

# En Primer Plano

## El compromiso con el entorno es de todos

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es el tema del presente y futuro de las compañías; aquellas que la adopten serán las que lleven un liderazgo en la economía, pues actualmente no hay otra manera de concebir al mundo.



## EL TEMA DEL FUTURO

Piensa en tu empresa, ¿crece junto con la sociedad donde opera? ¿Crece arrasando y destruyendo el entorno? ¿Su labor construye monopolios o un México mejor? ¿Sabe que su gente, sus colaboradores, la hacen fuerte? ¿Los capacita, los desarrolla? Con éstas y otras preguntas, Mercedes Aragonés y Ruipérez, presidenta del Consejo Directivo del Centro Mexicano para la Filantropía, invitó a diagnosticar la responsabilidad que rigiere las operaciones de una empresa. (Alejandra Aguilar)



## INCULCAR LA ÉTICA A TODO EL PERSONAL

# RSE *blindada* a las empresas contra ilícitos

Establecer una cultura de responsabilidad en las organizaciones protege su imagen y reputación, pero exige un estricto control interno

**EL ECONOMISTA**  
FOROS  
RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Alejandra Aguilar  
EL ECONOMISTA

EMPRESAS DE cualquier tamaño están llamadas no sólo a reorientar su desempeño bajo directrices responsables en los ámbitos económico, social y ambiental, sino también a transmitir esos valores guía a cada uno de los colaboradores, pues sólo de esa manera lograrán reducir los riesgos que conlleva su operación, aseguraron los actores que se desempeñan en Responsabilidad Social Empresarial (RSE) desde diferentes ámbitos.

Si bien no hay manera de garantizar a 100% que una empresa no sea golpeada en su imagen por algún tipo de escándalo o crisis, coincidieron en indicar que la RSE ayuda a *blindar* la imagen y reputación de toda compañía.

Gwenaelle Gerard, directora general de responsable.net, aseguró que la realidad reciente, en la que varias empresas han sido señaladas por diversas irregularidades, hace necesario que las compañías aprendan a incorporar de manera eficaz una cultura de responsabilidad, así como a mantener un control interno de sus políticas.

“El problema es que ha fallado la transmisión de los valores de la organización hacia todas las personas involucradas en la empresa”, por lo que hay que “aprender a hacer que todos los colaboradores estén comprometidos y orgullosos de esas pautas y entonces se sentirán

comprometidos con esos valores y su cumplimiento”, consideró.

Y aunque la ética suena algo difícil de fiscalizar, la consultora sugiere la incorporación de lineamientos de la RSE -ética, derechos laborales, cuidado ambiental, compromiso social- en las políticas y procedimientos de la compañía y, después, mantener una rigurosa vigilancia de su cumplimiento. Con ello se estará cuidando, en la medida de lo posible, el respeto de la ética individual al interior de la organización.

“Hay que recordar que la ética no es de las empresas, sino de cada una de las personas que trabajan ahí”. Pero, aunque “una empresa tenga personas correctas, con una que no lo sea se juega su imagen”, advirtió entrevistada por **El Economista**, después de su participación en el Foro Responsabilidad Social Empresarial, organizado por esta casa editorial y **el EMPRESARIO.MX**.

### CUIDE LA IMPLEMENTACIÓN

En su participación, Cecilia Riviello, directora general de Natura México, consideró que la mala implementación o falta de planeación de la RSE puede dañar “mucho y de manera irreversible, la imagen, credibilidad y reputación de la compañía”.

Destacó la importancia de llevar a cabo talleres de sensibilización a los colaboradores en temas de ética, comunidad y medio ambiente.

El respeto a las tradiciones de las comunidades donde una compañía llega a operar es también fundamental para garantizar la supervivencia del negocio, mencionó.

“Hay que respetar las tradiciones regio-



“Aunque cada empresa tiene su idea de RSE, comparten valores comunes. Estamos hablando de una inversión, no de un gasto”.

**Gwenaelle Gerard,**

directora general de responsable.net

nales, incluso, pagar por obtener ese conocimiento ancestral. Por ejemplo, cómo extraer materia prima sin afectar tanto el ambiente”, dijo Cecilia Riviello durante el panel “Incorporando una nueva cultura organizacional y empresarial”.

En el encuentro, realizado ayer en la Bolsa Mexicana de Valores, participó también Andrés Albo Márquez, director de Compromiso Social Banamex, quien reconoció que ni grandes ni pequeños negocios son inmunes a errores de implementación en la RSE, aunque consideró que la clave del éxito está en la convicción de que ésta es una labor importante, cotidiana y en la que deben involucrarse todos.

En su oportunidad, Luis Alfonso Fuentes, subdirector de Comunicación Corporativa de Coca-Cola de México, pidió a las empresas predicar con el ejemplo y, en particular, a los directivos de las organizaciones actuar con responsabilidad social.

alejandra.aguilar@eleconomista.mx

## VÍA DEL ÉXITO

Para Cristina Ruiz de Velasco, directora de Nextel Fundación, la Responsabilidad Social Empresarial es la nueva forma que tienen las empresas para alcanzar el éxito. Les sugirió adentrarse en esta nueva cultura y realizar un análisis de las áreas de oportunidad social que tiene su *core business* (línea de negocio), para determinar las líneas estratégicas de acción o las causas a apoyar. En su conferencia magistral, recomendó también buscar alianzas con el gobierno, ONGs y otras empresas. (A. Aguilar)

“La sustentabilidad es lo que nos permitirá seguir habitando el planeta y satisfaciendo nuestras necesidades”.

