

**UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO**



**DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIALES**

**Y**

**ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS**

**RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL:  
LO QUE DICEN Y HACEN LAS EMPRESAS.**

**TRABAJO MONOGRÁFICO**

**PRESENTA**

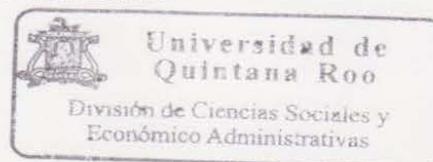
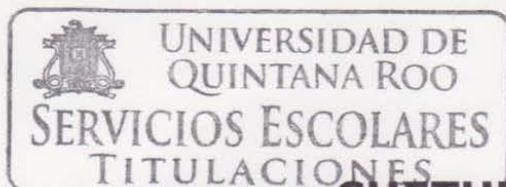
**ELSY GUADALUPE SISIGUA NICOLÁS**

**SUPERVISORES**

**M.D.I. HARALD ALEJANDRO ALBRECHT ARELLANO**

**DRA. MARIA DE JESUS PEREZ HERVERT**

**LIC. HERIBERTO LOPEZ PLATAS**



**CHETUMAL, QUINTANA ROO, JUNIO 2013**

**UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO**



**DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIALES  
Y  
ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS**

**Trabajo monográfico elaborado bajo la supervisión del comité de asesoría aprobado como requisito parcial, para obtener el grado de:**

**LICENCIADO EN SISTEMAS COMERCIALES**

**COMITÉ**

**DIRECTOR:** \_\_\_\_\_

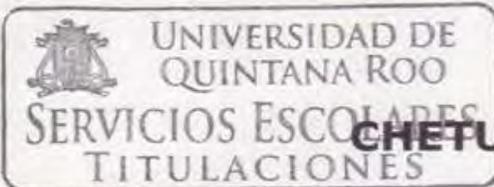
**M.D.I. HARALD ALEJANDRO ALBRECHT ARELLANO**

**SUPERVISOR:** \_\_\_\_\_

**DRA. MARÍA DE JESÚS PÉREZ HERVERT**

**SUPERVISOR:** \_\_\_\_\_

**LIC. HERIBERTO LÓPEZ PLATAS**



**CHETUMAL, QUINTANA ROO, JUNIO 2013**

## **AGRADECIMIENTOS A:**

### **Dios**

Agradezco principalmente a Dios que sin el nada lo puedo, por darme salud y conocimientos necesarios para desarrollar este trabajo monográfico, por sacarme victoriosa de todas las situaciones difíciles a las que me he enfrentado.

### **Mi familia**

A toda mi familia (hermanos, abuelos, tíos, etc.), por ser siempre los primeros en creer en mí y apoyarme en todas mis andanzas. Muy especialmente a mi madre por estar a mi lado siempre que la necesito, por todos sus cuidados y atenciones.

### **Mi director de monografía**

#### **M.D.I Harald Alejandro Albrecht Arellano**

Le agradezco por su apoyo incondicional, por compartirme sus conocimientos en el tema para resolver mis inquietudes, así como por guiarme durante todo el desarrollo de la monografía.

### **Mis lectores**

**Dra. María De Jesús Pérez Hervert**

**Lic. Heriberto López Platas**

Por el tiempo y dedicación brindado para leer mi trabajo monográfico.

## **DEDICATORIA A:**

### **Mi esposo E hijo**

Mi esposo Jorge, por estar ahí para agarrar mi mano y darme ánimos para no rendirme. Por su amor, comprensión y motivación a lo largo de la monografía.

A mi hijo Leonel quien es mi fuerza para salir adelante y mi mayor motivación para terminar mis estudios y realizar este trabajo monográfico, para llegar a ser un ejemplo de superación para él.

**ÍNDICE**

		<b>PÁGINA</b>
<b>JUSTIFICACIÓN</b>		<b>III</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b>		<b>VI</b>
<b>CAPÍTULO I.-</b>	<b>LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL.</b>	
<b>1.1</b>	Principales Conceptos De La Responsabilidad Social Empresarial.	<b>2</b>
<b>1.2</b>	Concepto De Responsabilidad Social Y Responsabilidad Social Empresarial.	<b>5</b>
<b>1.3</b>	Origen Y Evolución.	<b>8</b>
<b>1.3.1</b>	Evolución y cambios de la RSE: hacia la empresa y sociedad.	<b>10</b>
<b>1.4</b>	Ética y RSE	<b>12</b>
<b>1.5</b>	Diferencia Entre Filantropía Y RSE.	<b>12</b>
<b>1.6</b>	Desarrollo Sostenible Y La Responsabilidad Social Empresaria.	<b>15</b>
<b>1.7</b>	Clasificación De La Responsabilidad Social Empresaria.	<b>16</b>
<b>1.8</b>	La RSE En Distintos Ámbitos.	<b>19</b>
<b>1.9</b>	Ser o aparentar la responsabilidad social empresarial.	<b>22</b>
<b>1.10</b>	¿Por qué la Responsabilidad Social Empresarial es tan importante?	<b>26</b>
<b>1.11</b>	Beneficios De La Responsabilidad Social En Las Empresas.	<b>28</b>

<b>1.12</b>	Influencia De La RSE En La Imagen De La Marca Y Reputación De La Empresa.	<b>28</b>
<b>1.13</b>	Los consumidores prefieren marcas con propósito (RSE).	<b>30</b>
<b>1.14</b>	¿Que Es El Distintivo ESR®?	<b>31</b>
<b>1.14.1</b>	Cómo obtener el Distintivo ESR.	<b>33</b>
<b>1.15</b>	Organismos Acreditadores.	<b>34</b>
<b>1.16</b>	Organizaciones Empresariales Afiliadas a la Responsabilidad Social.	<b>40</b>
<b>CAPÍTULO II.-</b>	<b>LA RSE EN MÉXICO.</b>	
	Introducción Al Capitulo	<b>42</b>
<b>2.1</b>	Historia De La RSE En México.	<b>43</b>
<b>2.2</b>	Las Empresas Con Mayor Responsabilidad Social En México.	<b>47</b>
<b>2.3</b>	Empresas con malas prácticas de RSE en México.	<b>48</b>
<b>CAPÍTULO III.-</b>	<b>RSE De Las Empresas.- Lo Que Dicen Y Hacen Las Empresas.</b>	
	Introducción Al Capitulo	<b>52</b>
<b>3.1</b>	Grupo Bimbo.	<b>53</b>
<b>3.2</b>	CEMEX.-Cementos Mexicanos S. A. DE C. V.	<b>58</b>
<b>3.3</b>	Estudio De Caso De La Empresa CEMEX.	<b>63</b>
<b>CONCLUSIÓN FINAL</b>		<b>72</b>
<b>BIBLIOGRAFIA</b>		<b>78</b>
<b>ANEXOS</b>		<b>VII</b>

## JUSTIFICACIÓN

Debido a que la responsabilidad social empresarial es un concepto que está ampliamente relacionado con el papel que juega la empresa en la sociedad, no es raro encontrar la palabra RSE en encabezados importantes de distintos sitios web, diarios y revistas de prestigio del mundo de la economía, finanzas y culturales de circulación nacional e internacional.

La RSE ha ido ganando terreno e importancia en el mundo empresarial, por tal motivo, la convierte en un tema de vital interés para su estudio y comprensión. Es un tema que está causando debate y conlleva a realizar distintas interrogantes, las cuales para darles respuesta se plasmara la siguiente investigación basada en la recopilación de información obtenida de distintas fuentes, como sitios web y reconocidos autores de libros.

Hoy en día con la globalización y los medios de comunicación la sociedad puede estar más informada de las distintas acciones de responsabilidad social que desarrollan las empresas en otros países, esto ha formado sociedades más exigentes y demandantes de bienestar social.

La actividad de las empresas afecta directamente a la sociedad civil así como al medio ambiente, ya sea de forma positiva o negativa. Como sociedad demandante de ética y responsabilidad de las empresas tenemos la necesidad de informarnos y familiarizarnos con el concepto de RSE, ¿Por qué?, ¿Cómo?, ¿Cuándo se origino? y ¿Cuáles son sus alcances? así como conocer la forma en que las empresas en general están respondiendo a las demandas y exigencia de los distintos grupos de interés. Más que nada hay que informarse para saber cuál es el verdadero compromiso que tienen las empresas con la sociedad civil.

No solo las empresas tienen el compromiso de mantenerse informadas de la situación del entorno en que vivimos; todos tenemos el deber de actuar

de forma responsable; una sociedad civil informada de las actividades empresariales tiene la capacidad de exhortar a organizaciones públicos o privados a actuar de manera responsable.

Adentrarse en el tema de la responsabilidad social no solo sirve para demandar que las empresas actúen de forma legal respetando las leyes establecidas, de igual forma sirve para tomar el ejemplo de las empresas con acciones sociales responsables y saber cómo y qué hacer para contribuir con buenas acciones y emprender practicas de responsabilidad social, que ayuden al mejoramiento del medio en que vivimos, pero siempre teniendo presente nuestros alcances.

Uno de los propósitos de este trabajo es conocer la realidad de la RSE, los puntos claves y los conceptos que se relacionan con la misma. Otro motivo de mayor interés para realizar esta investigación es saber si realmente las empresas hacen que lo dicen, es decir son tan generosas como para interesarse y brindar su ayuda de manera desinteresada a la sociedad en general, así como, de preocuparse de la situación que vive el planeta en cuestiones ambientales.

A menudo nos enteramos en los medios de comunicación de las distintas acciones que realizan las empresas, ya sea de sembrar un árbol, de donaciones importantes a casas hogares, apoyos a grupos marginados, pero casi siempre no sabemos identificar si son acciones filantrópicas o de responsabilidad social, por tal motivo, otro punto clave a tratar será la diferencia entre filantropía y RSE.

Vivimos en un entorno de diversos escenarios que se encuentran en constante evolución, las exigencias de las nuevas generaciones, los cambios de tecnología, el surgimiento de nuevos conceptos y tendencias en el mercado obligan a la sociedad civil y a las empresas a prepararse, a

actuar y realizar acciones que los destaque de la competencia ya sea en el ámbito laboral o empresarial respectivamente.

## INTRODUCCIÓN

El mal desempeño de algunas empresas y las distintas crisis económicas que enfrentan los países del todo el mundo, ha incitado a la sociedad a que se interesen en las actividades económicas que desarrollan las empresas así como su impacto en los distintos ámbitos como son los laborales, derechos humanos, medioambientales y económicos.

La Responsabilidad Social Empresarial o corporativa es un concepto que ha dejado de ser relativamente desconocido en el mundo empresarial; su práctica a nivel nacional como internacional es cada vez más frecuente.

En México son pocas las empresas que se ocupan de ser responsables con la sociedad en términos de ofrecer bienes o servicios de buena calidad, sin dejar a un lado su obligación de generar utilidades para sus accionistas. Las empresas que asumen este compromiso social son más conscientes de investigar los intereses y necesidades de los distintos grupos sociales y se preocupan por implementar estrategias que le ayuden a contribuir con la sociedad a través de la RSE, apoyando el mejoramiento de la calidad de vida, a la educación, la reducción de la pobreza, a fomentar valores y el deporte en los jóvenes.

A nivel internacional, cada vez son más las empresas que han comenzando a recorrer de manera voluntaria el camino de la responsabilidad social empresarial, en este sentido, han desarrollado nuevas iniciativas que han sido de gran utilidad para crear mejores condiciones de trabajo para sus empleados, así como, programas y estrategias para la formación de una empresa reconocida por sus valores sociales. Hoy en día en el mundo son más empresas que gozan de los beneficios que les traen sus acciones de RSE.

Aunque se han tenido grandes avances en cuestiones de responsabilidad social empresarial todavía falta mucho camino por recorrer. En los países marginados, la realidad es otra; los niveles de pobreza, desnutrición y contaminación son realmente alarmantes y quizás las prácticas efectivas de RSE no erradicaran totalmente la pobreza en estos países pero sin duda elevarán la calidad de vida de las personas, generando cambios positivos en la economía y en el medio ambiente.

Todos los países tienen un problema social que intentan contrarrestar, probablemente estos problemas tienen magnitudes distintas entre sí y afectan de forma diferente a la sociedad civil. El punto es que se debe trabajar con el apoyo mutuo de empresa, gobierno y sociedad, para mejorar el entorno en que vivimos. Si bien es cierto que las empresas necesitan cumplir con sus propios intereses económicos y esto debe ser una de sus mayores prioridades porque de ello depende que la empresa sobreviva, también es cierto que debe nacer en ellas la preocupación por el entorno en que actúan.

Apoyar el mejoramiento de la calidad de vida de la población, implica tener una mejor educación y generaciones futuras de jóvenes emprendedores con ética y valores que se preocupen por el entorno en que vivimos.

## **CAPÍTULO I.- LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL.**

En un mundo globalizado y cambiante las organizaciones y la sociedad se ven afectadas o beneficiadas por lo que ocurre en el ambiente interno y externo en el que se desenvuelven. Por lo cual, los grandes empresarios se ven en la necesidad de diseñar estrategias y tomar decisiones importantes, que les permitan tener una excelente participación en el mercado de forma competitiva. En estas decisiones tienen que considerar el beneficio a la sociedad debido a que sus acciones tienen un impacto directo sobre esta.

Como respuesta a esto, las organizaciones de todo el mundo han comenzado a familiarizarse con el concepto de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), estableciendo una relación más estrecha entre sociedad y empresa.

En el Capítulo 1 se comenzará por establecer los orígenes y evolución de la RSE para tener noción y las bases de cómo se ha ido formando y transformando a través del tiempo la RSE.

Se expondrán la relación y repercusión de los principales conceptos que están estrechamente relacionados con la RSE, así como su clasificación y alcances. Se mencionaran algunas acciones que realizan las empresas para obtener el distintivo ESR y se describirán los beneficios que le traen a las empresas esta denominación.

Se señalarán los distintos organismos acreditadores de la RSE que promueven su formación y transparencia

Este capítulo nos dará las herramientas y bases para explorar la responsabilidad social en México.

## 1.1.- Principales Conceptos De La Responsabilidad Social Empresarial.

En los últimos años se ha despertado globalmente el interés por la RSE. Antes de profundizar en el tema es indispensable mencionar conceptos que están ampliamente relacionados y que se mencionaran en la investigación.

### ■ **Ética y ética empresarial**

Según Fernández García (2009:19,20), "la RSE se relaciona con el movimiento "Ética de Negocio" (Business Ethics) y el comercio justo. Las acciones filantrópicas de una empresa o de un empresario son conexas a sus actividades centrales, mientras que la RSE es una de las dimensiones de la actividad principal de la empresa".

Cualquier actividad conexas o la principal que realice la empresa ya sea de acciones comerciales, de filantropía o de RSE siempre deben de estar realizadas con ética.

Según menciona, Martínez Herrera (2005: 14 y 25) "la ética es un saber normativo que busca orientar de forma indirecta las acciones de los seres humanos. La ética es la ciencia que estudia de manera reflexiva la conducta humana".

La ética no solo se debe ser utilizar en el trabajo si no la vida diaria de cada individuo. Martínez Herrera (2005: 14 y 25) sugiere que la ética empresarial es el camino por el cual debe conducirse la empresa hacia el futuro. Algunas empresas fracasan y se van quedando en el camino por no conducirse con ética, debido a que decepcionan a sus distintos grupos de interés por la falta de valores con las que se desempeña.

Una ética empresarial es uno de los pilares que sostiene la relación entre empresa e individuo.

## ● Definición y descripción de los stakeholders.

De acuerdo a Ventura y Delgado (2012), los stakeholders o grupos de interés, son individuos o grupos que afectan o se ven afectados por una organización y sus actividades.

En el gráfico 1 muestra la relación que tiene la empresa con distintos grupos de interés, de manera interna y externa.



### **<sup>1</sup>Elaboración propia: Grafico 1\_ Relación de la empresa con sus grupos de interés**

Desde esta perspectiva podemos decir, siguiendo a Ventura y Delgado (2012) que no se puede establecer una lista única de stakeholders debido a que pueden variar su comportamiento de acuerdo a la actividad que la empresa desarrolle, así como el medio geográfico en la que se ubique y los objetivos que se establezcan, los stakeholders pueden transformarse de acuerdo a los cambios de estrategia que la empresa realice.

## ● Filantropía

<sup>1</sup> Flecha color rojo: externos y flecha color morada interno

Significado del termino filantropía<sup>2</sup> *“El término filantropía designa, en general, el amor al género humano y a todo lo que a la humanidad respecta, particularmente en una forma constructiva expresada en la ayuda desinteresada a los demás. Etimológicamente, la palabra deriva del griego φίλος (philos o filios) y άνθρωπος (anthropos), que se traducen respectivamente como “amor” (o “amante de”, “amigo de”) y “hombre”, por lo que filantropía significa “amor a la humanidad”. Los donativos a organizaciones humanitarias, personas, comunidades, o trabajando para ayudar a los demás, directamente o a través de organizaciones no gubernamentales con fines no lucrativos, así como lo es el trabajo de voluntario para apoyar instituciones que tienen el propósito específico de ayudar a los seres vivos y mejorar sus vidas, son considerados actos filantrópicos, siempre y cuando no estén movidos por intereses”.*

Existen actos desintegrados de personas o asociaciones que realizan donativos periódicamente a distintas causas sociales de forma anónima, los cuales no les interesa el reconocimiento de la sociedad u obtener alguna ganancia económica, no esperan nada a cambio más que la satisfacción de haber ayudado a la comunidad, a personas enfermas o en pobreza extrema. No se necesita tener grandes riquezas económicas para realizar actos de filantropía, siempre hay ropa, zapatos e incluso juguetes que los hijos, hermanos o uno mismo ya no utiliza y que se encuentran en perfecto estado y se pueden donar a casas hogares o albergues. El tiempo es un recurso que se puede utilizar para ayudar al prójimo, por ejemplo hay personas que visitan a asilos de ancianos u hospitales llevándoles sonrisas y un poco de amor a personas con enfermedades terminales. Filantropía debe ser entonces, ayuda desinteresada a las clases vulnerables carentes de recursos para llevar una vida de calidad.

