
Diagnóstico de responsabilidad social de un Centro de Verificación Vehicular en Xalapa, México en 2023

Diagnosis of Social Responsibility of a Vehicle Verification Center in Xalapa, México in 2023

Itzel Montserrat Morales Hernández,¹ Daniel Antonio López Lunagómez²
Diego David Florescano Pérez³ y Maribel Rivera Zárate⁴

Sumario: 1. Introducción, 2. La responsabilidad social empresarial, 3. El Programa de verificación vehicular obligatoria para el estado de Veracruz, 4. Centro de Verificación Vehicular (CVV) de Xalapa, Veracruz, 5. Diagnóstico con base en los Indicadores Ethos, 6. Conclusiones, Bibliografía

Resumen

El presente estudio tiene como objetivo diagnosticar la situación actual en materia de responsabilidad social de un Centro de Verificación Vehicular en Xalapa, Ver., en 2023. Para ello, se estableció un marco teórico referente a la responsabilidad social empresarial (RSE), Programa de verificación vehicular obligatoria del estado de Veracruz, Centro de Verificación Vehicular (CVV) e Indicadores Ethos. Es una investigación explorativa y descriptiva, cuyas técnicas de investigación son entrevista, encuesta, observación y consulta de fuentes bibliográficas. El resultado de este estudio es la determinación del estadio de RSE de un CVV de Xalapa, Ver., de acuerdo con los Indicadores Ethos. Se concluye que el CVV estudiado se encuentra en un estadio 2 de RSE y sustentabilidad

¹ Estudiante de la maestría en Administración en el Instituto de Investigaciones y Estudios Superiores de las Ciencias Administrativas de la Universidad Veracruzana. Certificada en Fundamentos para la Administración de la Industria 4.0 (ECM0336) por el CONOCER. zs22024649@estudiantes.uv.mx ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3329-6840>

² Docente de tiempo completo en la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Veracruzana, especialista en sistemas computacionales y fundador de Llanta Fácil, System X y Tecnología Educativa Siglo 21. dlopez@uv.mx ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5901-160X>

³ Profesor en El Colegio de Veracruz. Regidor quinto del H. Ayuntamiento de Xalapa, Veracruz. Doctor en educación por el Colegio de Estudios Avanzado de Iberoamérica con diplomado en gerencia de campañas políticas y máster en Alta Dirección. dd_florescano@hotmail.com ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4680-0639>

⁴ Estudiante de la maestría en Administración en el Instituto de Investigaciones y Estudios Superiores de las Ciencias Administrativas de la Universidad Veracruzana. Ingeniera en Administración. zs22024664@estudiantes.uv.mx

conforme a los Indicadores Ethos, con un gran potencial para mejorar su estadio si establece un plan de RSE y sustentabilidad que le permita dar continuidad a sus iniciativas.

Palabras clave: RSE, contaminación, verificación vehicular, Ethos

Abstract

The objective of this study is to detect the current situation in terms of Social Responsibility of a Vehicle Verification Center in Xalapa, Ver., in 2023. For this, a theoretical framework of reference to Corporate Social Responsibility (CSR), Program Mandatory Vehicle Verification of the State of Veracruz, Vehicle Verification Center (CVV) and Ethos indicators. It is an exploratory and descriptive type of research, having as research techniques the interview, survey, observation and consultation of bibliographic sources. The result of this study is the determination of the CSR stage of the CVV of Xalapa, Ver., according to the Ethos indicators. It is concluded that the CVV studied is in stage 2 of CSR and sustainability according to the Ethos indicators, with great potential to improve its stage if it establishes a CSR and sustainability plan that allows it to continue its initiatives.

Keywords: CSR, pollution, vehicle verification, Ethos

1. Introducción

La responsabilidad social empresarial (RSE) se ha convertido en un tema de debate para las empresas, la sociedad y el gobierno. Las organizaciones intentan incorporar prácticas que promuevan la RSE; sin embargo, podrían encontrarse ante ciertas dificultades como las restricciones presupuestales u operativas, variables que afectan de forma especial a las micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes). El Sistema Iberoamericano de Responsabilidad Social Empresarial, mejor conocido como SIRSE (2016) evidencia esta situación al señalar que en México operan más de cinco millones de empresas, de las cuales solo el 0.27% cumple con los estándares para considerarse una empresa socialmente responsable.

Considerando este hecho, resulta relevante examinar el cumplimiento y desarrollo de las prácticas de RSE en las empresas mexicanas; razón por la cual el presente estudio se enfoca en diagnosticar la situación existente en materia de responsabilidad social de un Centro de Verificación Vehicular (CVV) ubicado en Xalapa, Veracruz, durante 2023, utilizando como referencia los Indicadores Ethos.

Para lograrlo se estableció un marco teórico que incluye conceptos de RSE, el Programa de verificación vehicular obligatoria y un Centro de Verificación Vehicular, posteriormente se presentan los resultados del diagnóstico de acuerdo con los Indicadores Ethos. Esta investigación se desarrolló con un enfoque exploratorio y descriptivo, utilizando diferentes técnicas de investigación; tales como entrevistas, encuestas, observación y consulta de fuentes bibliográficas, las cuales permitieron desarrollar un diagnóstico integral.

Vale la pena mencionar que los CVV desempeñan un papel importante en el marco del Programa de verificación vehicular obligatoria del estado de Veracruz, que tiene como finalidad principal reducir la contaminación atmosférica y mejorar la calidad del aire en la región. Sin embargo, para efectos de este estudio, el diagnóstico de RSE no se limita al cumplimiento de los requisitos legales y normativos establecidos por la Secretaría de Medio Ambiente (SEDEMA) para el CVV, sino que se evalúa el compromiso y las prácticas responsables que el centro lleva a cabo en su desempeño diario, de acuerdo con las 4 dimensiones de los Indicadores Ethos. Todo esto con la intención de identificar tanto los aspectos positivos como aquellos en los que se pueden implementar mejoras para lograr un mayor impacto social y ambiental.

