



**UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA**

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES

A R A G Ó N

“La Responsabilidad Social como valor
agregado en las empresas”.

REPORTAJE

Elaborado en el
*Curso-taller para la Titulación en
Trabajo Periodístico Escrito*

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN Y PERIODISMO

PRESENTA:

Itzell Escárcega Visuet

ASESOR: Dr. Jesús Guadalupe García Badillo

Nezahualcóyotl, Edo de México

Julio 2018



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.



Índice

Introducción.....	3
Parte 1: CREANDO CONCIENCIA SOCIAL EN ESTE MUNDO.....	6
• Así comienza la introspección.....	7
• Contagiando a las empresas del buen ser.....	17
Parte 2: TÉCNICAS EMPRESARIALES: ¡ÚNETE Y SÉ SOCIALMENTE RESPONSABLE!.....	32
• Viviendo el proceso de certificación.....	33
• El factor humano, fuente de energía para lograr cualquier reto	44
Parte 3: LAS BONDADES DE DAR EL PASO.....	54
• ¿Conoces algunas empresas ESR?.....	55
• Un vistazo al interior de la empresa socialmente responsable, Atención Telefónica.....	83
A MANERA DE CONCLUSIÓN.....	104
FUENTES DE CONSULTA.....	107
ANEXO.....	111

Introducción

En México existen según cifras del INEGI de acuerdo al censo del 2017 aproximadamente más de 4,000,000 de empresas divididas en micro, pequeña y mediana empresa, debido al gran número que existe, surge la importancia del impacto social que tienen las acciones hacía el interior y exterior de su entorno de cada una de ellas, no solo para el país, sino para el Planeta completo, por ello, la urgencia de analizar y difundir que es indispensable que cada empresa tenga cuidado en sus procesos empresariales, pero sobre todo mucha responsabilidad social en todo lo que conlleva su giro.

Ahondando más en el tema de la responsabilidad social aunque no es una obligación para nadie con el paso de los años ha ido tomando fuerza y debido a los impactos negativos que sufre el Planeta y la sociedad cada día, derivados muchos de ellos por el actuar del ser humano, el sector empresarial mexicano comenzó a tomar conciencia de sus necesidades como ciudadano y para darle formalidad y fuerza a este tema surge en el 2001 por medio del Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI) el programa oficial para poder dar a las empresas un reconocimiento y seguimiento a su buen actuar y buenas prácticas sociales por medio de un Distintivo como empresas socialmente responsables (ESR) que consiste en un proceso de evaluación en los rubros de: Ética empresarial, calidad de vida, vinculación con la comunidad y protección al medio ambiente. Este Distintivo comenzó con una participación de 17 empresas y actualmente son 867 de acuerdo al listado del CEMEFI de empresas con Distintivo del 2017.

Las empresas socialmente responsables han ido en aumento, sin embargo, aún son pocas en relación a un gran número de las existentes que no conocen los beneficios de impulsar acciones de responsabilidad social o que no lo ven como una buena inversión.

México requiere de más empresas que entiendan la importancia que representa tener en su cadena de valor acciones relacionadas con la responsabilidad social. De esta manera, los beneficios en su entorno podrán ser más tangibles no sólo para la sociedad, sino también al interior de las compañías, bajo una filosofía de ganar-ganar, ésta puede ser compartida con sus públicos de influencia como lo son la comunidad, el medio ambiente, los clientes, proveedores, accionistas, etc.

Lamentablemente, no existe información suficiente para los empresarios respecto a los beneficios que tiene ser una empresa socialmente responsable (ESR); por tal razón, en este trabajo periodístico se dará a conocer a los empresarios los beneficios de ser una ESR y explicar de manera detallada cómo llevar a cabo el proceso para obtener el Distintivo de ESR y logren ver que es una buena opción invertir en este tema de ESR. El beneficio para las instituciones que se acercan a esta filosofía empresarial da un valor agregado que puede ser usado de varias maneras, incluso de manera comercial.

El reportaje es un género periodístico que pude conocer durante mi carrera de comunicación y periodismo, herramienta que quiero usar para mi trabajo de titulación, ya que al consistir en la narración de sucesos o noticias de cualquier tipo de información es el género ideal para mi trabajo usando la clasificación del reportaje descriptivo e interpretativo porque podemos ampliar el tema integrando nota informativa, entrevista, investigación documental y de campo.

En la investigación documental se consultaron, revistas, libros, cibergrafía, videografía tesis, notas periodísticas, entre otros para poder brindar información lo más ampliamente posible. En la investigación de campo se realizaron entrevistas a consultores de agencias de ESR, a colaboradores de la empresa Atención Telefónica, una de las empresas utilizada para este reportaje, así como 100 encuestas a sus

colaboradores de todos los puestos y áreas para poder entender más a fondo su visión de pertenecer a una ESR.

El reportaje está conformado por 3 partes, en la primer parte se pretende mostrar al lector un panorama de qué es la responsabilidad social y su importancia y valor para que las empresas sean empresas socialmente responsables.

En la segunda parte se detalla paso a paso el proceso para poder certificarse como una ESR y el gran apoyo y fuerza que tiene el factor humano en todo este proceso.

En la tercera parte se da a conocer un panorama de las acciones más importantes de ESR de las 10 empresas más sobresalientes del mundo, profundizando de manera más detallada también en la empresa del giro de servicio, Atención Telefónica y su experiencia y logros al ser una ESR desde hace 10 años para tener un amplio panorama de ejemplos tangibles que puedan servir a los empresarios para unirse a esta cadena de valor de las ESR y el beneficio con el paso de los años no solo sea para los seres humanos sino para todo el Planeta también.

APARTADO 1

CREANDO CONCIENCIA SOCIAL EN ESTE MUNDO.



Colaboradores de Atención Telefónica. Fotografía propia. Julio 2017.

ASÍ COMIENZA LA INTROSPECCIÓN.

Desde el inicio de la humanidad las personas se relacionan entre sí dando origen a la sociedad donde cada individuo tiene una forma de ser y actuar de diferentes maneras, donde quizá pareciera que en los tiempos que vivimos actualmente no existen reglas ni límites para las personas, pero siempre han sido indispensables para crear una buena relación y convivencia entre ellos, de esto deriva la gran importancia de hablar sobre la responsabilidad social (RS). Como bien resume al autor José Saramago en su frase:



“Somos la memoria que tenemos y la responsabilidad que asumimos.

Sin memoria no existimos y sin responsabilidad quizá no merezcamos existir”.

Incluso el concepto no es para nada nuevo sino que se encuentra muy presente desde los tiempos de los filósofos griegos y del Imperio Romano y aunque no tiene un inicio fijo se tienen documentos que datan desde el siglo XIX y a veces anteriores.

En aquellos tiempos estaba claro que el hombre tiene ciertos deberes que cumplir para con él mismo y también para con la sociedad en la cual habita; por ello, para esta cuestión se considera la razón, la cual impulsará a los hombres a cumplir con los deberes adecuados y así tratar de evitar el mal, que es lo que se pretende en cualquier sociedad. En general la RS es el compromiso contraído por las acciones u omisiones de cualquier individuo o grupo que generen un impacto en la sociedad; pudiendo recaer éstas en una persona, organización, gobierno o empresa.

Dichas acciones suelen traer consigo una valoración positiva o negativa por parte de la comunidad.

Para dejar el concepto aún más claro se puede mencionar que cuando cualquier persona forma parte de una sociedad y conduce un medio de transporte ya sea un automóvil o una moto, asume una obligación que es la de procurar ir sobre él respetando todas las señales e indicaciones de tránsito; simplemente porque la acción de conducir, en caso de ser desempeñada sin la pertinente responsabilidad social que le corresponde puede ocasionar un serio daño al resto de los individuos que forman parte de la misma y ni hablar de lo que le puede ocurrir al mismo conductor si maneja irresponsablemente. Visualizarse en este escenario es fácil ya que es muy común que estemos al volante en algún vehículo y que incluso podamos perder de vista la importancia de ser responsables y en tan solo unos segundos cambiar tu vida o la vida de más personas por no tener presente y llevar a cabo el ser socialmente responsable al volante.

Tal vez si ponemos en la mesa que en el año 2017 según la Asociación Mexicana de Seguros –AMIS- se cuenta con un registro de 49 millones de viajes en las calles solo de la Ciudad de México con lo cual se registra un promedio diario de 1,095 accidentes diarios, lo cual representa el 17% de los ocurridos a nivel nacional y que solo el 52% del parque vehicular cuenta con la protección de un seguro y en el 2017 el sector asegurador pagó alrededor de 1700 millones de pesos solo en la CDMX y poco más de 9 mil millones de pesos a nivel nacional, nos hace ver el gran peso que tiene tener responsabilidad social al manejar y todo lo que se puede prevenir.



Imagen: temerario motociclista, ayuda a anciano a cruzar la calle. Mayo del 2014. Foto: Periódico El siglo de Torreón.

<https://www.elsiglodetorreon.com.mx/noticia/989012.temerario-motociclista-ayuda-a-un-anciano-a-cruzar-la-calle.html>

Al entrevistar sobre el concepto de Responsabilidad Social en el XI encuentro



latinoamericano de ESR 2017 Jorge Villalobos, Presidente Ejecutivo del CEMEFI, coincide e indica:

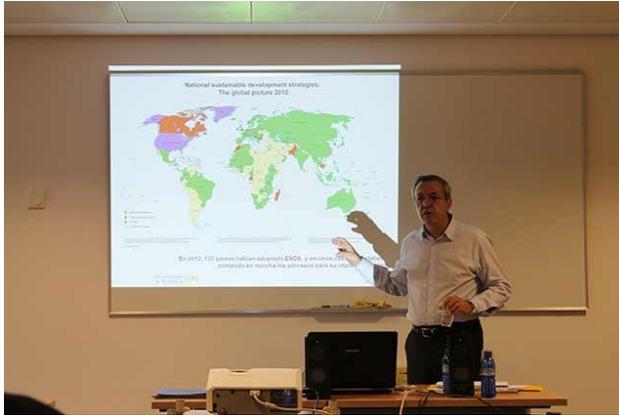
“La RS es fundamental para crear la base de conciencia de cualquier persona es justo el inicio de toda buena acción y es el primer escalón para formar acciones de bien que se van entrelazando una a una para lograr subir cada vez escalones más grandes en pro

de la vida. Señala que debemos lograr que la sociedad civil se organice para poder apoyar en causas que sumen a la sociedad y en CEMEFI son una plataforma congruente y consistente para ello es decir todos los ciudadanos tiene derecho a participar y construir en temas de bien público independientemente de la causa. Todos podemos hacer algo desde nuestra trinchera”.

En la actualidad, si bien la RS está considerada como un concepto normativo pero no obligatorio, de ninguna manera puede ser esto una justificación para no observar determinadas situaciones tales como las mencionadas anteriormente y perder la precaución que se requiere.

Por otro lado Tomas G. Perdiguero nos hace alusión a un concepto más completo de la RS:

“Se llama responsabilidad social a la obligación y/o compromiso que los miembros de una determinada



sociedad-comunidad ya sea individualmente o bien como parte de un grupo social, tendrán entre sí, así como también para con la sociedad o comunidad en su conjunto. Esta responsabilidad puede tener dos formas, por un lado puede ser negativa, es decir, existe la responsabilidad de alguien de abstenerse de actuar, o en su defecto, puede ser positiva, implicando que sí hay una responsabilidad por parte de alguien de actuar”.

Publicado 27 marzo, 2014 en Responsabilidad Social

Empresarial. Foto: manuelquilez

<https://coordina-oerh.com/2014/03/27/el-debate-sobre-el-modelo-de-desarrollo-y-la-responsabilidad-social-de-las-empresas-tomas-g-perdiguero-en-diploma-rse-de-la-universitat-de-valencia/>

El nacimiento de la ONU y posteriormente el surgimiento de los derechos humanos sirvieron como base para que se generara una mayor conciencia social. Hoy en día hablar de la RS es un tema de vanguardia, ya que está centrado en el ámbito económico social, ambiental y ético, además es un tema muy amplio donde es importante ahondar en algunas de sus variantes para tener más claro el concepto, por supuesto que cada individuo tendrá una ideología de qué tipo de responsabilidades son en primer o segundo lugar para ellos, debido a que esto es muy variable porque cada persona tiene diferentes formas de pensar y diferentes prioridades.

Comencemos con algunos ejemplos de los cuales hemos podido sacar diferentes conceptos principalmente basándonos en la organización Oxfam Intermon (<https://www.oxfamintermon.org/es>).

La responsabilidad social individual (RSI): Se refiere a la formación integral de las personas en términos de sus prácticas y comportamiento ético tomando en

cuenta los valores y principios inculcados en su hogar lo cual, sin duda alguna, es muy importante ya que antes de preocuparse por las cosas de afuera debemos comenzar por el interior de nuestro hogar, debido a que si se falla internamente la acción social externa no se logrará con éxito.

La RSI puede ser vista en tres dimensiones: Laboral que implica participar activamente en la empresa y ser responsable en el trabajo, ambiental que implica asumir los mismos principios que las organizaciones y la 3era comunitaria que es participar activamente de las necesidades sociales, como colaborar con organizaciones, fundaciones, etcétera.

La responsabilidad social para la salud: Se refleja en las acciones de los responsables de la toma de decisiones tanto del sector público como privado para establecer políticas y prácticas que promuevan y protejan la salud. Las políticas y prácticas que aplican los sectores públicos y privados deben: Evitar perjudicar la salud de los individuos, proteger el ambiente y garantizar el uso de los recursos, restringir la producción y el comercio de productos y sustancias perjudiciales, desalentar las prácticas que dañen la salud, proteger al ciudadano en el mercado y al individuo en el lugar de trabajo.

La responsabilidad moral (RM): Es la imputación o calificación que recibe una persona por sus acciones desde el punto de vista de una teoría ética o de valores morales particulares. Se trata de la responsabilidad que se relaciona con las acciones y su valor moral, dicho valor será dependiente de las consecuencias de tales acciones.

La RM ocupa un lugar cada vez más importante en la opinión pública, cuando la responsabilidad jurídica a través de los tribunales es insuficiente para cerrar casos como, por ejemplo, escándalos de corrupción en la contabilidad de empresas, derramamiento de petróleo en zonas naturales, financiamientos ilegales de campañas,

escándalos de corrupción política por mencionar algunos ejemplos. El término aparece también en la discusión de temas como libre albedrío, puesto que sin la libertad es difícil ser culpado por las propias acciones.

La responsabilidad política (RP): Es la imputabilidad de una valoración por el uso que un órgano o individuo hace del poder. Por ejemplo, afirmar que el presidente X fue políticamente responsable en el caso Y, significa que se atribuye al X un grado de culpa o se le atribuye una sanción por la manera de usar su autoridad en algún caso.

Esta forma de responsabilidad político-jurídica suele ser evaluada y adjudicada según reglas específicas y ante autoridades específicas. Sin embargo, la RP es también evaluada por los ciudadanos cuando, asumiendo el papel de ciudadanos en un sistema democrático, valoran el uso que los gobernantes han hecho del poder, aplicando cualquier tipo de criterio para evaluar su desempeño y no una norma jurídica.

La responsabilidad jurídica (RJ): Es la imputabilidad de un hecho jurídico causada por la culpabilidad dolosa o no de la persona o por el simple hecho desligado de la culpabilidad; que supone el nacimiento de obligaciones para el culpable, y el nacimiento de derechos para el sujeto que se encuentre en posición de reclamarlas. En el ámbito penal, la responsabilidad parte de este mismo supuesto, aunque la evolución histórica de la disciplina ha excluido la existencia de responsabilidad penal objetiva y se ha distanciado de las consecuencias antes descritas, limitándose a una sanción cuyos fines no son indemnizatorios, sino preventivos.