---

<sup>2</sup> <http://es.wikipedia.org/wiki/Filantrop%C3%ADa> Consultado: 16 jun 2013 - 12:00 am.

## **1.2.- Concepto de Responsabilidad Social y Responsabilidad Social Empresarial.**

Antes de definir que es la responsabilidad social y RSE, se señalará de manera breve que es la responsabilidad en sí.

Sinay (2005: 11) señala que "la palabra responsabilidad deviene del latín respóndere (responder). Es la capacidad de responder por los propios actos, realizados en libertad y con la conciencia de que todas nuestras acciones (incluyendo omisiones y silencios en este concepto) tienen consecuencias que nos afectarán, que afectarán a otros, que afectarán a nuestro entorno, al ecosistema (físico y espiritual) del que formamos parte."

Se puede opinar entonces del anterior concepto que la responsabilidad es un valor que permite asumir las consecuencias de los actos realizados de manera consciente, en plena libertad y con toda la intención, sabiendo de antemano las posibles causas y efectos que conllevan estos al entorno en el que habita.

Fernández García (2009: 19, 20) define que "la responsabilidad social se entiende como el compromiso que tienen todos los ciudadanos, las instituciones, públicas y privadas, las organizaciones sociales, en general, para contribuir al aumento del bienestar de la sociedad local y global". La RS debe ser entonces un trabajo en conjunto entre sociedad, empresas de distintos giros comerciales y gobierno.

De acuerdo a lo que señala Fernández García (2009. Pp.19 a 20), se deduce que la RSE ha de ser entendida como una filosofía y una actitud que se adquiere de manera voluntaria y debe formar parte de la cultura de la empresa, cuyo objetivo como empresa socialmente responsable es

buscar en todo momento un equilibrio entre empresa, sociedad y medioambiente.

Rodríguez (2005) escribe que "la responsabilidad social empresarial es la posibilidad cierta de incidir profundamente, pero esto supone trascender, de la buena administración de unos fondos, a la promoción activa y audaz de nuevas posibilidades."

Las empresas deben de mantener una actitud abierta a nuevas posibilidades de evolución y crecimiento, recordando que las oportunidades también conllevan consecuencias y responsabilidades. Una compañía debe tener una visión emprendedora atreverse a invertir en RSE, crear nuevas posibilidades de bienestar para la misma y hacia la comunidad.

Las empresas forman parte importante de los cimientos de la economía de un país, pues crea empleos y genera riquezas, de tal forma que un cambio en su visión podría beneficiar ampliamente en desarrollo sostenible de un país.

Momberg (2007:27 a 28) señala por su parte que "la responsabilidad social empresarial ha sido definida desde diversos ámbitos de modos muy distintos. A pesar de esta diversidad conceptual, en casi todos los enfoques es posible encontrar un fondo común que ha permitido llegar a un cierto consenso sobre el concepto de RSE."

Otras definiciones de RSE son:

**Unión Europea (2001), Libro verde: fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas.**<sup>3</sup> "La mayoría de las definiciones de la responsabilidad social de las empresas entienden este concepto como la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las

---

<sup>3</sup> [http://europa.eu/documentation/official-docs/green-papers/index\\_es.htm#2001](http://europa.eu/documentation/official-docs/green-papers/index_es.htm#2001) consultado el 20/11/11 - 10: 20 am.

preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores. Ser socialmente responsable no significa solamente cumplir plenamente las obligaciones jurídicas, sino también ir más allá de su cumplimiento invirtiendo «más» en el capital humano, el entorno y las relaciones con los interlocutores.”

**La red Forum Empresa**<sup>4</sup> entiende “la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) como una nueva forma de hacer negocios, en la que la empresa gestiona sus operaciones en forma sostenible en lo económico, social y ambiental, reconociendo los intereses de distintos públicos con los que se relaciona, como los accionistas, los empleados, la comunidad, los proveedores, los clientes, considerando el medio ambiente y el desarrollo sostenible de las generaciones futuras.”

**Fundación Prohumana**<sup>5</sup> “La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es la contribución al desarrollo humano sostenible, a través del compromiso y la confianza de la empresa hacia sus empleados y las familias de éstos, hacia la sociedad en general y hacia la comunidad local, en pos de mejorar el capital social y la calidad de vida de toda la comunidad”.

Aunque aun no es posible encontrar una definición universal de la RSE y quizás falte mucho para que se defina porque constantemente van surgiendo nuevas aportaciones importantes en consecuencia del entorno cambiante en que las empresas desarrollan sus actividades, en las definiciones antes mencionadas podemos destacar puntos clave en común los cuales por ejemplo se pueden resumir en: actitud voluntaria, obligación, sostenibilidad y equilibrio entre empresa, sociedad, gobierno y medio ambiente.

---

<sup>4</sup> <http://www.empresa.org/> Consultado el 20/11/11 -11:00 am.

<sup>5</sup> <http://www.prohumana.cl/> Consultado el 20/11/11- 1:00 pm.

### 1.3.- Origen Y Evolución De RSE.

José Gabriel Benzo de la Universidad Monteávila de Venezuela<sup>6</sup> señala que “muchos pensadores coinciden que el origen de la responsabilidad social de las empresas viene dado por la aparición del libro “La riqueza de las naciones” de Adam Smith, ya que esta visión contribuye a identificar al mundo empresarial con la maximización de beneficios”.

Benzo<sup>7</sup> señala que a partir de los años veinte se empezaron a dar las primeras muestras de lo que actualmente es la filantropía con acciones inspiradas en la caridad y la beneficencia, de la cual partió la iniciativa de que en un futuro la empresa se sumara a realizar este tipo de acciones y no fuera una cuestión individual.

Fue hasta en los años treinta durante la gran depresión económica que causo una crisis mundial en la que se sumergieron y tuvieron efectos devastadores la mayoría de los países y mediados de los cuarenta tras la segunda guerra mundial cuando las alternativas de empleo casi nulas, la OIT estableció las obligaciones que tienen las empresas publicas y privadas como generadoras de fuentes de empleo y del mejoramiento de las condiciones de trabajo.

Durante los años setenta, Milton Friedman<sup>8</sup> planteó “un escenario meramente economicista, asegurando que la responsabilidad de las empresas debe limitarse al cumplimiento de las leyes, así como a las regulaciones de la actividad económica y al respeto a las leyes de la libre competencia”. Con el transcurso del tiempo fue posible apreciar que lo mencionado por Friedman es solamente el inicio de la RSE y que toda

<sup>6</sup> [http://www.uma.edu.ve/ensayos/articulos/responsabilidad\\_social\\_empresarial\\_mitos\\_evolucion\\_y\\_realidades.pdf](http://www.uma.edu.ve/ensayos/articulos/responsabilidad_social_empresarial_mitos_evolucion_y_realidades.pdf) Consultado el 05/05/2013 - 10:00 am.

<sup>7</sup> [http://www.uma.edu.ve/ensayos/articulos/responsabilidad\\_social\\_empresarial\\_mitos\\_evolucion\\_y\\_realidades.pdf](http://www.uma.edu.ve/ensayos/articulos/responsabilidad_social_empresarial_mitos_evolucion_y_realidades.pdf)

<sup>8</sup> [www.uca.edu.sv/facultad/clases/eco/m100203/doc2.doc](http://www.uca.edu.sv/facultad/clases/eco/m100203/doc2.doc). The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits. *The New York Times Magazine*, September 13, 1970. Copyright © 1970 by The New York Times Company. Consultado el 15/11/2011 - 8:30 pm.

empresa socialmente responsable va más allá debe cumplir con las normas de calidad de un producto o por las regularizaciones establecidas por las organizaciones gubernamentales de cada país.

Por su parte, Cira de Pelekais<sup>9</sup> señala que “en los ochenta hace su debut, el concepto de Stakeholder (grupo de interés) como complemento de shareholder (accionista) como único interesado en la empresa.” Basándose en esta aportación con el surgimiento del concepto de Stakeholder los accionistas sedan cuenta que además de interesarse en la maximización de beneficios, habían surgido grupos de interés los cuales requerían por igualdad su atención, que son de igual o mayor importancia. Eso lleva a mencionar que para que una empresa exista y funcione debe de existir un cliente satisfecho interesado en adquirir lo que se ofrece. Con un cliente bien atendido ganas un cliente satisfecho pero un cliente descontento aumenta la posibilidad de perder muchos más.

A partir de 1990 la literatura sobre RSE es abundante. Según menciona Alina Alea el sitio website de la revista futuros<sup>10</sup> que la RSE comenzó hacer aceptada a finales de los años noventa por distintas instituciones de distinto giro, las cuales menciona: financieras, empresas, organizaciones, agencias de desarrollo, escuelas de negocio, inversores y algunos gobiernos

Juan Felipe Cajjiga Calderón del CEMEFI (Centro Mexicano para la Filantropía) opina que hasta “hace relativamente poco tiempo, se asumía que la responsabilidad de las empresas era únicamente generar utilidades. Actualmente, esta concepción no es suficiente ni aceptable. Además de generar utilidades para sus accionistas, la empresa debe tomar en cuenta que sus actividades afectan, positiva o negativamente, la calidad de vida

<sup>9</sup> <http://www.redeconomia.org.ve/documentos/desageren/culresoci.pdf> Consultado 09/06/2013 - 2:25 pm.

<sup>10</sup> [http://www.revistafuturos.info/autores/aut\\_2005/a\\_alea.htm](http://www.revistafuturos.info/autores/aut_2005/a_alea.htm) Consultado el 09/06/2013 - 3:00 pm.

de sus empleados y de las comunidades en las que realiza sus operaciones”.

Cajiga Calderón También menciona que las empresas comienzan a darse cuenta que la RSE “implica también el diálogo y la interacción con los diversos públicos relacionados con la empresa”.

Hoy en día, la RSE es reconocida legalmente por distintos organismo acreditadores a nivel internacional. En la actualidad cada vez son más las empresas que buscan integrar la RSE con la actividad empresarial. Se puede encontrar gran cantidad de literatura sobre en tema, así como guías, normas, certificaciones ISO.

### **1.3.1 Evolución Y Cambios De La RSE: Hacia La Empresa Y Sociedad.**

#### **Hacia la empresa**

En el website de la revista Futuros<sup>11</sup> señala que “Aunque es deber del Gobierno y demás instituciones, el difundir la definición de los valores y estándares sociales, las empresas también tienen la obligación de comportarse de manera socialmente responsable. No solamente porque la sociedad lo requiere, sino porque forma parte de una base sólida y segura para su estabilidad y éxito a largo plazo”.

La empresa ha evolucionada en cuestiones de responsabilidad social, debido a que tienen claro que las acciones que realizan causan efectos positivo o negativos a la sociedad y a estas mismas, no es que antes lo ignoraran, no había quien se los demandara y si había no causaba gran revuelo como actualmente.

---

<sup>11</sup>[http://www.revistafuturos.info/futuros\\_6/resp\\_empresarial\\_1.htm](http://www.revistafuturos.info/futuros_6/resp_empresarial_1.htm). consultado el 5/03/2013 2:44 am.

“ya no se puede barrer lo sucio debajo de la alfombra”<sup>12</sup> debido a los avances tecnológicos es posible conocer la información de las actividades que realizan las empresas de todo el mundo, es por eso que en la actualidad las empresas se preocupan por conducirse con ética, responsabilidad y transparencia.

### **Hacia la sociedad**

Antes de que la sociedad manifestara interés con respecto al tema de la responsabilidad social del empresario se mostraba una sociedad despreocupada en cuanto las características del producto que adquiría, por ejemplo si realmente valía la pena invertir su dinero en el producto que iban a adquirir o que daño causaba al medio ambiente la elaboración de este, medio ambiente en el que vivían y que de manera directa e indirecta también perjudicaba a esta sociedad.

Esta situación comenzó a cambiar desde mediados de los ochenta según comenta Kirschner<sup>13</sup> fue entonces cuando la sociedad comenzó a demandar que las empresas se hicieran responsables de los daños que ocasionaban a la sociedad y al medio ambiente.

Según señalan Vargara y Vicaría (2009) la preocupación de que a los ciudadanos del mundo se les trate con responsabilidad social se ha ido transformando y fortaleciendo a través del tiempo, se ha dejado atrás la idea que la acción social pública como la caridad se realizaba tan solo porque la biblia y la iglesia católica lo ordenaba, entonces es una muestra de que la empresa y sociedad han ido evolucionando conjuntamente al nivel que la RSE se realiza de manera voluntaria.

En conclusión la evolución de la sociedad como consumidores de bienes y servicios que ofrecen las empresas es notable, cada vez son más exigentes

<sup>12</sup> [http://www.revistafuturos.info/futuros\\_6/resp\\_empresarial\\_1.htm](http://www.revistafuturos.info/futuros_6/resp_empresarial_1.htm) Consultado el 5/03/2013 2:50 am.

<sup>13</sup> [http://www.nuso.org/upload/articulos/3343\\_1.pdf](http://www.nuso.org/upload/articulos/3343_1.pdf) Consultado 12/05/2013 - 11: 15 am.

en cuanto la calidad del servicio que van a adquirir analizan varias cualidades del producto como por ejemplo precio, calidad y hasta reputación de la empresa antes de tomar la decisión de compra.

#### **1.4.- Ética y RSE.**

Este debe ser un principio fundamental para las empresas: la falta de ética tarde o temprano destruye a la empresa.

Monstuschi (2009) señala Desde 1987 hasta el presente se ha ido realizando cambios fundamentales en las características de los códigos de ética, la RSE y de la Ética en los Negocios ha ido adquiriendo en los últimos años una aceptación en el mundo cooperativo, de igual forma se han señalado numerosos escándalos de importantes empresarios debido a su falta de ética en su comportamiento, dichos escándalos salieron a relucir en pleno auge de la ética de los negocios, según señala Monstuschi esto lejos de perjudicar los avances en este campo puso mayor interés en su estudio.

Monstuschi (2009) continúa escribiendo que finalmente las empresas decidieron buscar orientación para implementar la nueva tendencia llamada, ética de los negocios en la empresa, para poder hacer frente a las demandas de los consumidores, ambientalistas y comunidades.

#### **1.5.- Diferencia Entre Filantropía Y RSE.**

De acuerdo al instituto ethos<sup>14</sup> la diferencia entre filantropía y RSE radica en que la RSE abarca temas relacionados con la empresa, como practicas de gobernabilidad corporativa, relación con los proveedores, los vínculos y los proyectos con la comunidad. Mientras que la filantropía se enfoca los proyectos dirigidos hacia la comunidad en general.

---

<sup>14</sup> Conceptos Básicos e Indicadores de Responsabilidad Social Empresarial  
<http://www.1.archives.mx/espanol/-www1.ethos.org.br> consultado el 11/06/2013 - 5:36 pm.

Baltera y Díaz <sup>15</sup>mencionan algunas diferencias que existen entre estos conceptos:

- *La filantropía se caracteriza por ser fundamentalmente un acto o acción social asociada a personas (naturales o jurídicas), motivada por principios de carácter altruista. Los recursos que se utilizan en este tipo de acciones provienen de las utilidades de la empresa, no contribuye o no afecta de forma alguna al desempeño de la firma y no se espera o pretende algún tipo de beneficio o retorno como resultado de esta acción.*
  
- *la RSE busca beneficios para la firma, al mismo tiempo, que está interesada en el mejoramiento de las comunidades de su entorno y de la sociedad, sus recursos pueden provenir de las ganancias, o del presupuesto general de la empresa, de sus equipos y recursos humanos. Su impacto es identificable tanto a nivel de la firma como de la comunidad, las acciones de RSE implican un beneficio para la empresa tanto en su imagen pública como en el incremento de la productividad y las ganancias. Por último, la RSE comprende la participación de todos los actores de la empresa, incluso, de los accionistas.*

<b>RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL</b>	<b>FILANTROPÍA</b>
Es una política de empresa	Es una política de personas: el propietario, los accionistas.
Es una acción permanente. Es un modo de actuar y de hacer empresa.	Es una acción de carácter puntual.

<sup>15</sup> [http://www.dt.gob.cl/1601/articles-88984\\_recurso\\_1.pdf](http://www.dt.gob.cl/1601/articles-88984_recurso_1.pdf) Consultado 12/06/2013 - 8:00 am.

Es un compromiso formal de carácter voluntario, sujeto a evaluación y control social.	Es una acción voluntaria no sujeta a evaluación ni control social.
Tiene una dimensión externa e interna.	Tiene una dimensión sólo externa.
Se basa en principios éticos. El reconocimiento de las personas y sus derechos.	Se basa en principios altruistas, como la solidaridad.
Se orienta a personas (sus trabajadores, proveedores, clientes), a la comunidad y a la sociedad en general.	Se orienta a instituciones o a la sociedad civil organizada: fundaciones, universidades, organizaciones de ayuda solidaria.
Tiene y se busca un impacto económico en la empresa: mayor productividad, mayores ventas, mayores ganancias.	No tiene ni se pretende un impacto económico en la empresa.
Apunta a generar una relación virtuosa entre las empresas y entre la empresa, la comunidad, el gobierno, la sociedad y el medio ambiente.	No busca generar una relación virtuosa en la cadena productiva, ni con la sociedad y sus agentes.
Los recursos financieros destinados al financiamiento de las acciones de responsabilidad social, provienen del presupuesto de la empresa.	Los recursos financieros que se destinan a las acciones filantrópicas, provienen de las utilidades.

