

A TRAVÉS DE ENCUESTA

Estudian el Panorama de la RSE en México

Conocer los usos y prácticas de la responsabilidad social en México, desde el punto de vista de consumidores así como de directores generales y encargados del tema en grandes, pequeñas y medianas empresas busca la encuesta Panorama de la Responsabilidad Social en México, desarrollada por la agencia de responsabilidad social Responsable.

La encuesta estará disponible en línea hasta el 26 de julio próximo y puede contestarse a través de la página de Responsable: <http://www.responsable.net>. Los resultados se integrarán en la presentación del Primer Estudio de la Responsabilidad Social en México, que se conocerá en el tercer cuatrimestre del año. (Redacción)

VOLKSWAGEN

Presenta su segundo informe de sustentabilidad

La automotriz Volkswagen (VW) difundió su segundo informe de actividades relacionadas con sustentabilidad y responsabilidad social 2010-2012.

El director de Relaciones Públicas y Asuntos Gubernamentales de VW de México, Thomas Karinga, detalló que la firma de origen alemán implementó la campaña Think Blue para hacer conciencia sobre el cuidado del medio ambiente y lograr un desarrollo sustentable. Destacó que ha invertido más de 7 millones de dólares para la capacitación de jóvenes en Puebla y reducirá 25% su huella ambiental para el 2018. (Redacción)

CUMBRE DE LIDERAZGO

Unilever reúne a jóvenes con

AUNQUE LA RESPONSABILIDAD EMPRESARIAL GANA

RSE, una evolución

Campañas de redondeo, donaciones o *marketing* no son responsabilidad social, dicen expertos

Leopoldo Trejo
ECONOMISTA

LA RESPONSABILIDAD Social Empresarial (RSE) crece más rápido en México que en otros países, debido a que esta filosofía empresarial se adoptó más tarde, aunque aún persisten concepciones limitadas del término, coincidieron especialistas.

A la RSE ha empezado a conocerse como sustentabilidad corporativa, concepto de origen estadounidense que incluye lo ambiental, lo social y lo económico; que establece como incentivo la competitividad y la sobrevivencia de la empresa a largo plazo, en vez de un deber moral, consideraron.

Tal adopción de la responsabilidad social ha sido más rápida en México porque el nuevo concepto se traduce en una exigencia del proveedor, de la casa matriz de la misma compañía, o bien del regulador, y se da entre las grandes y medianas empresas, explicó Antonio Lloret, investigador de la Escuela de Negocios del Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM).

Respecto de la adopción de la RSE o sustentabilidad, expresó: "Las empresas adoptan la responsabilidad social porque los altos directivos creen en ella, porque se los exigen sus casas matrices, porque las empresas mexicanas exportan u operan en otros países o porque algunos de los proveedores de las firmas mexicanas son del extranjero y la exigen; también porque algún regulador lo exige (como el caso de la Profepa en México)".

Alfredo Bernabes, investigador de Es-



Las empresas adoptan la responsabilidad social porque los altos directivos creen en ella, porque se los exige su matriz, o bien un regulador".

Antonio Lloret,
investigador
del ITAM.

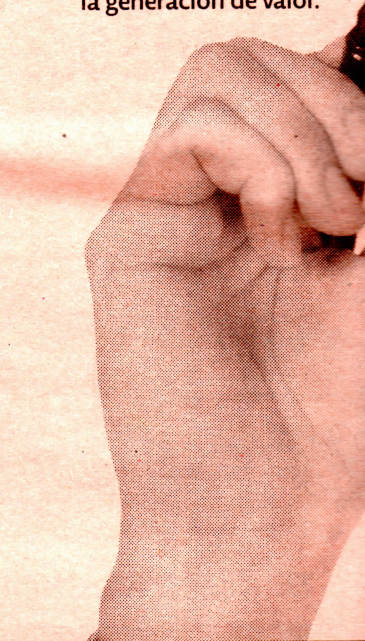
¿QUÉ ES Y QUÉ NO ES?

● SÍ ES

✓ Un modelo que incluye lo económico, lo social y lo ambiental.

✓ Una filosofía cuyo incentivo es la competitividad y la sobrevivencia de la empresa en el largo plazo; implica realizar transacciones sólo con empresas socialmente responsables.

✓ El cuidado de los recursos naturales, porque está en riesgo la generación de valor.



Estudios Empresariales de la Universidad Iberoamericana, explicó que la responsabilidad social implica que las empresas miren hacia su cliente interno y externo y procuren una rentabilidad justa.

"Una empresa con responsabilidad social no recurre a prácticas des-