La responsabilidad ambiental (RA): Se refiere generalmente al daño causado a otras especies, a la naturaleza en su conjunto o a las futuras generaciones, por las acciones o las no-acciones de otro individuo o grupo que ejercen sobre el ambiente. Ejemplo: La responsabilidad ambiental de las empresas petroleras tipo PEMEX es muy grande debido a la contaminación del mar y las playas provocada por los derrames.

La RA recae tanto en los individuos, como en las empresas, países y en la especie humana en general. También se debe evaluar el hecho de la reparación por daño ambiental. Desde el campo de las ciencias jurídicas, pueden surgir diferentes clases de responsabilidades ante este supuesto como sería la responsabilidad civil por daño ambiental, la responsabilidad penal por daño ambiental y la responsabilidad administrativa por daño ambiental. Parte de esta RA recae en las organizaciones, como principales fuentes de contaminación ambiental.

La responsabilidad animal: Implica acciones orientadas a preservar y respetar los derechos de todos los seres animales. Acciones como no consumir productos alimenticios de origen animal, servicios o acciones que conlleven la explotación animal (circos, toros, turismo con animales, caza, etcétera), o productos de cosmética e higiene tomados de animales, sabemos que es complicado evitarlo, por el estilo de vida que llevamos, pero es muy importante concientizarnos sobre el tema.

La responsabilidad laboral / profesional: Se refiere al cómo trabajar desde la ética y el respeto al marco legal, a los compañeros de trabajo, clientes, proveedores, etcétera, básicamente al entorno con el que tenemos contacto laboral o profesional.

La responsabilidad económica / de consumo: Se refiere a acciones como cuidar qué tipo de consumo hacemos, a qué tipo de empresas y formas de producir financiamos, cómo utilizamos nuestras finanzas. En resumen, dónde ponemos nuestros dineros para que aunque los tiempos actuales se tornen difíciles podamos tener presente este tipo de responsabilidad.

Tenemos también la responsabilidad social individual: Surge del interés de una persona por poder contribuir de manera activa con causas sociales o ambientales, esta clasificación es muy común y muy utilizada por la gente en especial por el medio

artístico, que sería un gusto poder confirmar que lo hacen por convicción y no por publicidad... Algunos claros ejemplos de acciones son:

U2 presentó tres conciertos en el 2011 donde demostró una vez más que es un fenómeno en la música, probablemente sólo comparable a los *Beatles* o a los *Rolling Stones*, sin embargo tiene algo más que estos nunca tuvieron de manera tan amplia, responsabilidad social. Asistir a un concierto de U2 no es sólo una experiencia musical, es también formar parte de un acontecimiento. Dentro del *show*, el cantante Bono habla de causas sociales, no sólo las tradicionales y que sabemos que apoya, sino incluso relacionadas a los acontecimientos locales donde se presenta, lo cual nos deja ver que tiene una estrategia muy bien desarrollada y no de un simple espíritu filantrópico.

George Clooney recibió por parte de la Academia de Ciencias y Artes de la Televisión el premio que se entrega a la persona cuyo trabajo humanitario tenga crédito para la industria y además haya tenido un impacto duradero en la sociedad, *El Bob Hope Humanitarian Award*. Ante una ovación de pie por parte del auditorio ya que además de ser una estrella de cine y televisión, es un incansable luchador en cuestiones de derechos humanos en todo el mundo y siempre está en busca de acciones sociales que beneficien a la recaudación de fondos para los que más lo necesitan.

Tomando un tercer y último ejemplo, porque existen afortunadamente aún más, no podemos dejar de mencionar en esta clasificación de responsabilidad social a *Elton John* que nos da el claro ejemplo cuando hay eventos donde conmemoran el Día de la lucha contra el SIDA, él habla de la esperanza de lucha contra esta enfermedad en todo el mundo y menciona algunas estadísticas que muestran un avance en la ciencia con respecto al tema, el cual se le pide siempre ahondar para hacer labor social dado

que, él siempre ha mantenido abiertamente su homosexualidad y esto lo ha llevado durante más de 25 años por el camino de la responsabilidad social.

Otro tema importante que mencionar respecto al tema de responsabilidad social es que actualmente, existe mucha confusión entre los conceptos de *marketing* social y responsabilidad social, que si bien están fuertemente entrelazados y pueden ser concurrentes, tienen diferencias fundamentales que vale la pena conocer, reconocer y señalar. Por este motivo a grandes rasgos podemos mencionar que las principales diferencias son: El *marketing* social es nombrado por primera vez en 1971 y (RS) en el siglo XXI aunque la expresión surge desde los 50-60 no llega a desarrollarse hasta los 90.

El *marketing* social es la serie de actividades que tiene por objeto la modificación de opiniones, actitudes o comportamientos por parte de ciertos públicos con el objeto de mejorar alguna situación social o medioambiental. La RS podría definirse como la estrategia individual de tomar decisiones personales teniendo en cuenta no solo a la sociedad, sino otros factores como el medio ambiente, la ética o la comunidad, entre otros.

El tema de responsabilidad social ha ido cobrando fuerza en los últimos tiempos y ésta es apoyada por varias importantes iniciativas como, El Pacto Mundial, *Global Reporting Initiative*, *The Organisation for Economic Co-operation and Development* (OECD), *The European Business Network for Corporate Social Responsibility* (CSR Europe), Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI), Instituto Argentino de responsabilidad social empresarial (IARSE), el Instituto ETHOS entre muchas más, en las que todas generan apoyo a la sociedad y ambiente.

Como podemos darnos cuenta es muy enriquecedor poder hablar sobre la RS y sus clasificaciones ya que nos dan un panorama más amplio de todo lo que podemos hacer y conocer en esta materia para poder entrar más afondo en la última definición que es de nuestros principales objetos de estudio de este trabajo periodístico, **las Empresas Socialmente Responsables** que podemos resumir como la integración voluntaria, por parte de las empresas y las organizaciones, de preocupaciones sociales y ambientales en sus operaciones comerciales, procesos productivos y relaciones con los grupos de interés: clientes, proveedores, trabajadores, accionistas.

CONTAGIANDO A LAS EMPRESAS DEL BUEN SER.

Los orígenes de las ESR en Mexico surgen desde mediados del siglo XX debido a que dos instituciones destacadas ahondaron en este ámbito, la Confederación Patronal de la República mexicana (COPARMEX) y la llamada en ese entonces la Organización Uniones Sociales de Empresarios de Mexico A.C. (USEM), estas brindaron elementos teórico prácticos para la fundamentación y desarrollo del concepto mismo.

Poco después CEMEFI creó el programa de filantropía empresarial contando con la participación de 6 empresas a partir de esto podemos resaltar que en 1997 se crea el programa ya oficial por CEMEFI de responsabilidad social empresarial, además en el 2000 se lanza la convocatoria para compartir las mejores prácticas de las empresas y en el 2001 se realiza por primera vez la convocatoria para poder obtener el distintivo ESR que solo se dio en aquel momento a 17 empresas.



Todo esto comenzó debido a que el sector empresarial mexicano inició a tomar conciencia de sus necesidades como ciudadano, gracias a este factor en México se han logrado avances importantes en materia de ESR y el

pertenecer a esta línea de negocio se ha ido expandiendo de manera favorable y al ir creciendo el interés las empresas se han ido involucrando en actividades que ayudan al sector social y ambiental.

En México, existen 867 empresas que son ESR, de acuerdo a la más reciente lista publicada por el CEMEFI este febrero de 2018 (<https://www.CEMEFI.org/esr/>) que corresponde al proceso que realizaron las empresas durante todo el 2017. Todo el listado completo se encuentra en el anexo.

AÑOS	EMPRESAS
1	91
2	111
3	88
4	64
5	74
6	69
7	89
8	52
9	48
10	41
11	41
12	25
13	24
14	19
15	9
16	4
17	6
18	12
TOTAL	867

En México existe una gran cantidad de macro y microempresarios, de acuerdo a los censos del (2016) del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), existen en México 4,048,543 empresas divididas de la siguiente manera:

TAMAÑO EMPRESAS	
MICRO	3,952,422
PEQUEÑA	79,367
MEDIANA	16,754
TOTAL	4,048,543

Si lo comparamos con el número de empresas socialmente responsables podremos visualizar que el porcentaje de las ESR es muy bajo, pero ¿sabemos el por qué? ¿Será desconocimiento del proceso?, o ¿por el costo que implica el proceso?, aunque durante los últimos años han aumentado en los periódicos, revistas o publicaciones la información de ESR una materia muy relacionada con la denominada ética de las organizaciones, con ello podemos pensar que la ESR va siendo un tema de moda, el punto sería descubrir si se trata de una moda pasajera o lo que sería un ideal, que fuera ya una tendencia cada vez más sólida. La responsabilidad social corporativa o empresarial (RSC), también llamada empresa socialmente responsable (ESR) o responsabilidad social empresarial (RSE), puede definirse como la contribución activa y voluntaria al mejoramiento social, económico y ambiental por parte de las empresas, generalmente con el objetivo de mejorar su situación competitiva y valorativa y su valor añadido.

La ESR va más allá del cumplimiento de las leyes y las normas, dando por supuesto su respeto y su estricto cumplimiento. El cumplimiento de estas normativas básicas no se corresponde con la RS, sino con las obligaciones que cualquier empresa debe cumplir simplemente por el hecho de realizar su actividad, cualquiera que esta sea. Sería difícilmente comprensible que una empresa hiciera actividades de ESR si no ha cumplido o no cumple con lo necesario para su actividad.

Al ser entrevistado sobre este tema a Manuel Arango, Presidente Honorario de CEMEFI nos mencionó lo siguiente:



“El ciudadano se tiene que involucrar, tiene que ser parte de la solución, parte del entorno en el que vive tiene que estar no solo informado, sino organizado y participativo, con ello causa un enorme equilibrio para trabajar en pro del planeta y por ello se creó el CEMEFI para apoyar e impulsar a que la ciudadanía se organice en temas de responsabilidad social”.

Bajo este concepto de administración y de *management* (palabra relacionada al manejo de equipo, enfocado gerencialmente) se engloban un conjunto de prácticas, estrategias y sistemas de gestión empresariales que persiguen un nuevo equilibrio entre las dimensiones económicas, sociales y ambientales. Los antecedentes de la ESR se remontan al siglo XIX en el marco del Cooperativismo y el Asociacionismo (apoyo técnico en las diferentes etapas de la formación de cooperativas de producción y servicio) que buscaban empatar eficacia empresarial con principios sociales de democracia, autoayuda, apoyo a la comunidad y justicia distributiva.

Ser socialmente responsable como podemos ver en todos los rubros antes mencionados es no ignorar nuestros compromisos, es tener siempre en mente que debemos cumplir con nuestras obligaciones, está relacionada con nuestra actitud en casa, con nosotros mismos, con la familia, amigos, ambiente, trabajo, vecinos y básicamente con todo lo que nos rodea. Para lograr la transformación de la sociedad debemos, primero, transformarnos a nosotros mismos para después generar los cambios en los demás. No es fácil educar a las personas para que sean socialmente responsables y mucho menos a las empresas, si esto no va acompañado de sensibilidad y una gran labor de concientización.

Por ello, es importante profundizar sobre el concepto de ESR ya que según la *World Business Council for Sustainable development (WBCSD)* “es el compromiso que asume una empresa para contribuir en el desarrollo económico sostenible (desarrollo socioeconómico) por medio de la colaboración con empleados, familias, comunidad local y sociedad, con el objetivo de mejorar la calidad de vida”.

Al respecto, *Prince of Wales Business Leadership Forum (PWBLF)* nos ha dado a entender de una u otra manera que la ESR es una especie de conjunto de prácticas empresariales abiertas y transparentes basadas en valores éticos y en el respeto hacia

los empleados, las comunidades y el ambiente. El Libro Verde (creado 2001) en de la Comisión Europea sobre la ESR, menciona que estos esfuerzos involucran la integración voluntaria, por parte de las empresas, respecto a las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores.

Una vez mencionando estos conceptos debemos dejar claro lo que NO son las ESR.

La ESR no es la actualización de mensajes filantrópicos de las empresas de financiar acciones sociales, incluso muchas empresas confunden este concepto, con el gabinete de salud laboral o el de actos sociales, no es sólo una certificación ni sólo una herramienta de *Marketing* (mercadotecnia), tampoco es sólo una acción social, ésta es un elemento más de la ESR, pero debe estar incorporada a una visión amplia de la misma, como expresión de las relaciones de la organización con la comunidad donde opera.

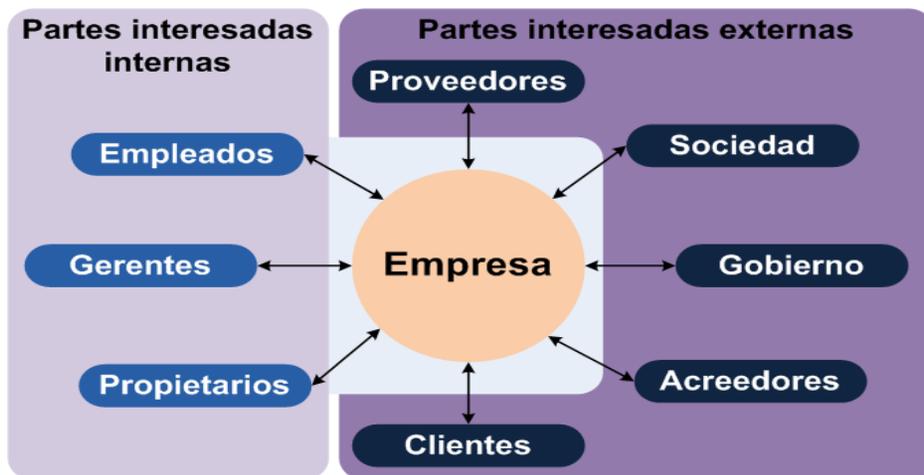
Las ESR tienden a realizar acción social, pero no todas las que lo realizan son ESR. En este punto vale la pena retomar dos conceptos importantes para este trabajo: desarrollo sostenible y grupos de interés, también llamados *Stakeholders* (del inglés *stake*, apuesta y *holder*, poseedor que se refiere a quienes pueden afectar o son afectados por una empresa). El primer término se refiere al desarrollo que satisface las necesidades del presente, sin poner en peligro la capacidad de las generaciones futuras para atender sus propias necesidades.

Mientras que los grupos de interés pueden ser afectados por una organización o sus actividades, o tener incidencia sobre ellas, es decir las personas u organizaciones que se ven afectados o interesados por las actividades de las empresas se muestran en el cuadro que mostraremos en un momento ya que mencionemos qué tipos de

Stakeholders o grupos de interés pueden existir en las empresas, ya que ellos pueden tener beneficios o daños según la compañía: Accionistas, Asociaciones empresariales, industriales, o profesionales, clientes, competidores, comunidades donde la empresa tiene operaciones: asociaciones vecinales, dueños, empleados, Gobierno, inversionistas, medios de comunicación, ONG's, proveedores, familia y sindicatos por ejemplificar algunos.

Teniendo esta información más amplia visualicemos el ejemplo gráfico con los grupos de interés más comunes en una empresa sin importar el giro:

Las partes interesadas normalmente en una empresa



<http://es.wikipedia.org/wiki/Stakeholder> Consultado el 1 de octubre de 2017.