Tabla 1.1.- Fuente: [http://www.dt.gob.cl/1601/articles-88984\\_recurso\\_1.pdf](http://www.dt.gob.cl/1601/articles-88984_recurso_1.pdf)

De acuerdo a lo anterior mencionado se puede encontrar plenamente la diferencia que existe entre la RSE y filantropía mencionando como punto principal su interés y su fin que tiene cada uno de estos conceptos.

RSE: interés por apoyar a todos sus grupos que tienen que ver con su actividad, buscando obtener algún benéfico.

Filantropía: interés por ayudar principalmente a la comunidad, a través del cual no se pretende obtener algún beneficio.

### **1.6.- Desarrollo Sostenible Y La Responsabilidad Social Empresaria.**

Fernández García (2009) afirma que el término Desarrollo Sostenible se utiliza por primera vez en 1987, en la Cumbre de Río, cuando se crea la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo de Naciones Unidas en la cual se analizó la situación ambiental del planeta.

Dicho análisis dio origen al informe Brundtland en la cual surgió la definición del Desarrollo Sustentable: "El desarrollo que asegura las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para enfrentarse a sus propias necesidades".

Fernández García (2009) también menciona que las dos ideas principales que presiden el desarrollo sostenible son:

- *El desarrollo tiene una dimensión económica, social y ambiental y solo será sostenible si se logra el equilibrio entre los distintos factores que influyen en la calidad de vida.*
- *La generación actual tiene la obligación frente a las generaciones futuras de dejar suficientes recursos para que puedan disfrutar, al menos, del mismo grado de bienestar.*

Marta de la Cuesta González y María Jesús Muñoz Torres (2010) señalan que "las organizaciones que adoptan un sistema de gestión de su responsabilidad social corporativa incorpora a sus estrategias, sus políticas y procedimientos un valioso modelo de actuación sostenible."

El desarrollo sostenible busca la armonía entre lo económico, social y ambiental. Es progreso, desarrollo continuo, es prevalecer los recursos naturales para generaciones futuras, la relación entonces con la empresa es que esta debe de implementar estrategias de RSE para utilizar esos

recursos, contribuir al bienestar y mejoramiento de la sociedad y medioambiente

La Empresa SUMAR CONSULTORES<sup>16</sup> escribe en su página que “avanzar hacia el Desarrollo Sostenible supone que todos los actores sociales asuman responsabilidades y apoyen al Estado en la resolución de los problemas públicos”.

Aunque la empresa es el motor que mueve la economía, el gobierno y la sociedad general deben de realizar un papel importante para lograr los objetivos de Sostenibilidad.

La RSE y el desarrollo sustentable deben ser en común puntos de interés para las empresas los cuales se deben de integrar dentro de la visión de esta misma.

### **1.7.- Clasificación De La Responsabilidad Social Empresaria.**

De acuerdo Fernández García (2009. Pp. 39), la RSE se clasifica de la siguiente manera:

**Responsabilidades primarias.** *Son las inherentes a la actividad específica de la empresa. No responder adecuadamente a lo que representa el corazón de la empresa para cuidar su buen funcionamiento en todos los sentidos, que es su razón de ser, podría tener graves consecuencia incluso para su pervivencia.*

**Responsabilidades secundarias.** *Consiste en mejorar los efectos resultantes de esa misma actividad específica en los grupos sociales interdependientes con la empresa, más allá de unos mínimos siempre exigibles.*

---

<sup>16</sup><http://www.sumar.com.co/como-entendemos-la-rse-y-el-desarrollo-sostenible>. Consultado 04/05/2013 - 11:00 pm.

**Responsabilidades terciarias.** *Son las que se extienden a actuaciones de la empresa encaminadas a mejorar determinados aspectos de su entorno social más allá de su actividad específica.*

Se opina de la clasificación mencionada por el autor, que las responsabilidades primarias de la empresa están enfocadas únicamente a los beneficios de esta misma, abarcando ámbitos como laborales, producción, medio ambiente, etc., pero siempre apegados a la ley sin tener más fines que procurar la rentabilidad de la organización.

En el caso de las responsabilidades secundarias de la empresa esta no olvida que sus intereses son primero, pero es un poco más flexible con los diferentes ámbitos con los que se involucra, por ejemplo, está dispuesta a manejar horarios más flexibles de los trabajadores siempre y cuando no afecten la productividad.

Por último se tiene la responsabilidad terciaria, la empresa le proporciona todos los beneficios que por ley les corresponden a todos los sectores de la misma, pero se involucra más, preocupándose por el mejoramiento de su entorno de manera socialcultural. Se involucra tanto los sectores estrechamente relacionados con la empresa, hasta la comunidad en general.

## **Dimensiones De La Responsabilidad**

A continuación se describirán las dimensiones de la RSE y los niveles de responsabilidad que tiene en cada una de ellas.

Según afirma Cajjga Calderón de CEMEFI la RSE tiene:

**En su dimensión económica interna**, la cual su responsabilidad se centra a generar y distribuir la inversión hecha entre colaboradores y accionistas, tomando en cuenta no sólo las condiciones de mercado, sino también la equidad y la justicia, es decir que uno reciba lo que

merece. En esta dimensión se espera que la empresa se ha rentable y este en crecimiento.

**En su dimensión económica externa,** implica la producción y distribución de bienes y servicios que sean de utilidad y rentables para la comunidad, la empresa debe contribuir a realización de planes económicos que beneficien a la región y al país.

**En su dimensión social interna,** implica la responsabilidad que comparten cada uno de los grupos de interés internos de la empresa, inversionistas, directivos, colaboradores y proveedores cada uno de ellos tienen la responsabilidad de cuidar y fomentar la calidad de vida en el trabajo y el desarrollo integral y pleno de todos ellos.

**En su dimensión sociocultural y política externa,** se puede decir que en general debe contribuir al Desarrollo Sustentable. realización de acciones y aportaciones propias y corporativas seleccionadas para contribuir con tiempo y recursos a la generación de condiciones que permitan y favorezcan la expansión del espíritu empresarial y el total desarrollo de las comunidades y, por tanto, a un entorno de mercado favorable para el desarrollo de su negocio.

**En su dimensión ecológica interna,** implica la responsabilidad total de los impactos que trae consigo su actividad sobre el medioambiente. En caso de posibles efectos negativos debe realizar un plan de prevención para corregir o remediar el daño que pueda causar.

**En su dimensión ecológica externa,** desarrollar determinadas acciones que permitan contribuir a la preservación y de los recursos ecológicos para las generaciones actuales y futuras.

El análisis de cada una de las dimensiones de termina el nivel de responsabilidad que tienen las empresas con cada grupo de interés, así

como los actores con los que debe colaborar en cada una de ellas para lograr los objetivos de RSE.

## **1.8.- La RSE En Distintos Ámbitos.**

### **Responsabilidad ambiental**

Uno de los temas más importantes que se discuten en foros políticos, académicos e internacionales, es el del medio ambiente.

Hoy en día tal es la importancia en hacer conciencia y cuidar el medio ambiente, que se ha establecido el 5 de Junio como día Mundial del Medio ambiente.

El planeta tierra ha sufrido grandes catástrofes naturales muchas de estos derivados de la sobrexplotación de las riquezas naturales, el calentamiento global y la contaminación.

Estas problemáticas ecológicas son producidas por un factor principal llamado Humano que en la búsqueda de satisfacer sus necesidades cae en un consumismo desmesurado.

Pablo Bifani (1999) menciona que No existe un medio ambiente natural independiente del hombre, la relación entre hombre-medio natural debe ser recíproca. La naturaleza recibe siempre acciones de los procesos del hombre que la transforman, y a su vez dichas acciones van a causar repercusiones en el hombre.

En conclusiones de Juan José Gilli, “la situación en materia ambiental es consecuencia de una economía más preocupada por el crecimiento que por el desarrollo sustentable y de una sociedad caracterizada por el consumismo. En este escenario, la empresa está obligada a asumir la responsabilidad que le compete por el mal uso de los recursos no renovables, la contaminación y los hábitos de consumo”.

Gilli también menciona que existen distintos puntos de vista sobre el grado de Responsabilidad que debe de asumir la empresa en cuestiones del medio ambiente.

Más allá de la importancia que tiene la empresa como entidad productora de recursos económicos para un país, debe ser uno de los motores que impulsen la preservación del medio ambiente.

Es momento de que la empresa y la sociedad asuman la responsabilidad que se tiene con el planeta preservando los recursos naturales para una vida de calidad para generaciones presentes y futuras.

### **Responsabilidad y la educación**

México fortalece su RSE en cuestiones de educación, en la actualidad cuenta con instituciones educativas públicas y privadas que han sido reconocidas con el distintivo ESR, por el compromiso que adquieren en la búsqueda del bienestar de sus estudiantes y la formación de estos a través una educación de calidad en líderes del mañana con ética y valores. Estas instituciones buscan el bienestar de la comunidad escolar en general.

Las instituciones educativas a nivel universitario han establecido estrategias académicas, que preparan a los estudiantes para su vida profesional, ejemplo de una de estrategias es el Servicio Social, en la cual los estudiantes son incorporados a una institución pública o privada durante un tiempo determinado, en donde emplearan sus conocimientos adquiridos hasta ese momento para la realización de actividad que se les encomienden en dicha institución.

De la Cuesta y Rodríguez (2010) señalan que “tradicionalmente la universidad ha sido el gestor principal de nuevos conocimientos y, en este sentido, estas instituciones de educación superior, aún hoy, son las principales proveedoras de los mismos”.

Aunque aún la lista de instituciones educativas socialmente responsables no es tan extensa, cada día son más las interesadas en adquirir este compromiso.

### **Responsabilidad social laboral**

La actividad de las empresas esta relacionada directamente con el bien social, ya que son generadoras de fuentes de empleo las cuales contribuyen al desarrollo económico de un país.

La responsabilidad de la empresa hacia los trabajadores va más allá de lo que la ley demanda, (Ley federal del trabajo) el establecer condiciones de trabajo apropiadas, proporcionarles un seguro de vida, brindar capacitación, etc.; tan solo son derechos de los trabajadores que las empresas están obligadas a cumplir.

Onésimo Alvarez-Moro comenta que una encuesta realizada a trabajadores alrededor del mundo arrojó como resultado que las empresas con mejor RSE tienen a trabajadores más motivados y más comprometidos.

Tres resultados que resaltan de la investigación son los siguientes:

- 1. El compromiso de los trabajadores hacia la empresa aumenta cuando esta tiene implementado programas efectivos y creíbles de RSE. Esto es válido para trabajadores de todas las edades y en todos los niveles de responsabilidad y muy especialmente entre las trabajadoras.*
- 2. Estos compromisos de los trabajadores no variaron, incluso durante las dificultades económicas que hemos estado viviendo, periodos que han visto reducciones de personal y restricciones de presupuestos. Pensar que tu empresa toma en serio sus responsabilidades empresariales hace que los trabajadores cuestionen menos las decisiones difíciles.*

3. *Aunque la reputación de seriedad con RSE posiciona mejor a la empresa en el mercado de trabajo, esta credibilidad no es suficiente para retener a los trabajadores que no están felices en sus trabajos, con buena RSE o mala, se irán igual si no están felices en sus trabajos. Es decir, no hay que olvidar las otras responsabilidades de la buena gestión del capital humano.*

Hay muchas razones por las cuales las empresas deben encargarse de sus responsabilidades correspondientes, debido a que se ha demostrado que es favorecedor para mejorar las relaciones internas y externas de las mismas aunado a lo rentable que puede resultar.

### **1.9.- Ser o aparentar la responsabilidad social empresarial.**

Las empresas de hoy, se interesan por contribuir con los distintos ámbitos en los que se desenvuelven, realizan acciones y programas de responsabilidad social empresarial; no obstante, algunas empresas que dicen ser socialmente responsables no lo son totalmente.

Ser una empresa socialmente responsable va mas allá de obtener un distintivo o una condecoración y darla a conocer a través de su departamento de relaciones publicas.

González, Tito (2012) "La responsabilidad social no se logra con acciones o gestiones caritativas, altruistas y bondadosas hacia afuera o hacia dentro del colectivo de la empresa u organización, tampoco con proyectos ambientales y sociales aislados, y menos con una documentación juiciosa de todas las actividades sociales internas que hacen parte de una política de bienestar social y del programa de salud ocupacional".

Luis Carapaica (2011) Internacionalista, Consultor en Estrategia y Gestión del Cambio, y autor del artículo ¿Ser o parecer socialmente responsable?... he allí la cuestión, menciona: Esta totalmente convencido que los negocios deben adecuarse a los factores globales, los cuales en ocasiones

utilizan de pretexto para justificar su falta de ética, por ejemplo muchas empresas internacionales realizan operaciones en su país apegadas estrictamente a principios éticos y de RSE, mientras hacen todo lo contrario en los otros países en los que operan.

En este mismo artículo Carapaica menciona un ejemplo de una empresa en cuanto a como labora y la calidad del servicio que brinda, el cual está muy alejado de la misión y valores de los cuales dicha empresa presume.

*“Un ejemplo de esta dualidad de enfoques lo vivimos recientemente al visitar un hipermercado de una conocida cadena germano – holandesa ubicado en el área metropolitana de Caracas, Venezuela, en donde la “satisfacción integral del cliente” sólo pareciera existir como una referencia efímera en un cartel declarativo de la misión que se encuentra en la entrada principal de la tienda, acompañado de la frase “siempre da más...” de allí en adelante sólo encontramos lo que no se dice en los reportes de sostenibilidad: un personal que no parece tener idea alguna de lo que debe ser la atención al cliente, descortés y muy mal educado; inobservancia de las más elementales normas técnicas y buenas prácticas de seguridad industrial, lo que pudimos constatar al ver cómo los operadores de montacargas se desplazan a alta velocidad por los pasillos de circulación sin que éstos sean cerrados al público, con las necesarias (y obligatorias) indicaciones de peligro, sorteando clientes como sencillos obstáculos en su ruta; carritos de compra expuestos a la intemperie, sucios, oxidados y en muy mal estado, los cuales mantienen contacto directo con los alimentos trasladándoles sus microbios; instalaciones de frío que no mantienen debidamente refrigerados los alimentos, haciéndolos “nadar”, literalmente, en charcos de agua dentro de las neveras, ocasionando su contaminación y, para colmo, el acto central que hizo aún más recordada nuestra visita estuvo a cargo de un grupo de palomas que anidaban felizmente entre los empaques de los panes (lo que no parecía ser muy*

*casual, a juzgar por las “marcas” que a manera de testimonio estaban en los estantes), lo que representa un foco infeccioso de alto riesgo para la salud pública... bien lo dice el cartel: “siempre da más...”.* ”

Ejemplo como el mencionado por Carapaica es una clara muestra de como una empresa aparenta ser socialmente responsables.

Empresas de distintos giro, ya sean del sector público o privado en su interés por incrementar sus ganancias económicas, se perjudican ellas mismas y a la sociedad, al realizar acciones indebidas y carentes de ética y valores.

Cuantas empresas encontramos anunciando las acciones que realizan en beneficio de la comunidad, con lemas como el cliente es primero o tiene la razón, fomentando la unión y los valores de la familia, mientras que dentro de la empresa la realidad deja mucho que desear, con empleados con sueldos por abajo del salario mínimo y largas jornadas laborales de 12 horas al día con una hora de comida, en la cual los empleados prefieren permanecer en el lugar de trabajo o comer algo económico en algún lugar cercano, debido a que el salario que ganan y el tiempo no le es suficiente como para ir a casa y regresar a laborar, entonces ¿Donde queda la unión y convivencia familiar que es la imagen que proyecta la empresa ante la sociedad?

Para que una empresa de ejemplos de Responsabilidad Social primero debe comenzar dentro de la empresa misma, respetando los derechos humanos y laborales de cada una de las personas que dependen o están relacionados económicamente con la compañía, llámense empleados, accionistas, proveedores, y los clientes mismos. La responsabilidad social dentro de la empresa es importante para tener una empresa solida desde raíz, competitiva y sostenible. Un trabajador motivado, trabaja a gusto,

brindara un servicio de calidad, por consecuente tendremos un cliente satisfecho y la empresa marchara bien.

La responsabilidad social es voluntaria por parte de las empresas, pero una vez sumergida en este tema es obligación de ellas una total transparencia de sus acciones. Quizás nunca se podrá saber a ciencia cierta cuanta sinceridad y genuinidad se puede encontrar en el informe detallado de responsabilidad social que las empresas realizan al finalizar el año.

De acuerdo al Centro Mexicano para la Filantropía A.C.<sup>17</sup> Las empresas pueden adaptar y adoptar a su visión el Decálogo de la Empresa Socialmente Responsable. El Decálogo consta de 10 puntos que continuación se describen:

1. *Promueve e impulsa una cultura de competitividad responsable que busca las metas y el éxito del negocio, contribuyendo al mismo tiempo al bienestar de la sociedad.*
2. *Hace públicos sus valores, combate interna y externamente prácticas de corrupción y se desempeña con base en un código de ética.*
3. *Vive esquemas de liderazgo participativo, solidaridad, servicio y de respeto a los derechos humanos y a la dignidad humana.*
4. *Promueve condiciones laborales favorables para la calidad de vida, el desarrollo humano y profesional de toda su comunidad (empleados, familiares, accionistas y proveedores).*
5. *Respeto el entorno ecológico en todos y cada uno de los procesos de operación y comercialización, además de contribuir a la preservación del medio ambiente.*

---

<sup>17</sup> [http://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/decalogo\\_esr.pdf](http://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/decalogo_esr.pdf) Consultado el 15/11/2011.

