué significa ser una empresa socialmente responsable?

En el Centro Mexicano para la Filantropía consideramos que lo más importante de la filantropía no son los recursos económicos. Éstos siempre son importantes de alguna forma, pero nosotros sostenemos que la filantropía se da cuando se comparte el talento, el tiempo y el trabajo. El tiempo sí es un recurso no renovable. El tiempo que damos no vuelve. El dinero puede ir y venir, pero el tiempo y el talento que aportamos no se reponen.

Cuando intentamos definir a la empresa socialmente responsable hubo un debate muy importante. ¿Qué parámetros debe cumplir la empresa? ¿Cuáles son los temas prioritarios? ¿Cómo podríamos afirmar que una empresa es o no socialmente responsable? Aunque lo pensamos mucho para lanzar el distintivo, decidimos hacerlo, y considero que fue lo correcto, no porque el modelo sea perfecto, sino porque ha sido una forma muy importante de promover que parte de ese talento existente dentro de la corporación, a todos los niveles, se ponga al servicio de la sociedad.





Básicamente separamos la calificación en cuatro temas: ética empresarial, vinculación de la empresa con la comunidad, calidad de vida en la empresa, y cuidado y preservación del medio ambiente. Estos parámetros nos permiten otorgar un distintivo, no diciendo que esa empresa es perfecta, sino avalando que cumple con indicadores específicos en estas áreas, los cuales se revisan y cambian cada año. A las empresas les ha servido este análisis. Les interesa obtener el distintivo de ser socialmente responsables, pues eso las obliga a cumplir con los parámetros e involucrarse más en su responsabilidad ante la sociedad.

La responsabilidad social empresarial es, hoy en día, un movimiento mundial con distintos nombres. En mi lejana juventud se decía que una empresa responsable era aquella que cumplía con todas sus obligaciones legales, impositivas y laborales, y por supuesto, también con sus accionistas al generarles los rendimientos esperados. Afortunadamente, la empresa está asumiendo otros roles en la sociedad y en las comunidades en las que opera. Muchas han comprobado que la responsabilidad aumenta su rentabilidad, al generar empatía y confianza entre los ciudadanos, sus proveedores y colaboradores. ¿Quién no desea estar vinculado con una empresa exitosa, responsable y reconocida?

La profesión contable se encuentra presente en todos los sectores de la sociedad. ¿Cómo podría la Contaduría Pública apoyar el desarrollo sustentable?

Todos podemos, desde nuestro quehacer individual, apoyar el desarrollo sustentable y la responsabilidad social. Me viene a la mente, por ejemplo, el tema de la

transparencia. Tengo el gusto de ser miembro del Consejo de Transparencia Mexicana, asociación sin fines de lucro, fundada en nuestro país por Federico Reyes Heróles. Desde ahí, promovemos la transparencia en los distintos sectores de la sociedad. Hay que vivir más abiertos: las ventanas sin cortinas, la luz prendida.

En la parte contable, hay gente que ha experimentado modelos como el capital natural. ¿Cuánto valen nuestros bosques?, ¿cuánto los recursos hidráulicos o el aire limpio?, ¿se contabilizan esos recursos o la explotación de los mismos? Si los recursos naturales son de la nación, ¿quién se responsabiliza de ellos?, ¿el municipio?, ¿qué huella queda de un capital natural que deja de existir?

Con la capacidad que tenemos hoy en día de construir y también de destruir, debemos contabilizar y asumir la responsabilidad por ese capital natural. De no hacerlo, habrá grandes consecuencias para la generación presente y las futuras.

¿Cómo atraer al ciudadano para que sea un individuo socialmente responsable?

Tiene que ver mucho con el ejercicio de la ciudadanía. Podemos pensar en ciudadanía individual o corporativa, pero considero que todos debemos asumir la responsabilidad que nos corresponde. Por ello, hablaba yo de la educación cívica como una tarea esencial de la empresa, porque muchas veces, ni siquiera estamos conscientes, o no queremos estarlo, de la responsabilidad que conlleva ser ciudadano. No puedo pensar en formar un negocio muy productivo, si todo mi alrededor se deteriora. No puedo exigir bienestar para mi familia si no participo en la búsqueda del bienestar general de la comunidad a la que pertenezco.



Abstraerse a todo esto y decir que "yo como empresario me dedico exclusivamente a mi empresa, a mis colaboradores y a mis accionistas para repartirles utilidades y lo demás no es tarea mía", es un absurdo. Afortunadamente, creo que como empresarios y como personas nos estamos dando cuenta de que si queremos que haya progreso y desarrollo sustentable, todos debemos participar en su búsqueda. Por otra parte, están las políticas públicas, las reglas del juego y las leyes, porque debemos vivir y operar en un país de leyes y de instituciones; de lo contrario, se deteriora el entorno ambiental, el social y el económico.

Soy optimista respecto a que la empresa se da cuenta hoy, cuando promovemos la libertad de mercado,

de que la responsabilidad es aún mayor. Recuerdo el país en el que el Estado intentó el control de los mercados y obtuvo fracasos enormes. Ahora que tenemos libertad de mercado existe una responsabilidad muy grande. Debemos demostrar que, efectivamente, el mercado tiene esa sabiduría, que cuenta con un rostro social. No es un mercado frío, puramente numérico. Debe ser rentable y eficiente, y al mismo tiempo, tener un gran componente social en el entorno en donde opera, en los aspectos que hemos dicho: en esa responsabilidad, en ese desarrollo sustentable y en el cuidado que tengamos de nuestros recursos.

También veo con entusiasmo que cada día son más los ciudadanos que participan en actividades adicionales a sus labores cotidianas. Mujeres y hombres que ofrecen tiempo, talento y recursos para mejorar su entorno, atender problemas puntuales, apoyar a organizaciones de la sociedad civil que, con gran dinamismo y eficacia, asumen tareas a favor de la comunidad. Voluntarios solidarios con los demás, personas ejerciendo una ciudadanía responsable. *P*

“

Ahora que tenemos libertad de mercado existe una responsabilidad muy grande. Debemos demostrar que, efectivamente, el mercado tiene esa sabiduría, que cuenta con un rostro social

”

Evite demandas



Conozca **las reglas** para **terminar relaciones laborales**

Asista al seminario: "Cómo terminar una relación laboral"

Precio especial \$3,000 + IVA pagando antes del 31 de Mayo

Precio normal \$4,200 + IVA

Fecha: 20 de junio

Cierre de inscripciones: 15 de junio

Lugar: Hotel Sevilla Palace

Paseo de la Reforma 105, Ciudad de México

Registro: De 8:00 hrs a 9:00 hrs

Exposición: De 9:00 hrs a 18:00 hrs

incluye: comida, material de apoyo y diploma de participación

Acumule 8 puntos del CCPM

**CUPO
LIMITADO**

Inscríbase ahora mismo



**01 800 221 67 89
(55) 91 77 43 42**

Para consultar el temario o inscribirse vía internet entre a:

<http://www.suscribetehoy.com/producto.asp?id=seminario&item=seminario20080620>

Sustentabilidad



C.P.C. Arturo García Bello

Hoy, las empresas se muestran entusiastas por la lucha contra el cambio climático. Se trata de una buena noticia, pero no está exenta de riesgos. Uno de ellos consiste en que el concepto es bastante moderno.

El cambio climático está de moda, y aunque ésta tiene la virtud de transformar lo aburrido en algo novedoso y espontáneo, es pasajera por definición. Por tanto, la sustentabilidad requiere que las empresas adopten un modelo de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) que resista la sustentabilidad de la empresa y el impacto de la misma con la cadena de valor que genera, así como la de los colaboradores y asociados de la empresa, con el fin de asegurar a las futuras generaciones una sustentabilidad adecuada.

Cuando una empresa analiza su interdependencia con la sociedad, utilizando las mismas herramientas que emplea para analizar su posición competitiva y desarrollar sus estrategias, puede canalizar sus actividades de responsabilidad social corporativa (RSC o CSR, por sus siglas en inglés) de manera que maximice su efecto. En lugar de seguir simplemente sus impulsos bien intencionados o reaccionar ante las presiones externas, la organización puede establecer una agenda RSC positiva, que produzca los máximos beneficios sociales y genere ganancias al negocio.

Estas dos herramientas deben ser utilizadas en formas distintas. Cuando la compañía emplea la cadena de valor para representar todas las consecuen-

cias sociales de sus actividades, crea un inventario de problemas y oportunidades –en su mayoría, problemas operativos– que necesitan ser investigados, priorizados y atendidos. En general, las compañías deben intentar eliminar todos los efectos negativos posibles de la cadena de valor. Algunas de sus actividades ofrecerán oportunidades para destacar social y estratégicamente.

Es prácticamente imposible que las empresas puedan abordar todo el contexto competitivo. Por lo tanto, su tarea debe ser identificar aquellas áreas de contexto social con el mayor valor estratégico, y seleccionar cuidadosamente una o algunas iniciativas sociales que se consideren más apreciables tanto para la sociedad como para la competitividad de la empresa.

Una visión de adentro hacia fuera: mapa del impacto social en la cadena de valor

La *cadena de valor* representa todas las actividades que realiza una compañía, y puede usarse como marco para identificar el impacto social positivo y negativo de dichas actividades. Estos vínculos *internos* pueden abarcar desde las políticas de contratación y despidos, hasta las emisiones de gases de invernadero, como lo demuestra la siguiente lista de ejemplos. (pág. sig.)

Ejemplos de vínculos internos

<ul style="list-style-type: none"> • Relaciones con universidades • Prácticas de investigación éticas (por ejemplo, pruebas en animales, modificaciones genéticas) • Seguridad de productos • Conservación de materias primas • Reciclado 	<ul style="list-style-type: none"> • Prácticas de reportes financieros • Prácticas de gobierno • Transparencia • Empleo de cabildeo 	<ul style="list-style-type: none"> • Educación y capacitación laboral • Condiciones laborales seguras • Diversidad y discriminación • Atención a la salud y otras prestaciones • Políticas de compensación • Políticas de despidos 	<ul style="list-style-type: none"> • Procuración y prácticas de cadena de suministro (por ejemplo, soborno, trabajo infantil, áreas de conflicto, precios para agricultores) • Uso de insumos especiales (por ejemplo, piel de animales) • Uso de recursos naturales
--	---	--	---



C.P.C. Arturo García Bello
Socio de Auditoría de Deloitte
agarciabello@deloittemx.com

“ Decir que la sociedad y la empresa se necesitan mutuamente parece un cliché, pero es una verdad fundamental que ayudará a las compañías a salir del lío en que las ha metido su perspectiva actual sobre responsabilidad corporativa ”

<ul style="list-style-type: none">• Impactos en transportación (por ejemplo, emisiones, congestión)	<ul style="list-style-type: none">• Emisiones y desechos• Biodiversidad e impactos ecológicos• Uso de energía y agua• Seguridad laboral y relaciones laborales• Materiales peligrosos	<ul style="list-style-type: none">• Uso y desecho de empaques (como los de McDonald's)• Impactos en la transportación	<ul style="list-style-type: none">• Mercadotecnia y publicidad (por ejemplo, publicidad honesta, publicidad para niños)• Prácticas de precios (por ejemplo, discriminación de precios entre clientes, prácticas de precio anti-competencia, política de precios para el sector de bajos recursos)• Privacidad	<ul style="list-style-type: none">• Eliminación de productos obsoletos• Manejo de consumibles (por ejemplo, aceite de motor, tinta de impresión)• Privacidad del cliente
---	---	--	---	--

Una visión de afuera hacia adentro: influencias sociales en la competitividad

Además de entender las ramificaciones sociales de la cadena de valor, la RSC necesita comprender las dimensiones sociales del contexto competitivo de la empresa, es decir, los vínculos externos que afectan su capacidad para mejorar la productividad y ejecutar la estrategia. Estos vínculos pueden entenderse utilizando el marco diamante (ver diagrama en sig. pág.) que ilustra cómo las condiciones del lugar de la empresa (tales como la infraestructura de transporte y la aplicación honesta de la política normativa) afectan su capacidad para competir.

Una agenda social corporativa positiva pasa de mitigar el daño a reforzar la estrategia corporativa a través del progreso social.

Integración de la empresa y la sociedad

Para mejorar la RSC, debemos afianzarla en un amplio entendimiento de la interrelación entre corporación y sociedad, y al mismo tiempo, anclarla en las estrategias y actividades de las compañías específicas. Mencionar que la sociedad y la empresa se necesitan mutuamente parece un cliché, pero es una verdad fundamental que ayudará a las compañías a salir del lío en que las ha metido su perspectiva actual sobre responsabilidad corporativa.

Las corporaciones exitosas necesitan una sociedad fortalecida. La educación, la atención a la salud y la igualdad de oportunidades son esenciales para tener una fuerza de trabajo productiva. Cuando se cuenta con condiciones laborales y productos seguros no sólo se atrae a los clientes, sino que los costos internos por accidentes disminuyen. El empleo eficiente de la tierra, el agua, la energía y otros recursos naturales hace más productivos a los negocios. Para ser eficientes e innovadores es esencial contar con un buen gobierno, un Estado de Derecho y derechos de propiedad. Una normatividad sólida protege contra la explotación, tanto a los consumidores como a las compañías competitivas. Al final, una sociedad sana crea demandas crecientes para las empresas, ya que



hay más necesidades humanas satisfechas y las aspiraciones aumentan. Cualquier firma que logre sus fines a expensas de la sociedad en la que opera, sólo podrá tener un éxito ficticio y temporal.

Al mismo tiempo, una sociedad sana necesita compañías exitosas. No hay programa social que pueda rivalizar con el sector de negocios cuando se trata de crear trabajos, riqueza e innovación que mejoren los niveles de vida y las condiciones sociales. Si los gobiernos, las ONG y otros participantes de la sociedad civil debilitan la capacidad de la empresa para operar productivamente, quizá ganen algunas batallas, pero al final perderán la guerra; ya que conforme se diluya la competitividad corporativa y regional, los salarios se estancarán, los trabajos desaparecerán y el capital que paga impuestos y apoya causas no lucrativas se evaporará.

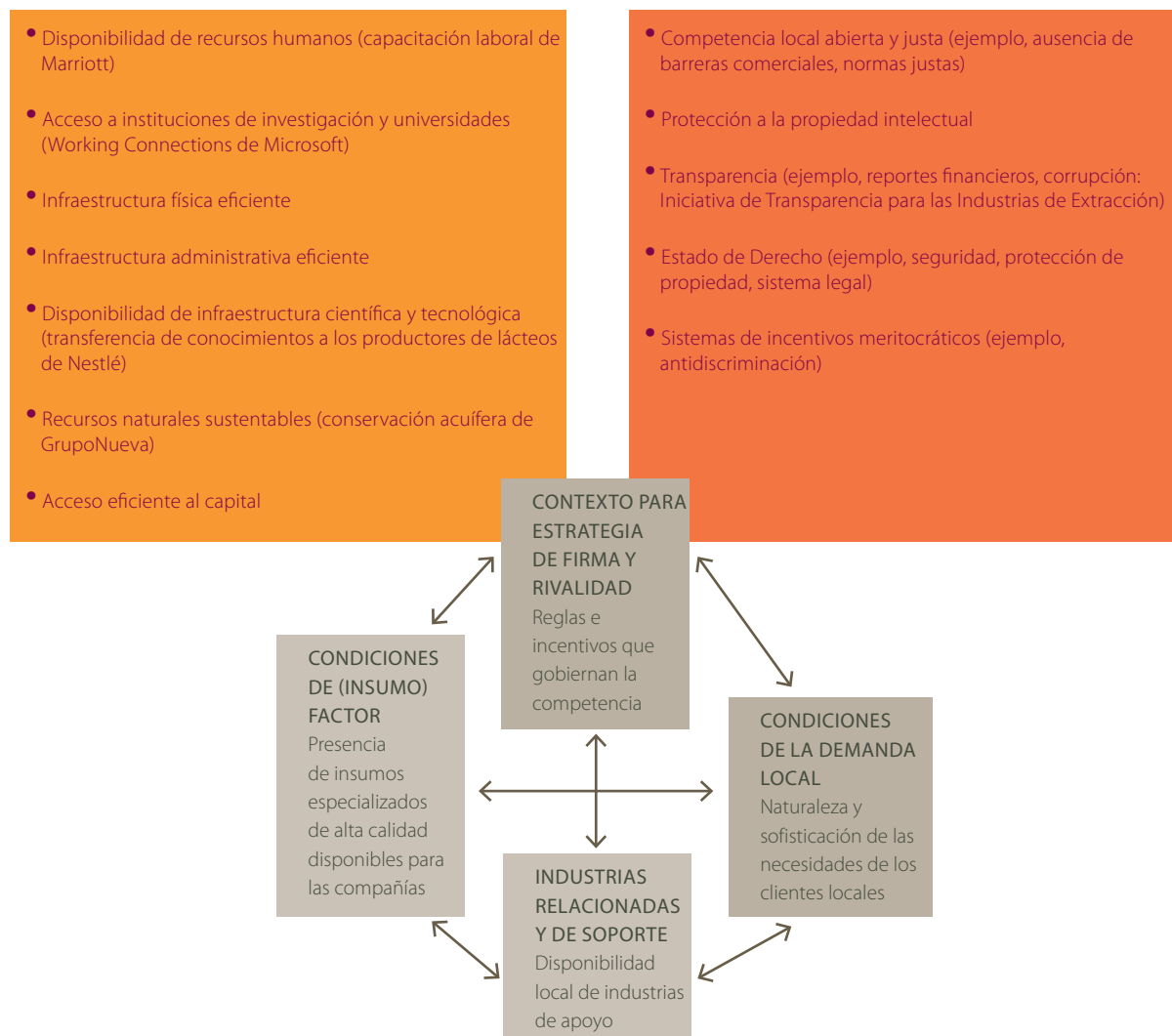
Los líderes de negocios y la sociedad civil se han enfocado de más en la fricción que existe entre ellos y han descuidado los puntos de acuerdo. La depen-

dencia mutua de las corporaciones y la sociedad implica que las decisiones empresariales y las políticas sociales sigan el principio del *valor compartido*. Es decir, las opciones deben beneficiar a ambos lados. Si una compañía o una sociedad busca políticas que la beneficien a expensas de la otra, estará tomando el camino equivocado. Una ganancia temporal para una sola de las partes perjudicará la prosperidad de ambas, a largo plazo.

Para poner en práctica estos principios generales, las compañías necesitan integrar una perspectiva social en sus estructuras medulares, que entienda la competencia y dirija su estrategia de negocios.

Identificación de los puntos de acuerdo. La interdependencia entre una compañía y la sociedad puede tomar dos formas. En primer lugar, una compañía afecta a la sociedad por medio de sus operaciones, en el curso normal de su negocio. Éstos son los *vínculos interiores* (de adentro hacia fuera).

Marco diamante



Prácticamente, toda las actividades de la cadena de valor de una empresa afectan a las comunidades donde opera, creando consecuencias sociales positivas o negativas. (Un ejemplo de este proceso puede consultarse en la sección "Una visión de adentro hacia afuera: Mapa del impacto social en la cadena de valor".) Aunque las compañías están cada vez más conscientes del impacto social de sus actividades (como sus prácticas de contratación, emisiones y desechos), estos efectos pueden ser más sutiles y variables que lo que perciben muchos directivos. Por un lado, dependen de su ubicación, pues la misma operación de manufactura tendrá consecuencias sociales muy diferentes en China que en los Estados Unidos de América.

El impacto de una compañía en la sociedad también cambia con el tiempo, de acuerdo con la evolución de las normas sociales y el progreso de la ciencia. A principios del siglo XX, se pensaba que el asbesto era seguro, ahora se sabe que es un grave riesgo para la salud. La evidencia de sus riesgos fue acumulándose por más de 50 años, antes de que alguna firma fuera demandada por los daños que podía causar. Muchas compañías que no anticiparon las consecuencias de este creciente testimonio de investigación enfrentaron la bancarrota. Las empresas ya no pueden darse el lujo de vigilar únicamente los impactos sociales evidentes. Si no cuentan con un proceso cuidadoso para identificar los efectos sociales que actualmente se están desarrollando y que mañana serán realidad, están arriesgando su futuro.

La actividad corporativa no sólo afecta a la sociedad, las condiciones sociales externas también influyen en las corporaciones, para bien o para mal. Éstos son los *vínculos externos* (de afuera hacia adentro).

“

Ninguna empresa puede resolver los problemas de la sociedad ni cargar con todos los costos necesarios. Cada compañía debe seleccionar los problemas que son afines a su campo particular

”

Cada compañía opera dentro de un contexto competitivo que afecta significativamente su capacidad para llevar a cabo su estrategia, especialmente en el largo plazo. Las condiciones sociales forman un componente fundamental de este contexto, el cual recibe mucho menos atención que los impactos de la cadena de valor, pero puede tener una importancia estratégica mayor, tanto para las compañías como para las sociedades. Por lo tanto, asegurar su salud beneficia a ambas partes.

El contexto competitivo puede dividirse en cuatro grandes áreas:

- La cantidad y calidad de los insumos de negocios disponibles, recursos humanos, por ejemplo, o infraestructura de transportación.
- Segunda, las reglas e incentivos que gobiernan la competencia, tales como las políticas que protegen la propiedad intelectual, aseguran la transparencia, salvaguardan contra la corrupción y fomentan la inversión.
- Tercera, el tamaño y la sofisticación de la demanda local, influenciados por factores como las normas de calidad y seguridad del producto, los derechos de los consumidores y la equidad en las compras gubernamentales.
- Cuarta, la disponibilidad local de las industrias de soporte, como los proveedores de servicio y los productores de maquinaria.

Todos y cada uno de los aspectos del contexto pueden ser oportunidades para las iniciativas de RSC (consulte la sección "Una visión de afuera hacia adentro: influencias sociales en la competitividad"). La capacidad para reclutar los recursos humanos apropiados, por ejemplo, puede depender de varios factores sociales sobre los que tienen influencia las compañías, tales como el sistema de educación local, la disponibilidad de vivienda, la existencia de discriminación (que limita el acervo de talento) y la adecuación de la infraestructura de salud pública.

Selección de los problemas sociales. Ninguna empresa puede resolver todos los problemas de la sociedad ni cargar con todos los costos necesarios. Cada compañía debe seleccionar los problemas que son afines a su campo particular. El resto de las agendas sociales debe dejarse a las compañías de otras industrias, ONG o instituciones gubernamentales que están mejor posicionadas para atenderlos. La prueba primordial que debe guiar a la RSC es si la causa presenta la oportunidad de crear valor compartido, y no el hecho de que dicha causa sea loable; es decir, debe ser un beneficio significativo para la comunidad que, a su vez, sea también valioso para la empresa.

Orden de prioridad de los problemas sociales		
Problemas sociales genéricos	Impactos sociales de la cadena de valor	Dimensiones sociales del contexto competitivo
Problemas sociales que no son afectados significativamente por las operaciones de la compañía, ni afectan materialmente su competitividad a largo plazo.	Problemas sociales que son afectados significativamente por las actividades de una compañía en el curso ordinario del negocio.	Problemas sociales del ambiente externo que afectan significativamente los impulsores subyacentes de la competitividad de una compañía en los lugares donde opera.

Cuadro 1. Ámbitos de acción de las organizaciones no lucrativas en México

RELIGIOSA	Organizaciones gestadas por instituciones religiosas, cuyo objetivo puede comprender el fortalecimiento de valores y creencias, o bien, la asistencia a grupos en desamparo.
DEPORTIVO / RECREATIVO	Organizaciones que tienen como fin atender la promoción de una cultura deportiva, especialmente entre niños y niñas.
JUVENIL	Organizaciones formadas para atender a un sector diverso y complejo, como es el de los jóvenes. Están enfocadas especialmente a la atención de sus necesidades.
RURAL / COMUNITARIA	Organizaciones formadas con el propósito de apoyar en la gestión de proyectos a grupos de campesinos.
GRUPOS VULNERABLES	Organizaciones creadas para atender a niños, mujeres, ancianos e indígenas en condiciones de alta vulnerabilidad.
URBANO / POPULAR	Son organizaciones creadas para acoger las demandas específicas de grupos y/o poblaciones en condiciones de marginación, que pueden tener un carácter temporal o permanente.
SALUD	Organizaciones formadas con el objetivo específico de promover la salud de la población abierta en condiciones de precariedad, que no cuenta con posibilidades para acceder a servicios de salud públicos o privados.
EDUCATIVA	Organizaciones cuyo propósito es fortalecer la educación en todas sus vertientes y ofrecer este tipo de servicio a un grupo más amplio de la población.
CULTURAL	Son organizaciones cuyo objetivo es contribuir al conocimiento, apreciación y difusión de las distintas expresiones culturales.
CAUSAS	Organizaciones que se han gestado para el cumplimiento de objetivos específicos, de acuerdo con el requerimiento de grupos de ciudadanos interesados en apoyar a otros en distintos rubros.
MEDIO AMBIENTE	Organizaciones que se han desarrollado alrededor de preocupaciones relacionadas con el cuidado y la atención de la diversidad de los recursos naturales.

Fuente: México Solidario Participación Ciudadana y Voluntariado, Jaqueline Butcher

Los *problemas sociales genéricos* pueden ser importantes para la sociedad, pero no son afectados significativamente por las operaciones de la compañía ni influyen en su competitividad de largo plazo. En cambio, los *impactos sociales de la cadena de valor* sí se ven afectados significativamente por las actividades de la compañía en el curso ordinario del negocio.