La ESR tiene toda una historia cronológica verdaderamente interesante donde podemos destacar la participación de diferentes instituciones que han a lo largo de los tiempos, aportado para el crecimiento de las ESR, la siguiente información muestra algunos ejemplos de esto:

HISTORIA DE LAS ESR		
AÑO	INSTITUCION	LOGO
1919	Nace la Organización Mundial del Trabajo (OIT)	
1945	Creación de la ONU	
1948	Declaración Universal de los Derechos Humanos (ONU)	
1960	Se funda Consumers Internacional	
1961	Se funda Amnistía Internacional y World Wildlife Fund (WWF)	
1971	Se funda Greenpeace	
1987	Creación de la Comisión Mundial de Medio Ambiente y Desarrollo (ONU)	
1991	Nace Transparencia Internacional	
1993	Certificación Ambiental Norma ISO 14000	
1999	Lanzamiento del Pacto Global (ONU)	
2000	UE Libro Blanco sobre Responsabilidad Ambiental	
2001	Libro Verde sobre RSE	
2002	Cumbre Mundial de Desarrollo Sostenible (Cumbre de la Tierra)	
2004	Inicio Grupo de Trabajo para la Guía de Recomendaciones ISO26000 de RSE	
2005	Entra en vigor el Protocolo de Kioto al convenio Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático	

<http://www.masr.com.mx/historia-de-la-responsabilidad-social/> Consultado el 20 de septiembre de 2017

Dimensiones de la responsabilidad social

La responsabilidad social empresarial es un compromiso que contempla tres perspectivas, la social, la económica y la medioambiental.



<http://www.slideshare.net/roadmap/2-conceptos-definiciones-rse>

Consultado en marzo del 2017

Grupos de interés

Respecto a los grupos de interés de las ESR se cuenta con la siguiente subdivisión:

	Social	Económica	Medioambiental
Grupos de interés	Trabajadores Sindicatos Organizaciones empresariales Administración Empleadores Comunidad Local Asociaciones profesionales	Clientes Ciudadanos Consumidores Proveedores Subcontratistas Socios Comerciales Inversores Accionistas Administración Organismos reguladores	Asociaciones sin ánimo de lucro Comunidad Local Ciudadanos Clientes Consumidores Trabajadores Otros países

<http://www.slideshare.net/roadmap/2-conceptos-definiciones-rse>

Consultado en marzo del 2017

En otro orden de ideas, abordar a continuación un tema que va muy relacionado con lo que hemos venido trabajando y nos da un panorama más amplio para seguir entrando en materia de todo lo que involucra a las ESR hablando ahora con respecto a la certificación ISO 26000 que es un documento que pretende universalizar todo lo que respecta a ESR, indica que una organización debe considerar los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y el medio ambiente, a través de un comportamiento transparente y ético que contribuya al desarrollo sostenible que nos referimos con esto a la satisfacción de las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad.

Esto va ampliando nuestra información y nos hace pensar que no podemos dejar de considerar las materias fundamentales de la ISO 26000, que relacionamos con la RS como lo es:

Derechos humanos: Entendiendo que éste es un tema que nos atañe a todos, por ello no es abstracto y lejano para nadie. Nuestro deber como seres humanos es respetar a nuestros semejantes, sus costumbres, culturas, razas, preferencias sexuales, y sobre todo integridad.

José Ingenieros en su libro: *Hacia una moral sin dogmas* recuerda que:

“El derecho de cada uno representa el deber de los demás y el deber de cada uno constituye el derecho de los otros”.

(Tomado del libro de Víctor Guédez Ser Confiable. Responsabilidad social y reputación empresarial).

Otra materia son las **prácticas laborales**, que nos llevan a participar activamente en la empresa y ser responsable en el trabajo consigo mismo y con los demás, partiendo de la premisa de que si no hay RSI no hay responsabilidad laboral.

Con respecto **al ambiente** lo podemos ver a través de un uso sostenible de los recursos naturales, un consumo responsable, no contaminando, contribuyendo así al desarrollo sostenible.

Prácticas justas de negocios, lo vemos a través de un comportamiento ético y responsable consigo mismo y con los demás. Al respecto, Víctor Guédez menciona que:

“El fundamento de la responsabilidad social es ético porque así como individualmente la ética nos hace sentir bien con nosotros mismos cuando estamos bien con los demás y nos hace sentir bien con los demás cuando estamos bien con nosotros mismos”.

Como consumidor, siendo responsable en nuestras compras y adquirir productos y servicios de empresas responsables, y finalmente **con la comunidad y la sociedad**, como seres humanos no podemos ser indiferentes a la situación de pobreza en el mundo, y si bien no podemos contribuir con el mundo entero, sí podemos como personas apoyar a nuestro entorno más cercano.

Resumiendo aún hay mucho por entender y realizar respecto a la ESR, por ello se han consultado a diversos especialistas y es importante compartir y resaltar el decálogo de las empresas socialmente responsables que nos comparte el CEMEFI:

Decálogo de la Empresa Socialmente Responsable

1. Promueve e impulsa en su interior una Cultura de Responsabilidad Social Empresarial que busca las metas y el éxito del negocio, contribuyendo al mismo tiempo al bienestar de la sociedad.

2. Identifica las necesidades sociales del entorno en que opera y colabora en su solución, impulsando el desarrollo y mejoramiento de la calidad de vida.

3. Hace públicos los valores de su empresa y se desempeña con base en un código de ética.

4. Vive al interior y al exterior de esquemas de liderazgo participativo, solidaridad, servicio y respeto a la dignidad humana.

5. Promueve el desarrollo humano y profesional de toda su comunidad (empleados, familiares, accionistas y proveedores).

6. Identifica y apoya causas sociales como parte de su estrategia de acción empresarial.

7. Respeta el entorno ecológico en todos y cada uno de los procesos de operación y comercialización, además de contribuir a la preservación del medio ambiente.

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 y/o gobierno en la atención de las causas sociales que ha elegido.

10. Toma en cuenta e involucra a su personal, accionistas y proveedores en sus programas de inversión y desarrollo social.

Para complementar esta valiosa información no podemos dejar de enriquecer el tema con los diez mandamientos que pueden ser muy útiles en esta misma vertiente de información para el empresario:

1º mandamiento. “Análisis de intangibles”: Lo primero que debe hacer el dueño de una empresa que busca incursionar en la ESR es definir lo que considera su misión y visión, así como todos los valores que quiere transmitir a todos los niveles no sólo gerenciales.

2º mandamiento. “Honestidad y coherencia”: Es importante plantear a aquellas empresas que incursionan en este campo, que la “ESR se vive y no se habla”. la ESR no es una función ni una tarea más de la empresa, sino la forma como conduce su negocio, su filosofía de vida.

3º mandamiento. “Relacionarme con mis siete grupos de interés. Todos son importantes”: No sólo el dueño de la compañía es el más importante porque financia el negocio, también los colaboradores, los proveedores, el cliente, adicional, la comunidad, el ambiente y el gobierno. Hay que tener claro lo que realmente es significativo para ellos.

4º mandamiento. “Hacer bien su propio trabajo”: Podríamos pensar que se cumplen todos los mandamientos de la responsabilidad social, pero no podemos descuidar uno de los que hay que poner más atención que es hacer bien su propio trabajo.

5º mandamiento. “Determinar quién dirige el programa de ESR”: Aquí nos enfrentamos en poder decidir si el personal de relaciones públicas o el personal de recursos humanos serán los más aptos para llevar el programa de ESR, pero la realidad es que el designado no debe encasillar la RS sólo al área a la que pertenece, sino que debe persuadir a todas las áreas para ir por un bien común.

6º mandamiento. “Diferenciar entre usar recursos propios o de la empresa”: Existen las necesidades sociales del tipo A (es decir cuando el negocio camina mal), los recursos destinados para ello deben salir de la organización y orientarse a fortalecer condiciones de proveedores claves y comunidades o a publicidad para mejorar la imagen de la empresa ante ciertos clientes o entorno, y las de tipo “B” cuando el negocio no se ve afectado, sería sacar dinero de la empresa para temas

“ajenos” a la empresa, destinarlo a quienes no tienen participación en la empresa: ni como productor, ni como empleado.

7º mandamiento. “Presupuestando la ESR”: No existen montos fijos, ya que el atender al factor humano y al ambiente puede resultar muy caro y lo que es necesario hay que irlo incorporando en la medida de lo posible, lo ideal es ejecutar acciones de bajos recursos, pero que generen gran impacto.

8º mandamiento. “No confundir ESR y filantropía”: La línea que las divide se encuentra en la misión y visión de la empresa, es decir lo que tú le inculques a tus grupos de interés será lo que ellos transmitan, la única diferencia entre ambas es que la ESR responde a una visión clara de negocios que incluye valores y principios a trabajar.

9º mandamiento. “Apertura para modificar la forma como se han venido haciendo negocios”: Los negocios inclusivos son una innovadora estrategia que renueva los conceptos de la ESR, y que se centra en que los proyectos logren una sostenibilidad en el tiempo.

Enfatiza que para hacer un negocio inclusivo las empresas que participan tienen que ser socialmente responsables. A su entender, aquellas empresas que desean incorporar este concepto deben tener la apertura para modificar alguna de las formas como han venido haciendo negocios.

10º mandamiento. “No solo las empresas deben ser socialmente responsables, sino también los clientes”: Para que la ESR marche, se requiere paralelamente del acompañamiento del consumidor final, pues si este sigue privilegiando un producto no responsable, no ético, no habrá forma de que la iniciativa de la empresa sea sostenible, por ello debemos involucrar en todas las acciones o

programas de ESR a nuestros clientes, volviéndose participes de todo lo que se hace, lo cual a la larga refuerza los lazos entre cliente y compañía.

Esta información nos parecía muy relevante compartirla para que pueda ser analizada al interior de las empresas y aplicada en el caso que sea necesario.

En otro orden de ideas para poder resaltar la fuerza que tiene ser una ESR, la revista *Industry Week* demostró que la mitad del rendimiento superior a la media de una empresa socialmente responsable, puede atribuirse a esa característica, mientras que el resto, a los resultados del sector, en la misma revista mencionan que cuando se elige entre dos marcas de la misma calidad y precio, la cuestión de responsabilidad social es la que más afecta en la decisión de compra hasta en 41%; por encima del diseño e innovación (32%) y la lealtad de la marca (26%). Por si fuera poco, el 90% de los consumidores dice estar dispuesto a pagar más por una marca que apoya causas sociales o ambientales ya que destinan parte de su precio a un proyecto social, frente a un 70% en el caso de productos ecológicos y un 30% para productos dietéticos.

Los consumidores jóvenes y el segmento de población con un poder adquisitivo alto y medio / alto, los residentes en municipios con más de 500 mil habitantes, son los que mayor interés manifiestan en los productos o servicios con tendencias de RS. La cantidad idónea a pagar en concepto de sobreprecio por un producto o servicio que apoye un proyecto social se sitúa entre el 5% y un 10%.

Un 56% de los consumidores considera que los programas de Marketing con causa no se comunican suficientemente, sobre todo en lo que respecta a resultados. Un 70% de consumidores apoya la existencia de una certificación como la del distintivo ESR. Un 44% afirma que esta certificación le influiría positivamente en su compra, por ello la invitación e importancia de sumarse a esta línea de negocio.

Por su puesto que los beneficios no sólo son en temas empresariales y mercantiles sino que nuestro país también se ve altamente beneficiado ya que cada empresa que pasa por todo el procedimiento que implica ser una ESR debe contribuir con la sociedad y todo lo que la rodea, para poder realmente mostrar que su línea de negocio está involucrada con la responsabilidad social, lo cual a lo largo de los últimos años se ha comprobado que cada acción que tienen las empresas en nuestro país reciben los beneficios visualizándolos ya sea en los individuos o en el planeta.

Conociendo esta información podemos contribuir más ampliamente en una ESR ya sea como público interno o externo de la misma. En este sentido, Víctor Guédez, menciona:

“Primero somos seres humanos y después somos directivos, gerentes trabajadores, clientes, acreedores, proveedores etcétera.”

Lo trascendente en este caso es tener claro que la responsabilidad social tiene un amplio panorama para aprovecharse y el factor humano es un elemento clave para ello, lo cual será materia de análisis en el siguiente apartado.

APARTADO 2

TÉCNICAS EMPRESARIALES: ¡ÚNETE Y SÉ SOCIALMENTE RESPONSABLE!



¿Sabes qué es una **Empresa Socialmente Responsable?**

Es aquella que a través de diferentes acciones promueve no sólo el cuidado del Medio Ambiente, sino también la mejora de la calidad de vida de sus trabajadores y de la sociedad.

En **Atención Telefónica** queremos agradecer tu participación y apoyo para lograr orgullosamente la renovación del **Distintivo ESR**.

¡Vamos por más!



20 Años de Experiencia



Comunicado de la entrega del Distintivo ESR 2017 de la empresa Atención Telefónica.

Diseño: Elaboración propia.

VIVIENDO EL PROCESO DE CERTIFICACIÓN.

“Primero fue la capacitación, luego la calidad, hoy es la ESR... Las tendencias son reales pero no lo son todo en la empresa”.

Santiago Macías, de Compite.

El Distintivo ESR es un reconocimiento otorgado anualmente en México por el Centro Mexicano de Filantropía (CEMEFI). Desde 1988 ha promovido la participación filantrópica, comprometida y socialmente responsable de los ciudadanos, sus organizaciones sociales y empresas para alcanzar una sociedad más equitativa, solidaria y próspera en conjunto con *AliaRSE* (Alianza por la Responsabilidad Social Empresarial en México).

Ya teniendo más claro que son las ESR debemos mencionar que los beneficios que tienen por entrar a esta línea de negocio se ven más tangibles a través de la obtención del Distintivo ESR y obviamente de su administración. Es importante señalar que dicho distintivo puede ser alcanzado por PyMES, empresas y corporativos sin importar tamaño ni giro comercial.

El Distintivo ESR no sólo agrega valor a la marca y rentabilidad, sino que acredita a las empresas ante sus empleados, inversionistas, clientes, autoridades y sociedad en general, como una organización comprometida y públicamente con una gestión socialmente responsable como parte de su cultura y estrategia de negocio.

El Distintivo ESR no es un compromiso de una sola vez, sino que debe renovarse año con año para mantener vigente la cultura de la responsabilidad social. La obtención del Distintivo ESR se basa en un proceso de autodiagnóstico, sustentado documentalmente por la empresa y verificado por CEMEFI.

Se otorga el Distintivo ESR a las empresas que superen el 75% de los requisitos que se evalúan para este proceso, donde ahondaremos más en los detalles que esto implica.

Las empresas pueden realizar su gestión e intentar alcanzar el distintivo por sí mismas y de forma independiente, es una tarea similar al aprendizaje de forma autodidacta, aunque algunas empresas han mencionado que es mejor pagar una asesoría. Por ello, hay varias empresas dedicadas a esto como por ejemplo *Expok*, la agencia de Marketing y responsabilidad social más distinguida por CEMEFI donde apoyan a la obtención del distintivo, entre muchas otras en el ramo y que de necesitar una en el mismo centro te dan los detalles para contactar a una.

El Distintivo ESR, como símbolo, puede ser utilizado, una vez obtenido, en todos los comunicados de la empresa, haciendo pública su distinción claro, también su compromiso. Las instituciones financieras recurren cada vez más a listas de empresas socialmente responsables, para evaluar los riesgos de sus préstamos o inversiones.