**Cecilia Riviello,**  
directora general de Natura.

“La RSE no es un conjunto de programas, sino una filosofía de trabajo transversal, estructurada con recursos y personas”.

**Luis Alfonso Fuentes,**  
subdirector de Comunicación Corporativa de Coca-Cola de México.

“La responsabilidad social no suple el buen desempeño empresarial, sino que complementa el éxito de una organización”.

**Andrés Albo Márquez,**  
director de Compromiso Social Banamex.



**Ponen el ejemplo.** Voceros de Coca-Cola México, Natura y Banamex hablaron de las estrategias que implementan en sus organizaciones en beneficio de la sociedad y el ambiente durante el Foro organizado por esta casa editorial. FOTO EE: GERMÁN ESPINOSA

## El lado humano de las grandes empresas

**3,200** comunidades benefició Natura México con sus programas de responsabilidad social en el 2011.

**1,000** artesanos ha apoyado el brazo social de Banamex a lo largo de 16 años.



**2020** es el año meta de Coca-Cola para regresar a la naturaleza 100% del agua que utiliza en sus bebidas y procesos.

**450,000** personas de 572 comunidades del país obtienen una actividad temporal como parte del programa de reforestación de la refresquera.



**40%** del PET que se acopia en México se recicla en las dos plantas que tiene Coca-Cola en el país.

## ADOPTAN MÁS RÁPIDO LA CULTURA SUSTENTABLE

### Aprovechar fortalezas, sugieren a pymes

**EL TAMAÑO,** recursos y personal de las pequeñas y medianas empresas (pymes) suele verse como una limitante a la hora de adoptar la responsabilidad social, pero la moneda tiene dos caras: también pueden considerarse fortalezas o ventajas que les facilitarán el camino. Y es que justamente su tamaño les permite tener un mayor control de sus procesos internos respecto de los grandes corporativos, además de que pueden enfocarse en grupos de interés específicos sin que se les exija abarcar un abanico amplio.

De acuerdo con Luis Alfonso Fuentes, subdirector de Comu-

nicación Corporativa de Coca-Cola de México, no todo se tiene que ver limitado por los recursos: “Un pequeño negocio puede empezar apagando la luz, ahorrando agua, optando por adquirir tecnología o equipo que sea más amigable con el ambiente”.

Gwenaelle Gerard, directora general de responsable.net, consideró que supervisar el cumplimiento de procesos internos suele ser más complicado en las grandes empresas que en las pequeñas o medianas: “En las pymes es más fácil que el Director que promueve la RSE esté más cerca de sus colaboradores”. (Alejandra Aguilar)

## CASOS DE ÉXITO



### Recomiendan uso sustentable de los automóviles

Volkswagen es una empresa productora de automóviles, con una planta en el país, ubicada desde hace 50 años en el estado de Puebla, que al cierre de junio empleaba a 18,700 personas. Actualmente, produce 2,500 unidades por día de cuatro modelos de automóviles y trabaja en campañas para que la gente haga un uso inteligente de sus autos y evite así la contaminación ambiental, detalló Consuelo Minutti, gerente de Comunicación Corporativa de la firma. (Fabiola Naranjo)



### Ayudan a recrear sueños “dignos” de las personas

En México, más de 45 millones de personas no poseen una vivienda digna. Existe un déficit de 9 millones de hogares. Por eso, Francesco Piazzesi creó el programa de autoproducción de material de construcción Échale a tu casa, a través del cual se paga a las personas para que en dos meses construyan su hogar. “Hasta la fecha, hemos beneficiado a 900,000 personas a través del programa que incluye educación financiera y acceso a fondos”. (Fabiola Naranjo)



### Convierten a los indígenas en sus proveedores

La cadena restaurantera Toks tiene presencia en México con 101 unidades, emplea a más de 8,300 colaboradores, los que cada año atienden a más de 22 millones de clientes. La cadena de restaurantes posee el programa Proyectos Productivos, a través del cual apoya el desarrollo de comunidades indígenas, al convertirlas en sus proveedores de miel, mole, granola, chocolate y mermelada, entre otros. Otra estrategia de responsabilidad social es la renta de árboles en Navidad. (Fabiola Naranjo)



### Lo sustentable asegura el éxito de las compañías

Hace cuatro años, Jesús Cortés abrió un negocio de comercialización de ahorradores de agua y energía eléctrica, pero debido a una implementación incorrecta de estrategias de responsabilidad social, la empresa cerró. Para Jesús, esta caída fue el comienzo de una nueva empresa: Kab Yax, un negocio sustentable. A través de ella, brinda consultoría a otros negocios para que sus dueños migren a un sistema sustentable y, para ello, se ayuda de alianzas. (Fabiola Naranjo)