Las *dimensiones sociales del contexto competitivo* son los factores del ambiente externo que afectan significativamente a los impulsores subyacentes de la competitividad en los lugares donde opera la compañía (ver cuadro "Orden de prioridad de los problemas sociales" pág. ant.).

Cada compañía necesitará catalogar los problemas sociales en estas tres categorías, de cada una de sus unidades de negocio y ubicaciones principales, para después clasificarlos según su impacto potencial. La categoría de cada problema social variará de una unidad de negocios a otra, de una industria a otra y de un lugar a otro; asimismo, la forma de analizarlo y evaluarlo seguramente cambiará de país a país.

Una manera de atacar los problemas sociales es el trabajo voluntario y la creación o vinculación con las organizaciones no lucrativas en México. En el cuadro 1 se muestran los ámbitos de las organizaciones no lucrativas en México.

“ Cuando la compañía emplea la cadena de valor para representar todas las consecuencias sociales de sus actividades, crea un inventario de problemas y oportunidades ”

Conclusión

Finalmente, para lograr la sustentabilidad de la empresa, sus colaboradores y asociados, así como de la cadena de valor para afianzar un futuro promisorio de las nuevas generaciones, es imprescindible adoptar un modelo de RSC sólido y sustentable. Además, hace falta que las empresas incluyan, en su reporte anual, un capítulo sobre RSC, para que la sociedad esté claramente informada sobre cuáles estrategias, políticas y resultados de gestión está logrando dicha empresa y hacia dónde dirige su mirada en el horizonte. *P*

Comunicados de la Presidencia

Folio 61/2007-2008. Se informa que ya se encuentra disponible en la página del SAT (www.sat.gob.mx), el Sistema de Presentación del Dictamen Fiscal (SIPRED 2007) para los dictámenes fiscales correspondientes a ese ejercicio.

Folio 62/2007-2008. Se informa que el pasado 21 de abril se publicó, en el DOF, la "Resolución que modifica el mecanismo para garantizar el pago de contribuciones de mercancías sujetas a precios estimados".

Folio 63/2007-2008. Se informa que el pasado 18 de abril se dio a conocer, en el Diario Oficial de la Federación, la Séptima Resolución de Modificaciones a las Reglas de Carácter General en Materia de Comercio Exterior y Aduanal.

Folio 64/2007-2008. Para facilitar a los colegios federados el cumplimiento de las obligaciones ante la Dirección General de Profesiones, la Vicepresidencia de Apoyo a Federadas, a cargo del C.P.C. José Luis Doñez Lucio, preparó el material adjunto, el cual servirá de guía para proceder a las acciones pertinentes.

Folio 65/2007-2008. Se da a conocer el formato para la Declaratoria de Contador Público Registrado, respecto de los saldos a favor en el IVA.

Folio 66/2007-2008. Se informa sobre la puesta en marcha del "Programa de devoluciones automáticas del SAT a personas físicas derivado de la presentación de la declaración anual del ejercicio fiscal de 2007".

Folio 67/2007-2008. Se comunica que el pasado 30 de abril de 2008 se dio a conocer, en el Diario Oficial de la Federación, la Sexta Resolución de Modificaciones a la Resolución Miscelánea Fiscal para 2007.

Folio 68/2007-2008. Se notifica que el pasado miércoles 30 de abril se publicaron, en el Diario Oficial de la Federación, las Reglas de Carácter General en Materia de Comercio Exterior para 2008.

Folio 69/2007-2008. Se informa de la impartición del curso denominado "Nuevas Normas de Información Financiera 2008 – Capacitación para capacitadores", los días 15 y 16 de mayo, en las instalaciones del Instituto de Contadores Públicos de Nuevo León, A.C.

Folio 70/2007-2008. Se da a conocer la convocatoria al "Octavo Certamen Nacional de Ensayo sobre Fiscalización Superior y Rendición de Cuentas".



XXIV Premio Internacional de Investigación Financiera IMEF-Deloitte

El Premio IMEF-Deloitte tiene como propósito fomentar y estimular la investigación y el análisis de temas de interés en el ámbito de la actividad financiera empresarial en México y Latinoamérica.

Categorías de participación y premios

Los premios serán entregados en el marco de la XXXVI Convención Nacional IMEF en Cancún, Quintana Roo.

Categoría	Primer lugar	Segundo lugar
Investigación Financiera Empresarial	\$160,000.00	\$100,000.00
Investigación Macrofinanciera	\$90,000.00	\$50,000.00
Tesis y trabajos de investigación equivalentes	\$40,000.00	\$30,000.00

Fecha límite de entrega de trabajos:
17 de agosto hasta las 19:00 horas

Consulta las bases y los temas que puedes desarrollar en:

www.imef.org.mx
www.deloitte.com/mx



Indicadores sociales

¿un requerimiento para grandes empresas?

Lic. Roberto Adame Garduño

Desde el segundo tercio del siglo pasado, las empresas, en diversas partes del mundo, han ocasionado daños y abusos ilegales, ilegítimos e inhumanos, que han sido producto de objetivos meramente monetarios, tales como: explotación laboral infantil y femenino, pérdida de la diversidad biológica, debilitamiento de la capa de ozono, tala de bosques inmoderada, desertización, desaparición de hábitats naturales, y contaminación en atmósfera, suelo y agua.

En consecuencia, millones de personas han fijado su atención en los procesos productivos, industriales y comerciales de las empresas. Muchos individuos, mostrando su rechazo a esos daños y abusos, se han coordinado para la conformación de Organizaciones de la Sociedad Civil (OSC), mediante las cuales manifiestan su inconformidad de formas variadas: boicotean compras de productos; fomentan y adquieren artículos alternativos o provenientes de comercio justo; difunden mensajes por diversos medios; presentan protestas ante empresas, autoridades e instancias superiores.

Debido a ello, las empresas causantes o no de dichas situaciones se han adherido a gobiernos, instituciones y organizaciones nacionales e internacionales, con la finalidad de interactuar y llevar a cabo un movimiento basado en la solidaridad. De la parte de este movimiento referida a las empresas, se deriva la Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

La RSE comprende programas y prácticas que realizan las empresas en favor de sus grupos de interés (aquellos con los que la empresa tiene algún grado de vinculación, conocidos como *stakeholders*), grupos en situación de vulnerabilidad o de la sociedad en su conjunto. Estos programas, llevados a cabo sin que exista alguna obligación determinada por los ordenamientos legales que les aplican, buscan lograr impactos asistenciales y sociales entre los beneficiarios a quienes dirigen sus proyectos.

Cabe mencionar que, en virtud de que la RSE es un compromiso social de las empresas, sin importar su tipo y tamaño, éste se asume de manera voluntaria y consistente. Cualquier práctica de responsabilidad social tiene importancia por sí misma y genera un impacto hacia el exterior. Esto disipa la creencia de que la RSE es una práctica exclusiva de empresas grandes, ya que cualquier organización puede realizar prácticas de responsabilidad social.

Debido a que aún existen empresas cuyas actividades afectan en alguna medida a grupos específicos y a la sociedad en general, junto con las OSC, comunicadores

y analistas, los *stakeholders* de las empresas (accionistas, inversionistas, colaboradores, clientes, proveedores, acreedores y comunidades en las que operan las entidades), así como instituciones y organizaciones de diversa índole, están cada vez más preocupados y atentos a que las empresas asuman una actitud responsable respecto a los efectos que causen o pudieran causar sus operaciones.

Por ello, desde el momento en que las actividades sociales de las empresas dejan de ser desconocidas y son colocadas bajo el reflector sentencioso de sus *stakeholders* y de la comunidad, resulta de vital importancia divulgar su desempeño. Amén de ello, la difusión se convierte en una persuasión que se potencializa y es imitada por otros corporativos.

Para lograr lo anterior, las empresas pueden transmitir sus programas y proyectos benéficos por medio de reportes sociales. Estos reportes pueden ser diseñados y elaborados de conformidad con las particularidades de cada una de las empresas, y tienen por objetivo comunicar los proyectos sociales que llevan a cabo, su alineación con los objetivos de las empresas y los impactos derivados de su comunión. Como se trata de documentos que muestran parte del alma corporativa, su difusión se dirige hacia adentro y hacia fuera de la empresa. Por lo tanto, deben ser elaborados de manera sencilla, para una fácil lectura y comprensión por las partes interesadas.



La información que contienen los reportes podrá referirse a: beneficios laborales y sociales para sus colaboradores y familiares; comportamiento ético con sus clientes, proveedores, competidores y colaboradores; prácticas *amigables* con el medio ambiente, e involucramiento con la comunidad.

Al igual que otros, los reportes sociales pueden comprender información cuantitativa y/o cualitativa, y referirse a un periodo específico. Su difusión puede conducir a la verificación y monitoreo de sus contenidos, utilizarse para determinar la brecha de gestión social de la

“ La RSE es un compromiso social de las empresas que, sin importar su tipo y tamaño, asumen de manera voluntaria y consistente ”

empresa y como herramienta para planear los programas sociales en periodos posteriores. Por esta razón, los proyectos deben comprender acciones medibles.

Adicionalmente, los reportes sociales por sí mismos proporcionan información a todos los niveles dentro de las empresas, lo cual subsana el desconocimiento de algunos de los colaboradores acerca de la filosofía, los proyectos y los alcances de los programas de RSE que se llevan a cabo en sus organizaciones.

Una vez que se hayan definido los temas de RSE y los aspectos de los proyectos sociales que se incluirán en el reporte, es recomendable agregar información medida. La medición se realiza por medio de indicadores diseñados para cada una de las actividades concernientes. Dado que los reportes se difundirán entre un público variado, su contenido deberá ser claro, sencillo y transparente.

En ese sentido, deberán diseñarse y elaborarse indicadores cuantitativos y cualitativos que sirvan para reflejar los impactos logrados por cada uno de los proyectos que se presenten en los reportes. En consecuencia, el diseño y la elaboración de los indicadores requieren conocimiento de la empresa, el programa, el proyecto y las actividades que se realicen y se pretenden medir.

Los indicadores brindan un acercamiento mayor con las realidades en las que se pretende impactar. También permiten planear los compromisos necesarios, los logros a obtener y los retos del proyecto; detectar y prevenir desviaciones; controlar y dar seguimiento al proyecto; evaluar y determinar la brecha de gestión, e informar los resultados.

Al igual que los reportes sociales, que se diseñan y elaboran de acuerdo con las características de cada empresa, para el diseño y preparación de los indicadores tampoco existe una metodología única.

Sin embargo, a continuación se señalan algunos pasos a considerar:

- Conocer los objetivos y la estrategia de negocio de la empresa.
- Conocer el programa social y entender su objetivo.
- Determinar los factores de éxito.
- Definir, tentativamente, los indicadores.
- Determinar la forma de evaluación.
- Validar y aprobar los indicadores con las instancias corporativas respectivas.

Entre sus características pueden mencionarse las siguientes: estar en un marco que los asocie en forma natural con el proyecto que se medirá; tener un objetivo; ser claros y específicos; proporcionar la información que por sí mismos ofrecen; estar vigentes para su comparación en otros periodos, y ser útiles y confiables.

Como se mencionó, el diseño y la elaboración de indicadores se da de manera particular, por ello, en caso de que las empresas utilicen indicadores similares o adecuen algunos y los apliquen en sus proyectos, deberán ser prudentes pues su uso podría causar alguna desviación a los resultados obtenidos.

En consecuencia, huelga mencionar el rol medular y trascendente que tiene para las empresas los reportes sociales elaborados con indicadores. Sin embargo, la generación de reportes sociales que midan los impactos asistenciales y sociales logrados por los programas de responsabilidad social empresariales no significa necesariamente la grandeza social corporativa. Lo que revela a una empresa socialmente responsable es la alineación congruente de prácticas de responsabilidad social con su estrategia de negocio corporativa, que llevadas a cabo sustentablemente, logren impactos en sus grupos de interés y en la sociedad. *P*



Lic. Roberto Adame Garduño
Gerente de Responsabilidad Corporativa
Ernst & Young Mancera, S.C.
roberto.adame@mx.ey.com

Inversión responsable

Impulsor de la responsabilidad social corporativa

C.P. Juan Manuel Ferrón S.

Ing. Claudia Santos Montes

Ing. Jesús Castillo Monroy

En años recientes, aun cuando cada vez más compañías han adoptado políticas y lineamientos de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) como parte de su estrategia empresarial, en algunos casos, no han sido reconocidas o recompensadas por la comunidad financiera.

Esto no quiere decir que haya una falta de interés o deseo por parte de los inversores, sino que el factor predominante ha sido la ausencia de un conjunto de directrices comunes que los inversores, tanto individuales como institucionales, puedan utilizar para evaluar plenamente los riesgos y las oportunidades.

En 2005, las Organización de las Naciones Unidas (ONU) formaliza seis *principios para la inversión responsable*, que hacen referencia a: incorporar los aspectos Ambientales, Sociales y de Gobierno Corporativo (ASG) a los procesos de análisis global; ser propietarios de bienes activos a las prácticas y políticas; pedir a las entidades que publiquen sobre los ASG; proveer la aceptación de los *principios a nivel global*; colaborar para mejorar en la aplicación de los *principios*, e informar sobre las actividades y el progreso en la aplicación de los *principios*. Lo anterior, ayuda a los inversores institucionales a integrar la consideración de las cuestiones de ASG en sus procesos de toma de decisiones y a sus prácticas de gestión de activos, mejorando de esta forma los rendimientos de largo plazo para los beneficiarios.

La Inversión Responsable (IR)

Hoy en día, existe una mayor presión social hacia un comportamiento más responsable de las empresas motivado en buena parte por los escándalos protagonizados por grandes corporaciones, vinculados a falta de transparencia y ética. El mercado valora cada vez más, los activos intangibles de la empresa: reputación, buen gobierno corporativo, sustentabilidad, y las nuevas estrategias empresariales que van dirigidas a gestionar adecuadamente estos activos para atraer nuevo capital e inversión.¹

La IR pretende participar en la recuperación de la confianza del sistema y de transparencia de los mercados, así como proporcionar al gestor una herramienta de control de riesgos que le permita seleccionar mejor sus inversiones.

Estas inversiones son dirigidas hacia las empresas que acrediten buenas prácticas en materia de RSC, y que, por tanto, cuenten con una buena calidad de gestión y de gobierno. Si la RSC se concibe como una estrategia óptima en la búsqueda de la excelencia empresarial,



En el desafiante mundo empresarial, las inversiones responsables son claramente una ventaja competitiva



C.P. Juan Manuel Ferrón S.
Líder de la Práctica de Advisory de
PricewaterhouseCoopers, México
jmferron@mx.pwc.com



Ing. Claudia Santos Montes
Gerente de la Práctica de Sustentabilidad de
PricewaterhouseCoopers, México
claudia.santos.montes@mx.pwc.com



Ing. Jesús Castillo Monroy
Consultor Senior de la Práctica de Sustenta-
bilidad de PricewaterhouseCoopers, México
jesus.monroy@mx.pwc.com

una adecuada gestión financiera exigirá tener en cuenta el comportamiento de la empresa con la sociedad y el ambiente.

Por tanto, la IR:

"Es un término amplio referido a muchas prácticas de inversiones que consideran no sólo los aspectos financieros de una inversión, sino también los asuntos sociales y ambientales, contribuye a que la inversión se use como una herramienta para mejorar las prácticas comerciales y el desarrollo comunitario. Aunque esta herramienta no es apropiada para todas las situaciones, puede ser también un medio efectivo para la promoción de la Responsabilidad Social Corporativa".²

Los principios de inversión responsable elaborados por la Organización de las Naciones Unidas

Los Principios de Inversión Responsable (PIR) elaborados por la ONU³, así como los del Pacto Mundial (Global Compact) y otras iniciativas como el Global Reporting Initiative (GRI), son importantes para fijar una base mínima sobre la cual poder definir las líneas sobre las que nos tenemos que alinear al considerar alguna *inversión socialmente responsable*. En este sentido, el hecho de que la ONU promueva este tipo de iniciativas y consiga que se adhieran grandes bancos, grandes gestores de activos, grandes gestores de fondos y empresas de servicios, lleva a dar un impulso mundial de una tendencia que ya tiene bastantes años incorporándose dentro de las carteras, de una forma más estandarizada y consensuada.⁴

La necesidad de estos principios versa sobre los inversores institucionales que tienen el deber de actuar por el mejor interés de

aquéllos de cuyos activos son responsables. Este deber incluye considerar adecuadamente cada factor, incluyendo las cuestiones ASG, que materialmente afecten el rendimiento.

Aun cuando se considera el arduo trabajo en esta área realizado a través de varios años por los propietarios de los activos y los gestores de las carteras de inversiones, los grandes inversores institucionales no tienen un marco estructural para la integración sistemática de las cuestiones de ASG en las prácticas de toma de decisiones y políticas de identificación de las inversiones; los PIR proporcionan este marco estructural.

Implementar los principios llevará a un mejor entendimiento de una gran cantidad de cuestiones materiales que deben resultar en un incremento en los rendimientos y un riesgo menor. Los signatarios serán parte de una red, lo cual creará oportunidades de compartir recursos, bajando los costos de investigación y de políticas de identificación activas. Los principios también permitirán a los inversores trabajar juntos para abordar un conjunto de problemas sistémicos que, si son solucionados, pueden llevar a unas condiciones de mercado en general más estables, responsables y rentables.

La inversión responsable: impulsor de la RSC

Es contundente que la RSC, últimamente, es considerada como factor clave en el sector empresarial, las escuelas de negocio, los inversionistas e, incluso, en los gobiernos. Desde finales de la década de 1990 han ido apareciendo en el panorama internacional diferentes iniciativas, códigos, normas o pactos encaminados a promover dicho comportamiento. La mayoría de estas recomendaciones, de

“

Obviamente, las empresas socialmente responsables
son más atractivas para todos sus grupos de interés
(*stakeholders*)

”

carácter voluntario, pretenden impulsar el desarrollo de políticas y estrategias empresariales que incorporen criterios éticos, sociales y ambientales.

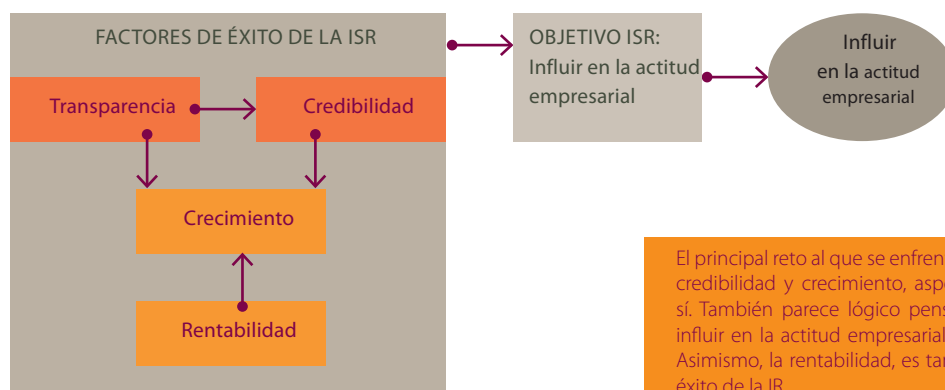
Asimismo, el aspecto económico ha traído consigo la creación de códigos de conducta y estándares sectoriales o empresariales de carácter voluntario y el resurgimiento de la denominada inversión socialmente responsable dirigida a incorporar en su valoración de gestión y riesgos económicos, así como también los criterios éticos sociales y ambientales. El enfoque voluntario (o *business case*) argumenta a favor de la RSC. Fundamentalmente, este enfoque se basa en los vínculos existentes o potenciales entre la calidad de las relaciones de la empresa con sus *stakeholders* y sus resultados económicos.

Bajo esta perspectiva, se obtienen una serie de argumentos que pretender convencer a los accionistas y a los gestores de que la RSC es buena para sus propios intereses a la vez que lo es para toda la sociedad. No se trata de un juego de suma cero sino de ganar-ganar. Además del capital financiero y de los activos tangibles, las empresas cuentan con un capital social, humano e intelectual al que hay que prestar atención para poder obtener el máximo retorno a los recursos utilizados con una visión de largo plazo. Cada vez más, los empleados, los accionistas y los clientes valoran esos activos intangibles difíciles de comercializar y que constituyen la reputación externa y la cultura interna de la empresa. (ver gráfica 1)

Cuando la IR está respaldada por un mercado transparente y responsable, ofrece a los inversores información fiable sobre la actuación de las empresas seleccio-



Gráfica 1. Factores de éxito de la inversión responsable



El principal reto al que se enfrenta la IR es lograr transparencia, credibilidad y crecimiento, aspectos interrelacionados entre sí. También parece lógico pensar que cuanto más se logre influir en la actitud empresarial, mayor será el éxito de la IR. Asimismo, la rentabilidad, es también uno de los factores de éxito de la IR.

Fuente: *Manual de la empresa responsable, la inversión socialmente responsable: evolución, tendencias e implicaciones para la dirección de las empresas*, SAM, CBS y Mondragón, 2005

nadas. Al mismo tiempo, estas empresas obtienen una mayor reputación al ser seleccionadas por estos fondos y convertirse en modelos de buenas prácticas empresariales. La obtención de reputación es, sin duda, un activo intangible muy deseado por las empresas; por tanto, se espera que éstas realicen acciones que favorezcan su inclusión en los fondos de inversión responsable o mantengan su política en el caso de formar parte de estos fondos.

cieros internacionales y en cuyo capital participan inversores institucionales cada vez más preocupados por la RSC.

Al margen de la inversión colectiva socialmente responsable, el papel de la intermediación financiera directa, ejercido por los bancos mediante la concesión de créditos, es crucial en el camino hacia la RSC. Algunos bancos más responsables socialmente han empezado



Beneficios de la inversión responsable

En algunas investigaciones se han encontrado evidencias suficientes de que el desempeño social y ambiental beneficia directamente al estado de resultados, aumenta el valor económico de la empresa, reduce el riesgo, atrae o retiene empleados valiosos, incrementa la lealtad y mejora la imagen y reputación corporativa.⁵ Además, la empresa con buenos resultados sociales tiene acceso al volumen de fondos de la inversión socialmente responsable, gana en eficacia por la mejor gestión de costos, y es más competitiva en licitaciones, en los países donde hay legislación al respecto.

Otros estudios, sobre la comparabilidad de los índices bursátiles de sustentabilidad (como el FTSE4Good o el *Dow Jones Sustainability*, y otros índices de referencia de mercado) demuestran que las empresas preocupadas por medir e informar de su contribución social y ambiental obtienen mejores cotizaciones en los mercados que otras que no lo hacen.⁶

El argumento de un *business case*, es el que utilizan los inversores socialmente responsables (institucionales o no) y otros inversores que ven en la RSC una práctica de buena gestión empresarial y que prefieren invertir su capital en aquellas empresas que ya están gestionando adecuadamente sus riesgos de reputación, de gobierno corporativo, sociales y ambientales, y que obtienen el mejor desempeño de estos aspectos clave.

Asimismo, cada vez es mayor el número de inversores que reclaman información no financiera de las empresas en las que participan y asumen su papel de accionistas responsables, dialogando con ellas e, incluso, interviniendo por medio del voto en decisiones que puedan comprometer el futuro de la empresa por asumir excesivos riesgos de la RSC. Las empresas que están sometidas a este escrutinio de los inversores son grandes empresas que cotizan en los mercados finan-

a adoptar técnicas para evaluar los riesgos ambientales, sociales⁷ y de reputación, lo que aumenta la probabilidad de exclusión de la financiación para las empresas menos responsables socialmente o, en el mejor de los casos, la pérdida de las condiciones contractuales de sus préstamos, favoreciendo de ese modo a las empresas más responsables socialmente y estimulando por lo tanto una creciente responsabilidad por parte de todas ellas.

Conclusión

La creación y el patrocinio de una iniciativa por parte de la ONU y la gestación de unos principios desde el propio sector financiero, abre la oportunidad de impulsar la *inversión-socialmente-responsable*. No obstante, adherirse únicamente a estos principios no es suficiente, ya que sólo su implementación y seguimiento dará la medida de su aplicación y éxito.

Asimismo, es necesario continuar impulsado los aspectos de la RSC en tres temas clave, tanto en las corporaciones como en la aplicación de los principios: transparencia, rendición de cuentas y gobernabilidad, con la finalidad de otorgar credibilidad por parte de los mercados, terceros legítimamente interesados y la sociedad en general. *P*

1. Bertran, E., Castillo, J., "El nuevo desafío empresarial", *Mundo Ejecutivo*, 27 Aniversario, 2006, pág. 32-33.
2. Hollenhorst, "Herramientas sobre responsabilidad social empresarial", *IfPeople*, pág.1.
3. <http://www.unpri.org/>
4. Principles for Responsible Investment. An investor initiative in partnership with UNEP Finance Initiative and the UN Global Compact.
5. *Manual de la empresa responsable, la inversión socialmente responsable: evolución, tendencias e implicaciones para la dirección de las empresas*, SAM, CBS y Mondragón, 2005.
6. *Idem*
7. *Corporate Responsibility Report HSBC Holdings plc*, 2006.

Transición empresarial

Hacia la sustentabilidad y la medición del desempeño ambiental

Ing. Alejandro Lorea Hernández

Durante la última década se ha presentado un importante número de señales para que las organizaciones se inclinen hacia la adopción de un enfoque de sustentabilidad, respecto a la manera en que conducen su actividad.