6. *Identifica las necesidades sociales del entorno en que opera y colabora en su solución, impulsando el desarrollo y mejoramiento de la calidad de vida.*
7. *Identifica y apoya causas sociales como parte de su estrategia de acción empresarial.*
8. *Invierte tiempo, talento y recursos en el desarrollo de las comunidades en las que opera.*
9. *Participa, mediante alianzas intersectoriales con otras empresas, organizaciones de la sociedad civil, cámaras, agrupaciones y/o gobierno, en la discusión, propuestas y atención de temas sociales de interés público.*
10. *Toma en cuenta e involucra a su personal, accionistas y proveedores en sus programas de inversión y desarrollo social.*

Según Ana Díaz de Iparraguirre una empresa con RSE es competitiva económicamente, se preocupa por la sociedad y medio ambiente al realizar sus operaciones, respeta los derechos humanos de los trabajadores establecidos por la ley y busca su desarrollo profesional, de igual forma mantiene relaciones exitosas con el estado para la combatir la pobreza.

Lo recomendable es implantar un sistema de responsabilidad social, la cual incluya estrategias donde para alcanzar los objetivos, donde no se comprometa la integridad de sus trabajadores y de la empresa misma.

### **1.10 .- ¿Por qué la Responsabilidad Social Empresarial es tan importante?**

Hoy en día, la Responsabilidad Social Empresarial es muy importante para contribuir al equilibrio y Desarrollo Sostenible de un país, ya que en la actualidad las empresas no solo se centran en cumplir una lista de normas que se establecen para figurar y obtener algún reconocimiento.

Si no existieran empresas responsables preocupadas por la sociedad, clientes, medio ambiente y del cumplimiento de las leyes con transparencia, el panorama sería quizás totalmente distinto.

Los niveles de contaminación quizás serían aun más alto, debido a que las empresas centrarían su atención únicamente a cumplir las leyes ambientales establecidas, y no se preocuparían por la realización o contribución con programas o proyectos que busquen preservar los recursos naturales del planeta; aumentaría el consumo o circulando en el mercado de productos cuya calidad en la elaboración sería dudosa.

Se ha demostrado que la RSE es importante para la sociedad en general; ha contribuido en la lucha contra la pobreza extrema de los países pobres.

La RSE es importante por que va más allá de cumplir con las políticas establecidas en la empresa y a través de esta generar impactos positivos en distintos ámbitos.

Juan Felipe Cajiga Calderón menciona la importancia de la RSE: señala la importancia que tienen las empresas en la sociedad, debido a que la globalización es una realidad en el mundo las empresas gozan de mayor participación y sus contribuciones son cada vez más relevantes en el desarrollo de la sociedad más justa y de una economía con crecimiento sostenible.

Con lo antes no se busca que se entienda que la RSE es la solución a todos los problemas, por que no es solo responsabilidad y obligación de las empresas resolver todos los problemas del mundo, como ya se ha mencionado antes, esto es un trabajo en conjunto entre empresa, sociedad y gobierno.

### **1.11 .- Beneficios De La Responsabilidad Social En Las Empresas.**

Las partes interesadas, que se relacionan con las empresas en distintas formas, también se ven directa o indirectamente beneficiadas por las buenas prácticas de negocios.

Dante Pesce G.<sup>18</sup> señala: que existe una conexión entre la RSE y rentabilidad. Debido ha esto la Comisión de las Comunidades Europeas ha declarado que la RSE debe ser considerada como una inversión.

Pesce también menciona tres beneficios estratégicos que genera la RSE:

*Comercial: mejora la imagen pública y reputación de la empresa, facilita el acceso a los mercados globales, aumenta las ventas al diferenciar productos y servicios, y fideliza a los clientes.*

*Legal: mejora el entendimiento de los requerimientos legales y exigencias de los reguladores, reduce la presión de los entes fiscalizadores.*

*Laboral: facilita el reclutamiento de personal de primer nivel y la retención de talentos.*

*Financiero: incrementa la confianza de los accionistas, mejora la calificación de riesgo, facilita y abarata el acceso a financiamiento.*

### **1.12 .- Influencia De La RSE En La Imagen De La Marca Y Reputación De La Empresa.**

Las empresas estudian y miden los alcances de sus actividades empresariales para verificar si sus acciones están dando los resultados esperados, y que reacciones están generando en el mercado.

Indagar para conocer sobre los posibles efectos ya sean positivos o negativos de la RSE sobre la marca y reputación de la empresa, conlleva un poco más de tiempo, ya que el análisis se basa en un estudio cualitativo y este es difícil de manejar estadísticamente.

<sup>18</sup> [https://ctp.uniandes.edu.co/Empresas/Servicios/Articulos/responsabilidad\\_social\\_emp.php](https://ctp.uniandes.edu.co/Empresas/Servicios/Articulos/responsabilidad_social_emp.php) Consultado 15/12/2012 - 6:00 pm.

La difusión por parte de las empresas de las acciones de responsabilidad social que esta desarrollando, es importante, debido a que puede ayudar a mejorar la percepción de los individuos con respecto a la marca, cuya aceptación y reputación de esta podría elevarse de acuerdo al grado de responsabilidad social que la empresa realice.

Fuentes bibliográficas afirman que es innegable que la responsabilidad social tiene influencias sobre la imagen y reputación de la empresa.

Alvarado, A. y Schlesinger, M. (2008 P.37) mencionan que *“las acciones y programas de responsabilidad social empresarial podrían mejorar la imagen y la reputación de las empresas ante los ojos de sus consumidores y ser una importante fuente de ventaja competitiva para las mismas”*.

Por su parte VELASCO, G. y RIVERO (2005) señala que la RSE, es un pilar fundamental para la reputación social de las empresas. Las empresas con reputación social inspiran credibilidad y confianza a sus clientes. Cuesta mucho tiempo y esfuerzo por parte de las empresas para hacerse de una excelente reputación social, más sin embargo les es muy fácil perderla.

Hernández, Losada y Macías (2007) Las empresas han percibido que convertirse en responsables y actuar con ética es rentable desde el punto de vista de negocio como de imagen, que han incorporado a sus estrategias de gestión. Han comenzado a aspectos de responsabilidad social sus estrategias de gestión.

Los autores coinciden en que se encuentra un mejoramiento de la imagen y reputación de la empresa a través de las acciones de responsabilidad social que desarrollan, al mismo que es una fuente de ventaja competitiva que la convierte en una empresa más rentable.

### **1.13 .- Los consumidores prefieren marcas con propósito (RSE).**

En muchas ocasiones, relevantes estudios han demostrado que los consumidores prefieren marcas con propósito, que este punto marca la diferencia entre un producto u otro. Más sin embargo este supuesto solo podría apegarse a la realidad cuando la economía del consumidor influya mucho en la decisión de compra es decir cuando las características de un producto son relativamente similares a los del producto de la marca con propósito, incluyendo el precio de adquisición, es decir el consumidor siempre va a buscar obtener el mayor beneficio a menor precio.

Luis Maram (2013) señala que en un estudio que se publicó se insinúa que la RSE incrementa las ventas hasta en un ¡150%! . Algo que es un tanto difícil de creer, por que si esto fuera real la lista de empresas con responsabilidad social sería aun mas numerosa, y que decir de la economía de la economía del país se vería ampliamente beneficiada.

Guy citado por Maram menciona que “producto responsable” inyecta valor a un producto, pero en muy pocas ocasiones es el factor decisivo de compra.

Por otra parte señala Maram que esta el Lovemark que es utilizado para describir aquellas marcas a las cuales los consumidores le guardan una enorme lealtad, ejemplo Apple, Coca-Cola, Starbucks, Nike, Google, Moleskine, IKEA, Absolut, entre muchas otras son prueba de ello.

Maram también menciona que una marca no puede aspirar ha convertirse en Lovemark si sus prácticas de responsabilidad dejan mucho que desear o carece de esta.

Por ultimo Luis Maram establece las siguientes recomendaciones para llegar a obtener una marca con RS:

- 1) No utilices la RSE como sinónimo de ventas, aunque al final este sea el resultado; el cliente tarde o temprano podría darse cuenta.
- 2) siempre es mejor admitir los errores antes que los demás los descubran.
- 3) Escuchar siempre la opinión que tienen los consumidores de tu empresa. No se lograra una maraca responsable si tus clientes no piensan que lo es.

### **1.14 .- ¿Que Es El Distintivo ESR®?**

El Distintivo ESR, es un reconocimiento otorgado cada año por el Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi) y la Alianza por la Responsabilidad Social Empresarial (AliaRSE). Este reconocimiento se les otorga de manera individual a las empresas, por el compromiso de asumir e implementar voluntaria y públicamente una gestión socialmente responsable y de mejora continua a su cultura empresarial y estrategia de negocio.

Con respecto a este punto, Centro Mexicano para la Filantropía A.C. (CEMEFI)<sup>19</sup> *menciona que el Distintivo ESR® (Empresa Socialmente Responsable) no debe confundirse con una certificación, ya que no contempla procedimientos de auditoría o inspección directa, por parte de los organismos promotores. También señala que El Distintivo ESR® es un elemento gráfico (marca registrada por el Centro Mexicano para la Filantropía, A.C.).*

El Distintivo ESR® no es un compromiso de una sola vez, puede ser renovado año con año, haciendo los tramites correspondientes que se requieran. Para todas empresas sin distinción alguna el distintivo ESR® tiene vigencia de un año, periodo durante el cual las empresas deben cumplir y conducirse de acuerdo a los criterios por los cuales se le otorgo dicho

---

<sup>19</sup> [http://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto\\_esr.pdf](http://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf) Consultado el 15/11/2011 - 12:50 pm.

distintivo, en caso contrario si hubiese cambios en la conducta de la empresa el Cemefi puede retirar el Distintivo ESR®.

El distintivo ESR<sup>20</sup> crea un valor agregado a la marca y la rentabilidad de la empresa, así como también acredita a estas como una organización comprometida con sus empleados, inversionistas, clientes, autoridades y sociedad en general.

Como se ha mencionado con anterioridad tener la denominación Empresa Socialmente Responsable trae importantes beneficios entre los se destacan los siguientes según Cemefi.

El Distintivo ESR® como símbolo (marca registrada por Cemefi), una vez obtenido puede ser utilizado en los comunicados que realice la empresa, haciendo oficial su distinción, pero también poniendo especial énfasis en el compromiso que adquirieron. Asimismo las empresas con el distinto ESR® son vistas con respecto a otras como empresas serias, responsables y con credibilidad, tal es el caso que las instituciones financieras recurren cada vez más a listas de estas, para estimar los riesgos de sus préstamos o inversiones.

También se menciona que la mitad del rendimiento superior de una ESR, puede atribuirse a esa característica, mientras que el resto, a los resultados del sector.

Como ya se había mencionado con anterioridad está confirmado que cuando se elige entre dos marcas de la misma calidad y precio, el hecho de ser una marca con responsabilidad social es la que influye en la decisión de compra del consumidor en ¡41%!; ello por encima del diseño e innovación con un 32% y la lealtad de la marca con un 26%. Aunado a

---

<sup>20</sup> <http://www.distintivoesr.com/que-es-el-distintivo-esr.php> Consultado el 15/11/2011 - 1:15 pm.

estos resultados, un 70% de los consumidores están dispuestos a pagar más por una marca que apoya causas sociales o medioambientales.

### 1.14.1.-Cómo Obtener El Distintivo ESR.

De acuerdo con Cemefi<sup>21</sup>, las empresas interesadas en obtener el distintivo **ESR** ® deberán cumplir con una serie de requisitos, los cuales se basan en un proceso de autodiagnóstico en línea sustentado por la empresa y verificado por Cemefi. Solo las empresas que superen el 75% establecido como mínimo del índice de RSE podrán obtener dicho distintivo. Las empresas deberán llenar un cuestionario de autodiagnóstico en línea, de acuerdo con el tamaño y años de participación.

Son cuatro temas de RSE que deben incluir las empresas en su auto diagnóstico<sup>22</sup>:

1. *Ética empresarial.*
2. *Calidad de vida en la empresa.*
3. *Vinculación de la empresa con la comunidad.*
4. *Cuidado y preservación del medio ambiente.*

De acuerdo a la convocatoria publicada por Cemefi esta es la lista de empresas que pueden participar así como exceptuadas a obtener el **ESR** ®

**Requisito:** ser una Empresas privada, legalmente constituida o personas físicas con actividad empresarial que opere en México, de cualquier tamaño y sector productivo.

**Pueden participar bajo una de las siguientes categorías:**

<sup>21</sup> <http://www.cemefi.org> Consultado el 9/05/2013 - 2:00 pm.

<sup>22</sup> <http://cemefi.org/RSE/esta-abierta-la-convocatoria-del-distintivo-esr-2013.html> Consultado el 9/05/2013 - 3:49 pm.

- Empresas grandes.
- Empresas micro, pequeñas y medianas que participan de forma independiente.
- Empresas micro, pequeñas y medianas participando a través del programa Cadena de valor (proveedores PyMEs), invitados por una ESR grande.

#### **Las empresas exceptuadas:**

- Empresas tabacaleras.
- Centros de apuestas y casinos.
- Empresas del sector público o con algún tipo de participación gubernamental.

En <http://www.cemefi.org>. Se encuentran todos los tramites y requisitos que las empresas deben cumplir para la obtención del distintivo **ESR**®

### **1.15 .- Organismos Acreditadores.**

Los organismos acreditadores del distintivo ESR en México tienen como objetivo primordial el desarrollo de la responsabilidad social, así como es la difusión de prácticas de responsabilidad social que llevan a cabo las empresas pertenecientes a este distintivo.

Los organismos acreditadores Adicionalmente, brindan herramientas e información especializada que se han convertido en el vehículo principal para guiar a las empresas y organizaciones rumbo al camino de empresas socialmente responsables.

Aliados Estratégicos<sup>23</sup>

- Red Interamericana de Responsabilidad Social Empresarial.
- La Alianza por la Responsabilidad Social en México (AliaRSE).

<sup>23</sup> <http://www.cemefi.org/Table/Aliados-Estrategicos>. Consultado el 9/05/2013 - 5:00 pm.

- RedEAmérica.
- Forum Empresa.
- Global Partner Network.

**Datos Generales.-Red Interamericana de Responsabilidad Social Empresarial<sup>24</sup>.**

<b>Creada</b>	La organización chilena VINCULAR junto con el Centro para el Ciudadano Corporativo del Boston College y Uniethos.
<b>Alianzas</b>	Instituciones académicas y de investigación vinculadas a esta temática. Para su implementación y desarrollo ha contado con el apoyo de la Fundación Interamericana (IAF).
<b>Objetivo</b>	Favorecer el intercambio de conocimientos y facilitar el diálogo entre líderes de negocios, académicos y miembros de la sociedad civil.

**Datos generales.- La Alianza por la Responsabilidad Social en México (AliaRSE)<sup>25</sup>.**

<b>Integrada</b>	Consejo Coordinador Empresarial (CCE), la Confederación Patronal de la República Mexicana (Coparmex), la Unión Social de Empresarios de México (Confederación USEM), IMPULSA, Caux Round Table, el
------------------	--

<sup>24</sup><http://www.cemefi.org/Table/Aliados-Estrategicos>. Consultado el 9/05/2013 – 5: 30 pm.

<sup>25</sup> [www.aliarse.org.mx](http://www.aliarse.org.mx) & <http://www.cemefi.org/Table/Aliados-Estrategicos> Consultado el 9/05/2013 – 5: 40 pm.

	<p>Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi), la Confederación de Cámaras Industriales de México (Concamin), la Cámara Nacional de la Industria de Transformación (Canacintra), el Comité Nacional de Productividad e Innovación Tecnológica, A.C. (Compite), la Cámara Mexicana de la Industria del Construcción (CMIC), la Cámara Nacional de Comercio de la Ciudad de México (Canaco), y el Instituto Mexicano de Ejecutivos de Finanzas (IMEF).</p>
<b>Misión</b>	<p>“Promover la cultura de Responsabilidad Social Empresarial para el bien ser y el bienestar de todos los mexicanos”.</p>
<b>Visión</b>	<p>“Lograr que la empresa sea y se perciba como creadora de valor y generadora de bienestar que promueve el bien común, por medio del ejercicio de su Responsabilidad Social, apalancando, coordinando y facilitando la sinergia de los esfuerzos de nuestras organizaciones en beneficio del país y en particular de nuestros miembros”.</p>
<b>Lineamientos estratégicos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Proponer y apoyar metodologías para la implementación de la Responsabilidad Social Empresarial.</li> <li>● Definir indicadores y medir avances de impacto en la empresa y la sociedad.</li> <li>● Lograr el fortalecimiento institucional de cada uno de los miembros de AliaRSE en torno al tema de</li> </ul>

Responsabilidad Social Empresarial.

- Definir las aportaciones de cada organización miembro en cuanto a Responsabilidad Social Empresarial.

### Datos generales.- La Red Interamericana De Fundaciones Y Acciones Empresariales Para El Desarrollo De Base (REdEAmérica).<sup>26</sup>

<b>Creación</b>	Fue creada en septiembre de 2002, en Miami.
<b>Función</b>	Promover el Desarrollo de Base, entendido como el fortalecimiento de las capacidades de acción colectiva de los ciudadanos pobres y la creación de un ambiente institucional propicio que facilite la participación de las organizaciones en la deliberación pública.
<b>Miembros</b>	Conformada por Fundaciones Empresariales y Empresas que cuentan con programas de desarrollo de base y el denominado Alianzas Fondo Global. Hoy cuenta con 70 organizaciones de origen empresarial que hacen inversión social privada en 11 países de América Latina.