La relevancia de este estudio se encuentra en primera instancia en la concientización del estado de RSE en la que se ubica el CVV analizado para ser punto de partida para otro artículo que se enfoque en proponer un plan de responsabilidad social empresarial que le permita mejorar su estadio, lo cual impactaría favorablemente en el CVV y la sociedad. También que se pueden identificar buenas prácticas de RSE que pueden ser replicadas en otros CVV y promover la adopción de estándares más altos en términos de sostenibilidad y responsabilidad social en el ámbito de los servicios públicos. Por lo tanto, su importancia radica en su enfoque integral y su potencial para generar cambios positivos y duraderos en la gestión de los CVV y la protección del medio ambiente.

2. La responsabilidad social empresarial

El entorno económico moderno se ha caracterizado por la adopción de la escuela clásica de producción y consumo para generar desarrollo a través del crecimiento; no obstante, desde la mitad del siglo pasado, se ha buscado esclarecer y dividir los conceptos de crecimiento y desarrollo, siendo este último aquel capaz de mejorar la calidad de vida del ser humano y del ambiente donde vive. Hoy en día, los consumidores cuentan con un mayor acceso a la información, requerimientos de transparencia y rendición de cuentas, así como regulaciones que buscan proteger el crecimiento empresarial y, de forma simultánea, contribuir al cuidado de la sociedad y el medio ambiente. Ante

esta nueva visibilidad de la acción empresarial en materia de RSE y sustentabilidad, las organizaciones se enfrentan a nuevas oportunidades y amenazas que deben considerar para mantener operaciones exitosas ante una sociedad más consciente y comprometida con su entorno.

2.1 Antecedentes

El concepto de Responsabilidad Social Empresarial como filosofía tiene sus orígenes de la mano del persa Zaratustra, empresario nacido en el 1,767 A. C., el cual dedicó su vida a la creación y difusión del término *vohû khshathra vairyā*, hoy en día conocido como responsabilidad social. Para Zaratustra, ser responsable socialmente implicaba buenos pensamientos, palabras y acciones, dando lugar a los *Gathas*, el primer código de ética con registro histórico. Posteriormente, a mediados del siglo XX, debido a la creación de empleos y aumento del dinamismo económico, Friedman declaró que la responsabilidad ideal debía ser el enriquecimiento de los accionistas o los dueños de las empresas (Cardona, 2016).

En dicho contexto, en un principio se consideraba que la responsabilidad de las empresas era producir y generar utilidades. Bajo el sustento del economicismo, esta forma de proceder generó un crecimiento favorable para las industrias del mundo. Sin embargo, hoy en día se consideraría como un planteamiento pobre e insuficiente, ya que las empresas como entidades racionales buscan generar el mayor nivel de beneficio a través del uso sostenible de los factores productivos: tierra, trabajo y capital. En el entendido de que los factores productivos son limitados y escasos, y actualmente surge la preocupación de poder satisfacer las necesidades actuales sin comprometer el bienestar de las futuras generaciones.

Cajiga J. (s.f.) menciona que la RSE surge en un primer momento como una medida correctiva o de fomento según los impactos positivos o negativos de una organización en su entorno. Por su parte, Romo (2016) indica que la RSE tiene lugar como una nueva forma de hacer negocios que se basa en la sustentabilidad desde la parte ecológica, social y económica. Hoy en día, la RSE no solo establece directrices para realizar una compensación o acción correctiva, sino que promueve el diálogo de la empresa con los sectores con los que interactúa, identificando sus necesidades o intereses para implementar acciones en beneficio de la economía, la sociedad y el ambiente como parte de una nueva visión de negocios.

2.2 Situación actual de la responsabilidad social empresarial

El estado actual de la responsabilidad social tiene numerosos fundamentos, en primer lugar, convendría conversar sobre los acuerdos y documentos de derecho internacional

que muestran objetivos, metas e ideales a alcanzar para las organizaciones públicas y privadas como podrían ser los objetivos de desarrollo sostenible (ODS), los diálogos internacionales en derechos humanos, laborales o las convenciones y cumbres sobre el medio ambiente. Estas regulaciones ratificadas, a su vez, tienen una relevancia profunda en los sistemas jurídicos a nivel país, trasladándose a reformas constitucionales con sus respectivas leyes reglamentarias; como la Ley Federal del Ambiente o la Ley Federal de Protección al Ambiente. El cumplimiento de este marco legal es la cimentación de una empresa socialmente responsable y en la actualidad varias empresas comienzan su trayecto cumpliendo con estas regulaciones cuyo impacto se traduce en condiciones laborales dignas, entornos libres de discriminación, eliminación de trabajo forzoso o infantil y el cuidado del ambiente.

No obstante, el cumplimiento de las leyes nacionales y los consensos internacionales planteados a través de ellas podrían considerarse apenas el primer paso hacia las empresas socialmente responsables. Como ya se había comentado, es necesario identificar cuáles son los sectores relacionados con la empresa y generar la apertura al diálogo para conocer cuáles son los intereses o a qué circunstancias se enfrentan derivadas de las actividades de la organización, ya sean empleados, consumidores u otras organizaciones. De esta forma, al integrar la conciencia social a las actividades estratégicas de la empresa, se comienza a generar un entorno de cooperación y corresponsabilidad que puede llegar a generar beneficios tanto para los negocios como para la sociedad.