Estas señales, asociadas con fenómenos como el cambio climático, la producción y el consumo sustentable, la responsabilidad social empresarial, entre otros, han venido presentando una serie de oportunidades y riesgos cuya atención representa la posibilidad de enfrentar, de mejor manera, los retos que en el futuro tendrán esas organizaciones.

En el presente, se podría considerar que un número creciente de empresas están pasando por cambios en su política y sus prácticas, como el uso de tecnología más limpia y eficiente en el sistema de producción, y la interacción más abierta con todos los grupos de interés (*stakeholders*), asumiendo los asuntos ambientales y sociales como responsabilidad no sólo de los departamentos técnicos o de los expertos, sino de toda la compañía.

Lo cierto es que la transición hacia la sustentabilidad es un desafío formidable que, en términos generales para las organizaciones, representa el recorrido, no necesariamente en forma consecutiva, de las siguientes etapas¹:

- **Prevención de la contaminación.** Las organizaciones cambian su enfoque: del control de la contaminación a la prevención de ésta, al minimizar o eliminar los desechos antes de que éstos se produzcan.
- **Cuidado del producto.** El enfoque de prevención abarca todos los impactos ambientales posibles asociados con el ciclo completo del producto (como la valoración completa de los insumos), el diseño del producto y de su proceso, así como el uso y desecho por los consumidores.
- **Tecnología limpia.** Las organizaciones comienzan a planear e invertir en las tecnologías emergentes que promueven un desempeño ambientalmente sustentable.
- **Visión de sustentabilidad.** Todas las etapas anteriores pueden llevar a una compañía a la sustentabilidad; sin embargo, si no se cuenta con un marco para dirigir esas actividades, se disolverá su impacto. La visión de sustentabilidad de una organización es como un mapa de rutas para llegar al futuro.

“ La transición hacia la sustentabilidad es un desafío formidable, en términos generales, para las organizaciones ”

Las estrategias empresariales necesitan trasladarse de las teorías conceptuales a una realidad práctica.² La importancia de este hecho se basa en que la sustentabilidad no es algo que se logre precipitadamente, sino en el largo plazo. Las economías y las organizaciones deben encauzarse hacia una nueva forma de desarrollo y crecimiento, que al final les exigirá reflexionar sobre su ética, objetivos, así como formas de organización, cultura y comunicación corporativas.

Además, es conveniente tomar en cuenta que la agenda de la sustentabilidad ha sido considerada un intento de armonizar *la línea básica³ financiera tradicional*, con los nuevos conceptos acerca de la *línea básica ambiental*, en la que ahora es necesario incluir a la justicia social para formar una *triple línea básica⁴*, junto con la prosperidad económica y la calidad ambiental. La definición de la triple línea básica de la sustentabilidad implica que las organizaciones tomen en cuenta el aspecto social, económico y ambiental, con el fin de ir avanzando hacia la sustentabilidad.

Esas tres líneas básicas están en movimiento constante debido a las presiones de tipo social, político y ambiental, lo que crea *zonas de corte⁵* entre las líneas básicas de la sustentabilidad:

- **Ecoeficiencia.** Es la zona de corte entre las agendas económica y ambiental. Esta zona es quizá la que más fácilmente pueden establecer las empresas.
- **Justicia ambiental.** Se refiere a la zona de corte entre las agendas ambiental y social. Esta zona genera los más grandes retos frente al paradigma *business as usual*. Por ejemplo, se ha demostrado que los grupos económicos

y socialmente desprovistos están en desventaja ambiental.

- **Ética de las empresas.** Es la zona de corte entre las agendas social y económica. Produce gran variedad de temas, como el desempleo, los derechos de las minorías y la ética empresarial.

Tomando en cuenta la definición de la sustentabilidad, en términos de la triple línea básica, son entendibles las controversias y los retos para las organizaciones que surgirán de temas económicos, sociales y ambientales. La sustentabilidad como tal también exige, entre otros aspectos, el alivio de la pobreza, la estabilización de la población, el empoderamiento de las mujeres y la creación de empleos para ellas, así como la observación de los derechos humanos y la redistribución económica en escala masiva.

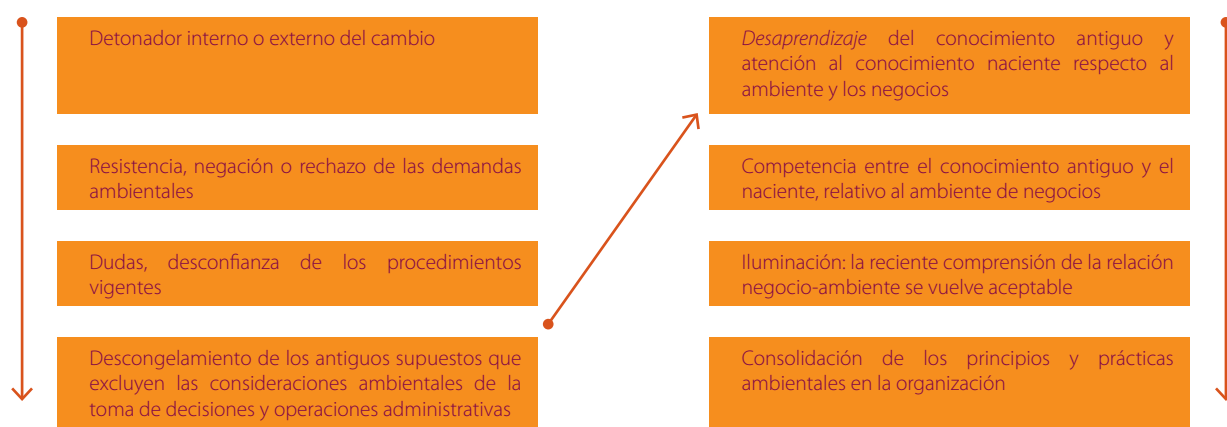
Para satisfacer los requerimientos del desarrollo sustentable se necesita un cambio de fondo en la cultura organizacional y ajustes sustanciales en los productos, servicios y procesos a lo largo del ciclo de vida del producto; es decir, cambiar de un paradigma de cultura administrativa convencional a otro de cultura administrativa ambiental, que exige el aprendizaje de otros supuestos y de nuevas conductas que incluyen el bienestar ambiental como valor subyacente al sistema administrativo.

En el cambio cultural ambiental dentro de una compañía, resultado de detonadores externos o internos, es posible observar diversas fases de este proceso. Éstas pueden diferir de una organización a otra, sin embargo, sobre la base de distintos estudios acerca del cambio ambiental organizativo, se pueden identificar algunas etapas características (figura 1).



Ing. Alejandro Lorea Hernández
Director Ejecutivo de la Comisión de Estudios del Sector Privado para el Desarrollo Sustentable (CESPEDES)
cespedes@cce.org.mx

Figura 1. Fases del cambio ambiental



Fuente: M. Halme, "Developing and environmental culture through organizational change and learning", en R. Welford (ed.) *Corporate Environmental Management 2: Cultures and Organizations*, Londres, Earthscan, 1997.

La medición del desempeño ambiental

Existen diversas herramientas que permiten conocer y administrar el comportamiento de los aspectos ambientales y económicos de un proceso productivo, de modo que se promuevan medidas que mejoren el desempeño ambiental de dicho proceso.

La Federación Internacional de Contadores (International Federation of Accountants, IFAC) considera a la Contabilidad de la Administración Ambiental (Environmental Management Accounting, **EMA**) como la administración y el desempeño ambiental y económico mediante el cual se implementan sistemas y prácticas de contabilidad apropiados relacionados con el ambiente. EMA no solamente abarca el cálculo monetario que regularmente maneja la contabilidad, sino que se extiende al cálculo de los materiales. El primero se conoce como MEMA (*Monetary EMA*), y el último como PEMA (*Physical EMA*). La figura 2 muestra las partes principales de EMA, con base en la definición de la división para el desarrollo sustentable de las Naciones Unidas. La contabilidad de costos del flujo de materiales (*Material Flow Cost Accounting*, **MFCA**) es una de las herramientas más relevantes para integrar a MEMA y PEMA.

La posición de MFCA en el sistema EMA puede ser representado como se muestra en la figura 3. Mientras que el costeo a lo largo del ciclo de vida se enfoca en productos fuera de las fronteras de la organización, la MFCA se concentra principalmente en los procesos que se encuentran dentro de esas fronteras. Por lo tanto, cuando una organización es considerada como una unidad, la MFCA formaría parte de una plataforma básica para EMA.

Adicionalmente, la MFCA es completamente independiente de la contabilidad regulada, como sería la contabilidad financiera, y utiliza información convencio-

nal; por lo tanto, esta herramienta puede también ser ubicada como una interfase entre la EMA y los sistemas de contabilidad convencionales.

La contabilidad de costos del flujo de materiales

La Contabilidad de Costos del Flujo de Materiales (MFCA) es un sistema para medir los flujos y almacenamientos de materiales en un proceso productivo, tanto en unidades físicas como monetarias. Esta herramienta enfatiza los flujos de material relevantes, en términos de costo de producción, y modifica los conceptos convencionales de la organización de la producción, al mismo tiempo que proporciona un nuevo tipo de información, en términos del costo y la cantidad, con base en la productividad, para propósitos de la administración ambiental y la administración de la producción. La MFCA puede representar un sólido apoyo para la misión de la organización hacia el desarrollo sustentable.

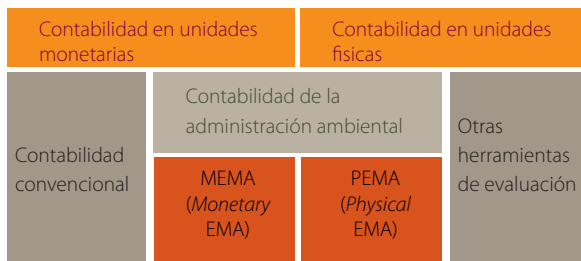
La aplicación de esta herramienta en los procesos de producción considera la revisión desde el punto de vista del ambiente. La información del flujo de materiales, incluyendo agua y energía (*inputs*), debe ser examinada cuidadosamente, ya que el informe convencional sobre el flujo de estos materiales no está considerado inicialmente para propósitos de la administración ambiental. En la MFCA todos los materiales que fluyen hacia el proceso de producción (*inputs*) deben ser localizados y categorizados como producto o no-producto (pérdida de materiales). Al momento de realizar las evaluaciones, ambos son tratados como productos, pero los costos correspondientes son medidos en forma separada. Los productos vendibles son llamados productos finales o productos positivos, y los residuos (emisiones) son llamados productos negativos (*non-product output*). Desde el punto de vista de la MFCA, una organización es un sistema de flujo de materiales, tal como se muestra en la figura 4.



El desarrollo sustentable requiere un cambio de fondo en la cultura organizacional y ajustes sustanciales en los productos, servicios y procesos, a lo largo del ciclo de vida del producto

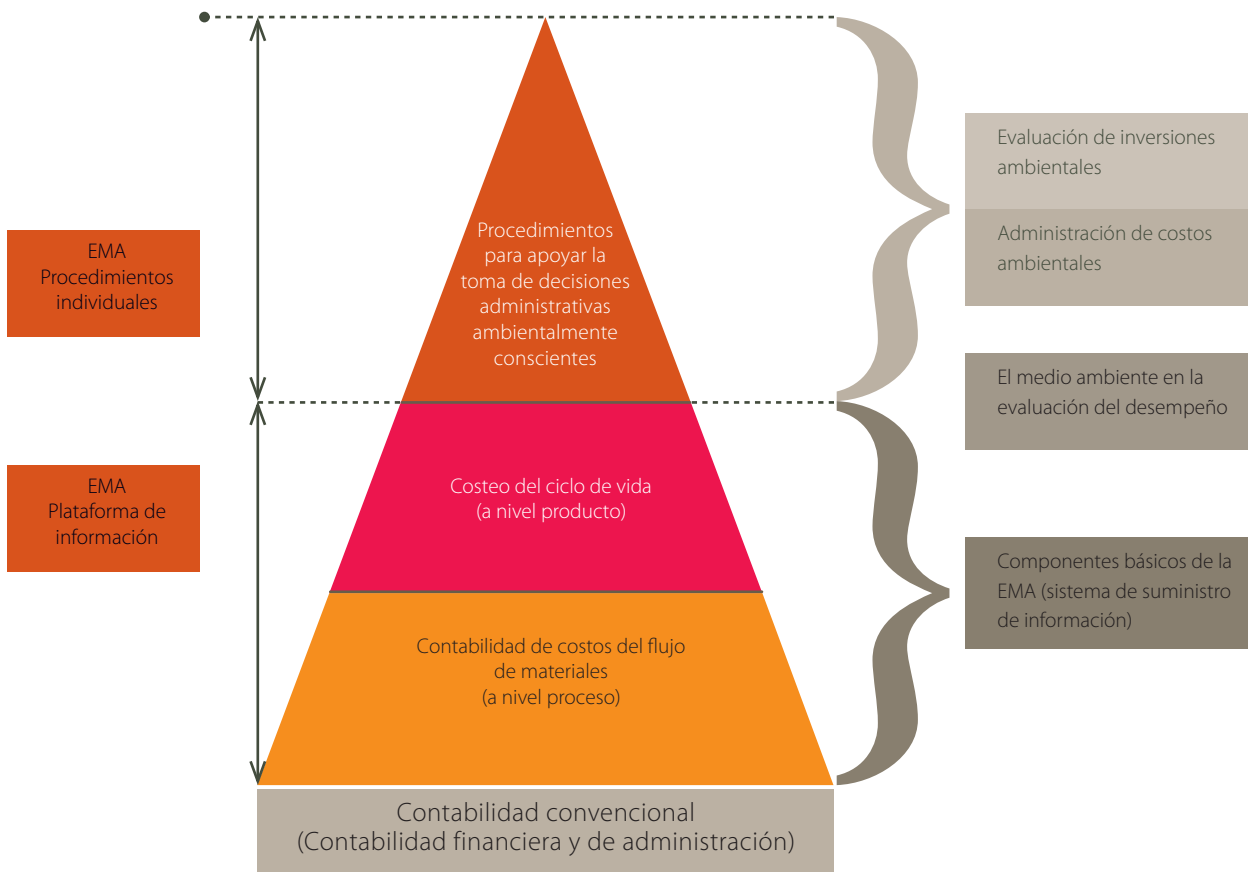


Figura 2



Fuente: IFAC

Figura 3



Fuente: IFAC

Figura 4

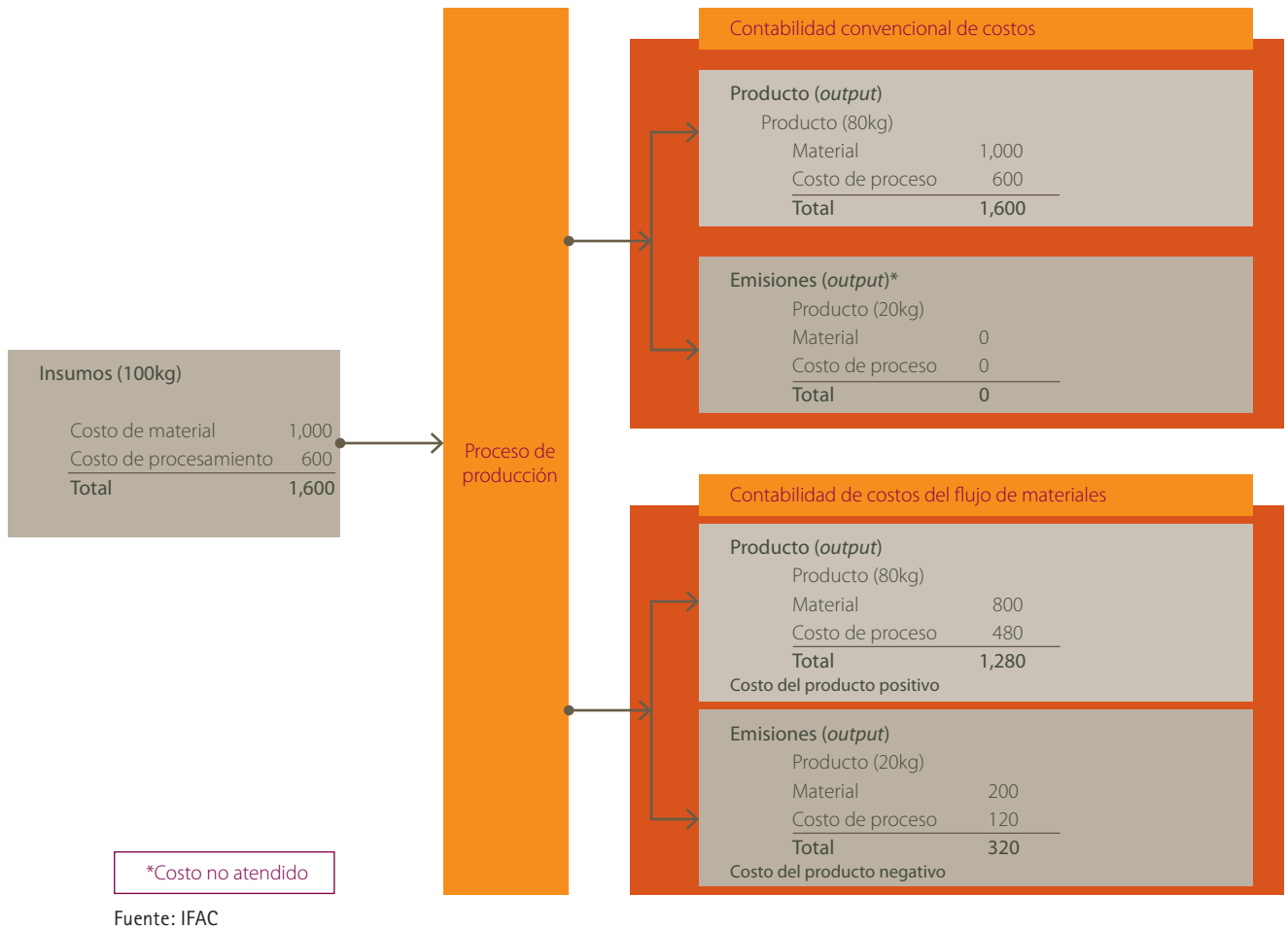
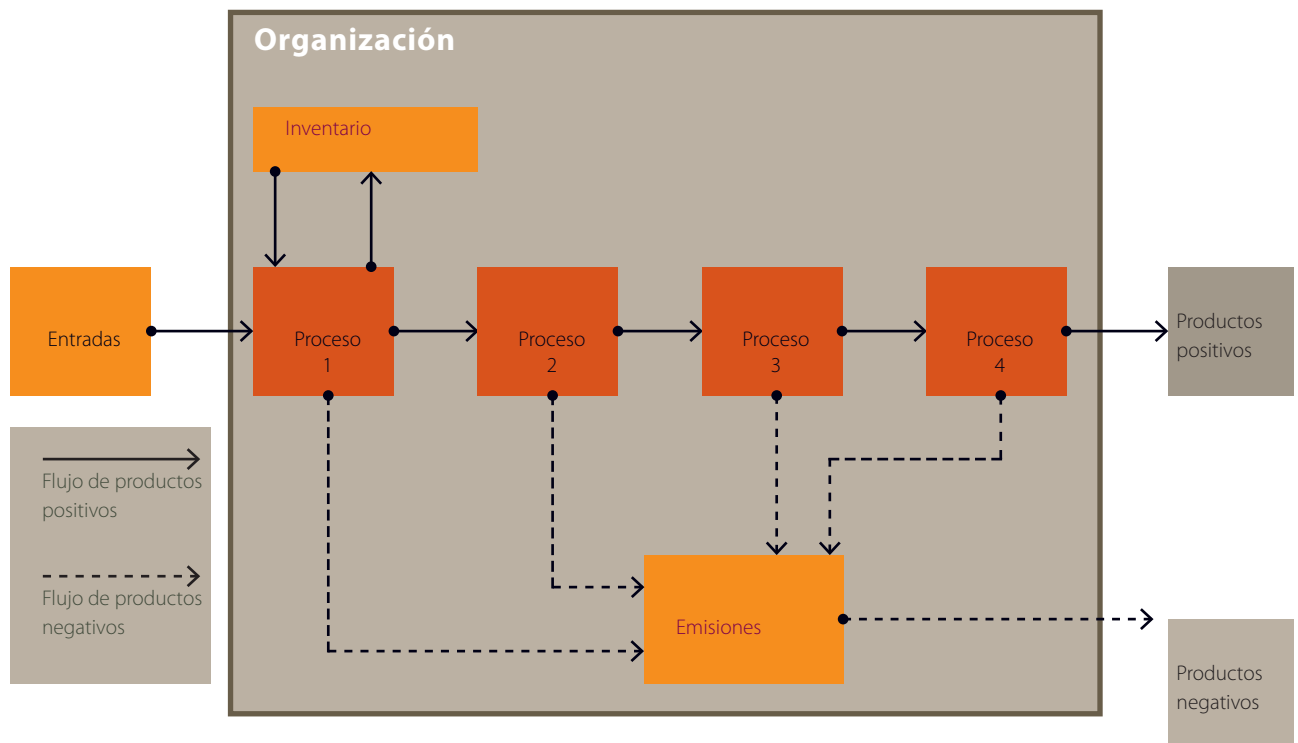


Figura 5



Fuente: IFAC

Si bien el valor de los productos negativos es, generalmente, desatendido por la contabilidad convencional de costos, la MFCA calcula el valor correspondiente asignándoles un costo de procesamiento y de materiales. La diferencia entre la contabilidad convencional de costos y la MFCA se muestra de manera esquemática en la figura 5. En esa figura, el proceso de producción genera un producto a partir de 100 kilogramos de material (con un valor de \$1,000.00) y un costo de procesamiento de \$600.00; aun cuando las emisiones o residuos de ese proceso sean visibles en la fábrica, su valor es usualmente desatendido por la contabilidad convencional de costos y esta cantidad se adiciona automáticamente al costo del producto (*output*). Sin embargo, en la MFCA el residuo es considerado como otro producto (producto negativo) y las cantidades apropiadas de costo le son asignadas con base en criterios preseleccionados; por ejemplo su peso, tal como se muestra en la figura 4. Por lo tanto, el valor del residuo como producto negativo se determina en \$320.00. Esta información proporciona un incentivo a la administración para reducir ese costo.

En la MFCA, las emisiones que eran simplemente consideradas como desechos son evaluadas en términos de una pérdida económica, lo cual atrae la atención hacia la ineficiencia del proceso productivo. Esto estimula el establecimiento de medidas de mejora para aminsonar dichas emisiones, proporcionando reducciones en el uso ineficiente de materiales que, a su vez, minimiza las emisiones y los costos de materiales y disposición de residuos. Ambas disminuciones impactan positivamente en el ambiente y proporcionan beneficios económicos tangibles.

El uso de esta herramienta presenta un elevado potencial para la identificación e instrumentación de mejoras en la productividad, no sólo de procesos individuales, sino de cadenas de valor completas. *P*

1. Medina Ross, Verónica, "Los negocios y el ambiente: una relación cambiante", en *Sustentabilidad Ambiental en la Industria: Conceptos, Tendencias Internacionales y Experiencias Mexicanas*, El Colegio de México, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey; 2005, segunda parte.
2. R.J. Welford, *Environmental Strategy and Sustainable Development: The Corporate Challenge for the 21st Century*, Londres, Routledge, 1995.
3. J. Elkington, "The triple bottom line for 21st business", en R. Starkey y R. Welford (ed.), *Business and Sustainable Development*, Londres, Earthscan, 2001.
4. *Ibid.*
5. *Ibid.*

REVISTA EN LA WEB

REFORMA FISCAL, COMPETITIVIDAD Y CRECIMIENTO

MBA Alfredo Nava Govela

Aspirante al Doctorado en Administración de la Universidad Anáhuac México Sur

Área de Expertise: Competitividad

Mientras no se lleven a cabo las modificaciones fiscales que incentiven las inversiones, el avance de nuestra competitividad frente al resto de los mercados y el mundo permanecerá estancado y en caída libre.

La falta de madurez de la clase política y los estandartes falsos de que "lo que el Estado controla es de los mexicanos", aunado a la falta de información de la sociedad y a la no exigencia de una gestión verdadera de Estado a los legisladores, representan un talón de Aquiles ante las actuales circunstancias de esta incipiente democracia.

Para conocer mejor este tema, ingresa al portal del IMCP:

<http://imcp.org.mx>

Donde encontrarás el texto completo de este artículo. Además, como complemento de la revista impresa del mes de junio, podrás consultar:

LA HERRAMIENTA DEL PROTOCOLO FAMILIAR

Lic. Jorge Fabre

Director de la Facultad de Negocios de la Universidad Anáhuac México Sur

jorge.fabre@anahuac.mx

Gestión **sustentable**

Creando valor en el nuevo entorno global



Ing. Juan Carlos Ospino Velázquez

Las estrategias de sustentabilidad se han convertido en una pieza fundamental en las decisiones de los directores de empresas, quienes ven oportunidades para crear valor en un entorno donde se invoca por igual a la responsabilidad social y el impacto al medio ambiente, y a los resultados financieros.

En estas fechas es difícil pasar un día sin escuchar noticias acerca del impacto del cambio climático, la crisis energética, la responsabilidad corporativa o la crisis alimentaria. Estos temas, lejos de ser una moda, representan una realidad que obliga a tomar acción en un mundo cada vez más globalizado.