### Datos generales.- Forum Empresa<sup>27</sup>

<b>Creación</b>	Forum Empresa es una alianza de organizaciones empresariales enfocadas en la Responsabilidad y
-----------------	--

<sup>26</sup> <http://www.redeamerica.org/RedEAmerica.aspx> & <http://www.cemefi.org/Table/Aliados-Estrategicos>  
Consultado el 9/05/2013 6:00 pm.

<sup>27</sup> [http://www.empresa.org/index.php?option=com\\_content&view=article&id=56&Itemid=102](http://www.empresa.org/index.php?option=com_content&view=article&id=56&Itemid=102) Consultado el 9/05/2013 - 6:20 pm.

	Sostenibilidad Empresarial. Creada en el 1997
<b>Objetivo</b>	Es la promoción de prácticas de negocio responsable y la creación de una comunidad empresarial innovadora y sostenible en el continente americano, desde Estados Unidos hasta Chile.
<b>Misión</b>	“Responsabilidad y Sostenibilidad Empresarial significan para nosotros una nueva forma de hacer negocios, en la cual las compañías manejan sus operaciones de manera más responsable y sustentable con respecto a la economía, la sociedad y el medioambiente”.
<b>Visión</b>	“Una sociedad más equitativa y sostenible a partir de acciones responsables por parte de las empresas”.
<b>Miembros</b>	Instituto Ethos de Empresas de Responsabilidad Social, Acción RSE, El Consejo Empresarial Colombiano para el Desarrollo Sostenible – CECODES-, La Asociación Empresarial para el Desarrollo, AED, El Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social, CERES, Business for Social Responsibility (BSR), La Fundación Empresarial para la Acción Social, FUNDEMAS, La Fundación hondureña de Responsabilidad Social Empresarial, FUNDAHRSE, El Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi), La Unión Nicaragüense para la Responsabilidad Social Empresarial, uniRSE, SumaRSE, Perú 2021, DERES.

**Datos generales.- Global Partner Network<sup>28</sup>**

<b>Función</b>	CSR360 es una red de organizaciones independientes que trabajan en el enlace negocio-sociedad para accionar el negocio hacia el bienestar. La red ofrece una infraestructura de experiencia y apoyo local a través de las cuales las compañías y los miembros pueden implementar campañas y programas exitosos.
<b>Objetivo</b>	El principal objetivo es promover la Ciudadanía Corporativa, la inversión social corporativa, y ampliar la agenda de la Responsabilidad Social Corporativa.
<b>Misión</b>	<p>Desarrollar una red de miembros que traben juntos para:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Compartir e incrementar la conciencia de la práctica del negocio responsable.</li> <li>2. Cooperar en objetivos y proyectos comunes.</li> <li>3. Propiciar el cambio hacia la sustentabilidad del negocio y la sociedad.</li> <li>4. Fortalecer y construir el desarrollo de capacidades de los miembros.</li> </ol>

<sup>28</sup> <http://www.cemefi.org/Aliados-Estrategicos/global-partner-network.html> Consultado el 9/05/2013 – 7:00 pm.

**Visión**

Una red de socios trabajando en el campo de la Responsabilidad Social Corporativa, inspirando y vinculando negocios que coadyuven a la construcción de un mundo más sustentable y justo.

Cemefi en su sitio de internet [www.cemefi.org](http://www.cemefi.org) da a conocer la lista de Consultores acreditados en Responsabilidad Social de manera oficial por dicha organización. Entre la información que menciona en la lista se encuentran los siguientes datos: nombre del contacto, empresa a la que pertenecen y el área de especialización.

### **1.16 Organizaciones Empresariales Afiliadas a la Responsabilidad Social.**

En cada una de estas páginas se pueden encontrar las empresas afiliadas en cada país y que por tanto han asumido los criterios de RSE, así como sus proyectos, enfoques, criterios y alianzas. Pueden ser una base para la búsqueda de Alianzas. Afiliadas a la red continental promovida por el BID en la actualidad hay 3500 empresas operantes en América.

Para compartir y difundir la información disponible sobre esas redes se presenta la siguiente Tabla clasificándola por países incluyendo sus respectivas website.

<b>PAÍS</b>	<b>NOMBRE DE LA RED</b>	<b><u>PÁGINA WEB</u></b>
Argentina	Instituto Argentino de RSE	<a href="http://www.iarse.org">www.iarse.org</a>
Argentina	Fundación del Tucuman	<a href="http://www.fundaciondeltucuman.org.ar">www.fundaciondeltucuman.org.ar</a>
Bolivia	Consejo Boliviano de RSE (COBORSE)	<a href="http://www.coborse.org">http://www.coborse.org</a>

Brasil	Instituto ETHOS	<a href="http://www.ethos.org.br">www.ethos.org.br</a>
Canadá	CBRS	<a href="http://www.cbsr.bc.ca">www.cbsr.bc.ca</a>
Chile	ACCION RSE	<a href="http://www.accionrse.cl">www.accionrse.cl</a>
Colombia	CCRE	<a href="http://www.ccre.org.co">www.ccre.org.co</a>
El Salvador	FUNDEMAS	<a href="http://www.fundemas.org">www.fundemas.org</a>
Estados Unidos	Business for Social Responsibility	<a href="http://www.bsr.org">www.bsr.org</a>
Guatemala	Centrarse	<a href="http://www.centrase.org">www.centrase.org</a>
Honduras	FUNDAHRSE	<a href="http://www.fundahrse.org">www.fundahrse.org</a>
México	ALIARSE	<a href="http://www.cemefi.org">www.cemefi.org</a>
Nicaragua	Fundación Roberto Terán	<a href="http://www.teran.com.ni">www.teran.com.ni</a>
Panamá	INTERGRARSE	<a href="http://www.integrarse.org.pa">www.integrarse.org.pa</a>
Paraguay	ADEC	<a href="http://www.adec.org.py">www.adec.org.py</a> <a href="http://www.rse.org.py">www.rse.org.py</a>
Perú	PERU 2021	<a href="http://www.peru2021.org">www.peru2021.org</a>
Uruguay	DERES	<a href="http://www.deres.org.uy">www.deres.org.uy</a>
Venezuela	Cedide	<a href="http://www.cedide.org.ve">www.cedide.org.ve</a>
Red Continental del BID	Forum Empresa	<a href="http://www.empresa.org">www.empresa.org</a>

<sup>29</sup>Tabla.- 1.2.Aliados a la RSE

<sup>29</sup> Fuente: [www.cicodi.org](http://www.cicodi.org) consultado 15/12/2010 7:00 pm.

## **CAPÍTULO II.- LA RSE EN MÉXICO.**

El siguiente capítulo busca presentar el desarrollo y alcances de la RSE en México, así como la lista de empresas Socialmente responsables.

Los antecedentes de la RSE en México están generalmente relacionados con la llegada de las grandes empresas en la parte norte del país.

Correa, Flynn y AmitRes (2004), mencionan que la RSE nació como iniciativa filantrópica, y evolucionó debido a que se dieron cuenta que la RSE solo es un segmento de la filantropía, y no es suficiente para promover avances sociales.

Correa, Flynn y AmitRes (2004), determinan que en México se deben de considerar los siguientes puntos dentro de la RSE:

- Ética empresarial.
- Calidad de vida(al interior de las empresas).
- Vinculación y compromiso con la comunidad y su desarrollo.
- Cuidado y preservación del medio ambiente.

Weyzig (2007. P. 4), afirma que la RSE todavía está en una etapa temprana en México, la mayoría de las empresas aun están estudiando las estrategias de la RSE.

Weyzig, también señala que aunque se ha dado un proceso lento en la cultura de las empresas y otros actores relacionados con respecto a este tema, la falta de cooperación entre los distintos sectores de la sociedad aun continúa limitada y esto sigue siendo un obstáculo para el desarrollo de la RSE en México.

Lo que es determinante es que la RSE en México es una realidad y ha alcanzado gran repercusión en algunas empresas, aunque por otra parte aun falta mucho compromiso y voluntad por parte de las empresas así

como la sociedad en general. Esta cuestión podría derivarse de la falta o escasa información que tiene el sector empresarial sobre el tema y los beneficios que conlleva la RSE.

Falta mucho camino por recorrer en México, pero cada día son más las empresas y organizaciones del sector público y privado que ambicionan obtener distintivo ESR que entregan las distintas asociaciones como CEMEFI, AliaRSE o el Pacto Mundial.

## 2.1.- Historia De La RSE En México.

De acuerdo a Alianza por la Responsabilidad Social Empresarial (AliaRSE)<sup>1</sup>, los orígenes de la RSE en México se remontan mediados del siglo XX. Asimismo AliaRSE señala que la Confederación Patronal de la República Mexicana (COPARMEX) y la, en ese entonces, Uniones Sociales de Empresarios de México, A.C. (USEM) son las pioneras en cuestiones de la RSE México. Su insistencia y aportaciones de elementos teórico-prácticos fueron indispensables para el desarrollo del concepto.

La tabla 1.2 muestra la orden en que se fundaron los distintos organismos pioneros de RSE en México.

AÑO	CONCEPTO	ACONTECIMIENTOS
1929	COPARMEX	Surgió en la ciudad de Monterrey la Confederación Patronal de la República Mexicana (COPARMEX).
1960	USEM	Nació la Unión Social de Empresarios Mexicanos (USEM), la cual provenía de la Unión de Empresarios

<sup>1</sup> <http://www.aliarse.org.mx/RseMexico.htm> Consultado el 10/06/2013 - 4:00 pm.

		Católicos fundada en 1957.
<b>1963</b>	FMDR	Apareció la Fundación Mexicana para el Desarrollo social (FMDR), creada por empresarios católicos quienes buscaban una solución al problema del campo mediante estrategias de promoción social.
<b>1963</b>	CEE	Se fundó el Consejo Coordinador Empresarial, organismo que agrupó cámaras de comercio, de la industria, etc. Objetivo: proporcionar directrices a las empresas para que asuman la responsabilidad social
<b>1988</b>	CNDH	Se estableció la comisión Nacional de los Derechos Humanos.
<b>1988</b>	CEMEFI	Creación del Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI), a partir de la iniciativa privada.

<sup>2</sup>Tabla 1.3 Elaboración propia

Pérez Chavarria, M. (2012), Dice que en la ciudad de Monterrey a principios del XX se fundaron grandes empresas que se transformaron en pilares de la economía del país. En ese entonces los empresarios se distinguieron de otros por sus preocupaciones sociales aunados a los de la empresas, mostraron preocupación por el bienestar de sus trabajadores entre los que se señalan están preocupación por la vivienda, brindar asistencia medica, escuelas entre otras.

<sup>2</sup> De acuerdo a la información obtenida: Pérez Chavarria, M. (2012)

El centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI) a partir de su creación se ha convertido en una herramienta importante a nivel internacional, la cual hasta la fecha es una de las organizaciones más reconocidas en México en los distintos sectores como el empresarial, gubernamental y académico. Después de la creación de CEMEFI se dieron una serie de acontecimientos dentro los cuales destacan los señalados en la siguiente <sup>3</sup>tabla 1.4.

<b>AÑO</b>	<b>CONCEPTO</b>	<b>ACONTECIMIENTOS</b>
<b>1997</b>	RSE	CEMEFI Crea el programa de RSE.
<b>2000</b>	Por Iniciativa de CEMEFI. Se suman: COPARMEX, USEM, Desarrollo Empresarial Mexicano y el Grupo Editorial Expansión.	Se lanzan la convocatoria para reconocer las Mejores Prácticas de RSE.
<b>2001</b>	Distintivo ESR 2001	Se lanza por primera vez la convocatoria para poder ostentar el Distintivo ESR 2001 y se entrega a 17 empresas.
<b>2001</b>	Se crea AliaRSE	Integrada por: Administración por Valores (Aval), COPARMEX, el Consejo Coordinador empresarial (CCE), Cemefi, la Confederación USEM e Impulsa (antes Desarrollo Empresarial Mexicano).
<b>2002</b>	CONCAMIN	CONCAMIN, el organismo de representación industrial se integra a AliaRSE.

<sup>3</sup> Tabla 1.4.\_ elaboración propia de acuerdo a información obtenida de <http://www.aliarse.org.mx/RseMexico.htm> Consultado el 10/06/2013 - 4:00 pm.

Jorge Villalobos Presidente Ejecutivo de CEMEFI<sup>4</sup>, hace una comparación de la RSE en México con respecto a Estados Unidos, en la cual menciona los siguientes datos:

<b>Prácticas de RSE</b>	
<b>México</b>	<b>Estados Unidos</b>
7300 organizaciones con actividades de RSE.	Más de un millón de empresas con RSE.
350 fundaciones donantes incluyendo programas corporativos empresariales.	80 mil fundaciones donantes.

Tabla 1.5 Elaboración propia de acuerdo a información obtenida de: <http://www.cemefi.org/RSE/faltan-mas-empresas-socialmente-responsables-cemefi.html> Consultado el 10/06/2013 - 5:00 pm.

De acuerdo a lo expuesto con anterioridad se puede llegar interpretar que la RSE en México cada día conquista un escalón más en la pirámide de prioridades de las empresas mexicanas. Las comparaciones con las empresas de los grandes países en potencia, son todavía muy marcadas, en México se sigue trabajando con paso firme para que en un futuro las listas de ESR sean igual de numerosas y se siga figurando entre los primeros lugares de empresas con mayor RSE, como es el caso de las empresas CEMEX y BIMBO.

<sup>4</sup> <http://www.cemefi.org/RSE/faltan-mas-empresas-socialmente-responsables-cemefi.html> Consultado 10/06/2013 - 5:00 pm.

## 2.2.- Las Empresas Con Mayor Responsabilidad Social En México.

Luis MaRam(2012), menciona que la revista Mundo Ejecutivo en conjunto con el Centro IDEARSE para la Responsabilidad y Sustentabilidad de la Empresa, de la Universidad Anáhuac, publico en la edición 2012 del ranking anual “Las Empresas con Mayor Responsabilidad Social en México”.

En el ranking anual de las Empresas con Mayor Responsabilidad Social en México se establecieron 7 temas de RSE a evaluar los cuales fueron:

1. Gobernanza de la Organización
2. Derechos Humanos
3. Prácticas Laborales
4. Medio Ambiente
5. Prácticas Justas de operación
6. Asuntos de los Consumidores
7. Participación activa y desarrollo de la comunidad

En el ranking publicado por la revista Mundo Ejecutivo figuran las siguientes empresas:

<b>1 BBVA Bancomer</b>	<b>3 Ford</b>	<b>11 Metlife</b>
<b>2 Cemex</b>	<b>4 HSBC</b>	<b>12 Nextel</b>
<b>2 Coca-Cola</b>	<b>5 Walmart</b>	<b>13 InterContinental Hotels Group</b>
<b>3 Grupo Bimbo</b>	<b>6 Alcatel-Lucent</b>	<b>14 Toshiba</b>
<b>4 Puma</b>	<b>7 Home Depot</b>	<b>15 Bio-Pappel</b>
<b>5 Banamex</b>	<b>8 Corporación GEO</b>	<b>16 J.Walter Thompson (JWT)</b>
<b>6 Volkswagen</b>	<b>9 Bank of America Merrill Lynch</b>	<b>17 Axtel</b>
<b>7 Telmex</b>	<b>10 Bridgestone</b>	<b>18 Avon</b>

Luis MaRam (2012) también señala que hay empresas con extraordinarias prácticas de RSE y que no son evaluadas.

Esto es una clara muestra que en México las empresas siguen avanzando y están trabajando en el tema de RSE, ya sean empresas nacionales o extranjeras.

Cabe destacar que en los primeros sitios podemos encontrar empresas orgullosamente Mexicanas como son cementos mexicanos que ocupan el segundo lugar y Grupo Bimbo que ocupa el tercer sitio respectivamente.

En lo que se esta totalmente de acuerdo con Luis MaRam (2012) es que solo es una lista como muchos más que se han publicado y se publicaran. Aunque hubiera una unión entre la ISO 26000, la GRI, Global Compact u otras organizaciones, para crear un nuevo listado "seguiría siendo sólo una instantánea, una foto de un momento, con una muestra determinada y un parámetro temporal".

### **2.3.- Empresas con mala practicas de RSE en México.**

Es increíble, lamentable y hasta vergonzoso que la realidad de las algunas empresas Mexicanas que figuran en los primeros lugares de prestigiosas listas de RSE, también se encuentren en los rankings de las empresas con menos ética a nivel mundial. Algunas de estas empresas son grandes monopolios y faltantes de ética y honestidad.

Si la Responsabilidad como tal es el poner principal cuidado y atención en lo que se dice y hace, y cumplir con nuestras obligaciones; entonces no se debería encontrar el nombre de estas empresas en las listas de ESR.

Se debería de hacerse una evaluación mas afondo y darle seguimiento tanto a las buenas prácticas pero con especial cuidado a las malas. El saber ¿Cómo? y ¿Qué? hacen las empresas para corregir estos errores, si es que realmente se corrige, debería ser un punto de referencia para figurar como ESR. Desde este punto de vista es aceptado reconocer las acciones de RSE a las empresas, pero es más importante demandarles con el mismo énfasis sus faltas.

En internet se puede encontrar varios sitios de interés que pueden orientar al consumidor con respecto a una empresa un ejemplo de esto es un website denomino <http://www.apestan.com> el cual es un sitio en que se pueden encontrar el ranking de las empresas con mayor quejas por parte de la sociedad en México.

Según menciona este website que, en algunos casos se puede ayudar al consumidor brindándoles información sobre empresas, personas y servicios que no ofrecen niveles adecuados de calidad en el producto o servicio, dicha información se puede identificar a través de las quejas que publican los usuarios(as). El ranking se genera a partir del número total de quejas de cada empresa. Este website tiene 30 mil visitantes al día y un total de casi 1 millón de visitantes únicos al mes.