La racionalidad persiste en los individuos y en las empresas, por lo que debe haber un motivo de doble partida para generar un cambio responsable en las organizaciones, el cual radica en incentivar la preferencia de los consumidores por una marca ética, comprometida con la sociedad y sustentable, así como de aquellos productos que comparten un esfuerzo con causa. De esta forma, se crea un ambiente atractivo para los *stakeholders*, ya sean internos, como los empleados o externos, como asociaciones y consumidores.

2.3 Empresas socialmente responsables

Sobre los *stakeholders* o grupos de interés para las estrategias de RSE, estos individuos son afectados por la empresa y pueden influir en ella; por lo tanto, para generar valor para la organización sus necesidades deben ser satisfechas. Algunos ejemplos de estos grupos serían los empleados o los inversionistas, quienes podrían tener ciertas expectativas sobre la aplicación de un plan de responsabilidad social motivado por la teoría existente acerca de un incremento en los rendimientos de áreas diversas.

Un ejemplo de los beneficios aportados por la RSE es el caso de Anthon Group Health Solutions, empresa que detectó una reducción de costos relacionados con la rotación

laboral a través de estrategias que atendieran a sus clientes internos; por otra parte, empresas como Mexicana de Aviación se presenta como un caso en el que una dirección poco ética con enfoque al enriquecimiento, la llevó a la bancarrota debido al demérito del trabajo de sus pilotos y la reducción de la seguridad en los vuelos (Reséndiz, 2015).

Sin embargo, surge la interrogante de cómo se mide y dan a conocer los estadios de la responsabilidad social en una organización. Strandber L. (2010) relata que a finales de los años 90 aumentó la emisión de informes no financieros por parte de las empresas ante una presión más consistente de la sociedad civil para contrastar con la falta de regulación empresarial. Estos informes o memorias sobre acciones de responsabilidad social comenzaron a establecer indicadores para medir su avance e impacto: una medida fundamental para establecer objetivos y alcanzar metas bien delimitadas.

Para 2005, el 52 % de las empresas registradas en la revista *Fortune 5000*, pertenecientes a sectores de alto impacto ambiental ya habían comenzado a emitir informes de RSE y los organismos no gubernamentales no tardaron en hacerse notar a través de la creación de compromisos de índole voluntaria, normas y procedimientos para establecer objetivos de responsabilidad social, seleccionar y delimitar grupos de interés y medir los avances en las actividades. Algunos ejemplos son el Pacto Global, el Global Reporting Initiative, los principios AA1000AccountAbility e ISO26000: normas y principios que permiten emitir informes concisos de utilidad para su público objetivo, sin olvidar que la importancia de los informes es la reflexión y la creación de interés por actividades benéficas para la sociedad y el ambiente.

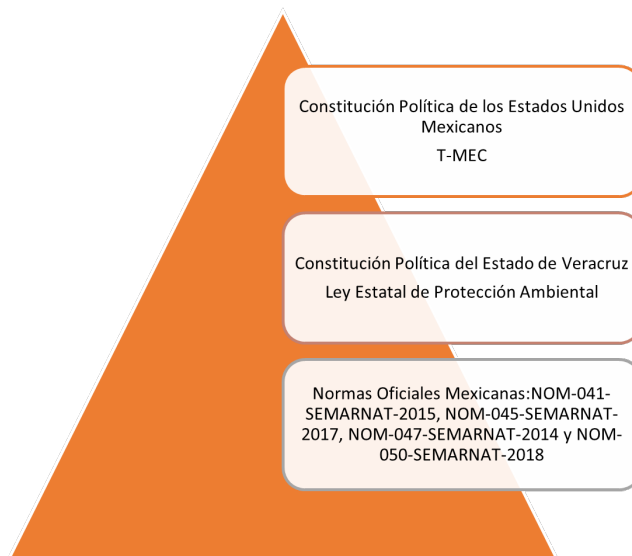
3. El Programa de verificación vehicular obligatoria para el estado de Veracruz

El uso de vehículos automotores se ha popularizado y sobre todo se ha vuelto una necesidad para desplazarse de forma rápida y segura. El Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática INEGI (2023) puntualiza que desde 1980 el uso de vehículos en México va en aumento, lo cual desde hace unos años ha dado lugar al Programa de verificación vehicular obligatoria que se realiza en diversos estados de México.

Este programa surgió como una iniciativa gubernamental para reducir la emisión de gases contaminantes de los vehículos en circulación, con el fin de asegurar el cumplimiento del artículo 4 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, el cual resalta el derecho de las personas a un medio ambiente adecuado para su bienestar y desarrollo, así como las disposiciones de algunas normativas internacionales como la Convención Marco de las Naciones Unidas y el Protocolo de Kyoto de la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático.

Así mismo, la Constitución Política del Estado de Veracruz en su artículo 8 indica que las personas que habitan en esta entidad federativa tienen derecho a vivir y crecer en un ambiente saludable y sustentable, razón por la cual el Estado, a través de la Secretaría de Medio Ambiente (SEDEMA), emitió en 2014 el actual Programa de verificación vehicular obligatoria para el estado de Veracruz de Ignacio de la Llave, bajo el marco normativo de la Ilustración 1.

Ilustración 1. Marco normativo del Programa de verificación vehicular en Veracruz



Fuente: Elaboración propia con información del Programa de verificación vehicular obligatoria para el estado de Veracruz (2021).

Ahora bien, este Programa de verificación vehicular tiene como objetivo controlar y disminuir la contaminación atmosférica derivada de la circulación de los vehículos automotores de combustión interna en el estado de Veracruz, para lo cual establece los límites permisibles de gases contaminantes que puede emitir un vehículo para poder circular, y especifica que los encargados de medir esos gases son los verificadores y centros de verificación vehicular (CVV).