Una serie de factores convergen para colocar el tema de la gestión sustentable en el reflector, no sólo para enfrentar los retos de un creciente marco regulatorio, mayores demandas de la sociedad por un crecimiento sustentable y el imperativo de obtener resultados financieros en línea con las expectativas de los accionistas, sino también para aprovechar oportunidades en nuevos mercados, innovación tecnológica y el acceso a capitales que buscan ser invertidos en empresas que respondan de manera favorable a su impacto social y ambiental.

Nuevas tendencias globales

La sustentabilidad ha adquirido un papel relevante en el plano internacional en los últimos años. La globalización ha obligado al mundo corporativo a atender asuntos que antes parecían estar lejos de su ámbito de influencia. Temas como los desastres naturales causados por el cambio climático, la deforestación de grandes extensiones de selva y bosques, el óptimo aprovechamiento de los recursos naturales, y la búsqueda de fuentes alternativas de energía, son ahora algunos de los temas que dominan las conversaciones en las salas de consejo.

Las nuevas tendencias en el ámbito regulatorio, de inversión, de mercado y en la sociedad en general apuntan hacia una importancia cada vez mayor de la respuesta corporativa a estos temas, los cuales han llevado a las empresas a adoptar una postura más verde. Esta nueva actitud no se contrapone a los principios de generar mayores ingresos y rentabilidad, por el contrario, presenta retos y oportunidades que deben ser enfrentados con innovación para fortalecer a las empresas.

En materia de regulación, ésta se ha cerrado en torno a los asuntos de sustentabilidad, incluso alcanzando acuerdos internacionales, como el Protocolo de Kyoto, que pretende reducir las emisiones globales de gases de efecto invernadero a niveles de 5% por debajo de los alcanzados en 1990. En México, la Ley General del Equilibrio Ecológico para la Protección al Ambiente (LEGEEPA) es el ordenamiento de carácter federal que regula el impacto ambiental. Durante 2007, la Procuraduría Federal de Protección al Ambiente realizó 847 auditorías ambientales en el marco de esta ley¹.

De la misma forma, la legislación sobre transporte, químicos y construcción a nivel global es cada vez más restrictiva y el desarrollo de nuevas tecnologías se acelera para poder cumplir con la normatividad.

Por otro lado, los inversionistas solicitan también con mayor énfasis que las empresas reporten sus impactos ambiental y social. El Carbon Disclosure Project, una organización independiente que representa a inversio-

“ Integrar los principios de sustentabilidad en la estrategia global de la empresa obliga a que el equipo directivo asuma el compromiso de poner el tema en primer plano ”

nistas institucionales con más de 57 billones de dólares en su portafolio, se encarga de recopilar información de los riesgos y las oportunidades relacionados con las emisiones de gases de efecto invernadero de las compañías más grandes del orbe. En el presente año recopilaron información de alrededor de 3,000 empresas².

Las empresas globales más importantes también llevan a cabo iniciativas de gestión sustentable de diversa índole, ya sea desarrollando sistemas que apoyen a la educación en comunidades rurales, productos de mayor eficiencia energética, servicios destinados a elevar la calidad de vida de los más desprotegidos o involucrándose en prácticas comerciales más justas para sus proveedores.

Tal es el caso del llamado comercio justo o *Fair Trade*, por medio del cual se busca disminuir la pobreza y mejorar las condiciones de vida de las comunidades en países en desarrollo, al cuidar los estándares ambientales en el lugar de origen y pagar un precio más justo por adherirse a estas normas. Este mecanismo se ha desarrollado principalmente para la producción de granos, frutas y flores, pero recientemente se ha extendido a otros productos.

Los grupos de interés siempre *han puesto el dedo en la llaga* en cuestión de sustentabilidad, pero ahora sus planteamientos se han extendido a la sociedad en general, quienes, en su papel de consumidores, exigen que los productos que compran sean fabricados con menor daño al medio ambiente y mayor respeto a las comunidades que los producen.

Este conjunto de demandas, por parte de los distintos actores, evidencia que no se puede dejar de

lado la gestión sustentable; más aún, debe ser adoptada como una estrategia que permita competir en mejores condiciones a las empresas.

Ha pasado más de una década desde que se introdujo el concepto de la *Triple Bottom Line* (la línea de base triple) que agrega las perspectivas social y ambiental al desempeño financiero de las organizaciones. Desde entonces, numerosas iniciativas se han gestado para acomodar las tres perspectivas en el reporte del desempeño de las organizaciones, como es el caso de la *Global Reporting Initiative* (GRI). Actualmente, más de 1,500 compañías en el mundo han adoptado los principios de la GRI³ para reportar su impacto social y ambiental.

En México, empresas como Cemex, PEMEX y Peñoles se han sumado a la iniciativa. De la misma forma, muchas más han adoptado la Norma ISO-14000, estándar para sistemas de gestión ambiental que ayuda a las organizaciones a reducir su impacto en el ambiente. Se estima que más de 70,000 empresas a nivel mundial cuentan con la certificación. Se espera que para 2010 se publique la Norma ISO-26000, relativa a la responsabilidad social.

Beneficios de la gestión sustentable

Más allá del cumplimiento, la gestión sustentable representa beneficios tangibles para los negocios, como el fortalecimiento de la marca, la atracción de consumidores y el acceso a los mercados de carbono, así como a los fondos de inversión socialmente responsables.

La gestión sustentable es un catalizador para la creación de valor cuando se encuentra embebido en la cultura de la empresa y en



Ing. Juan Carlos Ospino Velázquez*
Consultor Senior de la práctica de Consultoría de Deloitte en el área de Estrategia y Operaciones

jospino@deloittemx.com

* El artículo presenta las opiniones propias del autor y no representa las opiniones de la Firma

su estrategia. No debe asumirse como la labor exclusiva de un departamento o como un costo adicional para el negocio, sino como una puerta abierta a oportunidades que permiten mantener una ventaja competitiva.

Existen cinco plataformas donde se deben aplicar prácticas sustentables para obtener el mayor valor, éstas incluyen:

El portafolio de productos y servicios

Los productos y servicios verdes atraen más consumidores cada año.

En el mercado mundial, la demanda de alimentos producidos por la vía orgánica está creciendo en forma sostenida a una tasa de 20 a 25% anual, hasta alcanzar niveles superiores a los 40 mil millones de dólares en 2007.⁴ México sólo exporta alrededor de 1% del total global, lo que significa una gran área de oportunidad para la industria nacional. Los consumidores demandan estos productos por considerarlos más saludables y la tendencia demuestra este comportamiento.

Otro caso de éxito de productos verdes es el incremento en la demanda de autos híbridos. El mercado de autos de este tipo creció 38% en los Estados Unidos (EE.UU.), para alcanzar más de 350,000 vehículos. El Toyota Prius, uno de los primeros autos de su tipo en salir a la venta de forma masiva, es el líder con cerca de 51% de la participación de mercado. Los autos híbridos constituyen alrededor de 2.2% del total de vehículos circulando en EE.UU., lo que indica una enorme oportunidad de crecimiento, sobre todo cuando se compara el incremento del año anterior contra el total de ventas de autos nuevos en ese país, el cual disminuyó en alrededor de 3%.

La gestión sustentable es también un motor para la innovación, las tecnologías de energía renovable han crecido de manera importante en los últimos años, en un clima en el que los precios del petróleo no ceden. Los ingresos por la venta de tecnologías solares, eólicas y biocombustibles, entre otras, alcanzaron los 77 mil millones de dólares en 2007, un incremento de 40% respecto a 2006. Por otro lado, la inversión vertida para el desarrollo de estas tecnologías llegó a 148 mil millones.⁵

Dentro de los aspectos que considera el portafolio de productos verdes, se encuentra la estrategia de servicio y disposición del producto durante todo el ciclo de vida del mismo, desde el diseño hasta el desecho. De igual forma, se debe poner particular énfasis en el reciclaje y el reuso.

La fuerza laboral

Otro aspecto fundamental es la estrategia de recursos humanos. La cultura verde permea cada vez más en los prospectos que buscan empleo.

Convertirse en una empresa responsable se ha vuelto una estrategia de atracción y retención de talento, al sentirse los candidatos interesados en una organización de la cual se puedan sentir orgullosos. Es razonable pen-

sar que prefieran unirse a una empresa con un historial social y ambiental responsable a una de dudosa trayectoria. En este sentido, muchas organizaciones han buscado colocarse en la preferencia de los candidatos por medio de distinciones que las acreditan como empresas socialmente responsables. Tal es el caso de la que otorgan el Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi)⁶ y la Alianza por la Responsabilidad Social Empresarial en México (AliaRSE), las cuales entregaron en 2008 el Distintivo ESR a 274 empresas que operan en México y se destacan por haber asumido una cultura de responsabilidad social en sus organizaciones.

El entorno físico de trabajo

La construcción de edificios inteligentes y amigables con el ambiente presenta ventajas significativas sobre las construcciones de antaño.

Normalmente, se trata de lugares que aprovechan la luz natural de mejor manera, generando ahorros importantes en costos de energía eléctrica. También son construidos con materiales que no dañan el medio ambiente, generando ahorros en su construcción, al mismo tiempo que crean lugares más placenteros para trabajar.

La utilización de los principios de ergonomía en oficinas y equipos, el uso de oficinas virtuales o incluso el horario flexible que permite trabajar desde el hogar, constituyen iniciativas que ofrecen alternativas interesantes para los empleados.

De esta manera se cumple con la legislación en materia de construcción, al mismo tiempo que se generan ahorros y se crean ambientes de trabajo que estimulan el desempeño de la fuerza laboral.

El modelo operativo

El modelo de procesos verde aplica prácticas de sustentabilidad a las funciones tradicionales de la empresa.

Uno de los ejemplos más claros es la cadena de suministro sustentable. Tan sólo en 2005 los productos certificados bajo el marco del comercio justo o *Fair Trade* superaron los 1.1 mil millones de euros.⁷

Otro ejemplo es la colaboración de Dow Chemical Co. y el Consejo Nacional para la Defensa de los Recursos en Estados Unidos (NRDC), los cuales se asociaron para un proyecto de tres años, cuyo fin es reducir la producción de 26 químicos tóxicos a tan sólo uno en una de las plantas de químicos más grandes de ese país. La inversión de Dow, de 3.1 millones de dólares, le generó ahorros a la empresa por 5.4 millones al año y, para muchos de sus negocios, se incrementó la calidad de los productos y la capacidad de producción.⁸

El modelo de gestión

Integrar los principios de sustentabilidad en la estrategia global de la empresa obliga a que el equipo directivo asuma el compromiso de poner el tema en primer plano.

La implementación de una estrategia de este tipo tiene la ventaja de ofrecer varios puntos de inicio. El más evidente de todos es el cumplimiento de la legislación correspondiente, pero, adicionalmente, se puede partir del cálculo de una línea de base en cuestión de emisiones, la adopción de principios de reporte que incluyan la perspectiva social y ambiental, o la ejecución de iniciativas que promuevan el comportamiento ético entre los miembros de la organización. Lo primordial es que se inicie el camino hacia la sustentabilidad.

Múltiples empresas han emprendido iniciativas que se extienden a lo largo de toda la organización. Esto permite un fuerte posicionamiento de la marca como empresa verde, atrayendo así consumidores, recursos y la reputación de ser una empresa responsable.

Uno de los ejemplos más claros de este tipo de iniciativas es la llamada Ecomagination. Por medio de esta nueva línea de negocio, GE se comprometió a incrementar la inversión en investigación y desarrollo a 1.5 mil millones de dólares para el 2010, al mismo tiempo que se fijó una meta de venta de 20 mil millones de dólares por estos productos para el mismo año.¹⁰

Otro caso es el de Shell y BP, compañías de la industria petroquímica que son reconocidas mundialmente por sus importantes esfuerzos en materia de sustentabilidad. Incluso una de sus filiales, BP Solar, es una de las empresas más grandes del mundo en tecnologías de energía solar.


Otro aspecto importante a considerar es el acceso a la creciente cantidad de fondos de inversión interesados en participar en organizaciones que cumplan con ciertos requerimientos de responsabilidad social y cuidado del ambiente. La Inversión Socialmente Responsable (SRI, por sus siglas en inglés) ha tenido un incremento exponencial en los últimos años. El estudio más reciente acerca del monto de los fondos de SRI en Europa lo situaba en 1.0 mil millones de euros en 2006.¹¹ Por otro lado, el reporte *Socially Responsible Investing Trends in the United States 2007*, publicado en recientemente por el Foro de Inversión Social en los Estados Unidos, identifica activos administrados por 2.7 billones de dólares, los cuales utilizan alguna estrategia de inversión socialmente responsable.¹² Lo anterior implica un crecimiento de 18% en dos años respecto al reporte de 2005, incremento muy superior al 3% registrado por el total de activos administrados en el mismo periodo.

El Protocolo de Kyoto también ofrece elementos de inversión innovadores. Los tres mecanismos de mercado para reducir emisiones, amparados bajo el Protocolo (intercambio de emisiones, mecanismo de desarrollo limpio e implementación conjunta), proveen un boyante

mercado que ha alcanzado los 40 mil millones de euros en sólo tres años de operación. Los llamados mercados de carbono han crecido sobre la base del mercado primario de certificados de carbono, sin embargo, en el último año se ha empezado a gestar un *mercado secundario* que adquiere cada día más solidez.

El momento de actuar es ahora

Además del argumento moral y ético, factores como un marco regulatorio restrictivo, cambios en las expectativas de los actores, modificaciones en los patrones de consumo, innovación tecnológica, administración de riesgos, posicionamiento de la marca, y un entorno competitivo global que ha empezado a adaptarse para acomodar estos factores, presentan motivos para iniciar la transformación si no lo ha hecho aún.

Las empresas y sus directores deben tomar acción para aprovechar las oportunidades que presenta este nuevo entorno enmarcado por la sustentabilidad. Sin embargo, el camino a la sustentabilidad debe estar soportado por decisiones financieras sólidas. Una estrategia de negocio sustentable, con el objeto de agregar valor a la empresa, asegurará el crecimiento económico al mismo tiempo que mejorará los resultados en materia social y ambiental. 

1. Estadísticas del Programa Nacional de Auditoría Ambiental, PROFEPA, 2008.
2. www.cdproject.net, Carbon Disclosure Project, 2008.
3. www.globalreporting.org, Global Reporting Initiative, 2008.
4. Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación, Boletín del 30 de septiembre de 2007.
5. *Clean Energy Trends*, Makower, Pernick y Wilder, Clean Edge, 2008.
6. www.cemefi.org, Centro Mexicano para la Filantropía, 2008.
7. *Growing Ethical Networks: the Fair Trade Market for Raw and Processed Agricultural Products*, Farnworth y Goodman, 2006.
8. www.nrdc.org, National Resources Defense Council, 1999.
9. ge.ecomagination.com, GE, 2008.
10. *The 2006 European SRI Study*, European Social Investment Forum, 2006.
11. *Report on Socially Responsible Investing Trends in the United States*, The Social Investment Forum, 2008.
12. *Carbon 2008: Post-2012 is now*, Point Carbon, 2008.

Referencias bibliográficas

Creating the "Wholly Sustainable Enterprise", Deloitte, U.S. Manufacturing Industry Practice, 2007.

Empresas familiares y responsabilidad social

L.A. Miguel Quintero Valladares

Somos 106 millones de mexicanos con diferentes cualidades, modos de vida, necesidades, intereses y problemas, muchos de los cuales no se pueden resolver si no actuamos en equipo. Para mejorar socialmente se requiere de la cooperación de todos, de otro modo, las oportunidades se transforman en problemas.

Existe en México una pluralidad muy rica y, aunque nos une nuestra identidad, con frecuencia no logramos alinear nuestros intereses con los de los demás, ni conseguimos un equilibrio entre el desarrollo de la sociedad, un entorno sustentable y la viabilidad comercial y económica.

El trabajo de cada uno de nosotros es importante, porque sumado al esfuerzo de todos los demás, puede mejorar situaciones de pobreza y de tensión social.

Un sentimiento común es pensar que poco está a nuestro alcance, que no somos filántropos, artistas con programas altruistas, ecologistas ni contamos con recursos para emprender campañas importantes. Concluimos que lo que hagamos tendrá poco impacto, pues somos uno entre 106 millones de habitantes en México, o peor aún, uno entre más de 6,000 millones de habitantes en el mundo, y (aceptémoslo) aunque escuchemos constantemente que *poniendo nuestro granito de arena podemos lograr mucho*, dentro de nosotros no creemos en esto en realidad.

Debemos considerar que todas nuestras acciones y decisiones repercuten positiva o negativamente en la sociedad. Existen grandes problemas que pueden resolverse si las personas se unen en pequeños grupos para trabajar en equipo.

Uno de estos grupos son las **empresas familiares**, las cuales, además de obtener un ingreso a cambio de un bien o servicio, pueden emprender acciones sencillas de **responsabilidad social** que mejoren nuestra condición actual.

La mayoría de los mexicanos trabajan y trabajarán en empresas familiares, pues según las estadísticas, 90% de las empresas nacionales son familiares. Por lo tanto, si se logra adoptar medidas de responsabilidad social en este tipo de empresas, podremos lograr un cambio importante.

Una empresa emplea, en promedio, a cinco personas; si estas cinco personas llevan los valores de responsabi-

dad social a sus casas, y si consideramos que una familia promedio en México está conformada por cuatro integrantes, lograremos un impacto o **un cambio en 54 millones de mexicanos, es decir, en 51% de la población** (ver tabla 1).

Las empresas familiares desempeñan un papel muy importante, son escuelas en donde las personas aprenden, se desarrollan y adquieren un papel activo en la sociedad. Estas personas, al progresar, irán a otras empresas en donde podrán transmitir sus vivencias, incrementando las acciones de responsabilidad social en su nueva organización.

De esta manera, **las empresas familiares son un medio para crear y fortalecer una cultura de responsabilidad y solidaridad.**

Para hacer algo por el entorno, el país y el planeta **debemos empezar por nuestra comunidad**, por la gente que nos rodea.

No se trata de cambiar radicalmente nuestras prácticas, los pasos pueden ser pequeños, pero constantes y medidos. Se debe incluir acciones específicas en beneficio de la sociedad, la comunidad y el medio ambiente.

Acciones prácticas de solidaridad

Existen iniciativas sencillas que pueden crear un ambiente de solidaridad entre las empresas. Algunas acciones prácticas son:

- Asumir el compromiso de cooperar regularmente, con trabajo o con un donativo en alguna institución de beneficencia, sin importar si la aportación es grande o pequeña.
- Hacer una colecta anual de ropa, juguetes u otros bienes usados, que se encuentre en buen estado, entre los empleados y sus familiares, para entregarlos posteriormente a alguna comunidad necesitada.
- Participar en actividades, a nivel nacional, cuando haya ocurrido algún desastre natural en México.

Acciones prácticas de ecología

En el tema ecológico, la práctica de las tres R (Reducir, Reutilizar y Reciclar), es un comienzo sencillo y de fácil activación.

Reducir significa que debemos evitar que se genere más basura. Si no es posible reducir, debemos procurar que

Tabla 1. Influencia de las empresas familiares en México

	Personas	Porcentaje	Fuente
Población total	106,129,910		INEGI. Censo Económico 2004
Población mayor de 14 años	76,474,349	72%	INEGI. Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo 2007
Población económicamente activa	45,621,685	43%	INEGI. Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo 2007
Total de entidades	3,005,157		INEGI. Censo Económico 2004
Entidades PyMES	2,854,899	95%	INEGI. Censo Económico 2004
Entidades familiares	2,704,641	90%	ITAM. Las empresas familiares: La realidad empresarial mexicana
Empleos promedio por entidad	5		INEGI. Censo Económico 2004
Personas laborando en empresas familiares	13,523,207	30%	
Miembros promedio por familia	4		INEGI. Censo de Población y Vivienda 2005
Personas dependientes de la empresa familiar	54,092,826	51%	

“ Para hacer algo por el entorno, el país y el planeta debemos empezar por nuestra comunidad, por la gente que nos rodea ”



L.A. Miguel Quintero Valladares
Director de Consultoría
Salles, Sáinz - Grant Thornton, S.C.
mquintero@ssgt.com.mx

la basura no se convierta en residuo, reutilizando o reciclando.

Reciclar implicar volver a utilizar la basura como materias primas en diversos procesos productivos, como es el caso del papel, vidrio, madera y algunos metales.

Las tres R pueden ponerse en práctica con acciones como:

- En la oficina, tratar de utilizar la mínima cantidad de papel, para reducir la tala de árboles y la cantidad de basura.
- Reducir el volumen de la basura, pisando las latas de refresco, rompiendo o desarmando las cajas de cartón.

- Reutilizar encontrando un uso diferente para aquellas cosas que consideremos basura, por ejemplo, frascos vacíos.
- Reutilizar las hojas de papel que solamente hayan sido usadas por un lado.
- Utilizar contenedores para separar la basura: orgánica, inorgánica, papel y latas de aluminio para poder reciclarlas.

Nuestro reto hoy debe ser transformar y mejorar nuestro entorno para contribuir a dejar un mejor México a nuestras siguientes generaciones. *P*



Mejores prácticas económicas para un mejor transporte público

Lic. María del Carmen Pérez Muñoz

Arq. César Buenrostro Moreno

La movilidad de las personas es inherente a la evolución social y económica de cualquier sociedad.

Moverse es una necesidad imperiosa para cualquier ser humano, a veces superior a la de satisfacer lo más elemental; por ello, el transporte forma parte de la canasta básica de bienes y servicios como: alimentación, vivienda, vestido y transporte. Este último se considera como un mínimo bienestar; un indicador del desarrollo social y económico de los pueblos.

En promedio, cada persona destina cuatro horas diarias en transportarse, independientemente de la modalidad que utilice. Son, cuando menos, 1,000 horas hombre al año, que indudablemente representan un costo en la economía, pero sobre todo en la calidad de vida. Y no sólo se trata del tiempo que se invierte, también están las dificultades que se enfrentan en los trayectos.

El crecimiento de las ciudades rebasó la auto-movilidad del individuo (el caminar), haciéndose necesario contar con otros elementos para trasladarse (tracción animal, mecánica y motorizada).

El que los habitantes de una localidad se muevan ha sido considerada, tradicionalmente, responsabilidad del Gobierno; desde la construcción y el mantenimiento de la infraestructura para transitar, hasta el brindar los medios de transporte para quien no cuenta con uno propio. Esta responsabilidad se ejerce también como una estrategia de desarrollo y de integración social, económica, política, como una alternativa para que los individuos socialicen y desarrollen su vida personal.

Las formas de transporte en las ciudades se han diversificado y evolucionado, subsistiendo y conviviendo con las más elementales y primarias.

Lo mismo ha sucedido con la energía para el transporte. Actualmente, conviven formas limpias (como la energía eléctrica), con las basadas en el petróleo (gas, gasolina y diesel), además de que recientemente se han incorporado las llamadas *híbridas*. Hay una búsqueda permanente de mejores alternativas energéticas para el transporte, en términos de disponibilidad, costos e impacto ecológico.

“La vida humana sería impensable sin el transporte, por ello, es una responsabilidad insoslayable del Estado”

La vida humana sería impensable sin el transporte, por ello, es una responsabilidad insoslayable del Estado. Su participación está, en primer lugar, en su responsabilidad de proporcionar a todos los habitantes la posibilidad de transportarse, individual o colectivamente, promoviendo para ello diferentes modalidades.

Hoy en día se exige que el Estado cumpla con esta responsabilidad en un marco de sustentabilidad, que considere al usuario como eje fundamental, satisfaciendo sus necesidades de cobertura, calidad, accesibilidad tarifaria y física en sus vehículos; rentabilidad y certidumbre jurídica para el operador del servicio, así como acceso a fuentes de financiamiento, promoviendo el uso de tecnologías de vanguardia y el consumo de fuentes de energía limpia.

El Estado debe garantizar esta sustentabilidad del transporte, en un esquema financiero equitativo para la sociedad y viable en sus finanzas públicas, de manera que no grave como costo de oportunidad sobre otros programas socialmente prioritarios.

Se trata de una combinación óptima de factores económicos que da como resultado una tarifa que promueve, sistemáticamente, que el transporte sea accesible para el usuario y rentable para el que lo opera, se trate del Gobierno o de un concesionario privado. De otra manera, el riesgo de colapso es inminente.

La diferencia entre lo que paga el usuario y el costo de transportarse, en términos reales, recae de una manera u otra en toda la sociedad. El pensar que el ingreso de cada uno de los usuarios es suficiente para cubrir con holgura sus elementos mínimos de bienestar

(dentro de ellos el transporte) es un ideal. La realidad es que hoy no es así, y difícilmente lo será para todos los estratos sociales; siempre habrá usuarios que requieran un apoyo para acceder al transporte. De tal manera, el subsidio es inherente a la acción del Gobierno en este sector. El reto está en insertarlo en una estrategia de financiamiento y analizar las mejores formas de aplicarlo para que llegue al usuario final, se transparente su otorgamiento y se traduzca en el desarrollo integral del transporte.

El subsidio al transporte, actualmente, se da de diversas maneras. En el transporte público operado por el Gobierno se refleja al ofrecer una tarifa accesible a la población, para ello, el propio Gobierno aporta la diferencia entre el costo real por el servicio y lo que se recauda por la venta de boletos. Asimismo, asume el costo total de las inversiones y parte del de operación. Adicionalmente, ciertos grupos de población reciben descuentos especiales o, incluso, la exención del pago, como los adultos mayores.

En el caso del Distrito Federal este tipo de subsidio se aplica para el Metro, la Red de Transporte de Pasajeros (RTP), los trolebuses y el tren ligero.