Casos que sobresalen y llaman la atención por el número de quejas obtenidas en este website son: TELCEL (1411) en segundo lugar Telmex (816) estas estadísticas son desde 2007 a la fecha actual.

Estas cifras no son tan altas considerando que existen muchísimas mas personas con la misma queja y no la hace pública.

Leyendo algunos casos mencionados en este website, con más de uno se puede llegar a identificar o hemos estado cerca de personas en la misma situación.

Llama la atención el caso de Televisa quien es conocida como empresa líder en telecomunicación en México y que figura dentro de las listas de empresas socialmente responsables; el website asen alusión a un caso que lleva por nombre: **Televisa discrimina a niños discapacitados y causa muerte de una persona (Guadalajara, Jalisco, MEXICO)**. En el cual narra la discriminación que sufre una niña con parálisis cerebral en el foro de un programa de Televisa y como consecuencia ha esto pierde la vida en las mismas instalaciones un familiar de la pequeña.

Continuando leyendo los casos se encuentra que se hace referencia al **programa la Rosa de Guadalupe** de esta misma televisora como una mala influencia en los jóvenes, en días anteriores esto se puede comprobar al darse a conocer en las noticias locales de la ciudad de Chetumal Q. Roo una nota que afirmaba, que un grupo de jóvenes fingieron secuestro inspirado en dicho programa antes mencionado. Y es que los contenidos del programa son muy ilustrativos y no se toma a consideración que no todos los jóvenes tienen la misma capacidad para apreciar el verdadero objetivo del contenido de dicho programa.

Por otro lado también tenemos el muy conocido caso de Wal-Mart, que por varias semanas acaparo las primeras planas en los medios de comunicación nacionales e internacionales. Debido a que se puso en evidencia los sobornos por parte de Wal-Mart a autoridades mexicanas para obtener el control del mercado.

Como estos casos mencionados, existen muchísimas más irregularidades en las empresas que no salen a la luz pública a través de los medios de

comunicación reconocidos y en ocasiones solo se dan a conocer de viva voz de los afectados a través de foros o blogs de opinión.

La RSE en México no debe ser vista como una herramienta que se deba usar como una cortina de humo que oculte la verdadera identidad de una empresa. Hay que recordar siempre que la verdad siempre sale a la luz pública, y que para que una empresa trascienda debe lograr un equilibrio entre todos sus actores, así como conducirse con ética y transparencia.

### **CAPÍTULO III.-RSE De Las Empresas.- Lo Que Dicen Y Hacen Las Empresas.**

Como ya se ha mencionado antes, para obtener el Distintivo ESR las empresas y organizaciones públicas y privadas se someten a un proceso de autodiagnóstico basado en indicadores que establece Cemefi.

Las empresas con el distintivo ESR tienen una responsabilidad muy importante, seguir fomentando la RSE con ellas mismas, con la sociedad en general y con el mundo empresarial, no solo en su país de origen sino también a nivel internacional.

Pero que es lo sucede cuando las empresas no hacen lo que dicen en cuestiones de RSE. Como ya se ha mencionado, las malas prácticas de Responsabilidad Social Empresaria dañan la imagen y reputación de la compañía así como también podrían causarles grandes pérdidas económicas e incluso la clausura de algunas de sus sucursales. Ejemplo de lo antes mencionado son los tan comentados casos Wal-Mart y Mattel.

Hay empresas en las que se encuentra discrepancia entre lo que dicen y hacen, y es que muestran una imagen encantadora y prestigiosa debida su posición como ESR, pero también son protagonistas de escándalos financieros, laborales, ambientales y sociales por su falta de responsabilidad.

Esta situación permite cuestionarse lo siguiente ¿Las empresas realmente son tan generosas como para interesarse y brindar su ayuda de manera desinteresada a la sociedad en general? Esta es una pregunta clave que puede ser el inicio para descubrir un posible lado oscuro de una empresa.

Quizás pueda ser muy difícil erradicar (mas no imposible) las malas prácticas de las empresas, sobre todo de esas grandes corporaciones, ya

que tienen el dinero y las influencias suficientes para poder hacer pasar por alto ciertas irregularidades en las que están involucradas, pero hay que empezar a quitarse la mentalidad de **que le vamos hacer**, como sinónimo de resignación, y es que es común ver o escuchar, que hay quienes no se asombran con este tema y piensan que esto es algo natural que pasa en todas las empresas. Hay que tener en cuenta que las empresas llegan hasta donde el consumidor les permite, que para que una empresa exista tiene que existir un consumidor. Es decir se tiene que dejar de adquirir productos de empresas que se sabe (por que estudios lo demuestran) que realizan malas practicas de RSE.

Si se empieza a tomar interés de saber que hay mas allá de la imagen ilustrativa y agradable que anuncian las empresas en los medio de comunicación podrían hacerse grandes cambios.

Para conocer cuáles son algunas prácticas de responsabilidad social que llevan acabo las empresas del ámbito nacional mexicano estudiaremos los siguientes casos de las empresas: **Grupo BIMBO y CEMEX**

Conoceremos un poco de su historia, así como sus compromisos con sus respectivos grupos de interés. Mencionaremos algunos casos en los que su imagen como ESR deja mucho que desear.

### **3.1.- Grupo Bimbo**

Grupo Bimbo es una empresa orgullosamente Mexicana desde 1945, desde esta época a la fecha a cosechados grandes éxitos, entre los que se encuentran ser la mayor compañía mundial de fabricación de pan.

Bimbo es de las empresas Mexicanas que ocupan de los primeros lugares en las listas de ESR.

Según la información obtenida del website expoknews<sup>1</sup>; Grupo Bimbo esta dentro de las 20 marcas favoritas del mundo, sus productos se han logrado posicionar dentro de los más consumidos y preferidos por los consumidores. Datos obtenidos a través del estudio Brand Footprint 2012, dicho estudio realizado por la firma de investigación de mercados Kantar Worldpanel ha 38 países y más de 823 millones de hogares.

El estudio Brand Footprint 2012 permite conocer que tan elegidas son las marcas y cuales son las que han sido compradas por más consumidores de forma más frecuente, tanto a nivel mundial como nacional.

A continuación se mencionara datos que hacen referencia al origen y la naturaleza de Grupo Bimbo, cuya fuente de información es el website de la empresa <http://www.bimbo.com.mx>.

## **GRUPO BIMBO<sup>2</sup>**

Grupo Bimbo es la principal industria de alimentos de México y la empresa líder de panificación a nivel mundial.



### **Misión**

Alimentar, deleitar y servir a nuestro mundo. Buscamos ser una empresa altamente productiva y plenamente humana.

### **Propósitos**

Hacer de nuestro negocio un negocio, ser productivos. Alcanzar los niveles de rentabilidad establecidos.

Lograr un creciente volumen y participación de nuestras marcas. Estar cerca de nuestros consumidores y clientes, ellos son nuestra razón de ser.

<sup>1</sup> <http://www.expoknews.com/2013/05/13/coca-cola-y-bimbo-favoritas-en-el-mundo/> Consultado el 12/06/2013 - 9:00 am.

<sup>2</sup> <http://www.bimbo.com.mx> consultado el 28/11/2011- 10:26 am.

Buscar que nuestro personal se desarrolle y realice plenamente (vivir nuestra filosofía). Orientados permanentemente a aprender.

Asegurar la operación en un adecuado ambiente de control (información, sistemas y confianza). Participación y autocontrol.

### **Filosofía**

Nuestra Misión es la guía de todas nuestras acciones.

El perseguir su logro día con día y el que diariamente avancemos en Nuestros Propósitos constituye nuestra razón de ser como empresa.

Nuestros Principios y Valores son los que nos dan la Personalidad, la forma de ser. Los Valores sólo se entienden en conjunto como un complemento integral.

Representamos a cada uno de los Valores con los colores primarios y secundarios.

En el centro de todos, como principio fundamental, está la Persona, origen y fin de nuestra acción.

### **Comprometidos con tu Salud**

En Grupo Bimbo siempre nos hemos preocupado por promover la adopción de un estilo de vida saludable, que incluye tanto una alimentación correcta como la práctica frecuente de actividad física. A través del programa “Comprometidos con tu Salud” hemos realizado acciones concretas en cinco áreas:

1. Productos
2. Educación en Salud y Nutrición
3. Fomento y Promoción de la Actividad Física
4. Alianzas Estratégicas e Investigación

## 5. Empresa Ejemplar

### **Responsabilidad social del grupo Bimbo**

Grupo Bimbo ha establecido estrategias de RSE, cuyo objetivo es brindar apoyo los desafíos que enfrentan la sociedad y el medio ambiente en el cual se encuentra involucrado.

- **Comprometidos con el Medio Ambiente**

En Grupo Bimbo hemos reconocido desde nuestros inicios un compromiso y una responsabilidad hacia el cuidado del medio ambiente y de nuestro planeta, así como el impacto que nuestras acciones puedan tener en todos nuestros grupos de interés.

A través del Programa Comprometidos con el Medio Ambiente dirigimos nuestros esfuerzos en materia ambiental a 5 líneas de acción: ahorro de energía, reducción de emisiones, ahorro de agua, manejo integral de residuos sólidos y responsabilidad social en materia ambiental.

- **Comprometidos con Nuestra Sociedad**

Nuestro objetivo principal es apoyar actividades encaminadas a incorporar el compromiso social a favor de las comunidades vulnerables, buscando optimizar el esfuerzo en programas que apoyan el medio ambiente, la salud, la nutrición, la educación y la cultura de la sociedad, sobre todo de niños e indígenas.

En Grupo Bimbo aportamos donativos a las diversas instituciones con las que trabajamos, que pueden ser en especie o económicos.

- **Comprometidos con Nuestros Colaboradores**

Nuestro principal valor es la persona. La rama más importante de la estrategia de Responsabilidad Social del Grupo, es aquella que se refiere a nuestra responsabilidad al interior de la empresa de contribuir con el

bienestar, el desarrollo y la mejora de la calidad de vida de nuestros colaboradores.

Hemos sido reconocidos como “La Marca con Mayor Responsabilidad Social”, de acuerdo con un estudio realizado por las consultoras HSM y Millward Brown.

En Grupo Bimbo nos esforzamos por dignificar el trabajo, mejorar nuestra cultura organizacional y ofrecer un lugar extraordinario para trabajar.

A pesar de que Bimbo pregona que una empresa trascenderá si se desenvuelve en un ambiente sano, enfrenta demandas por comercialización en varios países.

De acuerdo a los puntos de RSE de Bimbo descritos textualmente con anterioridad se puede comentar con respecto a su compromiso con la salud y la sociedad, que si bien ha realizado grandes aportaciones en este rubro, la realidad es que la empresa Bimbo también ha carecido de ética en ese sentido. En el año 2009 se dio a conocer que Bimbo enfrentaba una demanda tanto en Perú como en México por la comercializar productos que no cumplían con la característica principal con la que se ofrecía al público, es decir ofrecía productos que afirmaban ser integrales y la realidad es que estaban elaborados a base de harina refinada. Bimbo ofrecía sus productos bajo una publicidad engañosa, no le importo engañar al consumidor con tal de incrementar sus ganancias y conquistar nichos de mercado tanto en México como en Perú. Bajo esta perspectiva su falta RSE hacia la salud y la sociedad deja mucho que desear, y no se contrarrestar lo grave de sus acciones con las aportaciones de RS que ha realizado en estas áreas.

Aunado a esto tres años otras Bimbo también enfrento demandas de comercialización que la mara Sobritas de Pepsico le interpuso por el año 2006.

Pese a que Bimbo México cometió errores graves en la comercialización de productos o servicios en años anteriores, sigue estando en los primeros lugares de listas de empresas con mayor responsabilidad social en México, situación que es contrastante debido a que también se encuentra en listas de empresas de malas prácticas de RSE.

No se puede dejar de ver y aplaudir las buenas acciones de grupo Bimbo hacia la sociedad y medio ambiente, pero tampoco se pueden ignorar las irregularidades en las que se visto involucrada. ¿Que mas habrá detrás de la RSE de Grupo Bimbo?

### **3.2.- CEMEX.-Cementos Mexicanos S. A. DE C. V.**

A continuación se mencionara datos que hacen referencia al origen y la naturaleza de CEMEX, cuya fuente de información es el website de la empresa <http://www.cemex.com>.

**CEMEX** (cementos mexicanos) fue fundada en México en 1906 y ha llago hacer ser una de las empresas globales líderes en nuestra industria, tiene bajo sus filas cerca de 47,000 empleados en todo el mundo.

Ofrece productos de alta calidad y servicios confiables a clientes y comunidades en América, Europa, África, Medio Oriente y Asia. Comercializa sus productos a mas 50 países y mantiene relaciones comerciales en más de 102 naciones.



#### **Enfoque**

Se orienta a seguir siendo la mejor opción como proveedor, empleador y socio.

## **Valores**

Nuestros valores definen el carácter de nuestra compañía tanto como los productos y servicios que llevan la marca CEMEX. Los valores que forman los cimientos de nuestra organización son:

### **Colaboración**

“Trabajamos con otros en la búsqueda colectiva de la excelencia. La colaboración es la base de todas nuestras relaciones. Colaboramos con nuestros clientes, colegas, proveedores y otros socios y aliados para lograr metas compartidas.”

### **Integridad**

“Actuamos con honestidad, integridad y respeto por todas las personas y organizaciones con las que interactuamos.”

### **Liderazgo**

“Buscamos ser líderes no sólo en la industria de los materiales para la construcción sino también en todas nuestras relaciones. Somos una compañía con una fuerte visión del futuro basada en la sustentabilidad, excelencia e innovación. ”

### **Ética**

“Nuestro Código de Ética nos permite comunicar de forma rápida y clara nuestros valores y conducta corporativa a nuestros empleados. El comportamiento ético es clave para el éxito de CEMEX.”

### **Normatividad**

“Normatividad significa actuar conforme a la letra y el espíritu de la ley, de nuestro Código de Ética y de nuestras políticas internas. En CEMEX, debemos cumplir con todas las leyes y políticas que nos aplican, sin excepción. La importancia de este principio no se puede minimizar: si

transigimos en asuntos que percibimos como pequeños o poco relevantes, cruzamos un umbral que fácilmente nos puede llevar a acciones más graves, poniendo en riesgo tanto nuestra situación personal como la de la empresa, y afectando gravemente nuestra cultura corporativa."

Con respecto a sus grupos de interés Cemex busca siempre estar en constante comunicación para obtener las impresiones de primera mano sobre las sobre las necesidades más apremiantes de la sociedad y coadyuvar a sus soluciones.

CEMEX determina 5 grupos de interés:

1. Nuestra Gente
2. Vecinos
3. Socios Comerciales
4. Clientes
5. Mundo

### **Descripción de la Relación con Grupos de Interés<sup>3</sup>**

#### **Nuestra Gente**

En CEMEX, nuestra gente es parte central de nuestro negocio y éxito. Con sus aportes, energía y visión seguimos construyendo nuestro futuro y competitividad en la industria de materiales para la construcción. Por consiguiente, tenemos un interés permanente en mejorar el ambiente laboral y rodearnos de empleados comprometidos que guíen a la compañía hacia una cultura sustentable de alto desempeño.

Además de nuestra meta de ser la mejor opción como empleador, una empresa donde los empleados se sientan orgullosos de trabajar, buscamos

---

<sup>3</sup> <http://www.cemex.com/ES/DesarrolloSustentable/RelacionGruposDeInteres.aspx> consultado el 28/11/2011

aumentar el potencial de nuestros empleados al proporcionarles un ambiente de trabajo seguro y saludable, así como oportunidades de desarrollo continuo que les resulten interesantes y desafiantes. Hacemos nuestro mayor esfuerzo por hacer de CEMEX no sólo una empresa exitosa sino un gran lugar para trabajar.

### **Vecinos**

En CEMEX, nos esforzamos por ser un buen vecino y un miembro activo y positivo de las comunidades donde operamos. Para cumplir con este objetivo y acercarnos más a nuestra visión de construir juntos un mundo inteligente con los grupos de interés, procuramos reducir nuestro impacto ambiental local y crear relaciones sólidas de largo plazo con los integrantes de las comunidades, con el fin de contribuir a su desarrollo social y económico.

### **Socios Comerciales**

En CEMEX, buscamos proveer materiales de construcción innovadores de calidad que aporten beneficios sociales y resulten más seguros, rentables y sustentables. Nuestra visión es desempeñar un papel de liderazgo en la industria de la construcción sustentable. Sin embargo, reconocemos que no podemos lograr lo anterior por nuestra cuenta, ya que dependemos del apoyo y participación de nuestros socios comerciales en la cadena de valor, principalmente nuestros proveedores y clientes, incluyendo distribuidores y quienes se abocan a la autoconstrucción de su vivienda. Queremos colaborar con ellos para contribuir a la consolidación de una industria de la construcción sustentable y así construir juntos un mundo inteligente.

## **Clientes**

Queremos ser el proveedor preferido de nuestros clientes, ya sea de las grandes compañías constructoras o de personas que construyen su propia casa, brindando soluciones de construcción más eficientes, sin importar el tamaño de su proyecto. Buscamos comprender claramente las necesidades del cliente y garantizar que tenemos el producto para satisfacerlas.

## **Mundo**

Como ciudadano global, comprendemos y aceptamos nuestra responsabilidad para atender algunos de los desafíos sociales más complejos, incluyendo el cambio climático y el acceso a vivienda e infraestructura comunitaria. Lo anterior requiere estar en contacto continuo con la sociedad civil, gobiernos y legisladores, instituciones académicas y los medios. Escuchamos las inquietudes de los grupos de interés alrededor del mundo para garantizar que estamos a la altura de nuevos desafíos presentados por la sustentabilidad.

