

CARTA DE LA DIRECTORA

Economías emergentes como la de México implican múltiples retos sociales que demandan más y mejores políticas públicas. Sin embargo, la capacidad del Estado para atender las diferentes aristas sociales y medioambientales que afectan a las regiones, es limitada. Más aún, a partir del Pacto Mundial celebrado en las Naciones Unidas, los objetivos para el desarrollo sostenible han permeado a naciones tanto desarrolladas como en proceso de fortalecimiento económico. Es entonces cuando organizaciones de la iniciativa privada e instituciones no gubernamentales tienen la posibilidad de generar valor a partir de proyectos innovadores e iniciativas de responsabilidad social. Más allá de los incentivos y beneficios fiscales, el efecto de los proyectos enfocados a la resolución de problemáticas sociales y ambientales conlleva una trascendencia en el desarrollo regional.

Ya sea desde un enfoque de responsabilidad social empresarial emanado de un proyecto corporativo, como de innovación social derivado de una iniciativa empresarial independiente, los esfuerzos para mitigar las problemáticas sociales y medioambientales enlistadas en los objetivos para el desarrollo sostenible, requieren de un seguimiento puntual. Es por ello que instituciones académicas y de investigación colaboran con organizaciones públicas y privadas para el fortalecimiento de los proyectos con valor compartido, procurando un triple equilibrio entre lo social, lo económico y lo medio ambiental. Más aún, los diferentes distintivos y certificaciones en materia social obligan a los oferentes de productos y servicios el apegarse a principios y valores preponderantes en el mercado.

En el presente número se invita al lector a revisar diferentes investigaciones que implican temáticas de responsabilidad social y compromiso con el mercado desde una perspectiva que trasciende los intereses meramente económicos. Una primera investigación aborda el manejo de residuos y desechos de remediación. En la disciplina de la Mercadotecnia, se aborda la reputación de marca en la industria cervecera mexicana. En el área financiera, se presenta un análisis documental de los fideicomisos de bienes raíces y servicios. En otra investigación que cubre el tema de salud, se presentan los elementos determinantes del compromiso organizacional en un hospital universitario de tercer nivel. Con respecto a la generación de valor, se presenta una investigación sobre una oficina de gestión de proyectos de las TIC en el Estado de Nuevo León. En el tema fiscal, se incluye una investigación referente a los modelos de compensación en empresas transnacionales. Finalmente se publica una investigación sobre la generación de valor para el cliente a partir de la metodología de manufactura esbelta.

Dra. Ma. Eugenia García de la Peña