

PRESENTAN ESTUDIO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN MÉXICO

Profesionalizadas, sólo 50% de las áreas de RSE

Redacción
EL ECONOMISTA

LA MITAD de los directores de áreas de responsabilidad corporativa no estudió ni cursa algún programa educativo vinculado con el tema, lo que significa una gran área de oportunidad en la profesionalización de este sector, pero, al mismo tiempo, un avance importante, pensando que cuatro de

Hay más buena voluntad que acciones en el tema de la responsabilidad social”.

Gwenaelle Gerard,
directora
de ResponSable.

cada 10 de estos departamentos tiene entre dos y cuatro años de creación.

Concebir la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) de una manera más estratégica para el negocio es otro punto que registra avance en México, pues actualmente sólo 12.7% de las personas considera que RSE es igual a filantropía. Aunque aún es necesario cerrar la brecha entre lo que se piensa y lo que se hace, pues al interior de

la mitad de las grandes empresas se acepta que la labor en RSE no está alineada con la estrategia de negocios.

De acuerdo con el estudio “Panorama de la Responsabilidad Social en México”, realizado por la agencia especializada ResponSable, aún 17% de quienes se encargan de dirigir departamentos de RSE piensa que ésta es un gasto y no una inversión.

“Preocupa que quienes se encargan de la RSE la conciben como un gasto, cuando deberían ser los principales promotores. Si es un gasto significa que no la están haciendo bien”, dijo Gwenaelle Gerard, directora de ResponSable, al presentar los resultados.

En el tema de inversión, destaca que 49% de las micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes) que destinan recursos a la RSE invierten menos de 50,000 pesos anuales y 32%



12.7%
DE LAS
personas concibe que responsabilidad social es igual a filantropía.

de las grandes firmas canaliza menos de 200,000 pesos por año. Sólo las empresas que facturan más de 250 millones de pesos anuales invierten más de 1 millón de pesos en RSE en igual lapso, lo que significa una relación de 1 peso por cada 250 obtenidos.

DEL DICHO AL HECHO

Según el estudio, 79.5% de los encuestados opina que la RSE debe for-

79.5%

DE LOS
encuestados opina que la RSE debe formar parte de la estrategia global de la empresa.

18%

DE LOS
consumidores afirma cambiar siempre de marca en favor de una empresa responsable.

90%

DE LAS
grandes empresas considera que la importancia de la RSE aumentará.

1,645

PERSONAS
respondieron la encuesta on-line, que tiene representación de 839 empresas.

mar parte de la estrategia global de la empresa; sin embargo, sólo 44% confirma que en sus empresas esto se lleva a cabo, lo que revela que “hay más buena voluntad que acciones”, dijo.

Sobre los consumidores, 86% de estos dice estar dispuesto a cambiar de marca si ésta es social y ambientalmente responsable. Sin embargo, en el momento de compra sólo 18% afirma cambiar siempre de marca para favo-

recer a una empresa con prácticas sociales y ambientales responsables, aun cuando se trate de productos o servicios del mismo precio y calidad similar.

Cerca de 70% de las mipymes y 90% de las grandes empresas consideran que la importancia de la responsabilidad social en las organizaciones incrementará considerablemente en los próximos tres años.

En la encuesta participaron 1,645

personas, entre empresarios, académicos, promotores e interesados en el tema. El estudio, que puede consultarse de manera gratuita en: www.responsable.net/estudios/mexico/Panorama_responsabilidad_social_2013, cuenta con la representación de 839 empresas de diversos tamaños y sectores, así como de capital nacional e internacional y con sede en diferentes estados del país.



► Inicio

Profesionalizadas, sólo 50% de las áreas de RSE

2 [Diciembre](#), 2013 - 21:57 Crédito:Redacción

La mitad de los directores de áreas de **responsabilidad** corporativa no estudió ni cursa algún programa educativo vinculado con el tema, lo que significa una gran área de oportunidad en la profesionalización de este sector, pero, al mismo tiempo, un avance importante, pensando que cuatro de cada 10 de estos departamentos tiene entre dos y cuatro años de creación.

Concebir la Responsabilidad Social **Empresarial** (RSE) de una manera más estratégica para el negocio es otro punto que registra avance en México, pues actualmente sólo 12.7% de las personas considera que RSE es igual a filantropía. Aunque aún es necesario cerrar la brecha entre lo que se piensa y lo que se hace, pues al interior de la mitad de las grandes empresas se acepta que la labor en RSE no está alineada con la estrategia de negocios.

De acuerdo con el **estudio** "Panorama de la Responsabilidad Social en México", realizado por la agencia especializada ResponSable, aún 17% de quienes se encargan de dirigir departamentos de RSE piensa que ésta es un gasto y no una inversión.

“Preocupa que quienes se encargan de la RSE la conciben como un gasto, cuando deberían ser los principales promotores. Si es un gasto significa que no la están haciendo bien”, dijo Gwenaelle Gerard, directora de ResponSable, al presentar los resultados.

En el tema de inversión, destaca que 49% de las micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes) que destinan recursos a la RSE invierten menos de 50,000 pesos anuales y 32% de las grandes firmas canaliza menos de 200,000 pesos por año. Sólo las empresas que facturan más de 250 millones de pesos anuales invierten más de 1 millón de pesos en RSE en igual lapso, lo que significa una relación de 1 peso por cada 250 obtenidos.

COMPARTIR

NOTAS RELACIONADAS

[La RSE será como pagar impuestos o cumplir la ley: pwc](#)

[Empresas galas dan impulso a la RSE en México](#)

[Piden a IP apostar por los jóvenes](#)

[Suman a IP a apadrinar la lectura infantil](#)

[Pemex invertirá en comunidades 2% del monto de sus contratos](#)

ÚLTIMAS NOTICIAS

[Andrés Barreto, el Zuckerberg latino](#)

[Caen precios al productor de zona euro](#)

[Chrysler reporta alza de 16% en ventas en EU](#)

[Economía de Brasil se contrae](#)

[Desempleo en España hila cuarto mes de caída](#)

+ LEIDO

[Hace falta una política científica: José Narro \(23,424 hits\)](#)

DEL DICHO AL HECHO

Según el estudio, 79.5% de los encuestados opina que la RSE debe formar parte de la estrategia global de la empresa; sin embargo, sólo 44% confirma que en sus empresas esto se lleva a cabo, lo que revela que “hay más buena voluntad que acciones”, dijo.

Sobre los consumidores, 86% de estos dice estar dispuesto a cambiar de marca si ésta es social y ambientalmente responsable. Sin embargo, en el momento de compra sólo 18% afirma cambiar siempre de marca para favorecer a una empresa con prácticas sociales y ambientales responsables, aun cuando se trate de productos o servicios del mismo precio y calidad similar.

Cerca de 70% de las mipymes y 90% de las grandes empresas consideran que la importancia de la responsabilidad social en las organizaciones incrementará considerablemente en los próximos tres años.

En la encuesta participaron 1,645 personas, entre empresarios, académicos, promotores e interesados en el tema. El estudio, que puede consultarse de manera gratuita en:

www.responsable.net/estudios/mexico

[/Panorama_responsabilidad_social_2013](#), cuenta con la representación de 839 empresas de diversos tamaños y sectores, así como de capital nacional e internacional y con sede en diferentes estados del país.

INM registra sólo 23 migrantes fallecidos [\(11,229 hits\)](#)

FAR-LP, nuevo grupo guerrillero en México [\(9,347 hits\)](#)

Tren de NY iba demasiado rápido [\(9,095 hits\)](#)

Hilton recaudará hasta 2,370 mdd en OPI [\(7,615 hits\)](#)