## **Crecimiento con responsabilidad social<sup>4</sup>**

CEMEX menciona que el crecimiento y la RSE de la empresa están vinculados. Durante casi 100 años, han contribuido al bienestar y calidad de vida de las comunidades y empleados, así como minimizar el impacto ambiental de sus actividades empresariales.

Asimismo CEMEX señala que la RSE es mas que una meta, es un proceso permanente y esencial, que crece y se fortalece año con año.

---

<sup>4</sup> <http://www.cemexmexico.com/DesarrolloSustentables/ICR02/cr.asp> consultado el 30/11/2011- 10:00 am.

### **3.3.- Estudio De Caso De La Empresa CEMEX.**

En México la industria de materiales de la construcción es una actividad económica productiva importante y ha tenido una gran demanda en el país debido a la satisfacción de las necesidades de la población en cuestión de fabricación de viviendas, escuelas, edificios, etc.,

Por otra parte la creciente demanda de la actividad de la industria de materiales de la construcción tiene sus desventajas debido a que ha generado estragos en la calidad de vida de la población, y contribuye a la contaminación del medio ambiente. Por ejemplo: en la fabricación del cemento, se liberan sustancias químicas, los cuales perjudican al ambiente y a las personas que habitan en las poblaciones cercanas de las fábricas de cemento y sus derivados, entre las enfermedades más comunes que pueden presentar la población al inhalar las sustancias que liberan las fábricas de cemento son la gripe.

En la actualidad las empresas tiene que enfrentarse a la existen nuevos retos y conflictos a superar debido a la actividad que realizan y la globalización.

Con base en lo antes mencionado se hace un estudio de caso a la empresa CEMEX, se mostrará cómo ha logrado afrontar los retos que le trae ser una empresa con el distintivo ESR debido a su actividad como empresa productora de materiales de construcción. Responderemos dos principales preguntas: ¿CEMEX realmente ha contribuido con la sociedad en general para ser merecedora al distintivo ERS? ¿Qué es lo que ha hecho para contrarrestar los efectos negativos de su actividad y no se vea afectada su imagen como empresa socialmente responsable?

CEMEX es la empresa más importante de materiales de construcción y el mayor productor de concreto en el mundo. Esta altamente comprometida

con la responsabilidad social ha creado y desarrollado diversos programas de apoyo para sus grupos de interés o "stakeholders" los cuales incluye a accionistas, acreedores, empleados, clientes, la comunidad y el público en general, así como para prevenir y contrarrestar el daño al medio ambiente.

La empresa se ha visto beneficiada en términos de imagen y ha obtenido el reconocimiento no solo de la sociedad, también frente a grupos de interés, así como de organismos acreditadores de responsabilidad social como el CEMEFI.

Sin embargo la actividad productiva de la empresa ha sido motivo para la existencia de conflictos de intereses entre los distintos grupos, es decir por una parte puede aumentar el bienestar de algunos grupos de interés y causar daños a otros.

En la producción de materiales de construcción de la empresa CEMEX, se mencionan términos como calidad, desarrollo de infraestructuras, los mejores avances tecnológicos y una de las actividades económicas importantes del país, pero por otro lado no podemos dejar de mencionar los impactos negativos y el daño producido por la empresa productora de cemento durante los procesos industriales de sus productos, tales como: la contaminación al medio ambiente, la explotación de los recursos naturales, la afectación a la calidad de vida de los trabajadores y a la población en general, por mencionar algunas.

Cemex aparte de ser considerada por algunos grupos sociales como una empresa altamente contaminante, también se le ve como un monopolio mundial del cemento.

Si bien es cierto, la realidad es que CEMEX y la mayoría de las empresas industriales productoras de materiales de construcción si es que no todas, son empresas contaminantes y sus acciones de producción generan

efectos nocivos o negativos para los distintos sectores del entorno en que desarrollan su actividad. Sin embargo muy pocas empresas se preocupan realmente por tomar cartas en el asunto e invertir en tecnología de vanguardia o métodos para disminuir y contrarrestar dichos efectos como lo ha demostrado CEMEX ante autoridades a través de distintos medios como sus reportes anuales, comunicados de prensa, en su sitio de internet entre otros.

En el caso de CEMEX como monopolio en la industria de cemento tenemos que mencionar que en el artículo 28 de nuestra Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos establece que quedan prohibidos los monopolios así como las prácticas monopólicas. Con base en eso podemos decir que legalmente CEMEX no es un monopolio aunque su posición y comportamiento en el mercado pueda señalar lo contrario.

Sin embargo CEMEX se ha preocupado por contrarrestar la polémica que ha desatado con respecto a su monopolio y como empresa contaminante para que en un momento dado no se vea afectada su imagen de empresa socialmente responsable.

CEMEX, debido a su estrategia de entrar a los mercados en desarrollo, entre otras ha ido ganando terreno hasta convertirse es la tercera empresa cementera más importante en el mundo.

Tiene como ventaja competitiva que se ha posicionado como una de las empresas líderes a nivel mundial y como tal usa esta ventaja para influir en la industria cementera, estableciendo estándares tanto en calidad como en precios, esto hace que las empresas que quieran competir en el mismo mercado se vayan adaptando a estos parámetros, los cuales muchas empresas no pueden alcanzar y competir, quedándose rezagadas debido a estas barreras de entradas. Por otro lado las barreras de entrada y la

competencia imperfecta existen en todos los mercados no solo en la industria del cemento.

CEMEX ha creado métodos que le han permitido un ambiente de desarrollo sostenible, las distintas iniciativas de responsabilidad social han beneficiado de manera mutua a la empresa como al sector en el que desarrolla su actividad.

Estas son algunas de las actividades que realiza CEMEX para contrarrestar el impacto negativo de actividad.

En cuanto al aspecto de contaminación CEMEX menciona textualmente en su sitio de internet.

“Buscamos reducir la necesidad de utilizar canteras, optando por materias primas alternas; y, por otra parte, planeamos responsablemente las actividades de extracción, valorando el impacto ambiental y social que ello conlleva, al tiempo que protegemos las especies endémicas durante la vida útil del sitio. Terminada nuestra operación, nos encargamos de restaurar las áreas, introduciendo especies regionales fomentando el desarrollo de la biodiversidad.”

Otros de sus principales objetivos es proveer a familias de escasos recursos, mediante el desarrollo sostenible, el autoempleo y soluciones accesibles para mejorar aspectos como la educación, la salud, la vivienda, la infraestructura y la alimentación.

Con la creación del programa CEMEX Cerca de ti le permitió a la empresa establecer relaciones de colaboración y desarrollo social.

Cemex construye Centros de desarrollo comunitario en los que promueven el desarrollo social y económico de las comunidades vecinas a sus operaciones de cemento. En estos centros comunitarios se brindan la oportunidad de aprendizaje y convivencia con un enfoque hacia el

desarrollo de proyectos productivos que les permitan desarrollar habilidades que mejoren la economía familiar.

Distinto de las buenas acciones de CEMEX que se mencionaron con anterioridad, se encuentra el lado oscuro de la empresa que daña su imagen y credibilidad como ESR, esto hace alusión a que en años pasados se interpuso una demanda a Lorenzo H. Zambrano Presidente del Consejo y Director General Ejecutivo de CEMEX y a sus empleados de nivel directivo por el delito de fraude, dicha acusación fue interpuesta por los abogados de la Promotora de Hoteles Fema SA, por la venta de cemento de mala calidad para la construcción de un hotel de la cadena City Express. Esta acción realizada por los ejecutivos de CEMEX causo grandes pérdidas económicas a la Promotora de Hoteles Fema SA, además de poner en peligro la vida de los trabajadores de la obra y la de los futuros huéspedes del hotel.

A pesar de estas acciones reprobables CEMEX al igual que otras empresas que ha logrado obtener el distintivo ESR, se les fue otorgado dicho distintivo por que "han cumplido" con las normas y decálogo de responsabilidad Social que establece CEMEFI. Se ha preocupado por obtener las distintas certificaciones de calidad de sus productos, así como las certificaciones ambientales. Ha realizado acciones de desarrollo sustentable, ha implantado tecnología de primer nivel se ha preocupado por sus recursos humanos, financieros y materiales, estas entre otras acciones le han proporcionado a la empresa cementera una importante ventaja competitiva y el merecido distintivo ESR a través de los últimos 10 años.

Cemex debe tener presente que la mejora continua de sus planes de acción le permitirán contrarrestar los posibles impactos negativos de su actividad y conseguir llegar a un equilibrio entre las partes involucradas a esta. El desarrollo de programas de apoyo y la creación de herramientas e

instrumentos que le ayuden a promover la responsabilidad social es trabajo de todos los días.

En relación con lo expuesto con anterioridad se realizó el siguiente análisis FODA de la empresa CEMEX para conocer cuales son sus Fortalezas, Oportunidades, Debilidades Y Amenazas que tiene la empresa en el campo de la RSE.

### **Análisis FODA De CEMEX Con Respecto A Su RSE.**



Fuente: Elaboración propia

### **Fortalezas**

**Imagen como ESR.** La imagen que tiene CEMEX como empresa socialmente responsable le ha abierto las puertas a los mercados internacionales. Esto le permite ofrece sus productos de alta calidad y servicios confiables a clientes y comunidades en América, Europa, África, Medio Oriente y Asia.

**Tecnología de punta.** CEMEX cuenta con tecnología que emplea para asegurar la eficacia y el uso óptimo de las materias primas y promover una cultura de conciencia ecológica. Además que utiliza una plataforma tecnológica que le permite mantener con sus clientes una estrecha relación.

**Creación de apoyos a la comunidad.** Una de las Estrategias de la empresa CEMEX que le permite estar en las lista de ESR con la sociedad, es la creación de centros comunitarios en los que brinda apoyo a las personas para lograr un desarrollo social y económico.

**Contribuye al crecimiento económico.** CEMEX tiene la capacidad de contribuir a la economía de un país, pues genera fuentes de empleo.

**Implementación de estrategias para el cuidado del medio ambiente.** Uno de los puntos fuertes de CEMEX en cuestiones responsabilidad es su compromiso que tiene con el medio ambiente. Ha creado programas para atender el cambio climático del planeta.

## **Debilidades**

**La contaminación** que genera su actividad comercial, es un aspecto en el que tiene que trabajar la empresa todos los días, creando estrategias para contrarrestar los impactos negativos al medio ambiente y no comprometa su estatus como empresa responsable con el planeta.

**Altas expectativas de los consumidores hacia la empresa.** Entre mas grande es la responsabilidad social que brinda una empresa, mas altas son las exigencias del consumidor. La empresa esta en la mira de los distintos grupos de interés los cuales esperan que la empresa este en una constante aportación en pro de los sectores para necesitados.

**Los consumidores son cada vez más exigentes,** más maduros y no se conforman con solo con un buen precio, exigen mucho mas, por ejemplo, calidad en el servicio y producto, y que su elaboración no dañe al medio

ambiente. Sobre ese aspecto Cemex debe convencer a los consumidores de que sus productos están elaborados con los mejores estándares de calidad y que utiliza tecnología de punta que minimizan el daño al medio ambiente.

**Estrategias de RSE mal implementadas**, el caso de los microcréditos que ofrecían a las personas para apoyarlas a la construcción de sus viviendas esto afecto tanto a la empresa (la cual fue la mas afectada) que invertía sin obtener rentabilidad, como a las personas que obtuvieron este crédito por que la presión sobre ellas no se hacia esperar por parte de la empresa, entonces mas que un ayuda a la sociedad era un problema más que tenían sobre sus hombros por efectos de una estrategia mal encaminada.

## **Oportunidades**

**Imagen de empresa socialmente responsable** que ha logrado CEMEX le ha creado un valor competitivo, que permite la posibilidad de conquistar nuevos mercados.

**Constante Innovación.** CEMEX refuerza el compromiso y la responsabilidad que tiene con sus grupos de interés de comercializar productos para realizar casi cualquier tipo de construcción, sin importar el tamaño de su proyecto, esto mediante la creación de nuevos productos por lo menos una vez al año.

**Acceso a la tecnología de punta.** La empresa CEMEX tiene la oportunidad de adquirir tecnología de punta que le ayude a reducir el nivel de contaminación que se producen al desarrollar sus actividades.

**Desarrollo de recursos humanos.** CEMEX tiene la oportunidad de contar siempre con personal capacitado, debido a su compromiso con el trabajador de brindarle ayudar y capacitación para contribuir en su desarrollo profesión y económico.

## Amenazas

**Demandas hacia la empresa y hacia sus principales accionistas** por actividades relacionadas con el delito de fraude dañan la credibilidad de la empresa.

**La imagen de monopolio** en el mercado cementero con que la identifican algunos líderes de opinión, podría influenciar de forma negativa sobre la percepción que tenga la sociedad de la empresa, en consecuencia ha esto imagen la reputación de la empresa como ESR podría dañarse.

**La crisis económica de la empresa**, podría obligar a reducir presupuesto destinados a actividades de RSE y al despido de varios empleados.

**Ausentismo laboral**, por enfermedades derivadas de la contaminación que se produce en los centros de trabajo de la empresa, pondría en tela de juicio su compromiso como empresa responsable con la salud y sus trabajadores

En conclusión al caso CEMEX, es impresionante como es que esta empresa se ha introducido y posicionado en los mercados internacionales más importantes, gracias a su economía de escalas y las alianzas que va realizando con las empresas mejor posicionadas de los países con los que desarrolla actividades comerciales. CEMEX es una empresa orgullosamente Mexicana que ha sabido encontrar el vínculo que existe entre la RSE y los negocios y sobre esa base a realizado contribuciones importantes a la comunidad, al medio ambiente y al desarrollo sustentable de los casi 50 países con los que tiene relaciones comerciales.

## CONCLUSIÓN FINAL

La RSE juega un papel importante en la crisis de valores que se vive en el mundo, ya que provocan la transformación de las empresas que serán la base de las nuevas sociedades.

No hay un concepto unánime de la RSE, cada una las empresas la interpreta según sean sus intereses.

De acuerdo a los conceptos expresados a lo largo de la investigación, se puede definir que la responsabilidad social empresarial es el compromiso social adquirido de forma voluntaria por las empresas para con sus grupos de interés, buscando la mejora de las condiciones sociales, económicas y ambientales, a través de acciones responsables que corrijan los posibles impactos negativos que genera el desarrollo de su actividad.

La responsabilidad social empresarial busca formar empresas en equilibrio con ellas mismas, con la sociedad y por supuesto con el medio ambiente, cuyo objetivo vaya más allá del retorno de inversión a los accionistas.

En México la RSE es un tema emergente, se han hecho esfuerzos para la difusión, sin embargo sigue habiendo confusión con respecto al tema.

Es necesaria la creación de más fuentes de comunicación que sean más accesibles, que no solo busque informar y atraer a las organizaciones, sino también a la sociedad en general, extendiéndoles la invitación a sumarse para ser participes en el rol de responsabilidad con acciones de responsabilidad social individual.

La Responsabilidad Social debe ser inculcada, fomentada, promovida y comunicada, tanto a nivel individual como por organismos públicos y privados. La RS es tarea y compromiso de todos, no solo de las empresas,

debe ser inculcada desde casa, como uno más de nuestros principales valores, debemos tener en cuenta que formamos parte de una sociedad carente de buenas acciones. Como miembros de la sociedad tenemos la responsabilidad de conducirnos con ética y valores hacia nuestra familia, vecinos, medioambiente, con el entorno y consigo mismo e incitar a las empresas a que desarrollen prácticas comerciales responsables. Fomentar la RS en las escuelas mediante instituciones educativas más responsables con un sistema educativo de calidad a través del cual se les transmita valores y conocimientos necesarios para desempeñarse con ética en un futuro en el ámbito laboral. Promover la RS en las distintas organizaciones públicas o privadas a través de programas de responsabilidad y difundirla a través de todos los medios de comunicación de forma masiva para dar a conocer el trabajo realizado en beneficio de los distintos grupos de interés.

La responsabilidad social empresarial no es filantropía, es una postura que va más allá de las obligaciones impuestas por la ley.

No se debe confundir la RSE con la filantropía, donaciones, campañas altruistas o marketing con causa que realizan empresas para obtener algún beneficio para la marca. La RSE va más allá, es un compromiso que se debe adquirir buscando el beneficio y desarrollo de los grupos de interés y del medio ambiente sin pensar en los beneficios que esta claramente trae, respondiendo a los impactos ya sean positivos o negativos que conlleva su actividad, conduciéndose con ética y valores respetando las leyes y reglamentos que se establecen en cada país.

La RSE implica un cambio en la empresa, que abarca desde su misión, visión, objetivos y estrategias hasta el desempeño total de la empresa tanto interno como externo.

Una empresa socialmente responsable, es aquella que se preocupa por la sociedad, que respeta los derechos de los trabajadores, que sabe que

buenas condiciones de trabajo y un trato justo a los empleados generan eficacia y eficiencia. Un trabajador satisfecho mejora la productividad de la empresa y aumenta la calidad del servicio, debido a que se conducen al cliente con buena actitud y se logra un cliente satisfecho.

Una empresa responsable se preocupa por tener a sus clientes satisfechos mediante productos o servicios de buena calidad, con etiquetas que mencionen la información real de ingredientes con que son elaborados los productos, son las que buscan alternativas como las redes sociales para estar mas cerca de sus consumidores, obteniendo de primera mano las impresiones, quejas o sugerencias de los clientes, para darles respuesta en forma oportuna.

Las empresas se han dado cuenta que es mas benéfico desempeñarse en actividades de responsabilidad que proporcionen beneficios a la sociedad que realizar meras actividades comerciales. Para que la RSE sea exitosa debe traer beneficios mutuos tanto para la comunidad como para la empresa, sin olvidar que esta última tiene un objetivo de origen que es generar ganancias para sus accionistas.