Si bien el transporte concesionado (autobuses, microbuses y taxis) en la Ciudad de México no recibe directamente una compensación económica equivalente entre el costo de operación y el monto de la recaudación, en años recientes el Gobierno estableció esquemas de financiamiento para la renovación del parque vehicular. De esta forma, ofrece bonos a fondo perdido, que se utilizan para pagar el anticipo, y garantiza los créditos otorgados mediante convenios



Lic. María del Carmen Pérez Muñoz*
pemuca2001@hotmail.com



Arq. César Buenrostro Moreno*
cesarbm@gmail.com

*Miembros del equipo que entre 2002 y 2006 participó en los planes y programas de modernización del transporte público de la Secretaría de Transportes y Vialidad del Gobierno del Distrito Federal

y fideicomisos, ya que los concesionarios por sí mismos no califican para ser sujetos de financiamiento, de acuerdo con los requisitos de la banca.

Para el caso del Metrobus, aunque el diseño del sistema prevé que sea autofinanciable, el Gobierno del Ciudad ha construido toda la infraestructura (pavimento de concreto hidráulico, estaciones y señalización) y ha apoyado en las labores de mantenimiento de la misma, sin cobro, a las empresas operadoras. Asimismo, en el arranque de operación del servicio, contribuyó con recursos para compensar la diferencia entre el costo de operación y la recaudación inicial por venta de boletos. El Gobierno también ha asistido a las empresas operadoras privadas en el financiamiento para la compra de unidades.

Con base en lo anterior, se puede decir que el apalancamiento financiero del transporte recae fundamentalmente en la capacidad financiera del Gobierno para subsidiarlo, de manera que éste es un riesgo importante ante las dificultades que cotidianamente enfrentan las finanzas públicas. Por otra parte, este subsidio tampoco se ha traducido en un servicio de calidad para el usuario, mayor productividad y rentabilidad para los operadores, ni en mejores condiciones laborales para los operadores. La falta de recursos públicos hace que el subsidio, en términos relativos, cada día sea menor, condenando a los usuarios y a los prestadores de servicio a un inevitable colapso si no se replantea de fondo todo el esquema.

En la mayor parte de las ciudades del mundo, el esquema de subsidio se aplica de manera similar para el transporte operado por el Gobierno, y los operadores particulares reciben un tratamiento diferenciado.

Sin embargo, también se emplean otros esquemas, dependiendo de los usuarios y su capacidad económica; modalidades de pago, boletaje y recaudación, así como de organización en la operación público-privada del transporte.

Por ejemplo, en Londres a las empresas operadoras se les otorga un subsidio controlado en la compra de combustible, mediante el reembolso en especie de un diferencial de precios. De igual forma, en otras ciudades de Europa son los organismos públicos de asistencia social los que compran los boletos o abonos de transporte para, a su vez, otorgarlos a sus beneficiarios; las empresas subsidian a sus trabajadores mediante la compra de boletos o abonos, que otorgan con descuentos como una prestación laboral; las cámaras o asociaciones turísticas gestionan o financian tarifas especiales para cierto tipo de visitantes, y las escuelas públicas otorgan el transporte como parte de sus obligaciones.

Como se puede apreciar, hay diversas maneras de distribuir la carga del subsidio al transporte de forma más equitativa y transparente para la sociedad.

También es un hecho que el subsidio por sí sólo no va a lo lograr cubrir todas las inversiones que requiere un sistema tan complejo como el transporte, ni tampoco las expectativas de rentabilidad; por ello, se considera necesario, como se ha hecho en otros países, buscar formas de racionalizar costos, sin menoscabo de la rentabilidad y de diversificar los ingresos propios mediante otros subproductos o servicios derivados del transporte.

En este sentido, se tienen como referencia las nuevas formas de organización y actuación de los operadores del transporte en el Reino Unido, que datan de la década de 1980, las cuales, a partir de entonces, generan la prestación del servicio por medio de empresas, ya no de hombres-camión (donde cada autobús tiene un solo dueño). Esto permite acceder a mercados de servicios para obtener mejores condiciones de compra y disponer de una gran versatilidad, con el propósito de ajustarse a las condiciones del mercado, en el que la concesión es un recorrido a explotar y no una unidad. Lo anterior les permite ampliar sus servicios hacia otros segmentos (transporte escolar, turístico y de empleados) y, de esta forma, diversificar los ingresos; es decir, no depender únicamente de la tarifa.

En esta necesaria diversificación de ingresos, la publicidad desempeña un papel fundamental, ya que el enorme volumen de usuarios y las características de movilidad del transporte aumentan su potencialidad.

En los metros de las grandes ciudades del mundo, los ingresos por publicidad complementan, de manera importante, a los que se obtienen de la tarifa y a veces hasta los superan; tal es el caso del metro de Hong Kong.

En nuestra Ciudad, estos esquemas de financiamiento no se han explorado ni adecuada ni suficientemente, y se considera un asunto urgente en la agenda del transporte, pues el reto de realizar 20 millones de viajes diarios solamente se podrá garantizar mediante la autosuficiencia financiera de los prestadores del servicio.

Impulsar el transporte público bajo estas bases permitirá lograr la aspiración de los habitantes de esta gran ciudad: contar con un aire más limpio, calles menos saturadas de vehículos y menores tiempos de traslados, con calidad, confort y seguridad. *P*

AL ADQUIRIR ESTAS OBRAS RESOLVERA CADA UNA DE LAS INTERROGANTES QUE TENGA ACERCA DEL IMPUESTO EMPRESARIAL A TASA UNICA

IETU



\$799.00

\$499.00

\$225.00

Precios sujetos a cambio sin previo aviso.



Pedidos en el DF y área metropolitana:
8000.9550, con 70 líneas,
Interior de la república, sin costo:
01800.062.3050.

De venta en

Librerías de

Cristal



**LIBRERÍA
PORRÚA**

Bonos de carbono [una introducción]

Ing. Enrique Bertran S.

Ing. Jeremy Lardeau

El contexto internacional y el mecanismo de desarrollo limpio

El Protocolo de Kyoto fue adoptado en 1997 dentro de la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático (CMNUCC), como un acuerdo internacional con obligaciones para los países que lo ratifiquen. Su principal función es establecer una estructura general para los esfuerzos intergubernamentales encaminados a resolver el desafío del cambio climático bajo la premisa de "responsabilidades comunes pero diferenciadas", según el desarrollo económico de cada país.

En 2005, al entrar en vigor el Protocolo de Kyoto, las partes incluidas en el Anexo I (países desarrollados) se comprometen a lograr objetivos individuales y jurídicamente vinculantes para limitar o reducir sus emisiones de gases de efecto invernadero. Entre todos suman un total de recorte de las emisiones de gases de efecto invernadero de, al menos, 5% con respecto a los niveles de 1990 en el periodo de compromiso de 2008-2012. Mientras que los compromisos de las partes No-Anexo I (países en vías de desarrollo) no son jurídicamente vinculantes y van enfocados al desarrollo de proyectos que reduzcan considerablemente gases de efecto invernadero y crear un mercado de carbono con las reducciones previstas.

Los objetivos del protocolo cubren las emisiones de los siguientes seis gases de efecto invernadero:

- » Dióxido de carbono (CO_2)
- » Metano (CH_4)
- » Óxido nitroso (C_2O)
- » Hidrofluorocarbonos (HFC_3)
- » Perfluorocarbonos (PFC_3)
- » Hexafluoruro de azufre (SF_6)

Dentro del esquema del Protocolo de Kyoto, tres mecanismos son utilizados:

Mecanismo de Desarrollo Limpio (MDL)

Países Anexo I pueden desarrollar proyectos en países No-Anexo I, donde reduzcan emisiones a cambio de bonos de carbono o Certificados de Emisión Reducida (los CER). Los bonos de carbono generados por cada proyecto pueden ser usados/comprados por países Anexo I para ayudar a alcanzar sus metas de reducción de emisiones.

Implementación conjunta

Desarrollo de proyectos entre países Anexo I.

Mercado de carbono

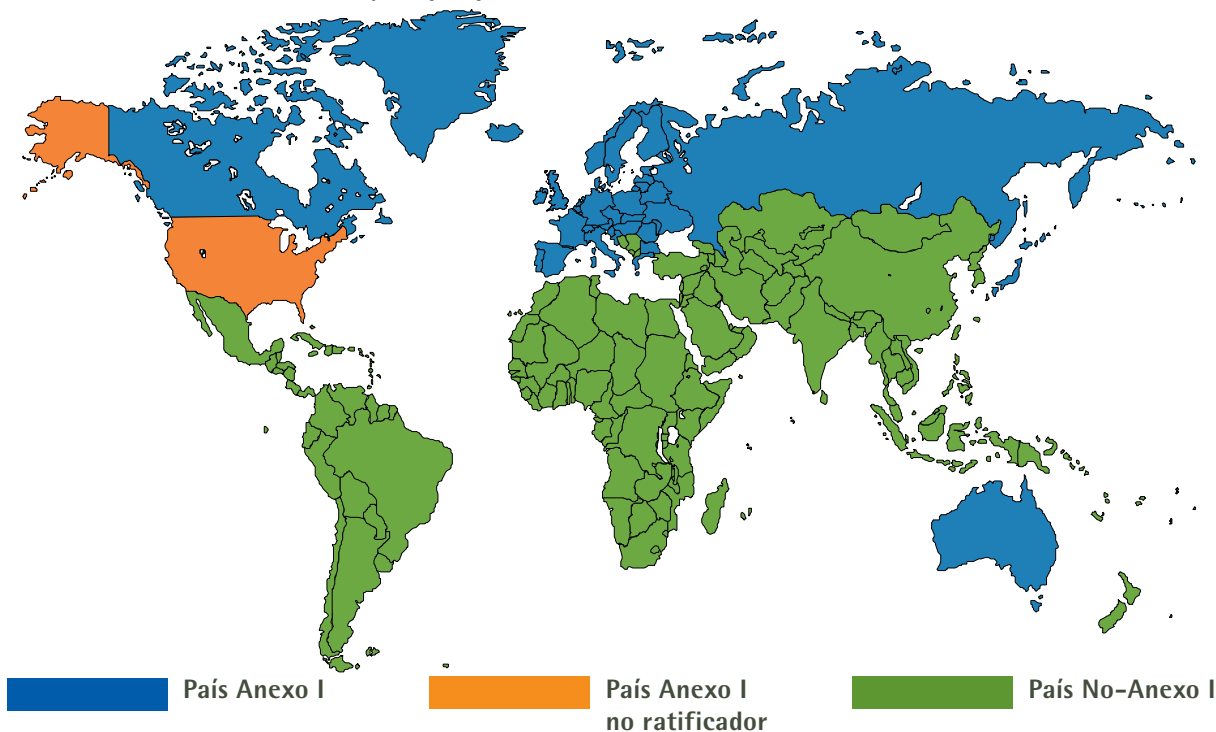
Promueve la compra-venta de los CER mundialmente; en especial, para que países Anexo I puedan alcanzar sus metas de reducciones de emisiones y, a la vez, promueve el desarrollo en los países No-Anexo I. Cada CER comprado por un país Anexo I cuenta como una tonelada de carbono reducida.

"El propósito del mecanismo para un desarrollo limpio es ayudar a las partes no incluidas en el anexo I a lograr un desarrollo sostenible y contribuir al objetivo último de la Convención, así como ayudar a las partes incluidas en el anexo I a dar cumplimiento a sus compromisos cuantificados de limitación y reducción de las emisiones contraídos."

Protocolo de Kyoto. Artículo 12

En México, cada día más empresas reciben y venden bonos de carbono, otorgados dentro del Mecanismo de Desarrollo Limpio (MDL). El objetivo del MDL es hacer más eficientes los recursos dedicados por los países Anexo I a la lucha contra el calentamiento global. Existen altos costos económicos y sociales asociados al cumplimiento de las metas de reducción de emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI). Para cumplir con sus compromisos al Protocolo de Kyoto, los países Anexo I pueden:

Situación del Protocolo de Kyoto por país



Ing. Enrique Bertran S.
Socio a cargo de la Práctica de Sustentabili-
dad en PricewaterhouseCoopers, México
enrique.bertran@mx.pwc.com



Ing. Jeremy Lardeau
Consultor Senior, de la práctica de Sustentabilidad en PricewaterhouseCoopers, México
jeremy.olivier.lardeau@mx.pwc.com

- Empezar acciones nacionales enfocadas a reducir sus emisiones.
- Comprar bonos de carbono: un bono de carbono representa una reducción de emisión de una tonelada de CO₂ equivalente. Adquirir un bono es financiar un esfuerzo de reducción en otra parte del mundo.

Puede resultar, por el nivel de desarrollo y eficiencia de infraestructura energética, que una misma cantidad invertida por un país Anexo I en la compra de bonos de carbono a un país en desarrollo, logre reducciones de emisiones más importantes, que si fuera invertido en el mismo país Anexo I. El MDL busca aprovechar este intervalo en el costo marginal de reducciones de emisiones entre países desarrollados y países en vías de desarrollo.

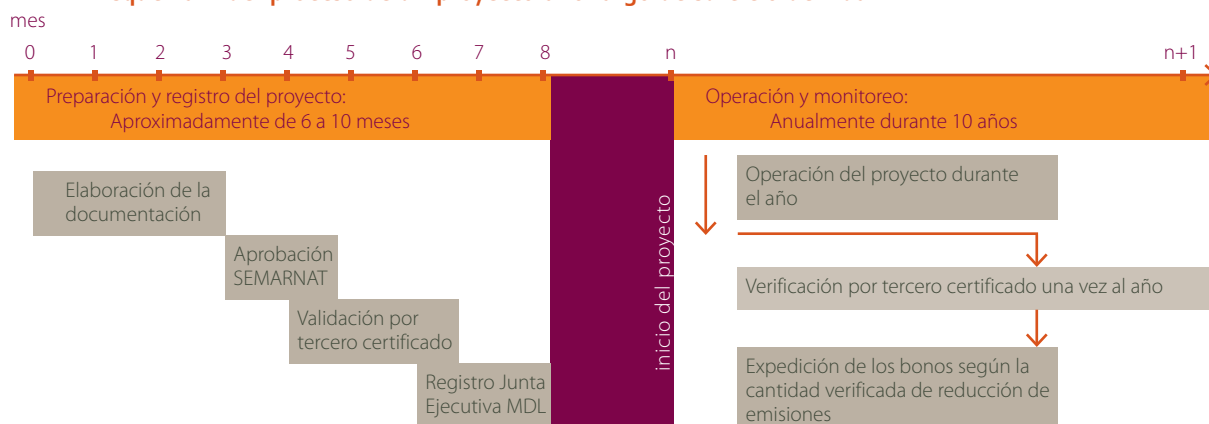
Para México, el MDL puede traer beneficios importantes, en términos de transferencia tecnológica y fuentes de financiamiento adicionales en varios sectores: energía, minería, agricultura, siderurgia, química y fertilizantes, entre otros.

Un proyecto candidato al MDL debe ser aprobado por la Junta Ejecutiva del MDL, y luego obtener periódicamente (cada año, por lo general) una verificación independiente del volumen de reducciones realmente logrado, para poder recibir los bonos de carbono que le corresponden (ver esquema 1).

El bono de carbono en detalle:

- Un bono de carbono equivale a una tonelada de CO_2 que se deja de emitir a la atmósfera.
- Puede ser vendido en el mercado de carbono a países denominados Anexo I.
- Al bono de carbono, se le llama formalmente CER, Certificado de Emisión Reducida.
- La unidad de los CER es la tonelada de CO_2 equivalente (tCO_2e), ya que el poder de calentamiento de todos los gases de efecto invernadero puede ser relacionado con el CO_2 . Por ejemplo, una tonelada de Metano (CH_4) emitida a la atmósfera equivale a 21 toneladas de CO_2 .

Esquema 1 del proceso de un proyecto a lo largo de su ciclo de vida



Oportunidades para el empresario en México

Los países No-Anexo I, como México, son los grandes beneficiadores del MDL, ya que las empresas del país pueden cosechar los múltiples beneficios de emprender un proyecto MDL, incluyendo el aprovechamiento del incentivo financiero para modernizar su proceso productivo, el mejoramiento de su competitividad, la imagen de empresa responsable, la reducción de los impactos ambientales de sus actividades, la anticipación de posibles futuras regulaciones sobre emisiones de GEI en México o la contribución al desarrollo sustentable del país.

El incentivo financiero que representan los bonos no es un financiamiento integral. Son pocas las instancias donde los bonos de carbono por sí solos, representarán una fuente de ingresos que sea suficiente para rentabilizar un proyecto; en la mayoría de los casos, los bonos de carbono serán el elemento adicional que puede volver rentable un proyecto que no lo era.

Sin embargo, se puede obtener financiamiento externo para un proyecto MDL, si el empresario cede una parte (a negociar) de los bonos de carbono generados al inversionista. En resumen, podemos distinguir dos esquemas generales de financiamiento de un proyecto MDL:

- Auto-financiamiento por el empresario en México quien recibe, entonces, la totalidad de los ingresos por los bonos. Este ingreso participará a la rentabilidad general de un proyecto.
- Inversión externa. En este caso, la participación en el proyecto, por parte de la empresa mexicana, es menor, y su parte de los bonos también.

Algunos ejemplos de proyectos MDL

Energía renovable	<ul style="list-style-type: none"> » Parques eólicos » Hidroeléctricas » Combustibles biomasa » Geotermal » Energía solar
Cambio de combustible Eficiencia energética	<ul style="list-style-type: none"> » Cambio de carbón para gas natural » Co-generación » Recuperación y aprovechamiento de calor residual
Manejo de residuos Minería Sector químico HFC, PFC, SF ₆	<ul style="list-style-type: none"> » Captura y aprovechamiento de biogás en rellenos s. » Captura y aprovechamiento de metano en minas » Destrucción de N₂O en plantas de ácido nítrico » Incineración de HFC23 » Reducción de emisiones de PFC en la industria del aluminio

¿Cuánto vale un bono de carbono?

Las transacciones en el mercado de bonos de carbono son de tipo *Over The Counter* (OTC), de negociación directa entre las dos partes, ya que no existe un precio de referencia para las transacciones realizadas. Un buen conocimiento del mercado y sus actores permiten definir un precio razonable en un momento dado.

El precio final puede depender de los siguientes factores:

- Tipo de contrato de venta. Se puede firmar un contrato de venta antes o después de generar los bonos. El precio puede ser fijo o variable.
- Volumen de bonos a vender. A los compradores les interesa comprar grandes volúmenes de bonos.
- Calidad del proyecto. Según la probabilidad del proyecto a cumplir con la generación del volumen de bonos esperado.
- Factores externos al proyecto. Como la tendencia de la demanda mundial en bonos, el comportamiento del mercado europeo, etcétera.

El precio dependerá también del tipo de institución que representa el comprador.

Dentro de los compradores más importantes, se pueden destacar:

- Los gobiernos de países con obligación de reducción de emisiones de gases de efecto invernadero.
- Los fondos de carbono creados por bancos privados, organizaciones financieras internacional (como el Banco Mundial) o fondos independientes de inversión.
- Las empresas con operaciones en Europa que tienen obligación de reducción bajo el esquema interno Europeo (European Union Emission Trading Scheme, EU ETS).

Premio a la Investigación Fiscal Académica 2008

"Por la Justicia y la Razón"

La Academia de Estudios Fiscales de la Contaduría Pública, A.C., convoca a los especialistas en materia fiscal a participar en el certamen denominado.

Conforme a las siguientes:

Bases:

- I. Podrán participar en el certamen en forma individual o en grupos hasta de tres (3) personas, que podrán ser mexicanas o extranjeras, pero con residencia en México, quienes elaborarán y presentarán un trabajo de investigación en materia fiscal que sea importante y novedoso, con un eminente enfoque académico.
- II. Los trabajos deberán reunir los siguientes requisitos:
 1. Ser producto de una labor de investigación profunda y documentada en materia tributaria en general.
 2. Estar redactado en idioma español.
 3. Ser original e inédito. Por original se entenderá aquel trabajo preparado por él o los autores, sin recurrir a copia, imitación, compilación o traducción de otra obra anterior, propia o ajena. Por inédito se entenderá el trabajo que no haya sido materia de publicación alguna ni siquiera como síntesis.
 4. Contar con extensión mínima de cuarenta (40) hojas tamaño carta, por una cara, a doble espacio, con letra de 12 a 14 puntos.
 5. Presentar 2 ejemplares mecanografiados o reproducidos por cualquier medio de impresión mecánica o electrónica, así como grabado en un disco compacto en formato PDF.
 6. Se firmarán utilizando un seudónimo y se entregarán en sobre cerrado. Por separado, y también en sobre cerrado, se proporcionará currículo, dirección, correo electrónico, teléfono y título del trabajo. El seudónimo deberá aparecer en la parte externa de cada sobre. En caso de trabajos colectivos, se deberá señalar la persona a quien se dirigirán las comunicaciones de la Academia de Estudios Fiscales de la Contaduría Pública, A.C.
 7. Los trabajos deberán entregarse a más tardar el 16 de junio de 2008, en el domicilio de la Academia de Estudios Fiscales de la Contaduría Pública, A.C., que se encuentra ubicado dentro de las instalaciones del Instituto Mexicano de Contadores Públicos, A.C., situado en Tabachines No. 44, Bosques de las Lomas, Delegación Miguel Hidalgo, C.P. 11700, México, D.F., dirigiendo a Ma. Teresa Gómez Bolaños.

Jurado

- III. El jurado calificador estará integrado por profesionales y académicos en materia fiscal de reconocido prestigio, y su fallo será inapelable.

Premio:

- IV. El premio será la cantidad de \$100,000.00 (Cien mil pesos 00/100 M.N.) y corresponderá al autor o en su caso autores, por partes iguales del trabajo que obtenga el primer lugar. En caso de empate, el premio se dividirá en partes iguales, entre los autores de los trabajos que empaten.

Condiciones generales del certamen:

- V. El certamen se llevará a cabo bajo las siguientes condiciones:
 1. Como requisito para participar en el certamen, los participantes aceptan expresamente el contenido de las presentes reglas y ceder a la Academia de Estudios Fiscales de la Contaduría Pública, A.C., los derechos patrimoniales exclusivos para la publicación y en su caso, comercialización del trabajo ganador.
 2. La Academia de Estudios Fiscales de la Contaduría Pública, A.C., tendrá derechos de exclusividad para publicar, discrecionalmente, cualquier trabajo en los medios que considere conveniente.
 3. La Comisión del Premio, hará del conocimiento público el dictamen del jurado calificador, y notificará personalmente dicha resolución al ganador, la que es definitiva e inapelable.
 4. El premio podrá ser declarado desierto.
 5. La ceremonia de premiación tendrá verificativo en octubre de 2008, en el lugar, día y hora que la Comisión del Premio hará del conocimiento general a través de medios públicos y privados de comunicación.
 6. La Academia de Estudios Fiscales de la Contaduría Pública, A.C., se reserva el derecho de modificar las bases de este certamen si lo estimare conveniente, con la única obligación de informarlo a través de los mismos medios utilizados para difundir esta convocatoria.
 7. En caso de presentarse situaciones no consideradas en esta convocatoria la Academia de Estudios Fiscales de la Contaduría Pública, A.C., a través de su Comisión del Premio, decidirá lo conducente, en forma definitiva e inapelable.

Informes:

C.P.C. Enrique Arroyo Morales
Lic. Ignacio Orendáin Kunhardt
C.P.C. Francisco José Chevez Robelo
Sra. Teresa Gómez Bolaños
C.P.C. Manuel Scapachini Navarro

teléfono

Coordinador	5286-5544
Miembro	5261-0407
Miembro	5257-7004
Miembro	5267-6459
Presidente	5257-7008



Verónica Diez

Holcim Apasco

Sustentable ante la globalización

Holcim Apasco nace en 1928, en el municipio de Apaxco, Estado de México, y desde 1964 forma parte del grupo cementero suizo Holcim; uno de los líderes mundiales en la industria del cemento, concreto y agregados, que tiene presencia en más de 70 países y cuenta con una red multicultural de más de 90 mil colaboradores.

En México, Holcim Apasco se dedica a la producción y comercialización de cemento, concreto premezclado y agregados para la industria de la construcción. Fabrica sus productos en seis plantas cementeras, localizadas en Apaxco, Estado de México; Tecomán, Colima; Ramos Arizpe, Coahuila; Orizaba, Veracruz; Macuspana, Tabasco, y Acapulco, Guerrero, así como en más de 100 plantas de concreto y cinco plantas de agregados. Todas sus instalaciones son modernas y eficientes, y se encuentran respaldadas con la más alta tecnología.

La Empresa tiene presencia en todo el país, gracias a una sólida infraestructura, conformada por 23 centros de distribución de cemento y dos terminales marítimas. Esto constituye una plataforma de logística y distribución de clase mundial, que ubica a Holcim Apasco como una compañía líder en la industria. Por otro lado, la Empresa cuenta con el respaldo de una red de más de 1,800 distribuidores, con más de tres mil puntos de venta.

En la Compañía trabajan más de 4,000 colaboradores con la meta de ofrecer soluciones innovadoras a cada cliente y actuar basados en un código de conducta que los guía en la manera de hacer negocios. La gente es la

clave del éxito de Holcim Apasco; por ello, resulta prioritario el desarrollo del capital humano, en los planos personal y profesional, así como su seguridad. La empresa cuenta con programas de capacitación a todos los niveles y un ambiente de trabajo sano, basado en la confianza y el respeto mutuos.