Vale la pena mencionar que si bien los verificadores y centros de verificación Vehicular tienen el mismo objetivo y ambos son concesiones que brinda el gobierno para cumplir con su normativa del cuidado del medio ambiente, estos se diferencian en el tipo de pruebas de verificación vehicular que pueden realizar. Un verificador puede hacer pruebas dinámicas, estáticas o de opacidad, mientras que un Centro de Verificación Vehicular solo puede realizar pruebas estáticas; esto, debido al tipo de equipo con el que cuenta

para realizar las pruebas. No obstante, ya han iniciado los procesos para que todos los CVV se conviertan en verifcentros, lo cual será todo un reto para aquellos empresarios que no cuentan con el capital financiero necesario para reinvertir.

4. Centro de Verificación Vehicular (CVV) de Xalapa, Veracruz

Para efectos de este diagnóstico de responsabilidad social y sustentabilidad se ha seleccionado como organización un Centro de Verificación Vehicular (CVV) ubicado en la ciudad de Xalapa, Veracruz. Para ello, con el ánimo de profundizar un poco más en el tipo de organización, se tiene a bien presentar la definición de un Centro de Verificación Vehicular (CVV):

Es un establecimiento autorizado por la Secretaría de Medio Ambiente que cuenta con las especificaciones de equipamiento, infraestructura, imagen y procedimientos para realizar una prueba de verificación estática a vehículos que por sus características deban ser valorados mediante protocolo de prueba estática, en términos de lo dispuesto en la Ley Estatal de Protección Ambiental (Programa de verificación vehicular obligatoria para el estado de Veracruz, 2021).

Como se puede observar, el diagnóstico de responsabilidad social y sustentabilidad se realizó en una empresa que, por su naturaleza, se puede considerar ambientalista, ya que tiene como objetivo evaluar qué vehículos pueden circular, teniendo en cuenta la cantidad de gases contaminantes que emiten. El CVV seleccionado es una microempresa xalapeña, ya que cuenta con 8 empleados. De acuerdo con el Diario Oficial de la Federación (1999), las empresas de servicios que tienen de 0 a 20 empleados se consideran microempresas.

5. Diagnóstico con base en los Indicadores Ethos

Los Indicadores Ethos son desarrollados por el Instituto Ethos de Brasil y traducidos por el Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresarial con el objetivo de fomentar que los negocios sean sustentables y responsables (Instituto Ethos e Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresarial, 2002). Teniendo presente que estos indicadores son un conjunto de criterios que evalúan cuatro dimensiones de las organizaciones para determinar su estadio o nivel en materia de RSE y sustentabilidad, con el ánimo de que estas propongan y ejecuten líneas de acción que les permitan mejorar.

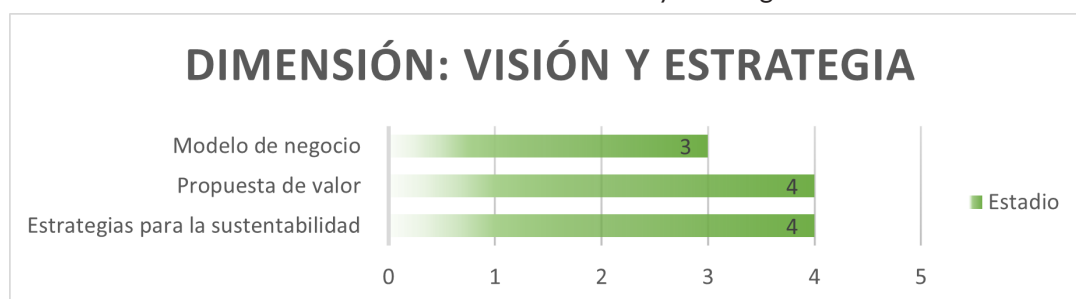
Por lo tanto, para efectos de este estudio, se ha decidido utilizar los Indicadores Ethos como instrumento para determinar el nivel de cumplimiento de la RSE y sustentabilidad de un CVV de Xalapa, Veracruz, México. Los resultados obtenidos se presentan a continuación.

5.1 Resultados de los Indicadores Ethos del CVV de Xalapa, Veracruz

5.1.1 Dimensión: visión y estrategia

En esta dimensión se evaluó que la visión y la estrategia del CVV incluyeran atributos de sustentabilidad; es decir, que el CVV sea capaz de satisfacer las necesidades de sus clientes a través de operaciones sustentables, como resultado de la mediación entre el lucro y la generación de valor para su entorno, obteniendo como resultado la Gráfica 1.

Gráfica 1. Dimensión de visión y estrategia



Fuente: Elaboración propia con información obtenida de la aplicación del instrumento del Instituto Ethos e Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresarial (2002) en el CVV de Xalapa, Veracruz.