Estos son tan solo algunos benéficos importantes que trae consigo la RSE: mejora la comunicación, motivación y la productividad en el trabajo, permite que la empresa sea mas competitiva, mejora la imagen y reputación de la empresa, fortalece relación con los stakeholders, crea acceso a nuevos mercados y uno de sus principales beneficios que deben considerarse como pilares de la RES, mejora las relaciones con las comunidades locales y la contribución positiva a un desarrollo sostenible. Como ya se ha mencionado, una vez que la institución es nombrada como empresa socialmente responsable tiene la obligación conducirse con ética y transparencia, de ser de forma contraria, puede otorgar importantes desventajas a la empresas.

Así como hay empresas responsables no ha de faltar alguna empresa que utiliza la RSE como sinónimo de “verse bien para ganar” logrando crear una imagen falsa con la cual consiguen ganar la aceptación del mercado y la sociedad.

Hay que ser congruente entre lo que se dice y se hace. En el mundo empresarial se pueden encontrar empresas (calificadas como responsables por índices y por premios otorgados por los distintos organismos acreditadores como el CEMEFI por mencionar alguno.) que elaboran detallados y extensos informes de responsabilidad social, mencionando sus acciones en pro de la sociedad, pero que tienen un lado oscuro que muy pocos conocen. Un ejemplo son las prácticas engañosas que realizan dentro y fuera de la empresa, empresas que aprovechan la corrupción que se vive en un país para obtener amparos y evitar pagar multas millonarias por comercializar productos de mala calidad que ponen en riesgo la salud de los consumidores (caso Grupo Bimbo), o que se escudan en que los empleados no realizan bien su trabajo para cubrir un despido injustificado y evitar pagar liquidaciones que por ley les corresponden. En ocasiones extremas donde desafortunadamente los empleados han perdido la vida o alguna extremidad del cuerpo argumentan que fue error humano, cuando la realidad es que la empresa no contaba con las medidas de seguridad necesarias para operar; estos tipos de empresas ven a la RSE solo como una estrategia de marketing más la cual a la larga les podría perjudicar seriamente a e incluso originar la extinción de la empresa, si se conoce la realidad de sus acciones.

En conclusión se comparte la opinión de algunos expertos que dicen que no existe una empresa que sea totalmente responsable, existen empresas con distintos grados de responsabilidad. Empresas como Cemex alcanzan

los niveles de responsabilidad social que se requieren para figurar entre los primeros sitios de listas de empresas socialmente responsables. Sin embargo al realizar sus acciones de producción está contaminando al medioambiente, dicha situación va a tener repercusiones en la salud de la población; entonces no es totalmente responsable, claro, se preocupa por utilizar tecnologías y materiales de vanguardia y de primera calidad que pueden causar un daño menor al entorno, pero al final de cuentas el daño esta hecho y no se puede reparar, solo contrarrestar. Algunas empresas tienen extraordinarios logros en su responsabilidad que son innegables, pero no son perfectas.

Finalmente, este trabajo comprueba que la Responsabilidad Social o Corporativa como también se conoce, es mucho más que un tema de moda, es un tema de debate con gran importancia y que puede hacer la diferencia hacia un país más sostenible para las generaciones futuras. Aunque desafortunadamente en México la Responsabilidad Social Empresarial todavía es un término confuso y son pocas las empresas que realizan acciones con índices de responsabilidad social, se ha dejado atrás esa visión de ganar o ganar sin importar las consecuencias que conllevara esta filosofía.

Las empresas que decidan adoptar el concepto de Responsabilidad Social dentro de su planeación estrategias deberán reflejar sus acciones en resultados.

No se debe olvidar que las empresas son creadas y dirigidas por individuos llamados empresarios, cuya responsabilidad debió ser o fue inculcada desde el seno familiar, para que en un futuro llamado "hoy" se cuente con empresarios con ética y valores, dirigiendo y guiando a las empresas con las mismas normas de conducta, hacia el camino de la RSE.

Se puede comenzar desde ahora a ser responsables con pequeñas o grandes acciones por ejemplo, respetando a nuestros padres, asistir puntualmente a la escuela, trabajar con honestidad, poniendo la basura en su lugar, ayudando quienes lo necesitan etc., solo así tendremos un México mejor, alejado de la corrupción, violencia, discriminación y contaminación del medio ambiente. Es necesario reflexionar acerca del futuro que queremos heredarle a las próximas generaciones.

La sociedad la conformamos un grupo de individuos y si individualmente somos responsables tendremos una sociedad responsable.

## BIBLIOGRAFÍA

### CAPITULO I

Alvarado, A. y Schlesinger, M. (2008). *DIMENSIONALIDAD DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL PERCIBIDA Y SUS EFECTOS SOBRE LA IMAGEN Y LA REPUTACIÓN: UNA APROXIMACIÓN DESDE EL MODELO DE CARROLI*. Estudios Gerenciales. Pag. 59.

Álvarez Moro, Onésimo. 13/08/2010. *LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL IMPACTA POSITIVAMENTE SOBRE LOS EMPLEADOS*. <http://www.elblogsalmon.com/mundo-laboral/la-responsabilidad-social-impacta-positivamente-sobre-los-empleados> Consultado el 15/11/2011.

Belén Ena Ventura, Susana Delgado González. *RECURSOS HUMANOS Y RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS*. Editorial Paraninfo.2012.

Bifani, Pablo. *MEDIO AMBIENTE Y DESARROLLO*. 4a. ed. Rev. Madrid-Instituto de Estudios Políticos para América Latina y África (IEPALA).1999.

Cajiga Calderón, Juan Felipe. *EL CONCEPTO DE RESPONSABILIDAD*. [http://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto\\_esr.pdf](http://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf) Consultado el 3 de Octubre de 2011.

Carapaica, Luis. *¿SER O PARECER SOCIALMENTE RESPONSABLE?...HE ALLÍ LA CUESTIÓN*. 5/24/2011. <http://gerenciaycambio.blogspot.mx/2011/05/ser-o-parecer-socialmente-responsable.html> Consultado el 15/05/2012.

De la Cuesta González, Marta; Muñoz Torres, María Jesús. Netbiblo, 2010. *INTRODUCCIÓN A LA SOSTENIBILIDAD Y LA RSC COLECCIÓN SOSTENIBILIDAD Y RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA*. ISBN 8497455096, 9788497455091.P. 152.

De la Cuesta González, Marta; Rodríguez Fernández, José Miguel. *RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA ECONOMÍA Y EMPRESA*. Netbiblo. 2010. ISBN 8497454235, 9788497454230. P. 336.

Fernández García, Ricardo. *RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA: UNA NUEVA CULTURA EMPRESARIAL*. España. Editorial Club Universitario, 2009. ISBN8484547779, 9788484547778. P. 408.

Gilli, Juan José. *RESPONSABILIDAD EMPRESARIAL Y MEDIO AMBIENTE*. Facultad de Ciencias Económicas – UBA. [http://www.econ.uba.ar/www/institutos/secretaradeinv/ForoContabilidadAmbiental/resumenes/R\\_Gili\\_Responsabilidad\\_social\\_y\\_medio\\_ambiente.pdf](http://www.econ.uba.ar/www/institutos/secretaradeinv/ForoContabilidadAmbiental/resumenes/R_Gili_Responsabilidad_social_y_medio_ambiente.pdf). Consultado 17/04/2012.

González, Tito. *Empresa Socialmente Responsable*. 26/08/2012. <http://www.fundarse.org/articulos-recientes/3-responsabilidad-social-y-colaboradores/46-empresasocialmenteresponsable.html>. Consultado 15/05/2012.

Hernández, M., Losada, A. & Macías, A. *ESTRATEGIA Y CONDUCTA SOCIAL DE LA ORGANIZACIÓN*. 2007. Salamanca: Universidad Pontificia Salamanca.

MaRam, Luis. *¿CUÁNTO MÁS VENDERÉ AL SER UNA EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE?*. 28/03/2013. <http://www.wobi.com/es/blog/sustentabilidad/cuanto-mas-vendere-al-ser-una-empresa-socialmente-responsable>. Consultado 30/03/2013.

Martínez Herrera, Horacio. *EL MARCO ÉTICO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL*. 1ª ed, Bogotá. Editorial pontificia universidad javeriana. 2005. Pags. 14 y 25.

Monstuschi, Luisa. *CONSIDERACIONES RESPECTO DE LA ÉTICA EN LOS NEGOCIOS, LA RESPONSABILIDAD SOCIAL, EMPRESARIA Y LA FILANTROPÍA ESTRATÉGICA*. - 1a ed. - Buenos Aires: Universidad del CEMA, 2009. 46P. ISBN 978-987-1062-54-6. <http://www.ucema.edu.ar/publicaciones/download/documentos/414>.

Reyno Momberg, Manuel. *RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE) COMO VENTAJA COMPETITIVA*. MBA Magíster en Gestión Empresarial. septiembre 2007. Pags 27 y 28.

Sinay, Sergio. *ELOGIO A LA RESPONSABILIDAD: UN VALOR QUE TRANSFORMA NUESTROS VÍNCULOS Y DA SENTIDO A NUESTRAS VIDAS*. Buenos Aires: Del Nuevo extremo, 2005. Pag. 11.

Rodríguez, Alberto. *COMO HACER RESPONSABILIDAD SOCIAL PARA LA GENTE: MANUAL PARA LA GERENCIA*.-Caracas, universidad católica Andrés Bello; Fundación Konrad Adenauer, 2005. Pag. 16.

Velasco, G. & Rivero, P. (2005). *RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA: ASPECTOS JURÍDICO-ECONÓMICOS*. Madrid: Universitat Jaume I Pag. 90.

Vergara, Maria Paula & Vicaría, Laura. Enero de 2009. “*SER O APARENTAR LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN COLOMBIA: Análisis Organizacional Basado En Los Lineamientos De La Responsabilidad Social Empresarial*”. Trabajo de Grado para optar por el título de Comunicador Social con énfasis en Comunicación Organizacional. Bogotá. Pontificia Universidad Javeriana Facultad De Comunicación Social Y Lenguaje. Pags. 185.

## WEBSITE

1. <http://es.wikipedia.org/wiki/Filantrop%C3%ADa> Consultado: 16/06/2013 - 12:00 am.
2. [http://europa.eu/documentation/official-docs/green-papers/index\\_es.htm#2001](http://europa.eu/documentation/official-docs/green-papers/index_es.htm#2001) consultado el 20/11/11 -10:20 am.
3. <http://www.empresa.org/> consultado el 20/11/11- 11:00 am.
4. <http://www.prohumana.cl/> consultado el 20/11/11- 1:00 pm.
5. [http://www.uma.edu.ve/ensayos/articulos/responsabilidad\\_social\\_empresa\\_mitos\\_evolucion](http://www.uma.edu.ve/ensayos/articulos/responsabilidad_social_empresa_mitos_evolucion) Consultado el 05/05/2013 -10:00 am.
6. [www.uca.edu.sv/facultad/clases/eco/m100203/doc2.doc](http://www.uca.edu.sv/facultad/clases/eco/m100203/doc2.doc) THE SOCIAL RESPONSIBILITY OF BUSINESS IS TO INCREASE ITS PROFITS. The New York Times Magazine, September 13, 1970. Copyright @ 1970 by The New York Times Company. Consultado el 15/11/2011- 8:30 pm.
7. <http://www.redeconomia.org.ve/documentos/desageren/culresoci.pdf> Consultado el 09/06/2013 - 2:25 pm.
8. [http://www.revistafuturos.info/autores/aut\\_2005/a\\_alea.htm](http://www.revistafuturos.info/autores/aut_2005/a_alea.htm) Consultado el 09/06/2013 - 3:00 pm.

9. [http://www.revistafuturos.info/futuros\\_6/resp\\_empresarial\\_1.htm](http://www.revistafuturos.info/futuros_6/resp_empresarial_1.htm)  
Consultado el 5/03/2013 - 2:44 am
10. [http://www.nuso.org/upload/articulos/3343\\_1.pdf](http://www.nuso.org/upload/articulos/3343_1.pdf) Consultado 12/05/2013 - 11:15 am
11. Conceptos Básicos e Indicadores de Responsabilidad Social Empresarial <http://www.1.archives.mx/espanol/-www1.ethos.org.br>  
Consultado el 11/06/2013 - 5:36 pm
12. [http://www.dt.gob.cl/1601/articles-88984\\_recurso\\_1.pdf](http://www.dt.gob.cl/1601/articles-88984_recurso_1.pdf) Consultado 12/06/2013 - 8:00 am.
13. <http://www.sumar.com.co/como-entendemos-la-rse-y-el-desarrollo-sostenible>. Consultado 04/05/2013 – 11:00 pm.
14. [http://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/decalogo\\_esr.pdf](http://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/decalogo_esr.pdf)  
Consultado el 15/11/2011- 2:00 pm.
15. [https://ctp.uniandes.edu.co/Empresas/Servicios/Articulos/responsabilidad\\_social\\_emp.php](https://ctp.uniandes.edu.co/Empresas/Servicios/Articulos/responsabilidad_social_emp.php) Consultado 15/12/2012 - 6:00 pm.
16. [www.cicodi.org](http://www.cicodi.org) consultado 15/12/2010 - 7:00 pm.

## CAPITULO II

Correa, María Emilia; Flynn, Sharon & AmitRes, Alon. *RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN AMÉRICA LATINA: UNA VISIÓN EMPRESARIAL*. 2004. United Nations Publications. ISBN 9213225075, 9789213225073. Pag. 81.

Pérez Chavarria, M. (2012). *La responsabilidad social Corporativa en México ¿ser o parecer?*  
[www.reddircom.org/textos/marielaperez.pdf](http://www.reddircom.org/textos/marielaperez.pdf) Consultado el 10/02/2012.

MaRam, Luis. *Las 24 empresas con mayor responsabilidad social en México*. 6/12/2012.  
<http://www.expoknews.com/2012/12/06/las-24-empresas-con-mayor-responsabilidad-social-en-mexico/> Consultado el 02/03/2012.

Weyzig, Francis. *LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LAS EMPRESAS EN MÉXICO: ¿QUÉ CAMBIOS EN EL COMPORTAMIENTO DE LAS EMPRESAS MULTINACIONALES CONTRIBUYEN AL DESARROLLO ECONÓMICO.* Contabilidad de negocios y el Interés Público. 2007 .Vol. 6, No. 1...

## WEBSITE

1. <http://www.aliarse.org.mx/RseMexico.htm> Consultado el 08/06/2013 -4:00 pm.
2. <http://www.cemefi.org/RSE/faltan-mas-empresas-socialmente-responsables-cemefi.html> Consultado 10/06/2013 – 5:00 pm.
3. <http://www.apestan.com> Consultado 11/06/2013 – 10:00 am.
4. [http://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto\\_esr.pdf](http://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf) Consultado el 15/11/2011 - 12:50 pm.
5. <http://www.distintivoesr.com/que-es-el-distintivo-esr.php> Consultado el 15/11/2011 - 1:15 pm.
6. <http://www.cemefi.org> Consultado el 9/05/2013 – 2:00 pm.  
<http://cemefi.org/RSE/esta-abierta-la-convocatoria-del-distintivo-esr-2013.html> Consultado el 9/05/2013 – 3:49 pm.
7. <http://www.cemefi.org/Table/Aliados-Estrategicos>. Consultado el 9/05/2013 – 5:00 pm.
8. <http://www.cemefi.org/Table/Aliados-Estrategicos>. Consultado el 9/05/2013 – 5: 30 pm.
9. <http://www.aliarse.org.mx> & <http://www.cemefi.org/Table/Aliados-Estrategicos> Consultado el 9/05/2013 – 5: 40 pm.
10. <http://www.apestan.com> consultado el 3/06/2013 a las 10:00 pm.

## CAPITULO III

### WEBSITE

1. <http://www.expoknews.com/2013/05/13/coca-cola-y-bimbo-favoritas-en-el-mundo/> Consultado el 20/06/2013 – 9:00 am.
2. <http://www.bimbo.com.mx>. Consultado el 28/11/2011 - 10:26 am.
3. <http://www.cemex.com/ES/DesarrolloSustentable/RelacionGruposDeInteres.aspx> consultado el 28/11/2011 – 12:30 am.
4. <http://www.cemexmexico.com/DesarrolloSustentables/ICR02/cr.aSP> consultado el 30/11/2011- 10:00 am.

## ANEXOS

Video difundido por Cemefi que describe ¿Que es una empresa socialmente responsable?.- <http://cemefi.org/video/empresa.html>.

Video ¿Que es la RSE? <http://www.youtube.com/watch?v=4sLvsoBTCjc>

Video ¿que es la norma ISO 26000?  
<http://www.youtube.com/watch?v=tb0RygtQxVc>

Directorios de Miembros 2013 .-[www.cemefi.org/archivos/cemefi\\_web.pdf](http://www.cemefi.org/archivos/cemefi_web.pdf)

¿Cuanto le cuesta la RSE a una empresa?

[http://www.youtube.com/watch?v=bf1h\\_EzgrdM](http://www.youtube.com/watch?v=bf1h_EzgrdM)

Lista de organismos nacionales (México) internacionales

<http://www.cemefi.org/nosotros/sitios-de-interes.html>.

Consultores acreditados en RSE.-

<http://www.cemefi.org/esr/consultoresRSE3.html>

Convocatoria y formatos ESR.- [http://www.cemefi.org/esr/distintivo-](http://www.cemefi.org/esr/distintivo-esr/convocatoria-y-formatos-esr-2014.html)

[esr/convocatoria-y-formatos-esr-2014.html](http://www.cemefi.org/esr/distintivo-esr/convocatoria-y-formatos-esr-2014.html)

[www.distintivoesr2013.pdf](http://www.cemefi.org/esr/distintivo-esr/convocatoria-y-formatos-esr-2014.html)