La cementera ha incorporado los tres ejes del desarrollo sustentable a su visión, a su estrategia y a sus sistemas de gestión. El compromiso con la sustentabilidad le permite convertir los retos en oportunidades, innovar y fortalecerse como organización, mediante prácticas corporativas éticas.

Como parte de su compromiso con la sustentabilidad, temas como la energía y el clima; el coprocesamiento de residuos; la seguridad y salud ocupacional; la reducción de emisiones a la atmósfera; los impactos locales en las comunidades donde opera, y la conducta del negocio son prioritarios para la empresa.

En materia ambiental, Holcim Apasco invirtió alrededor de 25 millones de USD durante 2007. Además, mantiene un inventario de sus emisiones de CO₂ de acuerdo con el Protocolo de Cálculo propuesto por el Consejo Mundial de las Empresas para el Desarrollo Sosten-

“ Como reconocimiento a su liderazgo en materia de desarrollo sustentable, Holcim ha sido nombrada tres veces consecutivas “Líder en la Industria” por el Índice Dow Jones de Sustentabilidad ”

table. Éstas y otras acciones han permitido que la empresa disminuya 18% las emisiones específicas de CO₂ por tonelada de cemento, de 1990 a 2007.

Por otro lado, Holcim Apasco co-procesa residuos en sus hornos cementeros, mediante su empresa filial Ecoltec, la cual ofrece soluciones ambientales en el manejo integral de éstos. Con ello, contribuye a evitar la contaminación por una disposición inadecuada de los desechos. De 2002 a 2007 ha coprocesado más de un millón y medio de toneladas de residuos.

Esta actividad ha permitido a la compañía optimizar el consumo de energía por tonelada de cemento, mediante la sustitución de combustibles fósiles no renovables por combustibles alternos. El coprocesamiento y la adquisición de equipos más eficientes y de tecnología de punta ha dado como resultado una reducción de 23.81% en consumo de energía de 1990 a 2007.

Además, como parte integral de sus acciones a favor del medio ambiente, Holcim Apasco apoya actividades relacionadas con la preservación de la fauna en peligro de extinción. En Colima, encabeza el Patronato Vida Silvestre A.C., dedicado a preservar a la tortuga marina, y en Acapulco ha unido esfuerzos con la SEMARNAT, por medio de una Unidad de Manejo Ambiental (UMA), para preservar a la iguana verde.

Cabe destacar que las seis plantas de cemento de Holcim Apasco cuentan con la certificación ISO14001, norma internacional que consiste en la implementación de un Sistema de Administración Ambiental, el cual permite reducir la generación de residuos y optimizar el uso energía y materias primas.

Por otra parte, para contribuir al desarrollo de las comunidades vecinas a sus plantas cementeras, la Empresa tiene cinco Centros De Capacitación Agropecuaria y Forestal (CECAF). El principio básico bajo el cual operan los CECAF es el de generar proyectos productivos autofinanciables que optimicen las actividades agropecuarias y forestales de las comunidades más pobres de la región y, con ello, contribuyan a mejorar su nivel y calidad de vida.

La Empresa también apoya programas de construcción y reconstrucción de vivienda para favorecer a aquellos mexicanos que más lo necesitan; la meta de Holcim Apasco es contribuir para que cada vez más familias de escasos recursos tengan acceso a hogares dignos.

Como reconocimiento a su liderazgo en materia de desarrollo sustentable, Holcim ha sido nombrada tres veces consecutivas “Líder en la Industria” por el Dow Jones Sustainability Index (Índice Dow Jones de Sustentabilidad). Este nombramiento muestra que la Compañía cumple con las altas expectativas establecidas a las corporaciones globales. Este logro está basado en el fortalecimiento del compromiso de la Empresa con el desarrollo sustentable, mismo que está siendo implementado consistentemente en sus estrategias y operaciones en todo el mundo.

Con instalaciones de alta tecnología, procesos productivos eficientes, productos y servicios de clase mundial, un equipo humano capacitado y responsable, y responsabilidad social, Holcim Apasco demuestra su sólido compromiso hacia sus clientes y el desarrollo del país. *P*

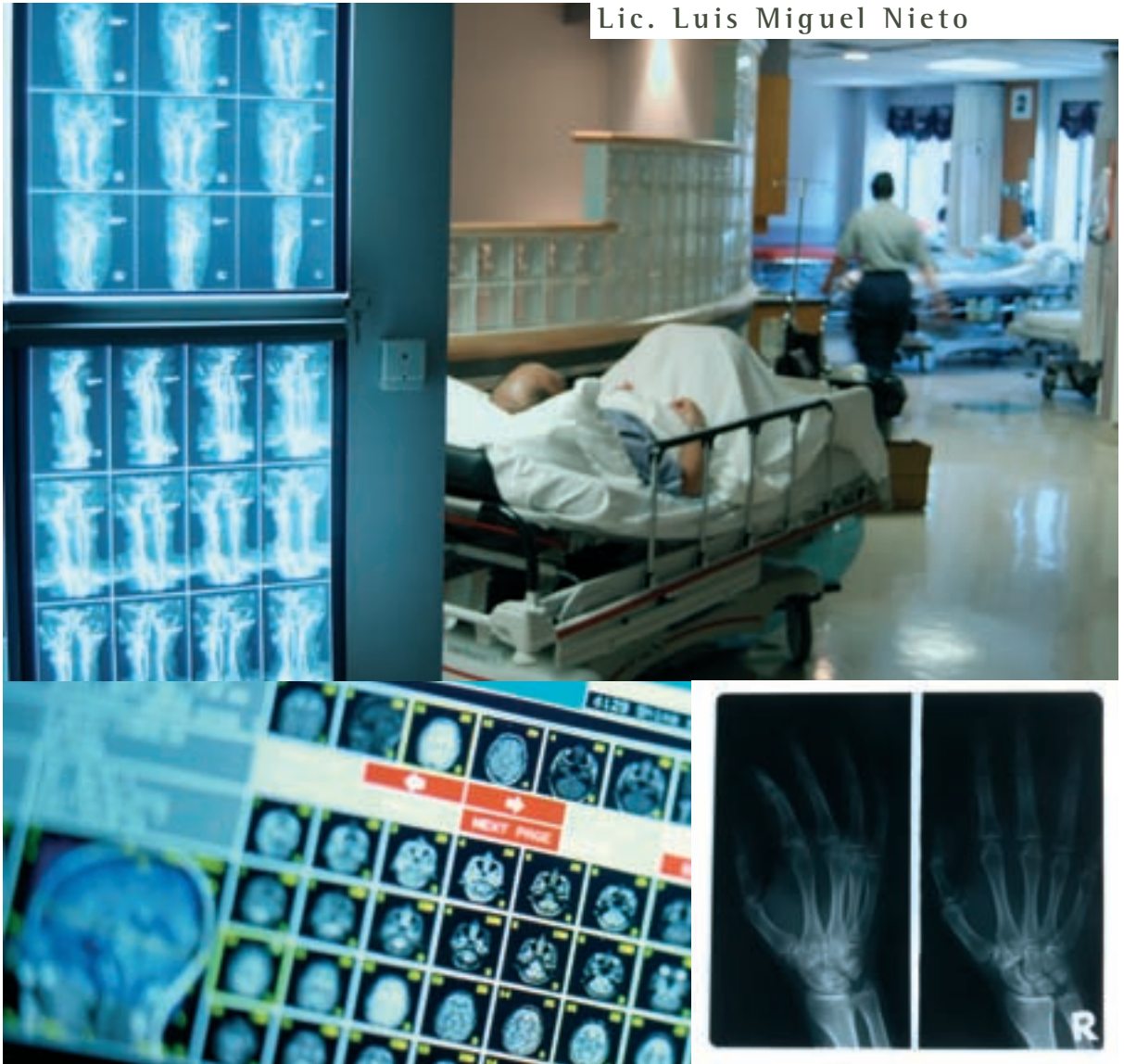


Verónica Díez
Relaciones y Comunicaciones Externas
Holcim Apasco, S.A. de C.V.

El cuidado de la salud

Una industria creciente en un entorno cada vez más complejo

Lic. Luis Miguel Nieto



...ahora mismo se está trabajando para aumentar las terapias que hagan el cuidado de la salud más sencillo, aceleren la recuperación y, lo que es más importante, mejoren la calidad de vida...

El mundo del cuidado de la salud está en constante cambio, la tecnología evoluciona con rapidez y las enfermedades crónicas son más comunes cada día. La realidad es que la edad promedio a nivel mundial está avanzando. Para el año 2025, la cantidad de personas mayores de 60 casi se duplicará y los costos relacionados con el cuidado de la salud seguirán creciendo. La demanda de tecnología médica también será mayor que nunca.

Pero hay esperanza. La gente está tomando un papel más activo para manejar su propia salud. El enfoque en el costo tiene una importancia vital para asegurarse de que los pacientes reciban mayor valor por el dinero que destinan a la atención médica. Hay una serie de compañías conscientes de esta situación que están en búsqueda de tecnologías cada vez más efectivas.



Las empresas que cuentan con mayor seriedad han decidido atacar las condiciones de salud más complicadas, porque es ahí en donde se puede crear el mayor impacto



Hoy existen productos que hacen diferencias significativas, por ejemplo, existe una pequeña esponja con proteína que induce al cuerpo a regenerar su propio hueso; una malla cubierta con medicamento para proteger el tejido de los vasos arteriales; bombas de infusión de sustancias que controlan enfermedades como la diabetes o el dolor crónico; además de sistemas de monitoreo cardíaco que permiten al paciente hacer una revisión de rutina a 3 mil kilómetros de distancia.

Estas compañías lo imaginaron primero y ahora lo están haciendo posible. Ahora mismo se está trabajando para aumentar las terapias que hagan el cuidado de la salud más sencillo, aceleren la recuperación y, lo que es más importante, mejoren la calidad de vida.

Puede tratarse de un rescatista con un disco herniado, quien puede seguir haciendo su trabajo; una mujer que controla lo suficiente su diabetes para poder tener un hijo; un niño cuya válvula cardíaca le permite ser igual de activo que cualquier otro, o una mujer con mal de Parkinson que puede seguir disfrutando de la pintura.

Desarrollar la tecnología para atender un mayor número enfermedades de manera más efectiva es el reto de todos los días. La clave en los mercados de América Latina es entender que se debe perfeccionar, de manera uniforme, cada una de las siguientes partes:

- La disponibilidad de nuevas terapias.
- La adopción de nuevos procedimientos, por parte de los médicos.
- La consciencia del paciente sobre la importancia de atenderse

en las etapas iniciales de los padecimientos.

Es necesario cambiar algunas costumbres, como la de esperar a que el dolor sea muy intenso para acudir al médico. El cuerpo humano y sus funciones no son muy diferentes a cualquier aspecto de la vida: cuanto más demoremos en atender un mal, más difícil y costosa será la solución; además, la posibilidad de restablecimiento descenderá en forma acelerada.

Un objetivo esencial de las compañías dedicadas al cuidado de la salud, por medio de innovaciones tecnológicas, es lograr una rentabilidad adecuada, lo que se refleja en el volumen de operaciones y en el precio de ellas. La intención primordial no es la de generar más y más utilidades, sino la de mejorar el ritmo al que se están ofreciendo nuevos productos y terapias para atender las mismas enfermedades.

Las empresas que cuentan con mayor seriedad han decidido atacar las condiciones de salud más complicadas, porque es ahí en donde se puede crear el mayor impacto y ayudar a más personas.

Probablemente no tengamos todas las respuestas, pero seguiremos trabajando para encontrarlas. *P*



Lic. Luis Miguel Nieto*
Business Manager
Medtronic Spine & Biologics México y
Centroamérica

*Los comentarios y opiniones expresadas en el presente artículo son de quien suscribe y no representan la posición de la compañía

Industrias Peñoles

Ejemplo hacia el desarrollo sustentable

Lic. Francisco Siliceo Curiel J.

Lic. Andrea Zomosa-Signoret



A lo largo de su historia, Peñoles ha enfrentado retos importantes que, gracias a un esfuerzo continuo y una visión de largo plazo, han ido trazando un camino lleno de satisfacciones y aprendizaje. Hoy por hoy, cuenta con más de 7,800 trabajadores y tiene presencia en más de doce estados de la República Mexicana, consolidándose como una de las empresas mexicanas más sólidas de su sector.

Industrias Peñoles: 120 años de fortaleza

Desde su nacimiento, en 1887, Industrias Peñoles ha diversificado sus operaciones, que actualmente abarcan, además de la minería, la fundición y refinación de metales no ferrosos y la producción de químicos inorgánicos. Asimismo, cuenta con compañías asociadas entre las que se encuentran Bal-Ondeo y sus filiales en la administración de sistemas municipales de agua potable, alcantarillado y tratamiento de aguas residuales; la línea ferroviaria corta Coahuila-Durango, y Terminar, una terminal marítima para el manejo de exportaciones. La Empresa forma parte del Grupo BAL y sus acciones cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores desde 1968.

“ El compromiso social de la Empresa está basado en el respeto a los derechos humanos, el fomento a la educación y a la salud, la garantía de seguridad a su personal, y la promoción de proyectos de autodesarrollo en las comunidades donde se encuentra presente ”

Sin lugar a dudas, uno de los principales cimientos en que Peñoles basa su fortaleza es su capacidad para adaptarse a las circunstancias de su tiempo. En el contexto actual, se ha hecho imprescindible que el sector minero metalúrgico plantee nuevos enfoques que caminen hacia un tipo de desarrollo que no considere solamente el crecimiento económico, sino también los aspectos sociales y ambientales, los cuales se vuelven variables *sine qua non* en cualquier decisión corporativa y operativa. En consecuencia, Peñoles ha hecho del desarrollo sustentable un factor clave de su estrategia de negocios.

La asimilación del desarrollo sustentable como compromiso fundamental de la Empresa

Desde hace muchos años, Peñoles se ha preocupado por realizar acciones contundentes en favor del medio ambiente y de las sociedades aledañas a sus operaciones. Sin embargo, fue a fines de la década de 1990 cuando integró el concepto de *desarrollo sustentable* a su programa estratégico, convencida de llegar a convertirse en un modelo que pruebe que la industria minera, con voluntad y esfuerzo, puede ser totalmente compatible con los más estrictos criterios de responsabilidad social y protección ambiental. Así, la Empresa adoptó como **misión** la de "agregar valor a los recursos naturales no renovables en forma sustentable", y como **visión** la de "ser la empresa mexicana más reconocida a nivel mundial de su sector, por su enfoque global, la calidad de sus procesos y la excelencia de su gente".

A partir de entonces, para Peñoles no ha habido desafío técnico sin solución, ni desarrollo posible

que no dependa de la vinculación transparente con todos aquellos actores que se vean de alguna manera involucrados en sus operaciones. Por ello, los grupos de interés de la Empresa se han convertido en su eje de desarrollo sustentable: día con día se esfuerza para garantizar el bienestar de sus accionistas, clientes, proveedores, personal y de las comunidades donde está presente.

La manera en que Peñoles ha asumido su compromiso ha dependido del fomento a la participación y de una inversión considerable en la mejora de sus procesos, así como en proyectos sociales y ambientales. Hoy en día, los procesos formales e institucionales de vinculación y comunicación, los de mejora continua, así como los criterios y lineamientos de desarrollo social, se han traducido en áreas prioritarias para la Empresa. Con un enfoque preventivo, la Empresa realiza, en cada una de sus operaciones y en el diseño de nuevos proyectos, tanto monitoreos como estudios de riesgo que simulan las condiciones adversas sociales y ambientales que pudieran presentarse. Según los resultados, promueve mejoras tecnológicas y procedimientos para mitigar y controlar los efectos negativos o, incluso, desecha el proyecto si éstos no pueden evitarse.

Asimismo, preocupada por asimilar y difundir las mejores prácticas existentes en la industria minera, Peñoles se ha concentrado en ir más allá de lo que las normas mexicanas le exigen, sumándose a esfuerzos internacionales como el Internacional Council on Mining and Metals (ICMM) y el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, además de las primicias del COSO,



Lic. Francisco Siliceo Curiel Javier
Subdirector de Comunicación y Desarrollo Sustentable
Servicios Industriales Peñoles, S.A. de C.V.
francisco_siliceo@penoles.com.mx



Lic. Andrea Zomosa-Signoret
Gerente de Desarrollo Sustentable
Servicios Industriales Peñoles, S.A. de C.V.
andrea_zomosa@penoles.com.mx

“ Consideramos que el Desarrollo Sustentable nos permite pensar y actuar en función de las generaciones presentes y futuras, generar valor para responder mejor a sus necesidades y contribuir al equilibrio ambiental mediante el cuidado y respeto al medio ambiente. Por ello, nuestra experiencia se basa en tres criterios: las expectativas de nuestros grupos de interés, a través de un exhaustivo proceso de retroalimentación; el apego a las mejores prácticas de la industria, a través de estándares internacionales como el Global Reporting Initiative (GRI), el International Council on Mining and Metals (ICMM) y los Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas; y el seguimiento al desempeño económico, social y ambiental de Peñoles...”

—Jaime Lomelín Guillén *Director General*—

los Principios de Ecuador y los estándares de reporte y monitoreo reflejados por el Global Reporting Initiative (GRI), entre otros. Para 2007, la Empresa presentó su séptimo informe de desarrollo sustentable que sintetiza todos estos logros.

Algunos ejemplos tangibles de la Empresa y el desarrollo sustentable

Son muchas las acciones que retratan el compromiso de Peñoles con la sustentabilidad. Internamente, en 2003 se puso en funcionamiento el Sistema de Medio Ambiente, Seguridad y Salud (Sistema MASS), que provee dirección a todas las plantas y unidades de la Empresa, en materias como disciplina operativa, protección ambiental, gestión de riesgos, prevención de accidentes, y formulación de planes de acción ante contingencias, así como capacitación e instrumentos de evaluación. Actualmente, todos los centros de trabajo cuentan con certificaciones, como ISO 14001, OHSAS 18000 e Industria Limpia.

Peñoles centra sus esfuerzos en materia ambiental en el manejo, la reducción, el reuso y la disposición adecuada de los residuos; el control de sus emisiones a la atmósfera; la optimización de los insumos que utiliza; la higiene laboral, y la promoción de una cultura a favor del medio ambiente. Así, por ejemplo, propicia la operación de circuitos cerrados para el aprovechamiento del agua y la construcción de plantas de tratamiento. Desde 2004, cuenta con la Termoeléctrica Peñoles, que le permite abastecerse de energía más eficientemente, e invierte en fuentes de energía renovable. En 2007, aprobó una inversión de USD\$123 millones en un proyecto eólico que significará la reducción de 120,000 toneladas de CO₂ equivalentes por año, y el compromiso de la Empresa es que para 2014, 20% de la electricidad y vapor que consuma provenga de fuentes renovables. Para fomentar el cuidado de la biodiversidad, cuenta con una Unidad de Manejo Ambiental en Zacatecas, la cual protege a especies en peligro de extinción, y mantiene un proyecto de Bosque Susten-

table en Durango, que promueve la reforestación. Sin estar obligada a hacerlo, interviene en la remediación de pasivos ambientales en minas cerradas y rentadas, aplicando medidas clave como: restitución del sitio, reforestación, estabilización de taludes en presas de jales y canalización de agua de lluvia.

Asimismo, Peñoles agrega valor mediante un compromiso social corporativo claro, basado en el respeto a los derechos humanos, el fomento a la educación y a la salud, la garantía de seguridad a su personal y la promoción de proyectos de autodesarrollo en las comunidades donde se encuentra presente. En 2007, la Empresa invirtió más de USD\$26 millones en proyectos relacionados con el desarrollo social y el equilibrio ambiental, monto que representa una cifra récord entre las empresas de su sector y que se cristalizó en acciones específicas, como el apoyo a la restauración de instituciones educativas en Zacatecas y la construcción del Museo de los Metales en Coahuila, entre muchas otras.

La estrategia de desarrollo sustentable de Peñoles ha dado resultados positivos y tangibles, que no sólo se enmarcan en un mayor sentido de identidad y satisfacción por parte del personal que labora en la organización, sino también en el prestigio nacional e internacional que la Empresa ha obtenido dentro y fuera de su sector. Estos beneficios se convierten, a su vez, en manifestaciones tangibles, tales como la aceptación general, por parte de las comunidades aledañas a las operaciones; la obtención de nuevas fuentes de financiamiento, y el acceso de los productos de la Empresa a mercados internacionales como el europeo y el asiático, que implementan criterios sociales y ambientales cada vez más estrictos.

En el contexto global de hoy, no cabe duda de que el desarrollo sustentable debe ser un enfoque clave en la estrategia de cualquier negocio, al garantizar su perdurabilidad, competitividad y hasta supervivencia. *P*

FELICITACIONES AL



Instituto Mexicano de Contadores Públicos

Por la firma del convenio
de reconocimiento mutuo
profesional, con los países de
Canadá y Estados Unidos de América





C.P.C. Jaime Sánchez-Mejorada Fernández

La renovación del tratado entre México, Estados Unidos de América y Canadá Un paso firme hacia la globalización

Dentro de un ambiente de competencia política electoral en Estados Unidos y en donde un tema de discusión recurrente de los contendientes a la candidatura de sus respectivos partidos ha sido el Tratado de Libre Comercio, la profesión contable de Canadá, Estados Unidos y México dan un paso adelante, firmando el pasado jueves 17 de abril de 2008, en Alexandria, Virginia, la renovación del Acuerdo de Reconocimiento Profesional Mutuo por cinco años más.

Este acuerdo no es más que un reconocimiento de que los procesos de educación profesional continua y de certificación realizados por el Instituto Canadiense de Contadores Públicos, el Instituto Americano de Contadores Públicos Certificados y el Instituto Mexicano de Contadores Públicos (IMCP), son equivalentes en calidad y, por lo tanto, los Contadores Públicos Certificados por cualquiera de estos tres organismos puede ejercer en los tres países, siempre y cuando cumplan con ciertos requisitos, entre los que destacan la presentación de un examen denominado de extranjería, el cual en contenido y complejidad es inferior al que normalmente se presenta para obtener el grado de certificación.

Haciendo un poco de remembranza, cuando en su momento se estaba discutiendo en las diferentes mesas de trabajo la firma del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), el efecto que éste tenía sobre la actividad profesional era muy importante, ya que México se encontraba en una clara desventaja; esto, debido a que, los americanos y canadienses, con el simple hecho de obtener una cédula profesional, cumpliendo con ciertos trámites ante la Dirección General de Profesiones ya podían (y todavía pueden) ejercer, mientras tanto los mexicanos tenían que realizar procesos de certificación y acreditación mucho más complejos que un mero trámite administrativo.

A varios años de distancia y gracias a los esfuerzos que han realizado el Comité Mexicano para la Práctica Internacional de la Contaduría (COMPIC) —organismo creado para promover y realizar acciones por medio del desarrollo de normas y criterios mutuamente aceptables para la acreditación y certificación de los prestadores de servicios profesionales— y el IMCP, con la conformación de los procesos de calidad de clase mundial, se puede concluir que, a raíz de la firma del Acuerdo que actualmente se está renovando, existe un balance favorable para la profesión en México. Como ejemplo, a continuación cito algunos datos del último examen de extranjería realizado en Estados Unidos: sustentantes mexicanos 11, número de sustentantes aprobados 3. En el caso del examen de extranjería en México ha habido un solo sustentante, quien no aprobó.

A la firma de este acuerdo asistieron representantes de sus autoridades: por México, el Embajador Julián Ventura, Jefe de la Cancillería de la Embajada de México en Washington, D.C.; por los EE.UU. de Norteamérica, K. Michael Conaway, Miembro del Congreso por el Estado de Texas, y por Canadá, Susan Harper, Encargada de Asuntos Económicos de la Embajada de Canadá en Washington, D.C. En sus respectivos discursos concordaron en que la renovación de este Acuerdo es una muestra más de la importancia que tienen las relaciones trilaterales y que, a pesar de las críticas que han existido sobre el Tratado de Libre Comercio firmado por estas tres naciones, los beneficios han sido evidentes; por lo tanto, no sólo se espera que continúe, sino que cada vez exista más cooperación y acuerdos entre las tres naciones.

El embajador Ventura recalcó que "la profesión contable mexicana con más de cien años de historia y participante en varios organismos internacionales, una vez más pone ejemplo de su compromiso con México al estar interesada en promover la calidad entre sus agremiados".



C.P.C. Jaime Sánchez-Mejorada Fernández
Presidente del Comité Ejecutivo Nacional del
Instituto Mexicano de Contadores
Públicos, A.C.
contacto@imcp.org.mx

“

El 17 de abril de 2008, se firmó la renovación del Acuerdo de Reconocimiento Profesional Mutuo por cinco años más

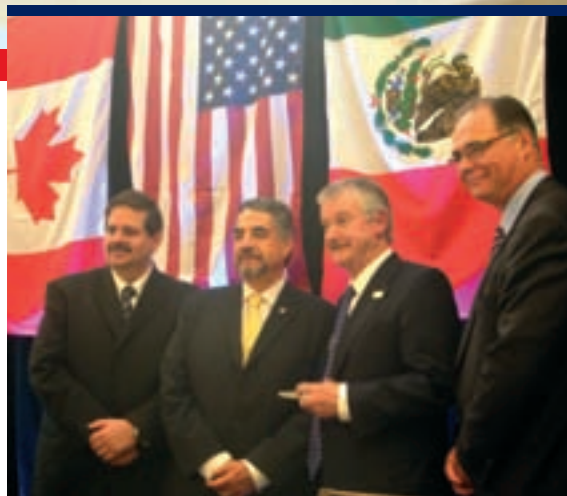
”



Adicionalmente, asistieron a dicho evento el C.P.C. Manuel Sánchez y Madrid, Coordinador General del COM-PIC; el C.P.C. Eduardo Ojeda, Vicepresidente General del IMCP, y el C.P.C. Roberto Resa, representante del IMCP ante el International Qualifications Appraisal Board (IQAB) de Estados Unidos y Canadá.