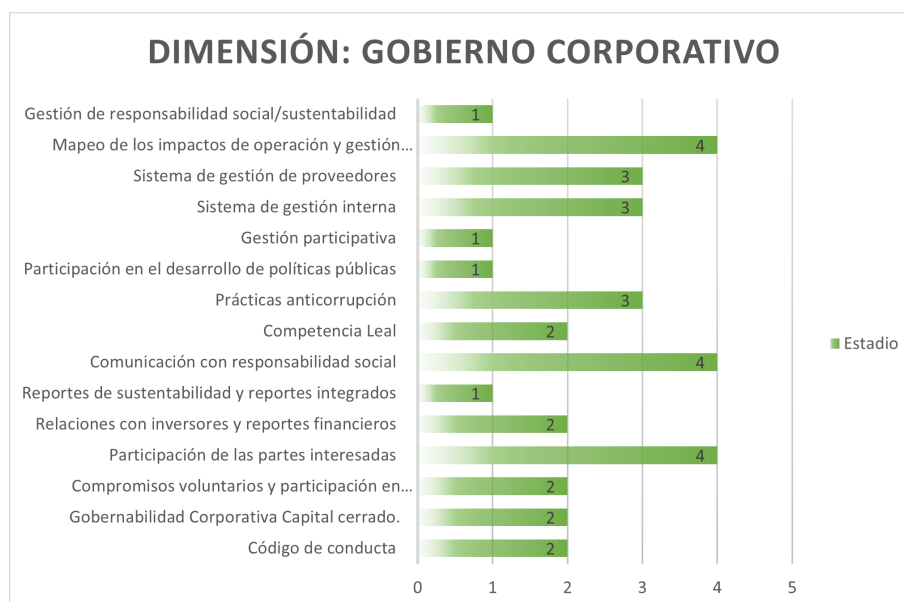
Tras el análisis de los datos obtenidos con el instrumento Ethos se determinó que el CVV se encuentra en un estadio 4 en la dimensión de visión y estrategia, ya que, por su naturaleza, tiene como función principal disminuir las emisiones de gases contaminantes de los automóviles del estado de Veracruz, contribuyendo a solucionar un problema de índole mundial como lo es el calentamiento global. Por lo tanto, cumple con el Programa de verificación vehicular obligatoria del estado de Veracruz como medio para reducir los impactos socio-ambientales negativos que produce la combustión de los automóviles. Aunado a que considera en sus decisiones relacionadas con financiamiento y operación aspectos sociambientales propios de su razón de ser. Así mismo, cumple con estrategias para dar cobertura a la RSE y la sustentabilidad de forma práctica, como donaciones a sectores desfavorecidos en alianza con el Club Rotario de Xalapa y otras empresas.

5.1.2 Dimensión: gobierno corporativo y gestión

En esta dimensión de gobierno corporativo y gestión, como su nombre lo indica, se evaluó el gobierno corporativo y conducta del CVV, así como la rendición de cuentas. En otras palabras, esta dimensión permitió el análisis de la conducta de los integrantes del CVV desde el nivel gerencial hasta el operativo, así como detectar si el CVV asume sus impactos negativos en materia económica, social, ambiental e incluso ética, y conocer si la sociedad civil se interesa en sus procesos.

Tras la aplicación del instrumento Ethos, en el CVV se obtuvieron los resultados presentados en la Gráfica 2.

Gráfica 2. Dimensión de gobierno corporativo y gestión



Fuente: Elaboración propia con información obtenida de la aplicación del instrumento del Instituto Ethos e Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresarial, (2002) en el CVV de Xalapa, Veracruz.

Considerando los resultados se determinó que el CVV se encuentra en un estadio 2 en la dimensión de gobierno corporativo, ya que cuenta con un código de conducta aprobado por la dirección, que aplica a todos los empleados de la organización; sin embargo, en este no se considera a sus proveedores como *stakeholders*. Aunado a que cumple con las auditorías internas y externas por parte de la Secretaría de Medio Ambiente, así como sus obligaciones fiscales y contables de acuerdo con la normatividad vigente. Un aspecto relevante es que la dirección, al tomar decisiones, promueve el diálogo referente al contexto interno y externo para disminuir riesgos e identificar oportunidades.

Como se mencionó en la dimensión de visión y estrategia, el CVV tiene compromisos prácticos y voluntarios con la RSE y la sustentabilidad; sin embargo, no están normados por políticas internas y tampoco se realizan informes sobre los resultados de estos. Ahora bien, los directivos establecen comunicación con los empleados para promover cambios de comportamiento con tendencia a la RSE y los capacitan en materia operativa para desempeñar sus funciones con eficiencia, así como los exhortan a actuar conforme la normatividad del Programa de verificación vehicular obligatorio del estado de Veracruz,

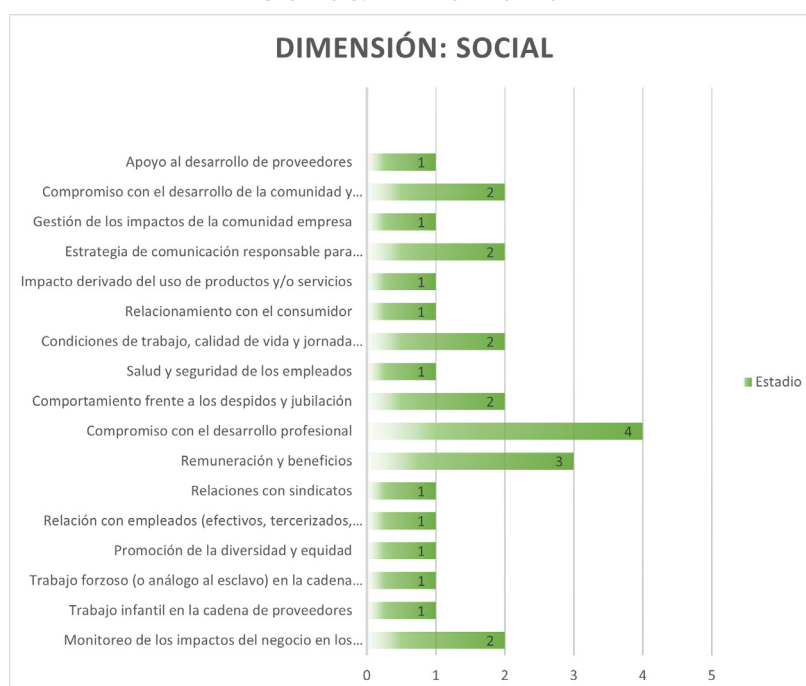
el cual establece prácticas anticorrupción y un mecanismo de denuncias. Aunado a que, cuando es necesario, el CVV muestra disposición para participar en las iniciativas de la SEDEMA.