Pudiera pensarse que su obtención es un proceso difícil; sin embargo, no lo es, sólo se requiere mucha dedicación y esfuerzo tal como nos lo mencionó en el X encuentro latinoamericano de ESR 2017 el Lic. Adrián Morales, Consultor acreditado por CEMEFI de ESR:

“Llevo ya más de 12 años en este camino de la asesoría de las ESR y a pesar de eso considero que en este proceso para la obtención del distintivo si tienes un consultor es un proceso fácil, ya que llevamos al cliente de la mano porque implica mucha dedicación y esfuerzo y nunca está de más que busquen asesoría personalizada de acuerdo a cada empresa para poder obtener resultados más rápidos y óptimos”.

Poder compartir información más amplia sobre este proceso nos permitirá poder aterrizar más nuestras ideas de cómo se lleva a cabo. Todas las empresas deben completar el envío de los documentos necesarios para la inscripción administrativa al Distintivo ESR por ello revisaremos cada paso a continuación:

- Inscripción de la empresa por medio del formato de inscripción de CEMEFI.
- Realizar el pago de la inscripción dependiente el tamaño de la empresa será el costo, mencionados anteriormente.
- Llenar la Carta de aceptación del Decálogo ESR.
- Llenar la Carta de exposición de motivos por el cual quieren obtener el distintivo.
- Llenar la Carta compromiso del comité de ESR en caso de tener.
- Estos 5 documentos se mandan a los correos: distintivo@CEMEFI.org y cobros@CEMEFI.org junto con el logotipo de la empresa para que quede lista la inscripción y poder a proceder a llenar los cuestionarios que le serán asignados con las respectivas evidencias de cada pregunta para poder concluir el proceso y solo esperar la evaluación y el resultado.

Ahora revisaremos cada paso de manera detallada, donde mostraremos los formatos de cada punto que debemos cumplir.

Formato de registro: Éste lo llena la empresa con todos sus datos para poder determinar el monto a pagar que dependerá del tamaño de la empresa.

Comprobante de pago de inscripción: Se requiere hacer el pago y poder tener el comprobante del mismo, vamos ir mostrando a lo largo del trabajo ejemplos de los documentos y en el anexo podrán visualizar el formato de inscripción en blanco y otro ya con información de la empresa para ser usado como ejemplo.

Carta de aceptación del Decálogo ESR: El director de la empresa debe aceptar y firmar de que acepta el decálogo de las empresas socialmente responsables que se ejemplifica y muestra su contenido tanto de la carta como del decálogo, dejo en el anexo el ejemplo del documento, la redacción es libre.

Carta de exposición de motivos de participación y compromiso del comité en caso de tenerlo: El Director de la empresa debe firmar una carta donde expone sus motivos para participar en el proceso de certificación de ESR y renovar estas solicitudes año con año, así como el compromiso del comité de ESR de la empresa, mostrando ejemplos en el anexo, la redacción es libre.

Logotipo de la empresa en alta resolución: Como parte del trámite es indispensable mandar el logotipo de la empresa en alta resolución para que puedan manipularlo en todos los documentos que requieran insertarlo en CEMEFI como parte del proceso.

Las fechas en las que se recibe esta información es importante mencionarlas. Para empresas que participan por primera vez y hasta el 5° año: en diciembre. Para empresas que participan a partir del 6° año en adelante en enero, en caso de tener cambios en las fechas se mencionan en la página oficial de CEMEFI (<http://esr.CEMEFI.org>).

Una vez que confirma CEMEFI que recibió la documentación completa antes mencionada se finaliza el registro administrativo y la inscripción al proceso del Distintivo ESR por parte de la empresa y posteriormente hay que contestar un cuestionario entrando a <http://esr.CEMEFI.org> al dar clic en “Inicio de sesión”, en la pantalla de inicio debes ingresar tu usuario (correo electrónico) y contraseña.

En caso de no contar con estos datos ve a la opción de regístrate y sigue las indicaciones del sistema. Ya dentro del registro de tu empresa en el sistema, ir a la opción diagnóstico. Ya en diagnóstico, elegir la opción de consulta de indicadores y descargar el cuestionario asignado mencionarlo paso a paso puede ser más entendible, que es lo que busco para poder tener información lo más clara posible.

La empresa puede comenzar a responder el cuestionario y subir evidencias al sistema a partir de que se completa el registro en CEMEFI. Los cuestionarios son distintos dependiendo el número de años que lleva inscrita la empresa en el proceso, es muy interesante analizarlos completos, por lo extensos que son podrán encontrarlos completos en el anexo de este reportaje.

El Distintivo ESR es una herramienta que tiene por objetivo difundir y apoyar la adopción de los principios de ESR como parte de la cultura y estrategia de negocio de las empresas, sustentando el cumplimiento de los estándares propuestos en cuatro temas de la responsabilidad social para generar un factor más de competitividad empresarial, aquí damos un ejemplo de cómo se manejan las fechas del proceso:

Ejemplo de fechas del proceso

Inscripciones: Del 20 de junio al 25 de noviembre de 2017
Cierre de cuestionarios:
Empresas de 1 a 5 años: 30 de diciembre de 2017
Empresas de 6 a 10 años; 8 de enero de 2017
Publicación de resultados: 10 de febrero de 2017
Consulta de reportes de retroalimentación: mayo de 2017

Para que CEMEFI pueda asignarle el cuestionario que la empresa responde, debe registrar a la empresa en el sistema electrónico: <http://esr.CEMEFI.org>. Si es la primera vez que la empresa participa en el proceso, deberá crear un registro nuevo. Si ya ha participado anteriormente, ya tiene un registro en el sistema que únicamente

deberá actualizar en caso de que haya habido cambios desde el proceso anterior. CEMEFI asignará a cada empresa el cuestionario que le corresponda contestar, de acuerdo con el tamaño de ésta y el año de participación.

Cuestionarios disponibles:

Etapa	Año(s)	Cuestionario
I	1 año	ESR 1 a 5 años PyME 1 a 5 años
II	2 a 5 años	ESR 1 a 5 años PyME 1 a 5 años
III	6 a 10 años	ESR 6 a 10 años PyME 6 a 10 años
IV	11 en adelante	ESR 11 años en adelante PyME 11 años en adelante

<http://www.CEMEFI.org/esr/>

Todos los cuestionarios tienen cuatro secciones básicas que corresponden a:

Ámbitos de la ESR.



<http://www.CEMEFI.org/esr/>

Las empresas cuyos productos sean: bebidas alcohólicas; medicinas y medicamentos que se venden sin receta; más otros que recomiende el Comité de ESR de CEMEFI, deberán contestar un cuestionario o sección adicional que evalúa las

actividades de la empresa para un quinto ámbito de la ESR: Promoción ética y consumo responsable.

Las empresas que participan por onceavo año deberán contestar el cuestionario ESR (11 y 12 años) y participar en una revisión de aseguramiento de calidad que consiste en una visita por parte del CEMEFI a la compañía, en la que se da a la empresa una retroalimentación detallada sobre su cuestionario, indicando las principales áreas de oportunidad y recomendaciones. No es una auditoría.

Las empresas que participan por doceavo año deberán contestar el cuestionario ESR (11 y 12 años) y elaborar un compromiso de implementación formal que anexarán al cuestionario en el sistema electrónico, cuyos avances serán evaluados para el proceso del Distintivo ESR del año en curso. El compromiso de implementación deberá partir de las áreas de oportunidad detectadas en la visita de aseguramiento que tuvieron en el proceso ESR del año anterior.

Adicionalmente desde el 2013 se ha incorporado a todos los cuestionarios un cuestionario titulado Gestión de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE); con el propósito de diagnosticar con mayor detalle la gestión interna de la ESR. El cuestionario de Gestión de las ESR no se incluye en la evaluación global del cuestionario de la empresa. A partir del 2013, los indicadores serán preguntas simples, se han eliminado las sub preguntas o incisos, que anteriormente debían responderse algunos ejemplos para ser más precisos de las opciones de respuesta de cada indicar son: No, no aplica, compromiso de implementación, sí, la empresa presenta algún progreso, sí, la empresa presenta progreso considerable y sí, cumplimiento consolidado. Para dejar claro que es el compromiso de implementación debemos mencionar que es una acción, programa o actividad que, aunque actualmente no existe, sí está contemplada en la planeación de la empresa en el corto o mediano plazo.

Después de contestar, se desplegará la lista de clasificación de evidencias, en donde debemos adjuntar los documentos que tengan para respaldar sus respuestas.

Las respuestas deben ser lo más completas posibles, es decir, deben tratar de incluir las evidencias más relevantes y que darán una respuesta más clara. Al hablar de evidencias debemos mencionar la clasificación que tienen éstas:

Políticas, códigos y reglamentos: Se refiere a los reglamentos internos, políticas de diversas áreas, convenios, procedimientos, códigos de conducta, contratos o cualquier otro documento que demuestre la existencia de un compromiso de la empresa ante terceros.

Evidencia certificada: Documentos que dan cuenta del proceso de implementación de programas, actividades o servicios de la organización, que estén certificados por algún organismo público reconocido o una norma local o internacional.

Evidencia no certificada: Documentos que dan cuenta del proceso de implementación de programas, actividades o servicios de la organización.

Reconocimiento de terceros: Se refiere a cartas, diplomas, premios, reconocimientos públicos, relacionados con programas o actividades de la organización.

Reporte público auditado: Documento emitido por un despacho de auditores externos relacionado con cualquier área del negocio. Manuales y procedimientos: Documentación establecida por más de un año que respalda la existencia de prácticas de ESR.

Adicional entrando en detalles técnicos es importante que el archivo no sea más grande de 4 MB. También aceptan archivos de la paquetería Office, PDF, JPG y ZIP, debemos tener presente que no se aceptan *links* a intranet de la empresa, videos y fotografías solas.

Cuando el cuestionario esté contestado al 100% y estamos seguros de todas las respuestas tomando en cuenta que no podemos dejar preguntas en blanco, debemos liberar el cuestionario y esto implica el cierre de este proceso y el envío para su evaluación a CEMEFI. Una vez que liberamos el cuestionario ya no podemos hacer ningún ajuste.

Tras la publicación de resultados de obtención del Distintivo ESR, podrá consultar su reporte de retroalimentación en el sistema electrónico a partir del mes de mayo de cada año, adicional CEMEFI notifica por correo electrónico, (Ejemplo de notificación más reciente febrero de 2018 del proceso de todo el 2017).

Correo electrónico:
De: Distintivo [mailto:distintivo@cemefi.org]
Enviado el: miércoles, 28 de febrero de 2018 11:08 p.m.
Para: lescarcega@atencion.com
Asunto: Notificación Distintivo ESR 2018



EMPRESA
SOCIALMENTE
RESPONSABLE

Ciudad de México, 28 de febrero del 2018

A nombre del Centro Mexicano para la Filantropía, A.C., y de la Alianza por la Responsabilidad Social Empresarial en México (Aliarse), reconocemos y felicitamos a la empresa **Atención Telefónica, S.A. de C.V.** por haber obtenido el **Distintivo ESR® 2018** como resultado de su compromiso público y voluntario de implementar una gestión socialmente responsable.

A partir del 9 de febrero del presente año, fecha de la publicación de resultados en nuestra página, y hasta el 31 de marzo del 2019, **Atención Telefónica** podrá ostentar el logotipo del **Distintivo ESR®** con base en los lineamientos establecidos en el documento **Reglas de Uso del logotipo y Manual del Logotipo ESR** ([descarga](#)). El Acuse de Recibo de ambos documentos, incluido en el link de descarga antes señalado, deberá ser firmado por su representante legal y enviado electrónicamente al correo distintivo@cemefi.org antes del **31 de mayo** del presente.

En este sentido, nos complace el compromiso que manifiestan de mejora continua para incrementar los estándares de responsabilidad social empresarial en los ámbitos de Calidad de Vida en la Empresa, Ética y Gobierno Empresarial, Vinculación con la Comunidad y, Cuidado y Preservación del Medio Ambiente.

Los detalles de su participación podrán consultarlos en el reporte de resultados, el cual estará disponible en la plataforma electrónica <http://esr.cemefi.org> a partir del **31 de**

Adicional también notifican por teléfono a aquellas empresas que, posteriormente, deberán tener una visita de Aseguramiento de la Calidad, a partir del mismo mes antes mencionado, en caso de que al empresario no le quede claro el proceso puede mandar correo directo a CEMEFI (distintivo@CEMEFI.org). Una vez que logras obtener y acreditar todo el proceso es lo mismo año con año, claro que cada vez los requisitos a comprobar son más rigurosos.

Ejemplo de la carta oficial que entregan cuando se recibe el Distintivo:

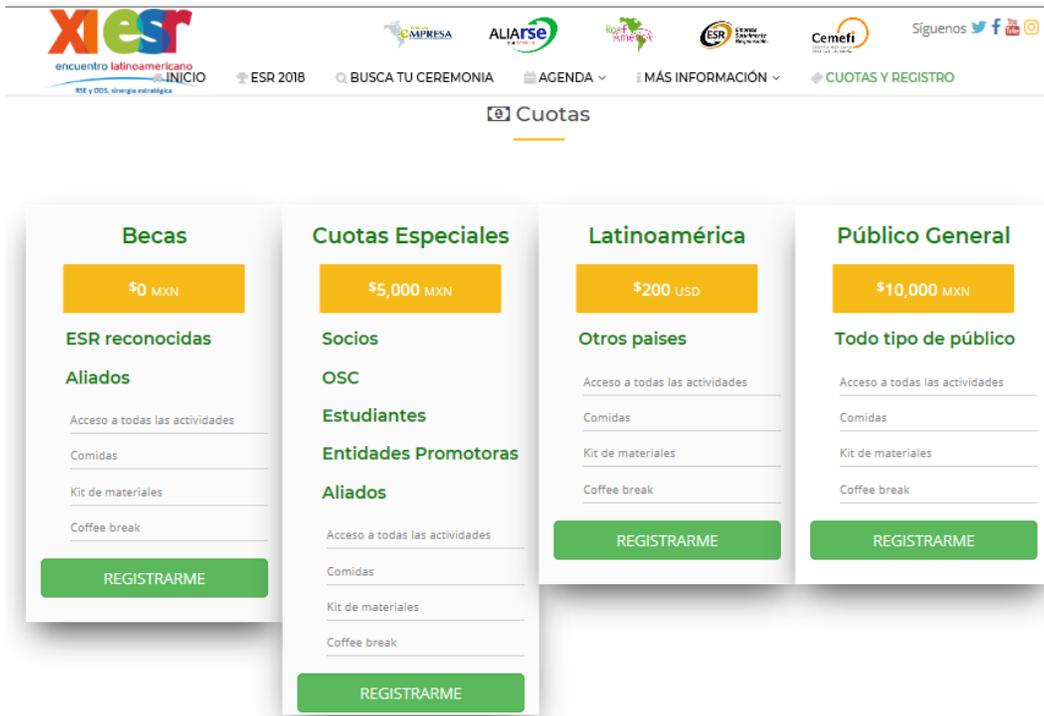


Esta carta es entregada junto con el Distintivo en una ceremonia que realiza año con año el CEMEFI, donde no solo se hace la entrega sino que también aprovechan el foro para que puedas tomar conferencias y talleres de temas de RS, en el cual por pagar tu inscripción al proceso te otorgan 2 becas para acudir al evento los 3 días que dura y también si quieres acudir sin inscribirte al proceso, solo como parte de cultura en el tema puedes hacerlo pero tiene un costo, anexo ejemplo del programa que se maneja en este evento y costos si no tienes beca.