La globalización ha impuesto retos en todos los renglones económicos y financieros. El proyecto internacional de tener un solo juego de Normas de Información Financiera y de Auditoría aplicable en todo el mundo, entre otros cambios que se vislumbran, no sólo tiene un efecto en el ámbito de la Contaduría Pública, sino que es un tema trascendental en la competitividad y atracción de inversiones, en la transparencia así como en la rendición de cuentas.

El IMCP se encuentra trabajando en forma importante para poder enfrentar estos procesos de cambio, por lo que ya se tienen planes específicos para hacer converger las Normas y Procedimientos de Auditoría y el Código de Ética, con la normatividad respectiva internacional. En el Código de Ética, la Comisión está actualizando nuestra normatividad con la idea de que en julio se envíen a consulta todos los cambios que han sido incorporados en relación con los postulados y con las normas generales, incluida la actuación del Contador Público en cada uno de los sectores. En este proceso de convergencia, se busca incluir, en el texto del Código, las salvaguardas



normativas que el Código de IFAC (International Federation of Accountants) contiene. En una segunda etapa, que se espera sea terminada a más tardar el 31 de octubre de este mismo año, se pretende incluir lo que son las guías y ejemplos que en el mismo Código Internacional se encuentran ya integrados.

La Comisión de Normas y Procedimientos de Auditoría tiene establecido un programa de trabajo con el que busca, en primera instancia, emitir normas que actualmente no se consideran y hacer una revisión de las ya emitidas; esto, con el objeto de incorporar todos los cambios que se están dando en las Normas de Internacionales Auditoría, las cuales están siendo revisadas en su totalidad por IFAC, dentro de un proyecto llamado *Claridad*.

Es muy probable que para la fecha de aparición de este artículo ya esté en proceso de auscultación una nueva norma de control de calidad, denominada "Control de calidad aplicable a las firmas de Contadores Públicos que desempeñan auditorías y revisiones de información financiera, trabajos para atestiguar y otros servicios relacionados". Esta norma se encuentra basada en la Norma Internacional de Control de Calidad emitida por el International Auditing and Assurance Standards Board (IAASB), cuyo objetivo es el que las firmas de Contadores Públicos establezcan y mantengan un sistema de control de calidad que proporcione una seguridad razonable de que:

- La firma y su personal cumplen con las normas profesionales y los requisitos regulatorios y legales.
- Los informes emitidos por la firma y los socios responsables de los trabajos son apropiados en las circunstancias.

plimiento con la Norma de Control de Calidad; por esta razón, el Comité Ejecutivo Nacional del IMCP (CEN) autorizó la creación de la Comisión de Control de Calidad, la cual se ha dedicado a la preparación de una Norma de Vigilancia, misma que será emitida para auscultación en estos días. En términos generales, se busca que todos los dictaminadores manifiesten el cumplimiento con las Normas de Control de Calidad emitidas por la profesión y en el transcurso del tiempo se efectuarán revisiones selectivas a dichas manifestaciones con el objeto de verificar los trabajos realizados y que los controles establecidos por el dictaminador estén en concordancia con los preceptos establecidos en la normatividad relativa.

El CEN consciente de los retos que se avecinan, ha definido estrategias para participar activamente en los cambios mundiales y se ha fijado como meta ser parte de los consejos de aquellos organismos internacionales, de los cuales emana la normatividad que afecta a la profesión.



Adicionalmente, el Boletín 3020, *Control de calidad*, emitido por la CONPA, está siendo revisado, por lo que pronto también será enviado a auscultación.

Otro boletín que se está revisando se refiere a la documentación; asimismo, otros ocho boletines pasarán por el mismo proceso, pues se ha identificado que tienen diferencias significativas entre ambas normatividades. Se espera que sean emitidos entre 2008 y 2009.

Un aspecto muy importante para poder estar a la altura de los mejores organismos que agrupan a la profesión en el mundo, son los programas de vigilancia del cum-

De hecho, actualmente contamos con un asiento en el Consejo de la Federación Internacional de Contadores Públicos, y participamos en los comités y las comisiones de este organismo internacional.

La renovación del *Acuerdo de Reconocimiento Profesional Mutuo* nos motiva a seguir trabajando para mantener a la profesión contable mexicana en un nivel de clase mundial; asimismo, implica el compromiso de representar dignamente a México en este proceso eminente de globalización. *P*

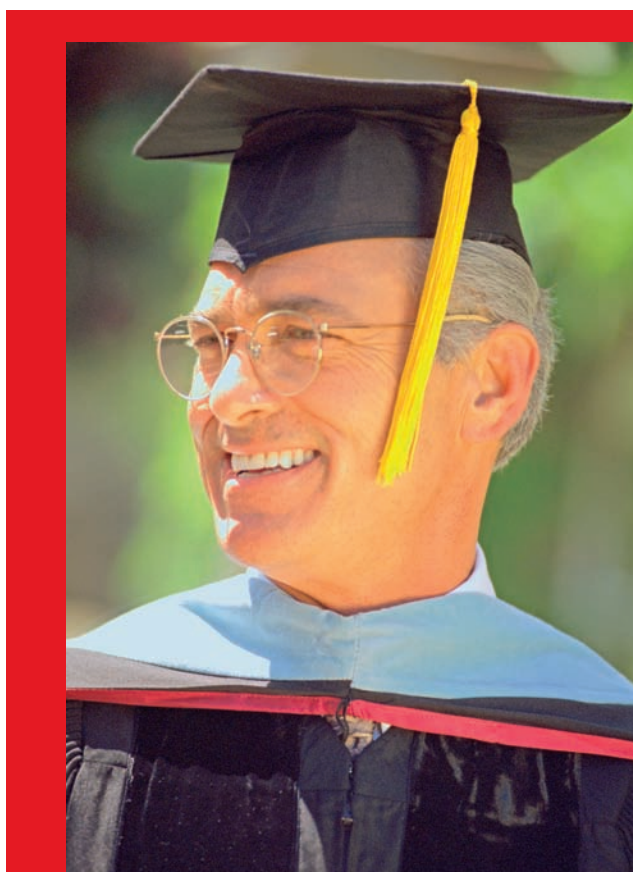
Diez años



del proceso de certificación de la Contaduría Pública en México

Lic. Willebaldo Roura Pech

En 2008, la certificación de la Contaduría Pública, en México, celebra su décimo aniversario...



En estos diez años, la certificación se ha ido consolidando como un instrumento portador de confianza. Ésta es fundamental en el vínculo que se produce entre la sociedad y el profesional de la Contaduría Pública, dada la participación necesaria de éste en los diferentes núcleos económicos que forman parte de la estructura de un país: empresas, despachos, institutos de investigación, escuelas y universidades, dependencias y entidades gubernamentales, instituciones financieras u organizaciones de beneficencia o no lucrativas.

Definición de certificación

Si nos remontamos al origen mismo de la palabra certificación, encontraremos que ésta proviene del latín *certificare* que, a su vez, se deriva de *certus* = cierto, y *facere* = hacer; en otras palabras, significa hacer cierto, demostrar certeza. El diccionario, por su parte, nos señala que certificar es dar una cosa por segura, afirmar.



En 1998, el Presidente de México, Dr. Ernesto Zedillo
Ponce de León entrega, en la Residencia Oficial de
Los Pinos, los primeros certificados de la Contaduría Pública



Podríamos decir, entonces, que certificación es el conjunto de conocimientos, habilidades y destrezas requeridos para ejercer eficientemente una profesión.

En nuestro país, en mayo de 1998, al buscar la calidad de los servicios de la profesión, el Instituto Mexicano de Contadores Públicos (IMCP) dio inicio al proceso de certificación de la Contaduría Pública.

¿Cuál ha sido el desarrollo de la certificación? ¿Cuántos Contadores Públicos se han certificado? ¿Hacia dónde va la certificación? Este artículo pretende dar una síntesis histórica de la certificación de la Contaduría Pública, por medio de un resumen detallado, año por año, de sus avances y referir, al final, el futuro que se vislumbra acerca de ella. Esperamos que los amantes de las cifras y de los compendios vean en este artículo una especie de vademécum de la certificación, que les brinde en unas cuantas páginas la información elemental sobre este tema, ceñido a la Contaduría Pública de nuestro país.

Historia de los diez años de la certificación en México

1998

- Entra en vigor el Reglamento para la Certificación Profesional de los Contadores Públicos, emitido por el IMCP. Inicia el artículo transitorio, mejor conocido como la "Cláusula del abuelo".
- El Comité Mexicano para la Práctica Internacional de la Contaduría (COMPIC) reconoce el proceso de certificación del IMCP.

- El C. Presidente de los Estados Unidos Mexicanos, Dr. Ernesto Zedillo Ponce de León entrega, en la Residencia Oficial de Los Pinos, los primeros certificados de la Contaduría Pública.

1999

- El 30 de abril de ese año, vence el artículo transitorio del Reglamento para la Certificación Profesional de los Contadores Públicos. Se certifican, por este artículo, 6,033 Contadores Públicos.
- Se programa un Examen Uniforme de Certificación (EUC) anual. El primer EUC se lleva a cabo en la Ciudad de México y en Los Mochis, Sinaloa. Se presentan 105 sustentantes, de los cuales aprueban 32, es decir, 30.48%.

2000

- Se aplica el segundo EUC. Se presentan 172 candidatos, de los cuales aprueban 58 sustentantes, esto es, 33.72%.

2001

- A partir de esta fecha, el EUC se aplica dos veces al año, en julio y en diciembre. En total, se presentan 787 sustentantes, de los cuales aprueban 329, es decir, 41.80%.

2002

- Se firma el Acuerdo de Reconocimiento Profesional Mutuo de la Contaduría Pública, entre el IMCP y sus homólogos de Canadá y Estados Unidos, con una vigencia de cinco años.
- El EUC, en sus dos aplicaciones, reúne a 617 sustentantes, de los cuales aprueban 258, que conforman 41.81%.



Lic. Willebaldo Roura Pech
Director de Certificación del Instituto
Mexicano de Contadores Públicos, A.C.
wroura@imcp.org.mx

2003

- Los gobiernos de Canadá, Estados Unidos y México reconocen, en el marco del Tratado de Libre Comercio de América del Norte, el Acuerdo de Reconocimiento Profesional Mutuo de la Contaduría Pública.
- Se presentan 621 sustentantes en los dos EUC que se realizan en el año. Resultan aprobados 275, esto es, 44.28%.

2004

- El número de sustentantes del EUC, en sus dos aplicaciones, es de 1,080. Los candidatos aprobados son 504, lo que significa 46.66%.
- El IMCP aplica el primer Examen de Extranjería en México, que está dirigido a los profesionales de la Contaduría Pública de Canadá y Estados Unidos, quienes se encuentran certificados en sus respectivos países y desean ejercer en México.

2005

- Se celebran, por primera vez, tres aplicaciones del EUC: en julio, septiembre y diciembre. Los sustentantes alcanzan el número de 1,784, el mayor en un año (a la fecha), y los aprobados suman 819. El porcentaje de aprobación es de 45.90%.
- La Dirección General de Profesiones de la Secretaría de Educación Pública entrega al IMCP el primer Reconocimiento de Idoneidad, por contar con procedimientos idóneos para certificar conocimientos, experiencia y desempeño ético de los profesionales de la Contaduría Pública.

2006

- El IMCP, en busca de la uniformidad en la calidad de la certificación, permite que organismos de Contadores Públicos no afiliados a su federación apliquen el EUC para certificar, por ellos mismos, a sus profesionales que lo aprueben.
- En este año se presenta la cifra, igualada en 2007, de cinco aplicaciones del EUC, que se dan en los meses de febrero, marzo, julio, septiembre y diciembre. En esta ocasión, se reúnen 1,509 sustentantes, de los cuales aprueban 797. El porcentaje de aprobación es de 52.81%, el mayor hasta hoy.

2007

- Se establece la obligación, al Contador Público que dictamina para efectos fiscales, de tener la certificación expedida por los colegios de profesionales o asociaciones de Contadores Públicos registrados y autorizados por la Secretaría de Educación Pública.
- Se presentan cinco aplicaciones del EUC, en febrero, marzo, julio, septiembre y diciembre, con 958 sustentantes y 429 aprobados, lo que significa un porcentaje de aprobación de 44.78%.

“

En 2006 se registra el porcentaje
de aprobación más alto
hasta hoy: 52.81%

”

2008

- Se programan cuatro aplicaciones del EUC, en los meses de marzo, julio, septiembre y diciembre.
- Se renueva el Acuerdo de Reconocimiento Profesional Mutuo de la Contaduría Pública, entre el IMCP y sus homólogos de Canadá y Estados Unidos, por otros cinco años.
- Se cumplen diez años del proceso de certificación de la Contaduría Pública en México.

Conclusiones

Al finales de marzo de 2007, si bien el IMCP ha certificado a poco más de 9,500 profesionistas, no todos han mantenido vigente su certificación; por ello, las cifras actuales nos señalan un total de 8,198 Contadores Públicos certificados, quienes han obtenido su certificación de la siguiente manera: 4827 (58.88%) mediante la cláusula del abuelo, y 3371 (41.12%) por medio de la aprobación del EUC. En pocos años, los certificados por EUC serán más que los que se certificaron en aquel no tan lejano 1998 y principios de 1999.

El empuje de la sociedad en la búsqueda de la calidad de los productos y servicios que adquiere lleva consigo el desarrollo de la certificación en todas las profesiones. Aquéllas que aún no se certifican, están trabajando en ese proceso. Esto es apenas el principio.

En esta demanda de calidad, se ha captado la exigencia social de la especialización. Ello ha inducido al IMCP a trabajar en un nuevo proyecto, que verá la luz en este 2008, relativo a la certificación por disciplinas. Este proyecto abre el abanico de la profesión a sus diferentes especialidades y a todos los sectores de la actividad del Contador Público, para satisfacer, en todos los ámbitos, la ingente necesidad de la calidad profesional.

Al reconocerse en la sociedad que la certificación profesional es sinónimo de calidad, puede asegurarse que el IMCP y todos sus socios luchan denodadamente por satisfacer esta demanda, pues cuentan con el proceso de certificación profesional más reconocido del país, nacional e internacionalmente, y con los mayores expertos, interna y externamente, para acrecentar su certificación a todas las disciplinas contables. *P*

Perfil ideal del Contador Público asociado al IMCP

Comisión de Imagen del Instituto Mexicano de Contadores Públicos, A.C.



“ Su formación técnica lo habilita para desempeñar diversas responsabilidades dentro de todo tipo de entidades económicas, desde las de contabilidad hasta las de dirección general ”

El Contador Público asociado al IMCP es un profesional íntegro, comprometido con las disposiciones del Código de Ética, la capacitación permanente y la normatividad de la Contaduría Pública.

Actúa con independencia de criterio y con objetividad en sus juicios, orientado a la eficacia sobre un sólido fundamento de responsabilidad profesional.

Es un especialista en los campos que le son naturales: finanzas y control, incluyendo en ellos las funciones y procesos de planeación estratégica, obtención e inversión de recursos financieros, tesorería, control interno, impuestos, información financiera y auditoría.

La alta formación técnica de este profesional lo habilita para desempeñar diversas responsabilidades dentro de todo tipo de entidades económicas, desde las de contabilidad hasta las de dirección general, así como para actuar como miembro de los consejos de administración y consultor en múltiples áreas, particularmente en las relativas a la información financiera, la rentabilidad y la productividad.

Su certificación profesional, actualizada periódicamente, es reconocida a nivel internacional, garantizando la confiabilidad y calidad de sus servicios. *P*



Hace diez años, la certificación del Contador Público mexicano era sólo una idea. Teníamos otros problemas por resolver, pero nos convenimos de que debíamos hacer algo que nos permitiera evidenciar, de una manera objetiva, seria, indiscutible y posible, que los Contadores Públicos mexicanos contábamos con conocimientos, aptitudes, habilidades y criterio profesional de la más alta calidad; aunque, en realidad, no pensábamos mucho en romper nuestras fronteras.

En algún momento se abrió la posibilidad de entablar las primeras conversaciones con el Instituto Americano de Contadores Públicos Certificados (AICPA, por sus siglas en inglés). Su Director Ejecutivo, Barry Melancon, nos recibió en sus oficinas de Nueva York y escuchó por primera vez el interés de Instituto Mexicano de Contadores Públicos por contar con un Acuerdo de Mutuo Reconocimiento Profesional entre Estados Unidos (EE.UU.) y México. Para entonces, EE.UU. tenía un acuerdo bilateral con Canadá y estudiaba la viabilidad de firmar otro con Australia. La reunión fue breve, en un clima de amabilidad, casi de afecto. Reconozco que nos sorprendió una apertura tan evidente. Esperábamos usar una gran cantidad de argumentos sobre las virtudes que veíamos en el proyecto. No fueron necesarias. Nuestros colegas estadounidenses las compartían. La segunda sorpresa fue escuchar, por parte de ellos, la idea de que, en virtud de que se encontraba vigente un Acuerdo con Canadá, se sustentara nuestra solicitud en el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) y buscar así un acuerdo trilateral.

¿Pero, cómo funciona? Las profesiones de Canadá y de EE.UU. tienen una diferencia sustancial con México. En esos países, el título universitario no conlleva la autorización del Contador para emitir dictá-

menes; para ello, nuestros colegas del norte deben presentar un examen ante las autoridades provinciales (en Canadá) o estatales (en Estados Unidos). Ese examen es preparado por institutos profesionales (AICPA, en Estados Unidos, y el Instituto Canadiense de Contadores Autorizados, CICA, en Canadá), y son las autoridades las que se encargan de aplicarlo y calificarlo. Quienes lo aprueban en Canadá se convierten en *Chartered Accountant* (CA) y en *Certified Public Accountant* (CPA), en Estados Unidos. Bajo estas denominaciones, son los profesionales con la capacidad de emitir dictámenes y otras opiniones con circulación entre un público usuario externo a la empresa o entidad contratante.

Sobra decir que en México, hasta hoy, el título universitario otorga el derecho de ejercer aún públicamente, sin ningún requisito más que el de tramitar la cédula profesional; sin experiencia previa, sin examen de conocimientos ni de criterio profesional.

Llegó el día. Meses después de aquella reunión en Nueva York, nos sentamos a la mesa con nuestros colegas de Canadá y Estados Unidos para buscar, con la experiencia de ellos y con nuestro entusiasmo, el formato más adecuado para nuestro Acuerdo Trilateral. Al referirme a la experiencia de Canadá y de EE.UU. lo hago porque entonces ya existía un órgano conjunto para atender asuntos como la solicitud que México pretendía hacer. Mucho tendría que hacerse: lo primero, establecer contacto con el *International Qualifications Appraisal Board* (IQAB), órgano de decisión conjunta que tiene, entre sus atribuciones, la capacidad de aceptar la solicitud de la profesión mexicana para tener un trato preferencial en los términos del TLCAN. Esto nos pone por encima de cualquier socio comercial de Canadá o de Estados Unidos en el acuerdo del GATS.

“

Hoy, somos la única profesión en Latinoamérica
con un mecanismo de certificación profesional

”

¿Qué sucedía en México en ese momento (1997-1998)? Las primeras certificaciones, al amparo de un artículo transitorio del Reglamento de Certificación, se otorgarían fundamentadas en la práctica profesional de los últimos cinco años del solicitante, soportado en el cumplimiento de nuestra norma de Educación Profesional Continua (EPC) por el mismo periodo, que para entonces tenía casi dos lustros de vigencia, y que nos ponía a la vanguardia de Latinoamérica. Esta circunstancia prevalece el día de hoy, ya que somos el único país de la región que ejerce con una norma de EPC obligatoria y está sujeto a sanción.

Tiempo después, se establecieron los mecanismos con los cuales nuestros socios de Norteamérica reconocerían nuestro proceso de certificación: las tres "E", educación, experiencia y examen. Designaron una comisión que vendría a México representando tanto a Canadá como a Estados Unidos, para realizar un estudio sobre cómo operaba la profesión en México. Para ello, se decidió contar con un asesor estadounidense, Polo Botello, un valiosísimo aliado de la profesión mexicana, ya que aun siendo un colega norteamericano, se trataba de un profesional bicultural, como consecuencia de su origen. Su ayuda fue invaluable.

Hoy, todo eso es historia. Actualmente, tenemos y disfrutamos del primer acuerdo profesional trilateral. Fue en septiembre de 2002 cuando los Contadores Públicos Certificados mexicanos, al firmar nuestro primer Acuerdo Profesional de Reconocimiento Mutuo, fuimos reconocidos como "iguales y equivalentes" a los *Chartered Accountant* de Canadá y a los *Certified Public Accountant* de EE.UU.

En mis muchos años de ejercicio profesional, he escuchado y también afirmado que la Contaduría Pública mexicana es la profesión mejor organizada del país. Hoy les puedo asegurar que, en Latinoamérica, somos la **única** con un programa obligatorio y sancionado de Educación Profesional Continua, y también la **única** con un mecanismo de Certificación Profesional y con un acuerdo trilateral de mutuo reconocimiento.

Todo esto significa que somos una profesión comprometida, con responsabilidad social; una profesión con sentido internacional y consciente de que lo que no hagamos hoy para las siguientes generaciones, no lo hará nadie.

El pasado 17 de abril se firmó la renovación del Acuerdo Profesional de Reconocimiento Mutuo por un nuevo periodo de cinco años (2008-2013). Durante ese lapso, los Contadores Públicos Certificados de nuestro país tendrán acceso al ejercicio profesional en Canadá o Estados Unidos después de aprobar el examen para extranjeros. Se trata de una evaluación de conocimientos, cuya duración máxima para resolverlo es de cuatro horas, sobre normatividad y legislación fiscal y corporativa de la jurisdicción a la que se pretende entrar. Al aprobarlo, el C.P.C. tiene la puerta abierta a un mercado profesional de enormes dimensiones.

Desde cualquier perspectiva, éste es un importantísimo logro del Instituto Mexicano de Contadores Públicos en beneficio de todos sus agremiados. *P*



C.P.C. Roberto Resa
Socio Director de Resa y Asociados, S.C.
rresa@resa.com.mx

MÉXICO RATIFICA A NIVEL INTERNACIONAL LA COMPETITIVIDAD Y CALIDAD DE LA PROFESIÓN CONTABLE

Firma de la renovación del Acuerdo de Reconocimiento Mutuo Profesional
entre Canadá, Estados Unidos de América y México
en Alexandria, VA, USA

2008.

Instituto Mexicano de Contadores Públicos

El IMCP se coloca
en un lugar de privilegio
al otorgar la única Certificación
del país avalada nacional e
internacionalmente

De esta forma, los socios del
IMCP obtienen reconocimiento y
mayor relevancia en su calidad profesional

En este año, con la celebración de su
X Aniversario, la Certificación Contable
se consolida como el paso fundamental para
el desarrollo de los profesionistas en Contaduría

Hace cinco años se realizó la firma del primer acuerdo, a
la luz del Tratado de Libre Comercio (TLC), con la idea de
permitir el ejercicio de profesionistas contables entre los tres países.
Al renovarse dicho acuerdo, se revisaron los procesos de Certificación,
se valoró la calidad profesional y ética, y el resultado fue altamente satisfactorio para México.

Este evento contó con la presencia de
altos funcionarios gubernamentales
de los tres países, entre ellos,
el Jefe de la Cancillería de
México en Estados Unidos



CON ESTA ACCIÓN EL INSTITUTO MEXICANO DE CONTADORES PÚBLICOS, A.C., DA UN PASO MÁS HACIA EL
CUMPLIMIENTO DE SU MISIÓN, EN LA BÚSQUEDA DE CONSOLIDAR SU VISIÓN

www.imcp.org.mx



VISIÓN

SER LA COMUNIDAD DE PROFESIONISTAS
MÁS PRESTIGIOSA, PARA CONTRIBUIR A UN MUNDO MEJOR

MISIÓN

FORTALECER A LA COMUNIDAD CONTABLE EN SU DESARROLLO
HUMANO Y PROFESIONAL, DENTRO DE LOS MÁS
ALTOS ESTÁNDARES ÉTICOS

www.imcp.edu.mx



Instituto Mexicano de
Contadores Públicos

Federación de Colegios de Profesionistas

¿Hemos perdido la esencia de la enseñanza?

Cuando hablamos del proceso educativo existe una tendencia, cada vez mayor, a considerar al docente como un tutor del alumno, que su papel es guiarlo en su formación y desarrollo integral así como orientarlo para que pueda desplegar todas sus potencialidades.

La actividad tutorial, de acuerdo con Alejandra Romo López, "exige promover el desarrollo del ser humano, es un acompañamiento hacia el saber convivir, el saber ser, la integración, la socialización y el autoconocimiento".

El enfoque humanista de la educación pugna por una formación integral, busca desarrollar una serie de habilidades y actitudes para ser capaz de conocer y juzgar los hechos que nos rodean, con el fin de seguir creciendo a lo largo de nuestra vida.