En cuanto a su gestión participativa, el CVV cuenta con pequeñas comisiones internas conformadas por sus empleados con el ánimo de que se propongan iniciativas sustentables que involucren a todos los colaboradores, como reunir despendas para donar a una casa hogar de Xalapa, Veracruz. En su sistema de gestión considera de forma práctica aspectos de calidad, ambiente, legales y sociales; así como un mapeo de los impactos que puede tener una nueva inversión. Relacionado con la contratación de sus proveedores, el CVV se apega a los lineamientos de la SEDEMA y hace contratos solo con proveedores avalados por esta secretaría.

5.1.3 Dimensión social

En esta dimensión se evaluaron la responsabilidad y compromiso del CVV relacionados con el respeto de los derechos humanos de todos sus *stakeholders*. Considerando su capacidad de fomentar la inclusión social, principalmente de los sectores más desfavorecidos, obteniendo los puntajes por indicador que se muestran en la Gráfica 3.

Gráfica 3. Dimensión social



Fuente: Elaboración propia con información obtenida de la aplicación del instrumento del Instituto Ethos e Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresarial, (2002) en el CVV de Xalapa, Veracruz.

Tomando en cuenta los resultados de la aplicación del instrumento, se determinó que el CVV se encuentra en un estadio 2 en la dimensión de social, ya que cumple con las normas nacionales e internacionales de respeto a los derechos humanos y no discriminación; así como la legislación laboral en materia de relaciones laborales, contratos y despidos. Un factor sobresaliente en esta dimensión es que el CVV gestiona planes de carrera con sus empleados como instrumento para que estos se desarrollen profesional y personalmente, por ejemplo, muestra flexibilidad para adaptar los horarios laborales en caso de que el colaborador se encuentre estudiando. Los directivos de este CVV tienen la convicción de que el capital humano es valioso, por ello evitan las rotaciones de personal. Incluso cuando algún colaborador muestra alguna inconformidad a su actual puesto, en primera instancia platican con él y, con base en ello, le brindan posibles opciones de reubicación para continuar colaborando.

En materia de salud, sus trabajadores están asegurados y se cuenta con un botiquín de primeros auxilios. Relacionado con la seguridad en el trabajo, el CVV cuenta con señaléticas de precaución y equipo para protección personal para el técnico verificador. Uno de los aspectos que actualmente se considera en las empresas es la Norma Oficial Mexicana 035 en materia de factores de riesgo en el trabajo; el CVV tiene un campo de oportunidad para establecer acciones que permitan que sus colaboradores disminuyan sus niveles de estrés.

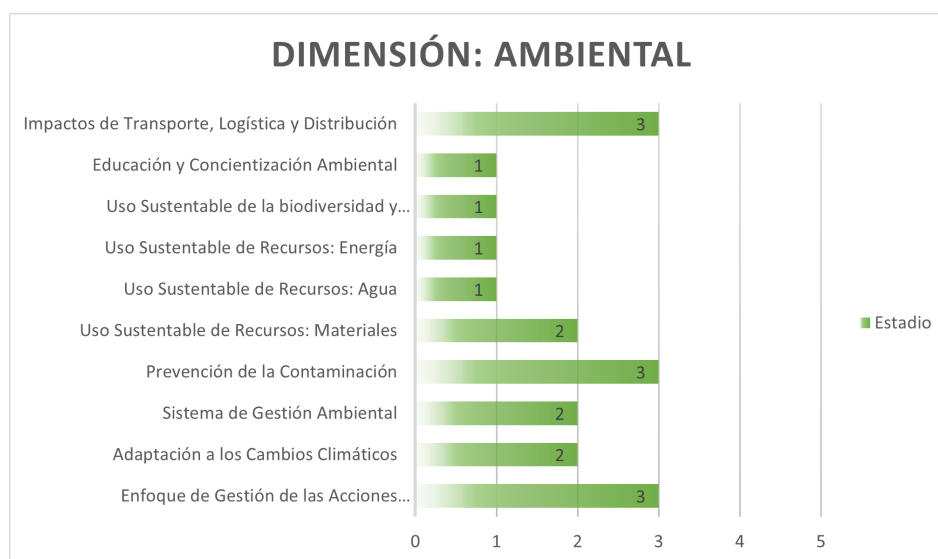
Se debe mencionar que el CVV evita las horas extra; sin embargo, cuando existe alta carga de trabajo administrativa, solicita el apoyo a sus trabajadores y les paga las horas conforme a la ley. Si bien no existen sindicatos en este CVV, los directivos muestran apertura a que en un futuro puedan existir o se afilien a alguno. Su relación con sus clientes es amable y con apertura a resolver sus dudas; además, tiene canales digitales de comunicación como Facebook y WhatsApp Business para que aquellos tengan acceso en todo momento a su ubicación, horarios de servicio y calendario de verificación vehicular.

Ahora bien, cuando algún cliente se encuentra insatisfecho con su servicio y atención, cuentan con un correo para quejas; no obstante, no cuentan con una persona que dé seguimiento formal a estos casos. En cuanto a su relación con los proveedores, se basa en la filosofía “ganar-ganar”. Este CVV procura administrar la carga laboral de sus colaboradores, respetando los tiempos para realizar sus necesidades básicas como comer e ir al sanitario. Teniendo presente que uno de los aspectos que distingue a este CVV es su participación en proyectos con causas sociales, involucrando a sus empleados y difundiendo a través de redes sociales. Por ejemplo, hace un año, en la colonia en la que está ubicado el CVV, varias casas se inundaron. Surgió la iniciativa de este CVV de llevar despensas y víveres con el apoyo del Club Rotario de Xalapa y Grupo Chedraui.