Programa:

Lunes 10 de mayo		Martes 11 de mayo		Miércoles 12 de mayo	
08:00-09:00	Desayuno	08:00-09:00	Desayuno	08:00-09:00	Desayuno
09:00-10:00	Conferencia: "El rol de la filantropía en la RSE"	09:00-10:00	Conferencia: "El rol de la filantropía en la RSE"	09:00-10:00	Conferencia: "El rol de la filantropía en la RSE"
10:00-11:00	Panel: "El rol de la filantropía en la RSE"	10:00-11:00	Panel: "El rol de la filantropía en la RSE"	10:00-11:00	Panel: "El rol de la filantropía en la RSE"
11:00-12:00	Panel: "El rol de la filantropía en la RSE"	11:00-12:00	Panel: "El rol de la filantropía en la RSE"	11:00-12:00	Panel: "El rol de la filantropía en la RSE"
12:00-13:00	Almuerzo	12:00-13:00	Almuerzo	12:00-13:00	Almuerzo
13:00-14:00	Conferencia: "El rol de la filantropía en la RSE"	13:00-14:00	Conferencia: "El rol de la filantropía en la RSE"	13:00-14:00	Conferencia: "El rol de la filantropía en la RSE"
14:00-15:00	Panel: "El rol de la filantropía en la RSE"	14:00-15:00	Panel: "El rol de la filantropía en la RSE"	14:00-15:00	Panel: "El rol de la filantropía en la RSE"
15:00-16:00	Panel: "El rol de la filantropía en la RSE"	15:00-16:00	Panel: "El rol de la filantropía en la RSE"	15:00-16:00	Panel: "El rol de la filantropía en la RSE"
16:00-17:00	Panel: "El rol de la filantropía en la RSE"	16:00-17:00	Panel: "El rol de la filantropía en la RSE"	16:00-17:00	Panel: "El rol de la filantropía en la RSE"
17:00-18:00	Panel: "El rol de la filantropía en la RSE"	17:00-18:00	Panel: "El rol de la filantropía en la RSE"	17:00-18:00	Panel: "El rol de la filantropía en la RSE"
18:00-19:00	Panel: "El rol de la filantropía en la RSE"	18:00-19:00	Panel: "El rol de la filantropía en la RSE"	18:00-19:00	Panel: "El rol de la filantropía en la RSE"
19:00-20:00	Panel: "El rol de la filantropía en la RSE"	19:00-20:00	Panel: "El rol de la filantropía en la RSE"	19:00-20:00	Panel: "El rol de la filantropía en la RSE"
20:00-21:00	Panel: "El rol de la filantropía en la RSE"	20:00-21:00	Panel: "El rol de la filantropía en la RSE"	20:00-21:00	Panel: "El rol de la filantropía en la RSE"
21:00-22:00	Panel: "El rol de la filantropía en la RSE"	21:00-22:00	Panel: "El rol de la filantropía en la RSE"	21:00-22:00	Panel: "El rol de la filantropía en la RSE"
22:00-23:00	Panel: "El rol de la filantropía en la RSE"	22:00-23:00	Panel: "El rol de la filantropía en la RSE"	22:00-23:00	Panel: "El rol de la filantropía en la RSE"
23:00-24:00	Panel: "El rol de la filantropía en la RSE"	23:00-24:00	Panel: "El rol de la filantropía en la RSE"	23:00-24:00	Panel: "El rol de la filantropía en la RSE"

Comparto aquí el ejemplo de las cuotas que se manejan:



Una vez que obtienes el distintivo que se te dará en la ceremonia de entrega que organiza CEMEFI podrás consultar los resultados en: <http://esr.CEMEFI.org> y ahí mismo podrás descargar el diagnóstico de cómo se te evaluó en cada rubro, podrás checar en el anexo el ejemplo de un diagnóstico de la empresa Atención Telefónica.

Es un hecho que las empresas socialmente responsables tienen y tendrán beneficios por encima de la media en el corto plazo, al ser percibidas por sus asociados y consumidores como superiores en sus procesos de gestión y comercialización y para lograr esta certificación podría pensarse que es un proceso fácil, sin embargo, involucra mucha dedicación y compromiso como lo pudimos ver con toda la información antes mencionada y para que este proceso se logre es fundamental la participación de la gente.

EL FACTOR HUMANO, FUENTE DE ENERGÍA PARA LOGRAR CUALQUIER RETO.

El recurso humano es el eje y el motivo para llevar a cabo el proceso que lleva una empresa para ser ESR, ya que su participación es esencial para dar resultados y retroalimentación sobre el proceso y son uno de los públicos finales que reciben los beneficios por todas las acciones tomadas por las compañías, a pesar de esto, pudiera



pensarse que el individuo se percata de inmediato de los beneficios y en automático se involucran, pero en muchos casos no es así se tiene que realizar una gran labor de concientizar a la gente para poder realmente aprovechar la fuerza de su participación con este tema.

El ser humano tiene mil cosas en su mente a la vez en su día a día por el nivel de vida acelerado al que está actualmente acostumbrado, por ello, no es difícil entender que siempre tendrá muchas prioridades antes de pensar en apagar una luz para ahorrar energía eléctrica o plantar un árbol o ir a una plática de cuidado de medio ambiente, etc y no porque no deseen hacerlo, sino porque se necesita una gran labor para informar a la gente y que ellos mismos pasen de generación en generación esta importante información de ser socialmente responsables, así que hay mucho que hacer de manera personal como de manera empresarial que es donde pasan las personas gran parte de su día y de su vida.

Cada empresa tiene una manera diferente de involucrar a su factor humano, por ejemplo la mayoría de las empresas tienen un responsable si no es que un área completa de responsabilidad social con su propio presupuesto para ello, en donde llevan diferentes procesos pero en todos y cada uno de estos se busca involucrar a la gente, es por eso que normalmente se guían por calendarios de actividades anuales de actividades de ESR y en muchos casos para elaborarlos toman en cuenta tanto la opinión de sus públicos que participan en sus actividades como también si gozan del distintivo de ESR realizan sus actividades que les sugieren en sus retroalimentaciones que les da el CEMEFI cada año.

Deben estar conscientes que para poder llevar un proyecto empresarial y lograr alcanzar los objetivos deseados o establecidos, no es suficiente tener un buen plan estratégico ni siquiera si contamos con la tecnología más avanzada, sino que son las personas las que logran que exista un buen funcionamiento, ya que ellas dan seguimiento a los procesos de las empresas y estos generan un valor diferencial a la organización, por ello, debemos darles el valor que tienen, ya que no hay organización sin personas.

Sin embargo las empresas no existen simplemente para tener personas sino que hay que trabajar en conjunto para que tanto la empresa tenga sus beneficios como el individuo pueda satisfacer sus necesidades tanto personales como laborales para que su participación sea aún más benéfica.

Entrando más en materia debemos mencionar claros ejemplos de lo que hacen las organizaciones en materia de ESR y poder visualizar la participación tan importante que tiene el recurso humano.



Por ejemplo, evento de **reforestación:** Consiste en invitar a todo el personal, clientes, proveedores y familiares para poder acudir a un parque o bosque en los que todos participan con actividades de deforestación y reforestación donde toda la logística es planeada y efectuada por el factor humano contando con el recurso

de la compañía organizadora con la finalidad de poder hacer conciencia en las personas de la importancia de cuidar el ambiente y al compartir estas actividades entre todos de manera anual para que se le regrese al planeta algo de lo mucho que nos da.

Adicional es increíble ver que como este tipo de actividades logran crear un vínculo no sólo con el colaborador sino con sus familias, por ello es una buena opción para poder invitar a tus demás públicos como clientes, proveedores por mencionar algunos.

Otra actividad que vale la pena mencionar son **las donaciones**: Consisten en que las personas cooperen ya sea con voluntariado (regalando horas de convivencia o

ATENCIÓN TELEFÓNICA

Es momento de sumar esfuerzos...

Más de 7 mil comunidades indígenas viven una situación de hambruna en la Sierra Tarahumara, la realidad es delicada por la nula producción de alimento a raíz de la sequía, **Atención Telefónica** preocupada por los Tarahumaras te invita a que te sumes a la recaudación de productos enlatados abre fácil para esta noble causa (atún, sardina y frijol). **ATEL donará la misma cantidad que se recaude.**

Los estaremos recibiendo en Comunicación, Desarrollo y Responsabilidad Social del **30 de enero al 07 de febrero.**

¡Apoyemos juntos!

trabajo gratuito) monetario o en especie con instituciones o fundaciones que más lo necesiten para poder poner un granito de arena con diferentes causas y al invitar a participar a los diferentes sectores con los que las empresas tienen contacto crean un vínculo que año con año se busca reforzar

entre la gente y las compañías. El factor humano en esta actividad juega un papel muy importante ya que para poder asistir a las instituciones o recaudar ya sea dinero o especie el personal debe estar convencido y sensibilizado de querer ayudar para que unan fuerzas y comiencen a mover el plan de recolecta o donación para los sectores más necesitados, pero es la gente la que lleva a cabo esta gran labor, es decir, sin el apoyo de ellos nada de estas actividades serían posibles.

Las actividades deportivas son siempre dignas de resaltar ya que involucrar al recurso humano en temas de salud siempre será algo que brinde beneficios para todos

Carrera 2012

¡Actívate y vive saludablemente!

Atención Telefónica y Grupo Atención tiene especial interés en que cuides tu salud, por lo que te invitamos a participar en nuestra Carrera 2012 de 5 km. para categoría de adulto y 3 km. para categoría infantil.

Actívate físicamente de una manera divertida e invita a tus amigos y familiares.

Te esperamos este **sábado 24 de noviembre** en el Centro Deportivo Ecológico y Cultural Plateros a las 9:00 a.m.

Inscríbete del 01 al 19 de Noviembre (si eres de ATEL en Comunicación, Desarrollo y Responsabilidad Social y si eres de **Grupo Atención** en Recursos Humanos). Categorías:

Adulto Varonil y Femenil
(Menos de 30 años, de 31 a 55 años y de 56 a más.)
Infantil: Mínimo 8 años máximo 13
(alguna edad inferior debe correr con un adulto).

Increíbles certificados de regalo.

Habrá transporte de ida y regreso, el cual saldrá de las instalaciones de la empresa a las 8:30 a.m. en punto.

Atención Telefónica **GRUPO ATENCIÓN**

de manera interna y externa y en las que normalmente el personal disfruta mucho participar como son: caminatas, carreras de diferentes distancias (3KM, 5KM, 10KM, etcétera). Siempre buscando que las personas reflexionen en su estilo de vida y el cuidado que deben tener en su cuerpo y mente.

Normalmente se busca que en este tipo de actividades haya muchos beneficiados no sólo por la actividad de un día sino con la mejora de su estilo de vida y el de sus familias, tal cual nos menciona el Sr. Rubén Trujillo, colaborador del área de

sistemas:



“Me gusta mucho que ATEL se preocupe por la salud de todos nosotros, nos ayudan a que mejoremos en nuestra calidad de vida con estas campañas deportivas que a mí me han ayudado mucho en temas de salud y que me motivan para dar un mejor resultado en mi vida e incluso en lo laboral”.

Existen diferentes campañas corporativas de temas variados que se pueden ir desarrollando al analizar lo que a la gente le aqueja o interesa, es una oportunidad para trabajar y apoyar en diversas temáticas, por ejemplo, si tienes personal que sea muy joven o no tanto pero con tendencias a factores sociales muy recurrentes como vicios o enfermedades usuales puedes apoyarlos en difundir temas como (tabaquismo, drogadicción, padres adolescentes, nutrición, valores, etcétera). Y al ver que a los trabajadores les interesa el tema se complementa con talleres o visitas guiadas a los lugares que refuercen el tema en cuestión, logrando así que ellos se involucren de manera activa y así conseguir poner un granito de arena en la mejora de este mundo.

Ejemplos de campañas corporativas:



Valores

Comunicación, Desarrollo y Responsabilidad Social te invita a participar en la plática de

«Valores»

Ésta se llevará a cabo en la sala Salvador Dalí el próximo 29 de Febrero en el siguiente horario:

De 1:00 a 2:00 P.M.

Inscríbete en Comunicación, Desarrollo y Responsabilidad Social ya que habrá cupo limitado.

Logos: ATENCIÓN TELEFÓNICA, NECEP, and others.

Campaña corporativa de Valores 2016. Diseño: Elaboración propia.



20 Años Atención Telefónica EPO Solutions

CAMPAÑA DE ADICCIONES

ReCrea

En Atención Telefónica somos **Adictos a la vida**

Te invitamos a la plática que impartirá el Centro de Integración Juvenil acerca de la prevención de adicciones. Será el **18 de Noviembre** en dos horarios:

- 13:00 a 13:50 hrs.
- 14:00 a 14:50 hrs.

En la sala Siqueiros, si estás interesado en participar, inscríbete a ReCrea y a RH.

Three photographs showing a group of people in a workshop setting, seated around a table and listening to a presentation.

Campaña corporativa de Drogadicción 2017. Diseño: Elaboración propia.

Otras actividades son las recreativas con fines de convivencia y des estrés que ayudan a que el factor humano se sensibilice en todo lo que hace la compañía para su beneficio buscando que participen en actividades de todo tipo sin tener que ofrecer incentivos o premios para lograr que lo hagan con gusto y que con su aportación puedan ir creciendo las sugerencias de lo que le gusta al personal en todo tipo de actividades especialmente en las de ESR.

En estas actividades es importante inclinarse en hacer cosas que generen un



mensaje positivo como por ejemplo, el reciclaje, ahorro de recursos, de agua, etcétera mostrándolos de una manera diferente incluso entretenida y el mensaje les llegue más directo, tal cual nos lo externa nuestra colaboradora Guillermina Galván, del área operativa:

“Me gusta mucho poder participar en las campañas de responsabilidad social que hace ATEL porque me permiten ayudar un poco a la gente que me rodea, esta empresa me ha dado tanto que deseo regresar un poco para el apoyo de la gente”.



Campaña reciclado de tapas 2017. Diseño: Elaboración propia.

Y como estas actividades podemos enumerar muchas más donde no terminaríamos de resaltar por qué y para quién se hace todo esto, que es para el factor humano y para todo lo que afecte su entorno.



Las empresas al ser ESR tienen una finalidad al invertir tiempo y dinero en todas estas acciones y es que mejore el entorno, el país, el mundo en general. La principal motivación para realizar estas actividades son razones éticas,

fundamentalmente altruistas, por supuesto que también debemos mencionar que están presentes, el mejorar la relación con clientes y proveedores, mejorar el entorno del personal y finalmente mejorar los resultados económicos de la compañía.

Estas actividades en pro del medio ambiente se han convertido ya en actividades habituales ligadas a la estrategia de la empresa, donde se debe cuidar mucho siempre la atención que se le brinda al factor humano sugiriendo siempre tener una comunicación al 100% con cada integrante que participe en temas de ESR como contar siempre con su opinión con encuestas de satisfacción o tener foros de charlas sobre este tema y lograr con ello poder brindar lo que la gente quiere y no lo que creemos que les gustará.

Por tal motivo se realizó una encuesta al personal de todos los puestos y antigüedades (50 hombres, 50 mujeres) de la empresa Atención Telefónica para poder tener de manera numérica su opinión en temas de cómo perciben al interior de su

empresa el tema de ser socialmente responsable y compartimos los resultados. En ella se muestra que el personal sí se involucra, conoce el tema de ser una ESR y sobre todo participa activamente en las decisiones de los temas que hacen en la compañía con respecto a este tema.

1. ¿Sabías que Atención Telefónica es una Empresa Socialmente Responsable (ESR)?