Tomando en cuenta lo comentado, estaremos de acuerdo con la reflexión que hace Ernesto Partida: "lo esencial en un estudiante de calidad es que sepa leer, escribir, hablar, pensar, imaginar y crear".

¿Por qué lo anterior? El conocimiento se construye en forma progresiva al desarrollar adecuadamente estas habilidades:


- **Leer.** Esto implica entender la realidad que nos rodea e involucrarse con ella.
- **Escribir.** Al entender la realidad somos capaces de describirla adecuadamente.
- **Hablar.** Al describir la realidad somos capaces de transmitirla para que la entiendan los demás.
- **Pensar, imaginar y crear.** Son resultado de la construcción mental que tuvo que haberse llevado a cabo durante este proceso.

Si bien la era cibernética ha traído grandes ventajas a la humanidad, sin duda alguna una de las grandes desventajas ha sido la disminución del hábito de la lectura. Hoy en día constatamos que nuestros alumnos carecen de las habilidades descritas con anterioridad, ya que al no gustarles leer, se les dificulta escribir y hablar, con la consecuente falta del desarrollo de un pensamiento crítico e imaginativo.

Debido a lo anterior, se ha vuelto indispensable para los docentes fomentar el gusto por la lectura entre nuestros alumnos, asignándoles tareas de investigación para que tengan que exponer y debatir sus puntos de vista. Lo an-



terior, con el fin de que se les desarrolle ese espíritu crítico que tanta falta nos hace, sobre todo en nuestra profesión, en la que gran parte de nuestra labor consiste en emitir una opinión que agregue valor a la empresa, que resulte factible y que, por supuesto, provenga de un análisis detallado de la problemática que se vive y de los cursos alternativos de acción.

Si nos propusiéramos como meta desarrollar estas habilidades básicas en nuestros alumnos, estaríamos preparando mejores profesionistas. 

Referencias bibliográficas

Romo López, Alejandra, "La tutoría en educación superior, una estrategia favorecedora del desempeño académico y su contribución a la formación integral", *III Foro Nacional de la Academia ANFECA*, Manzanillo, Colima, marzo de 2008.

Partida, Ernesto, "¿Puede haber educación de calidad donde se carece de todo?", *Campus Milenio*, núm. 239, septiembre de 2007.

C.P.C. y M.A. Sylvia Meljem Enríquez de Rivera
Directora del Departamento Académico de Contabilidad
ITAM
smeljem@itam.mx

Facilitación del comercio exterior de México

Una posición institucional de la Comisión de Comercio Internacional del IMCP¹



Los trámites aduaneros deben evolucionar, ser más eficientes y, sobre todo, dotar de seguridad jurídica a los actores que participan en él. En la Comisión de Comercio Internacional (CCI) del Instituto Mexicano de Contadores Públicos, A.C. (IMCP) nos unimos a ese esfuerzo que las agrupaciones de agentes aduanales, importadores, exportadores, transportistas, abogados independientes, entre un sinnúmero de personas más que están enfocando sus esfuerzos para hacer más eficiente el Sistema Aduanero Mexicano.

Se trata de una Comisión apolítica integrada de un equipo multidisciplinario que, por su calidad profesional, aporta

sus conocimientos y experiencia para el bien de la profesión, en su conjunto, y de los actores del comercio exterior, en general. El presente artículo tiene como principal objetivo que el público (y el gobierno) conozcan la posición que la CCI del IMCP tiene sobre la política aduanera en México.

Nos hemos pronunciado completamente en contra de la cancelación o suspensión de padrones sin que previamente el importador haya sido escuchado; que las autoridades aduaneras "señalen" a los importadores que realizan sus operaciones de comercio exterior amparados, como si el Juicio de Amparo no fuera una instancia legal que per-

mite a los particulares la protección de la justicia Federal contra actos que violen las garantías individuales. Solicitamos que se eliminen costos aduanales que no aportan valor al despacho aduanero, como es el excesivo papeleo aduanero y la contratación forzada de alijadores u otros prestadores de servicio dentro de la aduana, y que los contribuyentes no sean catalogados como "contrabandistas" sólo por no presentar una copia de algún documento, tener mercancías no declaradas que, por el volumen de operación, no pudieran haber sido advertidas, o bien, porque una clasificación arancelaria está mal asignada.

Así también, nos hemos pronunciado porque en las universidades, donde se forman los futuros profesionistas, se incluyan materias que preparen a sus alumnos con mayor especialización en materia aduanera e internacional y, por supuesto, por la profesionalización del servicio de carrera aduanal dentro de los órganos de gobierno; en general, estamos convencidos de que una mejor preparación técnica de los actores (gobierno y particulares), fructificará en mejores resultados a mediano y largo plazo.

Podríamos señalar un sinnúmero de actividades que ha desarrollado la CCI del IMCP sin protagonismo, apoyando a las instancias profesionales, gubernamentales y educativas cuando lo han permitido. En esta ocasión, nos permitimos exponer cinco sugerencias para dotar de mayor seguridad jurídica a los actores del comercio exterior y cinco más para lograr una facilitación en trámites aduaneros.

I. Cinco propuestas para dotar de mayor seguridad jurídica a los importadores y exportadores

1. Incorporación del Principio de Buena Fe

Sugerimos que en el Sistema Aduanero Mexicano se incorpore el Principio de Buena Fe, para estar en armonía con los Derechos del Contribuyente y del Principio *Pacta Sunt Servanda* que es el eje de los tratados de libre comercio. Esta propuesta no obstaculiza en nada las facultades o actuación de las autoridades, ya que en el momento en que la autoridad fiscal cuente con los elementos para presumir la comisión de un delito doloso, tendrían los elementos para fiscalizar con mayor rigor y, en su caso, dar parte a las autoridades ministeriales para la persecución del delito.

2. Que la Comisión de Comercio Exterior (COCEX) sea autónoma y coadyuve (o dicte) la política comercial y aduanera del país

La Comisión de Comercio Exterior es un órgano de consulta obligatorio de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal y está investi-

da para celebrar audiencias públicas y está obligada a escuchar a los representantes del gremio industrial, comercial, agropecuario, de servicios y aduanal del país; sin embargo, en la práctica, esto no sucede porque orgánicamente se encuentra ubicada dentro de una Dirección General de la Secretaría de Economía. Por tanto, dotarla de autonomía sería un gran avance para el país, ya que se evitaría la duplicidad de funciones con las dependencias gubernamentales y sería un canal importante para que todos los particulares fueran escuchados por vías y mecanismos institucionales claramente establecidos en leyes federales.² Esto permitiría que dependencias como la Secretaría de Economía y la de Hacienda y Crédito Público no se perciban desarticuladas, como si estuvieran divorciadas y cada una de ellas determinara su política a seguir en materia aduanal y de comercio exterior.

3. Que las resoluciones del Consejo de Clasificación Arancelaria sean emitidos por la COCEX

En consonancia con lo anterior, en los casos en que los importadores y exportadores presenten consulta sobre la correcta clasificación arancelaria en términos del artículo 47 de la Ley Aduanera, las autoridades aduaneras deberán escuchar previamente la opinión del Consejo de Clasificación Arancelaria³, el cual se pronuncia mediante dictámenes técnicos, mismos que deben ser publicados como criterios de clasificación arancelaria dentro de los 30 días siguientes a que la autoridad hubiera emitido su resolución.

4. Incorporación del Principio de Inmediatez en muestras y en la determinación de la clasificación arancelaria

El supuesto se presenta en el Despacho Aduanero, ya que si la autoridad advierte que se requiere de conocimientos técnicos especiales para verificar si es correcta la clasificación arancelaria asignada a las mercancías, se procede a la toma de muestras para verificar que lo declarado corresponda contra lo que físicamente se presenta ante la Aduana en el Despacho, puesto que se trata de mercancías de difícil identificación.

Aun cuando no existe un plazo legal para que la autoridad se pronuncie sobre la toma de muestras y la clasificación arancelaria de las mercancías de difícil identificación, esto no implica que la autoridad pueda libremente determinar el momento de su emisión, pues el Principio de Inmediatez exige mayor respeto en casos en que por el transcurso del tiempo, se puede dejar al importador en riesgo de no conocer oportunamente la resolución para que haga una defensa adecuada. Sugerimos que se determi-



ne un plazo legal establecido para: i) la resolución de la toma de muestras, y ii) la correspondiente a la clasificación arancelaria por parte de las autoridades aduaneras de mercancías de difícil clasificación.

5. Otorgar facilidades a los importadores, por medio de un dictamen de cumplimiento de obligaciones aduaneras

Esto permitirá un cambio de lenguaje y actitud, ya que se derogaría el concepto de *Empresa Certificada*⁴ por el de **Empresa Dictaminada**, otorgando seguridad al SAT de que efectivamente está otorgando facilidades a los contribuyentes cumplidos y permitirá que regularicen su situación fiscal y de comercio exterior, con el ánimo de obtener los beneficios que las reglas únicas de comercio exterior les otorgarían.

Esto sería un gran aliciente para las empresas: cumplir y, a cambio de ello, recibir beneficios tales como liberación inmediata de las mercancías en la aduana, regularización de mercancías en exceso, cambios de régimen aplicando preferencias arancelarias, eliminación o reducción de multas en caso de incumplimiento, entre muchos otros que están claramente detallados en la actual regla 2.8.3 de las Reglas de Carácter General en Materia de Comercio Exterior.

II. Cinco propuestas para facilitar el comercio exterior

1. Eliminación del padrón de importadores (general y sectorial)

Adicionalmente al padrón general, se establece como obligación que si una persona pretende importar bie-

nes que por su condición se consideren sensibles o de alto riesgo en la economía nacional, soliciten su inscripción en el padrón de sectores específicos⁵.

Baste su inscripción en el Registro Federal de Contribuyentes (RFC) para que una persona física o moral realice operaciones de comercio exterior. Los padrones sólo entorpecen las operaciones de los contribuyentes. Es necesario por el bien de la economía en su conjunto, que las políticas fiscales apoyen a los contribuyentes y no encarezcan sus actividades o las hagan más burocráticas.

2. Eliminación de los precios estimados.

A juicio de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP), la subvaluación de mercancías extranjeras es un instrumento utilizado por los importadores para eludir el pago del impuesto general de importación, el Impuesto al Valor Agregado (IVA) y otros impuestos que se pagan en la aduana⁶, por lo que se impone la obligación de emitir una garantía en caso de que las mercancías se importen a un valor inferior al estimado por la SHCP.

La política de precios estimados y su garantía, desgarran los recursos de los importadores y propician costos innecesarios que podrían ser utilizados en capital de trabajo, ocasionando también retrasos en los embarques.

3. Eliminación del segundo reconocimiento

La corrupción y el contrabando no siempre se disminuyen o erradican poniendo más policías (en número). No sugerimos que se elimine la vigilancia en las

aduanas, pero sería deseable que estuvieran mejor orientados para contrarrestar de manera efectiva a los *pillos* que operan en ellas.

Sugerimos fusionar el primer y segundo reconocimiento para que sus revisiones estén mejor orientadas hacia importadores y exportadores fraudulentos (y no a contribuyentes cumplidos); que se apoyen en las investigaciones aduaneras que se realizan dentro de los órganos de Gobierno (es decir, que exista adecuada comunicación interna), y que atiendan a las denuncias que se presenten siempre que estén fundadas. Así se concentrarían mucho mejor en revisar a aquéllos que son más propensos a cometer fraudes aduaneros y no se estaría buscando entre un sinnúmero de importadores para ver si logran detectar alguna anomalía grave.

4. Regular e implementar el despacho aduanero sin papeles

Conocido por algunos como el *paperless*⁷, que es una figura creada para eficientar el control administrativo y cuidar el ambiente, sería deseable que los importadores y exportadores se abstuvieran de presentar ante la aduana un sinnúmero de papeles y copias para realizar la liberación de sus mercancías. Es una tendencia mundial. Hoy en día, cada vez más el uso de medios electrónicos de información y comunicación disminuyen el uso de documentos impresos y copias fotostáticas. Lo que sugerimos es evitar impresión de pedimentos y que las revisiones sean mediante el uso de sistemas informáticos.

5. Permitir el cambio de régimen de temporal a definitivo de las mercancías importadas al amparo del artículo 106 de la Ley Aduanera

El artículo 106 de la Ley Aduanera establece los supuestos en que un importador podrá introducir en régimen temporal mercancías a territorio nacional por un plazo establecido y con una finalidad específica, al término de los cuales deberá retornar la mercancía al extranjero. En los supuestos contenidos en el artículo 106 no se permite su cambio de régimen.⁸ Consideramos que sería adecuado permitir el cambio de régimen de importación temporal a definitiva, específicamente en el supuesto del inciso a) de la fracción II, del artículo citado, siempre que el importador pague las contribuciones a que haya lugar y cumpla con las regulaciones y restricciones no arancelarias aplicables al tipo de bien de que se trate.

Conclusión

Es nuestra posición que el país requiere una reforma estructural en materia de *comercio exterior y de aduanas*. Nos estamos rezagando y en la actualidad se frena la competitividad del país. La Comisión está dispuesta

a apoyar las sanas ideas, aun cuando no se originen en nuestras sesiones de trabajo.

1. Trabajo elaborado con ideas y participación de todos los comisionados. La Comisión de Comercio Internacional es presidida por el Lic. Adrián Vázquez Benítez, quien supervisó y revisó este esfuerzo.
2. La COCEX tiene su fundamento en el artículo 6 de la Ley de Comercio Exterior y en el Título II del Reglamento de la Ley citada.
3. Es un órgano que en términos del artículo 48 de la Ley Aduanera está integrado por peritos que propongan las cámaras, asociaciones o instituciones académicas que servirán de apoyo para las autoridades aduaneras cuando les soliciten una confirmación de criterio.
4. Las empresas certificadas pueden obtener un dictamen conforme a la regla 2.8.7 de las Reglas de Carácter General en materia de Comercio Exterior que es emitido por el Consejo Nacional de la Industria Maquiladora de Exportación, A.C. (CNIME), o incluso por la Industria Nacional de Autopartes, A.C. (INA), los cuales pudieran estar en conflicto de interés en caso de que a las empresas a las que se les vaya a emitir el dictamen no estén afiliadas a las mismas o pertenezcan a otras asociaciones.
5. Los sectores y mercancías que están sujetos a este Padrón Sectorial se publican en el Anexo 10 de las Reglas de Carácter General en materia de Comercio Exterior, se trata de 34 sectores, por mencionar algunos le diremos que se trata de Carne y Despojos, Cerveza, Vinos y Licores, Lápidas, Madera, Textil, Pañales, Cigarros, Calzado, Juguetes, Bicicletas, Papel y Cartón, Café, Papa, Motocicletas, etc. Próximamente, se espera que las Reglas limiten los sectores sólo a productos químicos reactivos y precursores (mercancías que representan un riesgo en materia de salud pública y seguridad nacional) en virtud del Decreto por el que se otorgan facilidades administrativas en Materia Aduanera y de Comercio Exterior del 31 de marzo de 2008, que entró en vigor el 14 de abril.
6. Si se declara un valor inferior al precio pagado por el importador, la base gravable de los impuestos es menor y se determinan contribuciones menores a las que deberían pagarse en condiciones normales. Si bien con el Decreto por el que se otorgan facilidades administrativas en Materia Aduanera y de Comercio Exterior del 31 de marzo de 2008, que entró en vigor el 14 de abril se exime a los importadores de garantizar en cuenta aduanera la posible diferencia de contribuciones en la importación definitiva de las mercancías sujetas a precios estimados, subsisten los precios estimados que representan un mecanismo de valoración contrario a los tratados internacionales.
7. Es una filosofía que impone trabajar con el papel mínimo y convertir toda la documentación a una forma digital, que se traduce en aumentos en la productividad, ahorros de costos y espacio, permite compartir información de manera eficiente y mitiga impactos ambientales al producir menor cantidad de basura.
8. Existe una excepción a esta afirmación: tratándose de convenciones o congresos internacionales en la cual se permite el cambio de régimen a importación definitiva, conforme al último párrafo del artículo 138 del Reglamento de la Ley Aduanera.

C.P.C. Juan Álvarez Villagómez
Expresidente de la Comisión de Comercio Internacional del IMCP y socio del Despacho Álvarez Contadores Públicos y Consultores, S.C.
juan@alvarez-alvarez.com

Se complica el panorama inflacionario



En los últimos dos meses, y de manera paulatina, el panorama inflacionario en nuestro país se ha venido complicando como resultado de presiones tanto de origen externo como interno. Estos riesgos fueron reconocidos por Banco de México en su pasada reunión de la Junta de Gobierno y en la que se expresó la intención del Instituto Central de revisar sus proyecciones de inflación en el marco de la presentación del Informe de Inflación.

Este anuncio causó una gran expectativa entre los participantes del mercado de dinero y abrió una pausa precisamente a la espera de que el Banco de México anunciara la magnitud de la corrección y, sobre todo, sobre su evaluación

con respecto al balance de riesgos. La revisión del pronóstico se hizo en línea con lo esperado, 50 puntos base al alza para lo que resta de 2008 y 25 puntos en el mismo sentido para el primer trimestre de 2009.

De esta forma, los nuevos rangos para el segundo y tercer trimestre del año se ubican en 4.5-5.0%, el tercer trimestre en 4.25-4.75% y el primer trimestre de 2009 en 3.75-4.25%. En cuanto al balance de riesgos, Banco de México destaca las fuertes presiones provenientes de las altas cotizaciones internacionales en alimentos como maíz y trigo, en algunos materiales para la construcción como el acero y el cobre y en energéticos como el gas natural y las gasolinas.

Previsiones de Banco de México		
Variable	Previo	Actual
Crecimiento (%)	2.75 - 3.25	2.40 - 2.90
Empleo	620 mil plazas	530 mil plazas
Cuenta Corriente	1.0% PIB	1.0% PIB
Inflación (%)		
2T 2008	4.00 - 4.50	4.50 - 5.00
3T 2008	4.00 - 4.50	4.50 - 5.00
4T 2008	3.75 - 4.25	4.25 - 4.75
1T 2009	3.50 - 4.00	3.75 - 4.25
2T 2009	3.50 - 4.00	3.50 - 4.00
3T 2009	3.00 - 3.50	3.00 - 3.50
4T 2009	3.00 - 3.50	3.00 - 3.50
1T 2010	n.d	3.00 - 3.50

Fuente: Ixe Grupo Financiero con información de Informe Trimestral de Inflación de Banco de México

En el ámbito interno, Banco de México destaca presiones provenientes de los altos precios del jitomate que han alcanzado un nivel de 80% por arriba de lo observado el año anterior y del jitomate verde que, en la primera parte de abril, registró un incremento de 150% en relación con el año anterior.

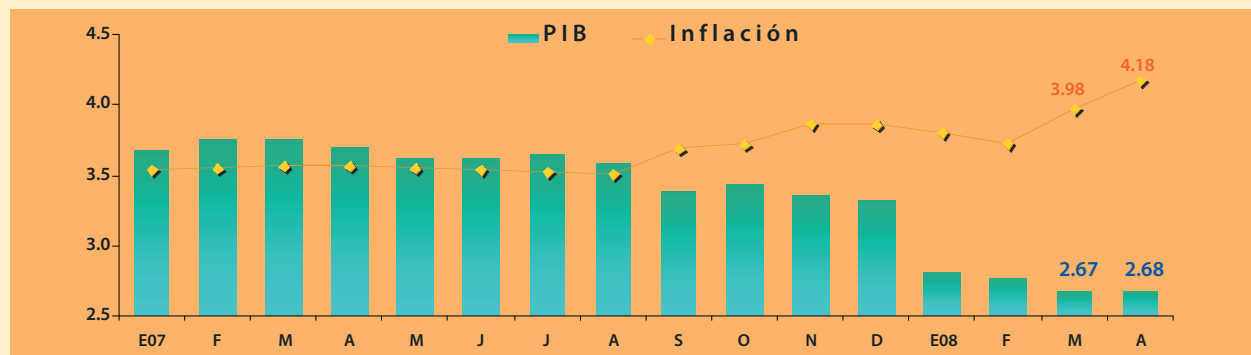
De esta forma, la intensificación de las presiones inflacionarias en el mundo y en México complica la decisión de Banco de México de relajar la política monetaria, por medio de menores tasas de interés. El fuerte diferencial de tasas entre México y Estados Unidos y la posibilidad de que las tasas sigan bajando en ese país ante la profundización de la crisis hipotecaria sugiere que, en algún momento, se debería asumir una política monetaria más laxa. No obstante, la persistencia de presiones inflacio-

narias y el dinamismo que la economía mexicana mostró en el primer trimestre del año, hacen prever que la actual posición monetaria persistirá probablemente en lo que resta del año.

Por otro lado, en la medida en que se ha modificado la trayectoria reciente de la inflación, tanto general como subyacente, las expectativas en nuestro país también se han deteriorado. De acuerdo con la última encuesta de Expectativas Económicas del Sector Privado levantada por Banco de México, el pronóstico de inflación para 2008 se incrementó de 3.98 a 4.18%, lo que claramente complica aún más la tarea de Banco de México.

En el Informe sobre Inflación, Banco de México estima que la economía mexicana crecerá entre 2.4 y 2.9% al finalizar 2008 y la Secretaría de Hacienda tiene un pronóstico de 4% para 2009, desempeño nada malo frente al sensible debilitamiento de nuestro principal socio comercial. Esto quiere decir que no existe una justificación de crecimiento que implique mitigar las condiciones monetarias del país. De esta forma, la política monetaria seguirá dependiendo de la evolución de los precios y de la trayectoria que sigan las expectativas de inflación. *P*

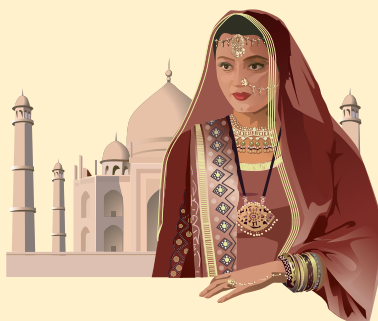
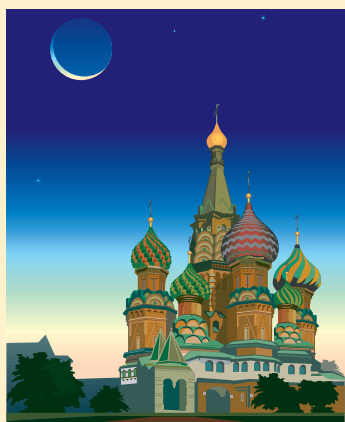
Encuesta de Expectativas Económicas



Fuente: Ixe Grupo Financiero con información de Encuesta de Expectativas de Banco de México

Lic. Manuel Guzmán Moreno
 Director General de Inversiones Ixe Grupo Financiero
 mguzman@ixe.com.mx

EL BRIC



El término BRIC (sigla de los países: Brasil, Rusia, India y China) está de moda en el ámbito económico, aunque fue acuñado desde hace más de cinco años en el ambiente de las corredurías internacionales. El BRIC, son países denominados como mercados emergentes que se visualizan con una perspectiva de desarrollo excepcional en los años por venir.

Como novedad aparece un desplazamiento de esas perspectivas excepcionales de desarrollo de los tigres asiáticos hacia el occidente, en particular, hacia el mundo latinoamericano: Brasil, en donde se aprecia una integración multi-cultural y pluri-facética, con participantes que presentan características comunes, a saber:

- Capacidad industrial.
- Capacidad transformadora.
- Capacidad de innovación por ser generadoras de nuevas tecnologías (investigación y desarrollo).
- Capacidad de exportación.
- Enormes territorios con situación estratégica.
- Importantes recursos naturales.

Todas estas capacidades son fundamentales en el concierto internacional de esas naciones en cambio y en proceso de gestación para un nuevo orden mundial caracterizado por una renovada dinámica de crecimientos en los respectivos PIB (China, con cifras de 12% anual). Un aspecto original de este grupo es que sus intereses no se han concentrado únicamente en la estabilidad económica, sino que han coincidido con el apoyo gubernamental a su desarrollo interno: científico, agrícola y tecnológico, lo que les ha permiti-

do fortalecer y diversificar su base industrial y alimentaria. Estos países poseen centros de investigación apoyados por el Estado, y son guiados por criterios de protección, apoyo y subsidios contrarios a los que adoptan las naciones que han firmado tratados de libre comercio. México, como país firmante de varios tratados de libre comercio, ha desprotegido a la industria, la investigación y el campo, lo cual complica y casi elimina la posibilidad de poder formar parte de este grupo en el futuro.

En los países del BRIC, el Estado ha sido la clave para el florecimiento de las empresas privadas, las cuales se han visto fortalecidas con créditos, subsidios y protección para convertirse (como es el caso de Brasil) en generadores de tecnología para la exploración petrolera a grandes profundidades, lo que ahora aprovechan y exportan. Asimismo, en el caso de la aeronáutica comercial, Brasil se ha convertido en uno de los principales productores de aviones en el mundo; además, ha presentado un claro posicionamiento de defensa a su propiedad intelectual frente a la Organización Mundial de Comercio, lo cual le ha permitido fortalecer su desarrollo científico y tecnológico para generar y consumir sus propias capacidades sin fuga de divisas.

Los cuatro miembros del BRIC aún deberán hacer frente a varios retos como la corrupción, la mala distribución de la riqueza, etc., pero podrán hacerlo con una mejor situación económica y estratégica que los países rezagados en materia económica, científica e industrial. 