5.1.3 Dimensión ambiental

En esta dimensión se analizaron la comprensión y acción del CVV con relación al cambio climático, el uso de los recursos naturales y la disminución de los impactos resultados de su operación, obteniendo como resultado la Gráfica 4. Es importante tener presente que el indicador 47 de esta dimensión sobre logística reversa no fue considerado para el CVV, ya que este no desecha residuos peligrosos.

Gráfica 4. Dimensión ambiental



Fuente: Elaboración propia con información obtenida de la aplicación del instrumento del Instituto Ethos e Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresarial, (2002) en el CVV de Xalapa, Veracruz.

Considerando los resultados de la aplicación del instrumento, se determinó que el CVV se encuentra en un estadio 2 en la dimensión ambiental, tomando en cuenta que, por su naturaleza, analiza los riesgos de no realizar un proceso adecuado de verificación vehicular y, por ello, invierte en equipo de trabajo de alta tecnología que permita medir la emisión de gases contaminantes de los automóviles de forma eficiente; así como sus técnicos verificadores cumplen con la certificación solicitada por la SEDEMA para asegurar que cuentan con los conocimientos y habilidades necesarios para realizar el servicio.

Los directivos del CVV tienen presente su compromiso ambiental, y por ello promueven e implementan prácticas para el cuidado del medio ambiente en conjunto con sus empleados. Por ejemplo, el uso medido del agua, apagar los focos cuando no se necesitan y colocar la basura en su lugar. De igual forma, identifica y previene las fuentes de contaminación en su ambiente laboral, razón por la cual sus espacios son libres de humo de tabaco.

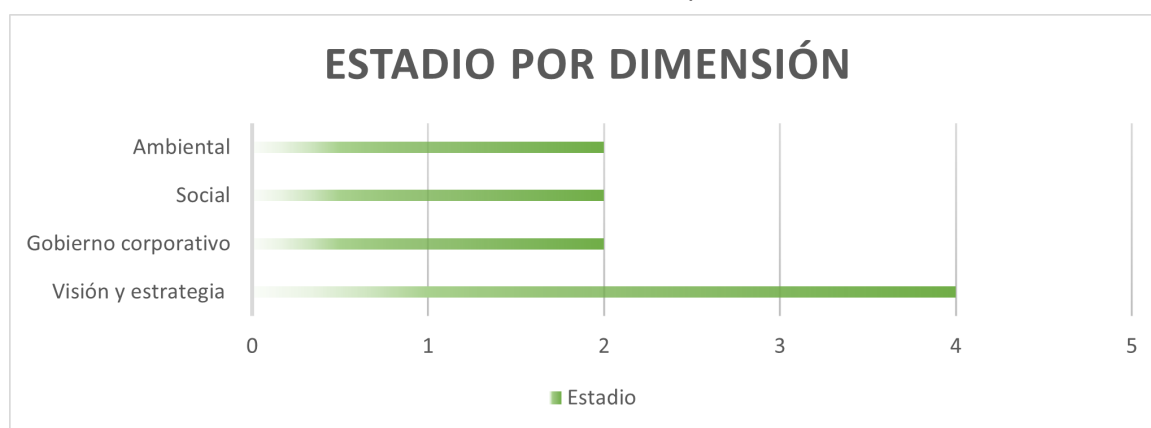
Es importante mencionar que sus instalaciones no afectan la biodiversidad y hábitats naturales, incluso se visualizan plantas que ayudan a purificar el aire. Así mismo, los directivos, de forma empírica, realizan acciones de educación ambiental con sus colaboradores con el ánimo de concientizarlos sobre la relevancia de un actuar responsable y sustentable. En cuanto a sus proveedores, los directivos del CVV mencionan que estos cumplen con la normatividad en materia ambiental estipulada por la SEDEMA, ya que para ser proveedor de los CVV deben cumplir con ciertos estándares de calidad.

5.2 Estadio del CVV de Xalapa, Veracruz, considerando los Indicadores Ethos

Con el ánimo de sintetizar la información presentada sobre el diagnóstico del CVV de Xalapa, Veracruz, en materia de responsabilidad social, empresarial y sustentabilidad, considerando los Indicadores Ethos, se presentan en el gráfico 5 los estadios por dimensión. En este gráfico se observa que las dimensiones ambiental, social y de gobierno corporativo se encuentran en un estadio 2; es decir, si bien el CVV cumple con los requerimientos mínimos de estos indicadores, tiene áreas de oportunidad para encaminar sus esfuerzos a aumentar su estadio. Su principal debilidad radica en que la mayoría de las acciones que se realizan en estas dimensiones son de forma práctica, esporádica y no están documentadas en algún plan de RSE y sustentabilidad.

Por su parte, las dimensión de visión y estrategia se encuentra en un estadio 4, lo cual muestra que el CVV tiene las bases organizacionales para mejorar sus estadios en las otras dimensiones, ya que cuenta con una cultura organizacional consciente de la necesidad de accionar ante la gran problemática a nivel mundial que es el calentamiento global, así como el sentido de empatía para realizar acciones con impacto social.

Gráfica 5. Resumen de estadios por dimensión



Fuente: Elaboración propia con información obtenida de la aplicación del instrumento del Instituto Ethos e Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresarial, (2002) en el CVV de Xalapa, Veracruz.

Por lo tanto, se ha determinado, con base en los resultados de la aplicación del instrumento y la observación, que el CVV de Xalapa, Veracruz, se encuentra en un estadio 2 en materia de RSE y sustentabilidad, con base en los Indicadores Ethos para negocios sustentables y responsables. Una de las principales razones por la cuales el CVV se encuentra en este estadio es por su naturaleza, la cual exhorta a los directivos y colaboradores a promover el cuidado del medio ambiente a través de la verificación vehicular. Aunado a que se ven obligados por la SEDEMA a cumplir con las normativas en materia de RSE laboral y ambiental mínimas para poder operar la concesión.