SI

90	90%
----	-----

 NO

10	10%
----	-----

2. ¿Cuál de estas actividades que realiza Atención Telefónica como Empresa Socialmente Responsable te gustan más?

a)	El ahorro de luz eléctrica	15	15%
b)	La separación de basura	12	12%
c)	El ahorro de agua	21	21%
d)	La reforestación y limpieza en áreas verdes	32	32%
e)	Campañas de información sobre el uso de recursos naturales	10	10%
f)	La utilización de material biodegradable	10	10%

1. ¿Te gustaría participar en una actividad de Responsabilidad Social o Voluntariado? Las acciones de responsabilidad social son actividades en favor de la comunidad y del planeta y el voluntariado una actividad donde compartes tus talentos y tiempo para contribuir a una problemática social sin que esta sea retribuida con un pago.

SI

89	89%
----	-----

 NO

11	11%
----	-----

2. ¿En qué temáticas te gustaría participar?

a.	Educación	5	5%
b.	Medio ambiente	7	7%
c.	Salud	18	18%
d.	Deporte	14	14%
e.	Arte y cultura	22	22%
f.	Ayuda comunitaria y asistencia social	15	15%
g.	Creatividad & Publicidad	17	17%
h.	Otras- ¿Cuáles?	2	2%

Ayuda a mascotas. _____

3. ¿Con qué públicos te gustaría trabajar y apoyar?

a.	Niños	18	18%
b.	Adolescentes - Jóvenes	23	23%
c.	Adultos	11	11%
d.	Discapacitados	23	23%
e.	Ancianos	22	22%
f.	Otros ¿cuáles?	3	3%

4. ¿En qué horarios te interesaría desarrollar las actividades?

Durante la semana Durante los fines de semana

76	76%
----	-----

24	24%
----	-----

5. ¿Qué tiempo puedes dedicar a estas actividades?

Tiempo:

a.	Horas	86	86%
b.	Varios días al mes	14	14%

Veamos una antigua fábula oriental anónima “El pescador satisfecho De Mello

A. Narra:

“Un rico industrial del Norte se horrorizó cuando vio a un pescador del Sur tranquilamente recostado contra su barca y fumando una pipa.

-“¿Por qué no has salido a pescar?” Le preguntó el industrial.

-“Porque ya he pescado bastante por hoy” respondió el pescador.

-“Y por qué no pescas más de lo que necesitas?”, insistió el industrial.

-“¿Y qué iba a hacer con ello?”, preguntó a su vez el pescador.

-“Ganaría más dinero”, fue la respuesta.

-“De este modo podrías poner un motor a tu barca. Entonces podrías ir a aguas más profundas y pescar más peces. Entonces ganarías lo suficiente para comprarte unas redes de nylon, con las que obtendrías más peces y más dinero. Pronto ganarías para tener dos barcas...y hasta una verdadera flota. Entonces serías rico, como yo”.

-“¿Y qué haría entonces?” preguntó de nuevo el pescador.

-“Podrías sentarte y disfrutar de la vida”, respondió el industrial.

-“¿Y qué crees que estoy haciendo en este preciso momento?” respondió el satisfecho pescador”.

La principal lección de esta fábula es que la responsabilidad social surge del convencimiento de que la empresa además de ser un instrumento de negocio y de creación de riqueza, es un medio o una posibilidad para que las personas puedan satisfacer sus necesidades más cualitativas o simplemente humanas, relacionales, de aprendizaje, amistad, compañerismo, autoconocimiento, etcétera. Por ello podemos resaltar la importancia que tiene el factor humano en cada paso que da una empresa en el ámbito de responsabilidad social.

APARTADO 3

LAS BONDADES DE DAR EL PASO.



Foto consultada en diciembre 2017. www.google.com.es.

¿CONOCES ALGUNAS EMPRESAS ESR?

Es importante hacerles mención de qué empresas de todos los sectores son las que se interesan afortunadamente en temas de Responsabilidad Social y aunque ya mencionamos anteriormente las empresas que se hicieron acreedoras en el 2017 al Distintivo ESR, no debemos dejar de mencionar a manera de ejemplo, según datos que complementamos con información de la revista Expansión de los últimos años los esfuerzos que hacen las 10 empresas que más sobresalen en el ranking de ESR de Expansión y la Escuela de Negocios *Schulich* 2014-2016, así podremos tener un panorama más amplio del tema que nos interesa en este reportaje, enfocándonos en estas 10 porque hay muchas más.

Cemex y Coca-Cola México lideran el ranking de Empresas Responsables de Expansión y la Escuela de Negocios *Schulich* (ubicada en Canadá).

Ser una empresa responsable es más que seguir el modelo de RSE (Responsabilidad Social Empresarial), que incluye aspectos sociales y medioambientales, así como finanzas sanas, en ese sentido, las compañías mejor calificadas son multinacionales.

Las empresas mexicanas cada vez ponen más atención a la Responsabilidad Empresarial y adoptan normas y distintivos y miden el impacto de sus acciones de forma más sistemática. Sin embargo, todavía tienen mucho que aprender de las mejores prácticas internacionales.

“La mayor parte de las buenas prácticas de responsabilidad empresarial se aplican en México”, dice el estudio realizado para Expansión por *Schulich*, ubicada en Canadá. “Sin embargo, pocas compañías mexicanas tienen un enfoque integral que incorpore todas estas mejores prácticas. La mayoría parece adoptar un enfoque poco sistemático”.

Para sistematizar la responsabilidad, algunos organismos internacionales adoptaron el modelo *triple bottom line*, que la agrupa en dimensiones: la gestión económica, social y medioambiental.

El Centro de Excelencia en Negocios Responsables de *Schulich* es uno de los institutos más grandes e influyentes dedicados a estudiar el modelo *triple bottom line*.

Un total de 75 empresas forman parte del listado. Entre las empresas mexicanas que destacan están Lala (18), Bimbo (19), ICA (20), Telcel (29) y Aeroméxico (52).

EL TOP 10 DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL:

1. Cemex



Schulich considera que la calificación de Cemex es más notable ante los problemas financieros que la empresa ha enfrentado en los últimos años. “Su compromiso, incluso en los momentos difíciles, es ejemplar”.

Cemex tiene un alto número de consejeros independientes (90%). Además, cuenta con varios programas para los empleados, como voluntariado corporativo, campañas mensuales de salud, un comedor con comida nutritiva, buenos precios y un gran número de programas de ESR en los cuales es importante resaltar los siguientes:

Programa vivienda:

Trabajan para que la vivienda sea un catalizador de cambio en las comunidades mexicanas al facilitar la construcción de su patrimonio de una manera asequible, sostenible y resiliente. Para construir mejores comunidades deben empezar desde los

cimientos: la vivienda. Están convencidos que una vivienda adecuada es más que un techo, sino que se trata de un espacio seguro, privado y estable, un patrimonio que abre las puertas a una mejor calidad de vida para la familia.

Programa Integración Social:



La construcción de mejores comunidades es una labor de todos sus integrantes. Estamos seguros de que el desarrollo sostenible y resiliencia son la base del progreso de una comunidad.

Sus programas comunitarios fomentan la integración social a través del desarrollo de capacidades y habilidades que impulsan a los participantes a mejorar su calidad de vida y enfrentar adversidades. De esta manera, contribuimos a la sostenibilidad de las comunidades a las que pertenecemos al fomentar su empoderamiento, seguridad y bienestar.



Programa de Medio Ambiente:

Para CEMEX el medio ambiente toma un lugar prioritario. Es por esto que invierten e innovan para liderar la industria en operaciones sostenibles.

Continuamente buscan minimizar el impacto ambiental que tienen a través de iniciativas que reducen las emisiones de carbono, el uso de energía y el uso del agua. Estos esfuerzos fomentan el uso eficiente de materia prima, el aprovechamiento de energías renovables y la regeneración de áreas forestales, entre los principales esfuerzos que hacemos por el medio ambiente.

Estos son los esfuerzos más sobresalientes en sus ya 10 años como ESR pero se puede revisar más a fondo sus informes de ESR que publican de manera anual para ahondar más en la información de esta empresa que hace grandes esfuerzos en temas de responsabilidad social.

2. Coca-Cola



La empresa tiene altos niveles de contribuciones caritativas (4%), según el ranking. “Parece ser un lugar de trabajo muy seguro (sólo 15 días perdidos)”, dice el reporte. La plataforma de sustentabilidad está constituida por tres formas del bienestar: individual, social y ambiental, como lo muestra esta fotografía que es un compromiso que tiene la Fundación Coca-Cola con el Cañón del Sumidero.

Desde la creación del reconocimiento de ESR, hace 16 años, Coca-Cola ha obtenido este certificado convirtiéndose en la única compañía de la industria de bebidas que conserva una visión y un modelo de negocio que reúne el respeto por las personas, los valores éticos, la comunidad, la promoción de un futuro sustentable en favor de las próximas generaciones de mexicanos, así como la aplicación de programas de bienestar integral a nivel personal, social y ambiental.

Fue durante el IX Encuentro Latinoamericano de Empresas Socialmente Responsables, que la Compañía fue reconocida por su compromiso público de destinar

al menos el 1% de sus utilidades antes de impuestos, cifra que en 2015 superó en un 40%.

Vivian Alegría, Directora de Asuntos Comunitarios y Fundación Coca-Cola, resaltó que:

“Hemos atestiguado la evolución en el compromiso de las organizaciones para involucrar a la sustentabilidad y la responsabilidad como un modelo de negocio, y nos sumamos con entusiasmo a los compromisos que esto implica para construir un mejor futuro invirtiendo con responsabilidad social para generar progreso”.

Independientemente de los productos que ofrece, promueve acciones que son un parteaguas positivo en el ámbito social desde sustentabilidad de las comunidades, soluciones a los temas de bienestar integral que conjugue cooperación entre gobierno, sociedad civil, academia e iniciativa privada, el empoderamiento de las mujeres, empleo, hasta opciones y porciones, empaques sustentables y reciclaje, promoción de estilos de vida activos y saludables, así como la protección del medio ambiente y el cuidado del agua.

Ejemplo de ello es el Programa Nacional de Reforestación y Cosecha de Agua, que hasta 2015, contribuyó a plantar más de 68 millones de árboles y restaurar más de 60 mil hectáreas del país. Además, se ha aprovechado el agua de lluvia con el diseño e implementación de 21 ollas captadoras de agua en beneficio de más de 22 mil personas.

Coca-Cola posee atributos que la hacen una Empresa Socialmente Responsable, es decir que contempla a la sociedad en sus metas, fundamentando su visión y compromiso social en principios y acciones que favorezcan tanto a su negocio como a la comunidad en la que opera.

Por ello es pertinente que conozcas algunos de los principios de la Responsabilidad Empresarial Social que ejecutan día a día en sus espacios de trabajo y que hacen que sean acreedores de este distintivo:

- Empleo digno
- Solidaridad
- Confianza
- Contribución al bien común
- Vinculación con la comunidad
- Ética en los negocios
- Justicia y equidad
- Desarrollo social
- Prevención de negocios ilícitos
- Honestidad y legalidad

Aunado a esto, mantienen y cumplen el Decálogo de las Empresas Socialmente Responsables que ya mencionamos anteriormente en este trabajo periodístico, donde figuran acciones específicas como el impulso de una cultura de competitividad responsable, respeto a los derechos humanos, generación de alianzas intersectoriales en la discusión, propuestas y atención de temas sociales de interés público, y apoyo a las causas sociales.

Así es como contribuyen a que el desarrollo económico y social mejore las condiciones de vida de la comunidad mexicana, como parte de su compromiso con el país desde hace ya 16 años como ESR, sumando esfuerzos a la construcción de una sociedad más justa y de una economía con crecimiento.

3. Coca-Cola FEMSA

Aunque Coca-Cola y las dos FEMSA son competidores, comparten un mismo sentido hacia Coca-Cola, resalta *Schulich*. La escuela de negocios encontró que esta



empresa tiene muy baja rotación de personal (2.5%). También posee un extensivo y detallado enfoque en el cuidado del agua.

Tienen un listado muy basto de todo lo que hacen como ESR y es importante mencionar algunos

ejemplos:

Coca-Cola FEMSA es la primera empresa con energía 100% renovable, teniendo este logro en Argentina, comenzando a producir en sus dos plantas de Ciudad de Buenos Aires, Planta Alcorta y Planta Monte Grande, con un 40% de energía renovable a partir del acuerdo firmado con la compañía YPF Luz.

Según un comunicado, el acuerdo alcanza una duración de 15 años y se estableció en dos etapas: en la primera Coca-Cola FEMSA tiene el objetivo de sustentar su producción con un 40% de energías limpias y en una segunda etapa se alcanzará el 100% en 2020.

Coca-Cola FEMSA Panamá es la primera empresa del país en operar con energía 100% limpia, cuenta con suministro de energía 100% limpia, marcando un hito histórico en la industria local.

Esta acción responde a las iniciativas de sostenibilidad y cuidado del medio ambiente que se ha propuesto la empresa en aras de fomentar el crecimiento del negocio de una manera socialmente responsable.

La embotelladora encargada de producción y distribución del amplio portafolio de bebidas de marca **Coca-Cola en Panamá**, cuenta con una Planta y un **Mega Centro de Distribución** que en conjunto emplean a más de 1,500 colaboradores y que funcionan en su totalidad con energía limpia a partir de este mes, reduciendo más de 4,100 toneladas de CO₂eq anuales, equivalentes al CO₂ generado por el consumo eléctrico de 616 casas en un año.

*“Nos sentimos muy orgullosos de ser la primera empresa en Panamá usando 100% de energía renovable. Este esfuerzo se suma las acciones de sostenibilidad de la compañía para mantener su compromiso de generar valor económico, social y ambiental tanto en Panamá como en todos los países donde **Coca-Cola FEMSA** opera”, detalló Juan Carlos Villacís, Director de Operaciones de **Coca-Cola FEMSA Panamá**.*

También continúa sumando esfuerzos por el desarrollo sustentable y la preservación de la riqueza natural.

Disminuir en un 35% el uso de agua en los procesos de sus plantas embotelladoras, mejorado de manera anual.

En la actualidad, trata el 100% del agua residual derivada de sus procesos. Desde 2007, de la mano con Fundación Coca-Cola ha conseguido reabastecer más del 100% del agua que utiliza en sus productos.

- Actualmente, es el mayor reciclador de PET.
- La Compañía busca que para 2030 el 100% de sus envases vendidos serán recolectados y reciclados.

- Millones de sus envases son elaborados **100% con material reciclado**.
- En 2017, se consiguió reducir más de 9 toneladas de CO₂, el equivalente al uso de energía de más de mil hogares en un año.
- La IMCC tiene la filosofía de **Economía Circular**, que tiene como objetivo que cada empaque pueda convertirse más adelante en una nueva botella, tal como **Ciel botella azul**, un empaque 100% reciclable y reciclado.
- Desde 2010 la Compañía logró que el 42% de la energía eléctrica usada en sus plantas embotelladoras provenga de fuentes renovables.

Es así como la Industria Mexicana de Coca-Cola nos deja ver que mantiene su compromiso en el cuidado del medio ambiente y continuará su trabajo en el desarrollo de comunidades sustentables. Estos son algunos ejemplos que son importantes mencionar en su trayectoria como ESR.

4. FEMSA

Para *Schulich*, llama la atención que esta compañía no quisiera compartir la



proporción que hay entre el salario del CEO y el salario medio de los empleados.

84,000 colaboradores acudieron a la Universidad FEMSA. En programas ambientales invirtió 579 mdp.

Desde su fundación en 1890, FEMSA ha reconocido la importancia de los valores y principios centrados en la dignificación del ser humano y en el desarrollo de la persona.

Ellos tienen un gran compromiso social a través de los programas que realizan sus empresas, como:

- El programa de Integración a Personas con Cualidades Diferentes, y el esquema BIENSCYF, por los que FEMSA ha sido reconocida por la Secretaría del Trabajo y Previsión Social como “Empresa Incluyente” y “Empresa Familiarmente Responsable”.
- Los programas educativos y promotores de una cultura de responsabilidad en el consumo y estilo de vida, por parte de FEMSA Cerveza, como VIRE, Formación de Promotores de Estilos de Vida Responsable, Trazando Mi Propio destino, El Mesero Responsable, Gira con Responsabilidad para el Éxito y Conducto Designado, entre otros.
- El Programa de Responsabilidad OXXO, que apoya las actividades de instituciones filantrópicas y el cuidado del medio ambiente en las localidades en donde opera, mediante el redondeo y otras actividades.
- Las certificaciones como “Industria Limpia” en el 95% de nuestras plantas productivas.

De igual manera y como complemento a los esfuerzos educativos, se impulsa la cultura a través de la Colección FEMSA y la Bienal Monterrey FEMSA.

Asimismo, FEMSA apoya la investigación y el desarrollo científico a través del patrocinio del Centro de Biotecnología FEMSA del Tecnológico de Monterrey.

Bajo esta filosofía, la compañía mantiene su propósito institucional de largo plazo de “Crear valor para nuestra sociedad, a través del desarrollo de empresas e instituciones”.

Dentro de FEMSA se lleva a cabo una amplia difusión de un Manual de Políticas Corporativas y un Código de Ética de Negocios, en el que el compromiso social es un factor preponderante, construyendo así una cultura de trabajo alrededor de este concepto.

José Antonio Fernández Carbajal, presidente y director general de FEMSA, destacó que a lo largo de 118 años de historia, han conformado un grupo de empresas que entienden la responsabilidad social como un compromiso integral que se tiene con

todo lo que nos rodea, empezando por nuestros colaboradores y sus familias, las comunidades en donde operamos y con la preservación del medio ambiente.

“Es una gran satisfacción que todas las empresas que integran a FEMSA, hayan sido distinguidas como Empresas Socialmente Responsables en 2008, esto nos motiva a seguir operando con un compromiso social en todas nuestras gestiones de negocio, teniendo siempre a la persona como elemento central e impulsando a la educación, el arte, la cultura y la generación de valor económico y social, para llevar esta cultura organizacional a otras latitudes en donde también operamos como empresa”, detalló

Fernández Carbajal.

El compromiso histórico de FEMSA hacia la responsabilidad social se ha hecho patente a través de esfuerzos vanguardistas realizados para el desarrollo integral de sus colaboradores y sus familias, siendo pionero en ofrecer servicios de salud, vivienda y otros programas de beneficios para sus colaboradores (incluso antes de la creación del IMSS y el INFONAVIT); impulsar la creación y desarrollo de instituciones educativas (siendo la fundación e impulso del Tec de Monterrey un buen ejemplo de esto), así como programas culturales, de promoción de estilos de vida responsables, de formación de una conciencia ecológica, y programas de inversión desarrollados para resolver asuntos ambientales.

Para lograr tener el reconocimiento de ESR que otorga CEMEFI, todas las Unidades de Negocio de FEMSA fueron evaluadas bajo 120 indicadores de Responsabilidad Social Empresarial, considerando las múltiples dimensiones sociales de la empresa en cuatro ámbitos clave: Calidad de vida en la Comunidad Interna, Ética Empresarial, Vinculación con la Comunidad, y Cuidado y Preservación del Medio Ambiente.



En entrevista al respecto el colaborador de Femsal Logística, Erick Vergara del área de sistemas, nos comentó:

“Después de más de 10 años laborando para Femsal he podido comprobar que tienen un gran compromiso con su gente y con todo lo que nos rodea. Nos invitan a muchas acciones en pro de la familia y el medio ambiente”

5. Hewlett-Packard

HP México es una de las empresas con mejor desempeño en gestión ambiental y con un puntaje impresionante en el manejo de residuos, especialmente con la basura electrónica, dice *Schulich*, tarea que llevan ya muchos años contando con el Distintivo de ESR desde hace más de 15 años.



También califica bien en las dimensiones sociales y económicas, promedia un buen balance en general. Esto demuestra los beneficios de tener un

enfoque amplio, integral y equilibrado de la responsabilidad social en lugar de uno estrecho o fragmentado.

Schulich destaca que HP tiene la rotación de personal más baja en su industria, lo que sugiere que es un buen lugar para trabajar, ya que tener bajos índices de rotación no es tarea fácil sin importar el giro de la empresa.

“Para HP La RS es el resultado del interés y compromiso que la empresa tiene con México. HP Inc. es una empresa cuya prioridad es trabajar de forma comprometida en todas las áreas y lugares donde opera, así como cumplir con la filosofía y los valores que nos llevan a respetar nuestro entorno, nuestros empleados, socios comerciales, canal de distribución, clientes corporativos e individuos”, comentó Carlos Cortés, Director General de HP Inc. México.

El renovar año con año el Distintivo de ESR confirma el interés de la compañía por cumplir satisfactoriamente con los estándares establecidos en los ámbitos estratégicos de la responsabilidad social empresarial y su interés por implementar una gestión incluyente y comprometida, así como de mejora continua siendo ésta una parte fundamental de su cultura y estrategia de negocio.

Sus programas ambientales están comprometidos a ayudar a nuestros clientes a reciclar de manera responsable, reciclando más de 102,000 toneladas de *hardware* y 17,000 toneladas de cartuchos de tinta y tóner en 2016. Más del 75% de nuestros cartuchos de tinta y el 24% de los cartuchos de tóner HP son fabricados con plástico reciclado en nuestro sistema de "circuito cerrado". Nuestros programas de reparación y reacondicionamiento le brindan al *hardware*, como computadoras e impresoras, una nueva vida útil, reduciendo los impactos ambientales de la disposición de desechos.

Solo reciclamos productos que no pueden ser reutilizados. Nuestra meta, fijada en 2016 fue, reciclar 1.2 millones de toneladas de *hardware* y suministros para el 2025.

6. Cuauhtémoc Moctezuma

El ranking de *Schulich* concluye que la visión de responsabilidad social de

Cuauhtémoc Moctezuma es amplia, integral y bien equilibrada, con énfasis en el buen manejo del medio ambiente, donde podemos enlistar sus principales acciones:



Protección del Agua

Mitigación: corresponden todas las actividades que se hacen a lo largo de la operación del negocio como captación de agua de lluvia, tratamiento de agua residual y optimización en el uso de agua en la producción.

Balanceo: Son aquellas actividades que realizan en conjunto con la comunidad y a través de alianzas como el Fondo de Agua Metropolitano de Monterrey (FAMM) para poder equilibrar su impacto ambiental.

Con respecto a reducir la huella de Carbono han trabajado en:

Optimización de rutas de reparto.

Cambio de combustible fósil a diesel.

Innovación en empaques.

Sustitución de enfriadores tradicionales por Eco-Friendly.

Para promover el Consumo Inteligente

Sus acciones atienden los 3 puntos que la OMS enlista como principales problemas con el consumo nocivo de alcohol:

Consumo Excesivo

Mezcla de alcohol y volante

Consumo en menores

Teniendo campañas para el consumo responsable.

Con respecto a la Salud y Seguridad tienen:

Capacitaciones presenciales /virtuales a sus colaboradores.

En el rubro de Comunidad:

Studio CM

Programas de becas en el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM)

Gimnasios al aire libre

Programa de becas Universidad de Yale

Para el abastecimiento Responsable

Programas de capacitación a agricultores a través de Impulsora Agrícola S.A. (IASA)

Implementación de agricultura por conservación.

Programa de desarrollo de proveedores locales.

Como podemos ver realmente es una empresa muy comprometida como ESR.

7. Walmart

Walmart de México calificó bien en cuanto a medio ambiente, pero mal en lo social, dice *Schulich*.



El ranking destaca que la compañía carece de muchos de los beneficios para sus empleados que

hay en empresas similares, tales como un plan de pensiones, préstamos a corto plazo, programa de cuidado de niños, licencias de maternidad y paternidad, pero es un administrador eficaz del medio ambiente con alta eficiencia ecológica. Además, 25% de su energía proviene de fuentes renovables.

Su propósito es lograr mayor inclusión de Pequeños Productores en condiciones vulnerables tanto de productos perecederos como de manufactura artesanal para acceder a mercados formales de venta.



El pilar de nuestro trabajo comunitario ha sido siempre promover entre sus asociados y clientes la ciudadanía, y el compromiso con la comunidad y con los demás. Desde el 2014 realizan actividades a nivel local agrupando unidades de todos los formatos de la compañía, lo que favorece el trabajo en equipo y genera un mayor impacto. Asimismo,

desarrollan el voluntariado especializado en las oficinas corporativas, equipos de Compras, Perecederos y Logística, quienes aportan su experiencia en función de las necesidades de los distintos programas.

Han realizado desde el 2014 al 2017, 2,428 jornadas de voluntariado:

- 762 escuelas
- 716 actividades con comunidades
- 537 parques, áreas verdes y playas
- 244 orfanatos y refugios
- 169 mantenimiento de calles

Fundación Walmart de México ha sido uno de los principales donadores a bancos de alimentos en nuestro país durante los últimos años. A través de sus tiendas,



clubes y centros de distribución canalizan donativos en especie de mercancía no apta para la venta pero sí para el consumo humano, a organizaciones no lucrativas.

También contribuyen a la Seguridad Alimentaria de las comunidades que viven en pobreza alimentaria impulsando la construcción de huertos, granjas y sistemas familiares de captación de agua pluvial.

Apoyo en desastres naturales

Apoyan a los asociados y sus familias, donamos a la población insumos básicos como alimentos, agua y artículos de higiene, abren canales de ayuda para sus clientes, a través de centros de acopio o campañas de procuración, ya sea en especie o económicos.

Cada año los estados financieros de Fundación Walmart de México son auditados por un tercero.

Agua

Consolidan su operación con un bajo consumo de agua. En México, dejaron de utilizar 418 millones de litros de agua, lo que equivale al consumo de 1,908 familias al

año. Ampliaron el número de plantas de tratamiento de agua residual a 911. En 2014, ahorraron 8% de agua con respecto al 2013 en México.

Energía

Se comprometieron a que sus tiendas y centros de distribución se suministraran al 100% de energía renovable, con el propósito de mitigar los efectos del cambio climático.

Emisiones

Están alineados con el objetivo de Walmart Inc. de reducir las emisiones de gases de efecto invernadero. Este objetivo está aprobado por la iniciativa de Objetivos basados en ciencia.

Residuos

Su propósito es evitar el desperdicio de alimentos y reducirlo a la mitad en nuestras tiendas y procesos al maximizar su recuperación para 2025, contra la línea de base 2016.

Reducir la generación de residuos es prioritario, ya que entienden que son recursos mal utilizados que incrementan los costos de nuestro negocio, a nuestras clientas y a la sociedad.

Aceite de palma sustentable

Mantienen su compromiso de utilizar exclusivamente aceite de palma certificada como sustentable en los productos de sus Marcas que la contengan como ingrediente.

Cultura

El Programa de Cultura incluye diversas prácticas que permiten reconocer y fortalecer los comportamientos que se alinean con su cultura, tales como los programas 100 en Cultura, Es mi Líder y Transformación Cultural.

8. Home Depot

Una de las fortalezas de Home Depot México, según la escuela de negocios, es



su fuerte desempeño en igualdad de oportunidades. Cerca de 43% de su plantilla laboral son mujeres, de las cuales 30% está en la plantilla de gerentes ejecutivos.

Equipos Depot

Programa de voluntariado donde sus Asociados(as) brindan tiempo, talento y energía al participar en jornadas que buscan mejorar los espacios de las comunidades y sus alrededores con el fin de optimizar la infraestructura de espacios públicos

Donación de Mercancía

Programa de donación de material de construcción de primera calidad para proyectos de mejoras del hogar, de infraestructura en las comunidades y para apoyar en la mejora de las instalaciones de diversas instituciones para que puedan prestar un servicio digno y agradable a sus beneficiarios.

Donación de Pintura

Programa de donación en donde todas sus tiendas donan pintura variada a diversas instituciones regionales con la finalidad de impactar de forma positiva a programas que apoyan a la comunidad.

Colecta Haz más por los demás

Cada año ponen a sus líneas de caja a disposición de las instituciones en donde invitan a sus clientes a aportar un peso o más a favor de alguna institución social al momento de hacer su compra. Los recursos recaudados se entregan de manera integra a cada institución.



9. Herdez

Grupo Herdez tiene una fortaleza especialmente en las donaciones filantrópicas, dice *Schulich*. “Esto es típico en un contexto de rápida adopción de responsabilidad



social, que a menudo sigue las nociones tradicionales de paternalismo empresarial y la entiende como una forma de distribución del valor”, explica la Escuela de Negocios.

Ambiente

En Grupo Herdez se comprometen a generar productos alimenticios de alta calidad evitando afectaciones al medio ambiente, para ello cuentan con proyectos de generación de energía eléctrica a través de energía eólica, programas de manejo integral de residuos, reducción de consumo de agua y capacitación a empleados y proveedores.

Mitigar cambio climático

La Compañía cuenta con un proyecto de generación de energía eléctrica a través de energía eólica, programas de sustitución de refrigerantes, así como proyectos de conversión e instalación de economizadores de combustibles en calderas con lo que se evita la generación de aproximadamente 1,669 toneladas de CO₂.

Además, se instalarán plantas de cogeneración que proveerán de energía eléctrica y térmica a través del uso de gas natural. Ninguna de las operaciones de Grupo Herdez daña la capa de ozono.

Generación de residuos

Cada Planta, Centro de Distribución y Oficina cuenta con un plan integral de manejo de residuos con el que se busca dar tratamiento adecuado a cada tipo de residuo lo que permite valorizar (reciclar) la mayor cantidad de residuos posibles.

Hasta el momento no se ha realizado transportación, importación ni exportación de residuos peligrosos.

Consumo de agua

A través de programas de ahorro y uso eficiente del agua, así como proyectos de optimización de procesos que han permitido importantes reducciones en la generación de agua residual. También cuentan con plantas de tratamiento de agua residual.

Alimentación Saludable

Grupo Herdez está convencido de que la educación es el detonante de un verdadero cambio de raíz, es por ello que a través de Saber Nutrir y Fundación Herdez, llevan educación alimentaria a diferentes sectores de la población.



Comunidad

A través del programa Saber Nutrir, en 2012 se invirtieron \$18,700,000.00 pesos que beneficiaron a más de 500,000 niños, padres de familia y maestros.

Fundación Herdez

Tiene como compromiso cumplir los siguientes objetivos: -La divulgación del conocimiento en el ámbito alimentario. -El apoyo en especie a grupos marginados, en situación de extrema pobreza, o en casos de desastre. -La investigación para la producción de alimentos con alto valor nutritivo, al mismo tiempo que coherentes con la tradición culinaria nacional.



10. Telefónica

Schulich asegura que Telefónica Movistar es un ejemplo de que las prácticas de RSE son impulsadas por la globalización de las actividades corporativas.

Participar en varias bolsas de valores ha tenido un efecto significativo en sus buenas prácticas de gobierno corporativo. Más de dos tercios de sus miembros de la junta son consejeros independientes.