No obstante, se observa que los directivos y colaboradores de este CVV tienen un gran sentido de responsabilidad social que les facilita la organización de campañas de ayuda para los sectores más desfavorecidos que, si bien se ejecutan con éxito, no se les brinda seguimiento. Por lo tanto, de acuerdo con el diagnóstico realizado, se visualiza una gran capacidad de este CVV para mejorar su estadio en materia de RSE y sustentabilidad conforme a los Indicadores Ethos y ser reconocida en su sector por ir más allá de los requerimientos mínimos por parte del marco legal y la SEDEMA, ya que tanto los directivos como los colaboradores muestran disposición a la mejora continua.

6. Conclusiones

Es importante que las empresas consideren la emisión de informes no financieros que se enfoquen en la RSE, ya que estos les ayudan a identificar sus fortalezas y oportunidades de mejora. Esto con la intención de que puedan desarrollar un plan de RSE y sustentabilidad que les permita dar continuidad a sus buenas iniciativas y establecer líneas de acción para atender sus áreas de oportunidad. Así mismo, se considera relevante que la información relacionada con RSE y sustentabilidad esté disponible para la consulta de los *stakeholders* y público en general, con el ánimo de que se fortalezcan los lazos de colaboración.

Ahora bien, a través del diagnóstico realizado al CVV de Xalapa, Veracruz, se identificó que se encuentra de forma general en el estadio 2, de acuerdo con los Indicadores Ethos. Entre los resultados analizados se puede observar que la visión estratégica del CVV se encuentra orientada hacia la responsabilidad social, tan solo por la naturaleza de su acción empresarial, como una concesión de soporte para la verificación de automóviles para la detección de desbalances en sus emisiones contaminantes. Teniendo presente que la mayoría de las dimensiones reposan en un sólido estadio 2, lo que resalta el cumplimiento de las leyes y regulaciones nacionales influyentes, desde la materia laboral hasta la ambiental, así como el esfuerzo de la organización por ir más allá de lo fundamental.

Un punto destacable de la dimensión social es la visibilidad de estadios con puntuación en 4 de aquellos rubros correspondientes a los empleados y trabajadores, por quienes

la empresa demuestra un gran interés como parte de sus grupos de interés internos; favoreciendo un crecimiento constante de sus habilidades y preparación ante un entorno libre de estrés. Situación que, según Strandberg (2010), a través de los informes de Anthon Health puede llegar a generar beneficios sustanciales para una empresa como la reducción de costos y riesgos operativos relacionados con la rotación de personal.

El CVV parece mostrar un crecimiento constante y nivelado hacia mejores estrategias de RSE, para seguir por ese camino convendría que la administración y dirección integren los resultados de este diagnóstico a un plan de responsabilidad social empresarial ligado a la planeación estratégica de la empresa para asegurar su progreso en el mediano a largo plazo. Considerando que se ha observado que el CVV podría ascender al estadio 3 de los Indicadores Ethos cuando delimite y formalice sus procesos enfocados en RSE y sustentabilidad. Así como que asigne responsables para ejecutar y supervisar el cumplimiento de las iniciativas; aunado a la inherente necesidad de establecer mecanismos de control y seguimiento al plan de RSE.

Como menciona el Sistema Iberoamericano de Responsabilidad Social Empresarial (2016), en México solo el 0.27% de las empresas cumplen con los estándares para considerarse una empresa socialmente responsable, lo cual da pauta para continuar sobre esta línea de investigación y sobre todo, para que se ejecuten iniciativas que promuevan empresas socialmente responsables. Lo cual implica que los líderes empresariales y sus stakeholders tengan la convicción de que pequeñas iniciativas generan grandes cambios. En el entendido de que un plan de RSE y sustentabilidad requiere del compromiso de todos los implicados para que sea exitoso. Finalmente, este estudio invita a otros CVV, verificentros y empresas de distintos giros a que consideren la aplicación del instrumento Ethos para conocer su estadio en materia de RSE y sustentabilidad para determinar líneas de acción acordes a su situación particular.

Para futuras investigaciones se recomienda darle continuidad a esta, al desarrollar un plan de RSE para el CVV, ejecutarlo y medir sus impactos. De igual forma, a aplicar este instrumento Ethos a otras empresas para realizar su respectivo análisis.

Referencias

- Cajiga J. (s.f.). *El Concepto de responsabilidad social empresarial*. https://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf
- Cardona A. (2016). La responsabilidad social empresarial. Concepto, evolución y tendencias. <https://www.unilibre.edu.co/bogota/pdfs/2016/1sin/25.pdf>
- Diario Oficial de la Federación (1999). Acuerdo de estratificación de empresas micro, pequeñas y medianas. https://www.dof.gob.mx/nota_detalle_popup.php?codigo=4946386
- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática INEGI. (2023). Parque Vehicular. <https://www.inegi.org.mx/temas/vehiculos/>
- Instituto Ethos e Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresarial (2002). Indicadores Ethos-larse para negocios sustentables y responsables. Programa Latinoamericano de Responsabilidad Social Empresaria.
- Programa de verificación vehicular obligatoria para el estado de Veracruz (2021). Programa de verificación vehicular obligatoria para el estado de Veracruz. <http://repositorio.veracruz.gob.mx/medioambiente/wp-content/uploads/sites/9/2021/08/PVVO-2021.pdf>
- Reséndiz, A. (2015). Responsabilidad social empresarial. ¿Beneficio real de las empresas o solo cuestión de moda? <http://eprints.uanl.mx/17223/1/53.pdf>
- Romo A. (2016). Responsabilidad social empresarial y su evolución en México. 5to Congreso Nacional de Ciencias Sociales. <http://eprints.uanl.mx/9733/3/RSE.pdf>