Clientes:

Para ellos los clientes son con el que pretenden tener un vínculo emocional y construir relaciones positivas. Para ello consideran imprescindible poner el foco en aquello que más valora y resolver sus necesidades en el primer contacto. Desde Telefónica se han llevado a cabo varios proyectos:

– El proyecto “Experiencia de Cliente”, cuyo objetivo es mejorar la satisfacción de los clientes y con el fin de desarrollar relaciones emocionales positivas y reforzar su lealtad.

- Proyectos globales como la progresiva implantación de la metodología “*Customer Journey*” en sus operaciones. Esta metodología persigue el rediseño continuo de las actividades de cliente con el fin de mejorar su satisfacción.
- Proyecto “Hecho para el Cliente” que tiene como objetivo garantizar que la experiencia del cliente en relación con Telefónica será la adecuada antes de comercializar un nuevo producto o servicio, poner una promoción en el mercado, realizar cambios de precios.
- Atención al Cliente: desde el año pasado, los clientes cuentan con un servicio de asistencia técnica para resolver las dudas e incidencias en sus conexiones de banda ancha.

Trabajadores:

El objetivo es lograr un solo equipo comprometido en torno a tres líneas de trabajo:

Un sólo equipo comercial que avance en la cohesión e integración promoviendo el espíritu de equipo Ilusionado y comprometido, incrementando la satisfacción de los empleados, a través de la cultura de valores, sustento de las promesas del Programa Cliente, *feedback*, formación, rotación y reconocimiento de logros.

Programa Bravo! se pusieron en marcha en el 2017 diferentes actividades para implicar a todas y cada una de las personas que integran la organización en el proyecto de transformación, con acciones de motivación e incremento del sentido de pertenencia al grupo y a los valores de la empresa.



Además se impartieron casi 2 millones de horas de formación a los empleados de la Compañía La formación se realiza de forma presencial y a través de plataformas online. Cada empleado dispone de un plan de formación que se construye en función del perfil de conocimiento y competencias, la estrategia de cada área y las políticas corporativas. Además, han puesto en marcha programas de *Coaching* y de formación en idiomas.

Comunidad:

Telefónica promueve iniciativas de acción social y cultural; patrocina actividades deportivas, culturales y sociales, y coopera con el mundo universitario.

Además la Fundación Telefónica trata de contribuir al desarrollo social de los países en los que opera el Grupo, desarrollando cinco grandes áreas de actuación transnacionales:

– **Educared:** es un proyecto que tiene como objetivo contribuir a mejorar la calidad de la educación, fomentar la igualdad de oportunidades en los procesos de enseñanza y

aprendizaje y mejorar la interactividad entre todos los agentes implicados en la enseñanza.

– Proniño:



Es un programa orientado a apoyar a menores en riesgo de explotación laboral, respaldo a docentes y centro de enseñanza, y creación del conocimiento en materia de explotación infantil.

– Voluntarios Telefónica:

Tiene como finalidad incentivar, potenciar y canalizar los conocimientos y las inquietudes de los voluntarios en actividades dirigidas a los colectivos más desfavorecidos.

El fomento de la cultura, la educación, el deporte y la integración social, los pilares fundamentales de los patrocinios en España: patrocinios tecnológicos, culturales, eventos musicales,...

Competidores:

Telefónica y sus competidores actúan en el mercado sujetos a las diferentes regulaciones sectoriales de comunicaciones electrónicas, a nivel nacional o supranacional, como es el caso del marco europeo de telecomunicaciones. Junto al marco regulatorio de telecomunicaciones, Telefónica está sometida, como cualquier otra compañía, a la regulación horizontal de competencia, lo que implica adoptar conductas respetuosas, tanto con sus competidores como con el propio mercado, con el objetivo último de garantizar el bienestar de los consumidores.

Proveedores:

Telefónica es una Compañía comprometida con el progreso económico y social en los países en los que está presente. Este compromiso se concreta en el alto volumen de compras adjudicado a proveedores locales

Telefónica realiza una encuesta a sus principales proveedores para conocer su nivel de satisfacción e identificar aquellos aspectos que son valorados positivamente y cuáles son susceptibles de mejora.

El Portal del Proveedor es la herramienta a través de Internet dispuesta por Telefónica para proporcionar a sus proveedores un procedimiento ágil de inscripción en su catálogo de compras, además de información sobre el modelo de compras y responsabilidad en la cadena de suministro, el listado de productos y servicios que compra Telefónica, y las herramientas disponibles para desarrollar los procesos de compra y venta.

Tanto por su presencia internacional como por el impacto y volumen de sus proveedores directos, el Grupo Telefónica tiene establecida una estrategia orientada a establecer y fomentar en toda su cadena de suministro el cumplimiento de estándares éticos, laborales, ambientales, seguridad y salud. El mantenimiento de su compromiso le ha permitido por segundo año consecutivo, recibir el reconocimiento de mejor práctica por el Dow Jones Sustainability Index (DJSI), índice que considera los estándares para los proveedores como un aspecto clave en la dimensión social de la sostenibilidad. Además, este reconocimiento permite a Telefónica encabezar el DJSI en el sector de telecomunicaciones.

También desarrolla procesos de formación y sensibilización. En continuidad con la línea asumida años atrás, Telefónica trabajó en la formación de sus proveedores

encaminada a fortalecer la cultura de Responsabilidad Corporativa en el negocio y a establecer un proceso de mejora continua en la totalidad de la cadena de suministro.



Como hemos analizado anteriormente Telefónica está proyectando mucha de su actividad en estrechar lazos con sus grupos de interés, de esta forma se pretenden enfocar las estrategias, implementadas por la empresa, como una forma de mostrar una empresa preocupada por sus trabajadores y los

principios de sostenibilidad.

Como podemos leer en esta recopilación de información del top 10 de las empresas que han tenido mayores logros en responsabilidad social, nos dejan claro que dentro de los 4 rubros que califica CEMEFI hay mucho por hacer y la empresa no lo lleva todo a cabo sola, sino, con apoyo de todos sus públicos que tienen que ver con la compañía para poder obtener un beneficio mayor y sobre todo que estos beneficios los disfruten sus empleados, sus familiar, accionistas, proveedores, etcétera y todos aquellos que hagan posible la labor de la empresa.

UN VISTAZO AL INTERIOR DE LA EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE. ATENCIÓN TELEFÓNICA.

“Me ofrecieron las herramientas necesarias para ser empresario mediante el cultivo del sentido de la responsabilidad”.

Rubén Blades.

Atención Telefónica SA de CV es una empresa dedicada al desarrollo de servicios de atención a clientes BPO en México. Surge como una solución a las necesidades de crecimiento de las compañías, ofreciéndoles servicios de atención vía telefónica. Atienden a las empresas más grandes del país, brindándoles la oportunidad de contactar de manera personal a millones de clientes. Esto es de gran valor, ya que les permite mantener su liderazgo en el mercado y a la vez enfocarse aún más al corazón de su propio negocio.

Ofrecen beneficios como: Ventas, información de mercado y sondeos de opinión, atención a clientes, servicios para localizadores y celulares, cobranza, atención de correos electrónicos, creación y actualización de bases de datos, recuperación de cartera, prospectación y chats informativos por mencionar su mayoría. Cuenta con más de 1960 estaciones de trabajo dentro de sus 6 sedes, además de tener más de 5000 empleados a nivel nacional. Cuentan con una cartera de clientes importantes nacionales e internacionales. La empresa es del giro de servicio y por su número de colaboradores es importante la labor que realizan con su personal, llevan 10 años como ESR en los cuales han comunicado a través de sus Informes de ESR (checharlos completos en el anexo).

También pueden ser consultados en la página del pacto mundial comunicado del 2016 y 2017 en (<https://www.unglobalcompact.org/participation/report/cop/create-and->

[submit/active/405411](#)) al estar también adheridos como parte de su compromiso con temas sociales y humanos.

Los esfuerzos que ha hecho esta empresa por desarrollar su negocio, las acciones sociales y ambientales implementadas en beneficio de las comunidades donde tienen presencia han sido de menor a mayor con el paso de los años. Siempre buscan hacer partícipes a todos sus colaboradores, clientes, accionistas, proveedores, autoridades y comunidad en general de los lineamientos que han definido para que fortalezca su cultura de responsabilidad social y caminen hacia un crecimiento empresarial sustentable.

El 80% de su plantilla laboral a nivel nacional son jóvenes, por lo que invitan a conferencistas y personas expertas para impartir pláticas de orientación en todos sus centros, sobre temas relacionados a su edad como son: salud, nutrición, violencia en el noviazgo, alcoholismo, drogadicción, entre otras muchas acciones de este tipo para beneficiar el entorno de su colaborar. En esa misma línea fomentan el deporte y los buenos hábitos entre sus empleados y en el tenor de la salud fomentan diferentes actividades como carreras deportivas, torneos deportivos, entre otros, contando con la participación de gran parte de su plantilla e incluso en algunas hasta de sus familias al igual que algunos proveedores y clientes, todo ello enfocado a los rubros que evalúa CEMEFI.

Siguen aportando y contribuyendo con el desarrollo social mediante los servicios telefónicos y gestión de recursos económicos para el Organismo de Nutrición A.C. (ONI); por ejemplo desde el 2010 comenzó el apoyo realizando promoción en redes sociales y vía telefónica para que su proyecto fuera reconocido como tercer lugar en el proyecto Iniciativa México. También continúan manteniendo 8 posiciones de operadores telefónicos, para generar y solicitar nuevos donativos para la organización.

Desde años atrás que iniciaron con este proyecto, han recaudado para ONI más de 13 millones de pesos y logrado activar más de 3 mil donantes a través del apadrinamiento de los niños para que reciban alimento y atención para prevenir la desnutrición.

Otra causa que han apoyado desde hace más de diez años, son los recursos económicos destinados para la Fundación Michou y Mau I.A.P. con la finalidad que cualquier niño que sufre alguna quemadura, siempre reciba la atención que merece y se le apoye en su recuperación. Han donado desde entonces más de 100 mil pesos a nombre de nuestros clientes, como certificado de regalo, así como más de 50 mil en especie.

En materia ambiental continúan los programas de reforestación, donde se mantienen los niveles de participación cada año, lo cual los ha permitido sembrar desde que comenzaron con estas acciones casi 26,114 mil árboles. El compromiso de la empresa continúa después de la siembra de árboles, ya que cada mes envían a un equipo de voluntarios a hidratar los árboles y hacer labores de mantenimiento, de esta forma sigue contribuyendo en la conservación de la biodiversidad de la zona.

Hubo reforestación en Chihuahua y México plantando entre ambas 1600 árboles con 209 participantes.



Campaña de reforestación 2016. Fotografía: Propia.

Otro proyecto exitoso fue la limpieza de cuerpos de agua o parques que realizan en coordinación con diversos gobiernos municipales, donde lograron recolectar 6.5 toneladas de basura, donde un gran número de voluntarios, familiares y amigos se sumaron a limpiar lagunas, ríos y parques contaminados con desechos sólidos urbanos.



Campaña de limpieza 2016. Fotografía: Propia.

Esta empresa busca la rentabilidad del negocio y un crecimiento sostenido que considere las expectativas económicas, sociales y ambientales de sus clientes, empleados y otros grupos de interés. Para ellos la responsabilidad social es una forma de hacer negocios y toman en cuenta los efectos sociales, ambientales y económicos de su operación e integran el respeto por los valores éticos, las personas, las comunidades y el cuidado ambiental. Su estrategia de responsabilidad social empresarial está orientada en contribuir y trabajar continuamente para mejorar la sociedad y su entorno, lo que significa crear valor económico, social y ambiental para las comunidades donde operan.

La manera en que organizan y dan seguimiento a estos esfuerzos, es por medio del área de Responsabilidad Creativa (ReCrea, área encargada de los proyectos de comunicación interna y responsabilidad social) y por el comité de la Dirección General.

En el comité se analizan las iniciativas, se autorizan presupuestos, alianzas y se comunican los resultados de los programas implementados. En el área de ReCrea, se cuenta con un equipo de trabajo conformado por trece personas y cada una de ellas representa y esta físicamente en un centro de contacto; este equipo se encarga de crear, diseñar, implementar, operar y evaluar las diversas iniciativas dirigidas a los colaboradores, los clientes, los proveedores y la comunidad en general. Aquí un ejemplo de cómo difunden las actividades para que vean el material en la página de Facebook comunidad Atel Oficial, donde suben sus comunicados y material video gráfico y fotográfico.



Evento de integración 2016. Fotografía: Propia.

Reconocen que toda acción responsable dirigida a sus grupos de interés, significa multiplicar las posibilidades de conseguir la sustentabilidad de la compañía.

Han trabajado en identificar a sus grupos de interés, establecer comunicación constante mediante ciertos medios y establecer una relación de confianza, colaboración mutua y transparencia.

Sus grupos de interés:

Grupos de interés	Expectativas	Medios de comunicación
Empleados	Oportunidad de incursionar al mercado laboral, capacitación, desarrollo profesional y personal.	Gaceta, encuesta de clima laboral, correos, buzón de sugerencias, reuniones y pizarrón de avisos.
Clientes	Atención a sus clientes con servicio de calidad, solución a sus necesidades y cumplimiento de objetivos.	Reuniones periódicas, monitoreo, reporte y encuesta de satisfacción.
Usuarios y consumidores de nuestros clientes	Precio, tiempo, calidad, atención y servicio.	Llamadas de entrada y de salida. Encuestas.
Proveedores	Pago oportuno y compartir algunas practicas éticas y de responsabilidad social.	Buzón de sugerencias y correo electrónico.
Asociaciones	Mejores prácticas de la industria de centros de contacto.	Reuniones, revista, conferencias, cursos y diversos eventos.
Autoridades	Cumplimiento de la ley.	Reuniones para actividades conjuntas.
Comunidad y organizaciones sociales	Apoyo y vinculación para ciertas causas sociales- ambientales.	Reuniones, encuestas y diversas acciones de vinculación.
Accionistas	Rentabilidad y buen desempeño económico.	Comunicación regular y reunión de accionistas.

Consideran que contar con un sólido basamento ético que norme su quehacer como empresa es un factor fundamental de su sustentabilidad. Desde su origen, crearon su Código de Ética, el cual es revisado periódicamente para mantener su vigencia y cuyo objetivo es dar a conocer las obligaciones de carácter ético hacia la empresa, inversionistas, clientes, acreedores, proveedores y competidores.

Estos lineamientos son de aplicación general y son conocidos por todos los colaboradores, proveedores, consejeros de la empresa y personal de nuevo ingreso, mediante campañas de comunicación y sensibilización durante el año; esto les ha

permitido brindar interpretación de comportamientos, solución de controversias y evaluaciones al personal sobre su comportamiento en la empresa.

Dicho Código de Ética lo dividieron en 9 apartados, los cuales se les explica al 100% de la plantilla desde que entran a la compañía y esto ayuda a la asimilación de su contenido y de los comportamientos exigibles a los colaboradores.

Adicional organizan programas de motivación integral como actividades al aire libre orientadas a promover el trabajo en equipo, la integración, el liderazgo y otros valores de la compañía. Siempre trabajan con los jóvenes y todo el equipo en marcar bien los objetivos y establecer la dirección hacia donde quieren llegar; para eso realizan dinámicas motivacionales vivenciales, que consisten en abordar nuevas experiencias de trabajo grupal, ejercicios que promueven el trabajo en equipo, el liderazgo, la comunicación, la planificación, la vivencia ética y de los valores de la empresa y de las acciones orientadas en aumentar el deseo de superación y capacidad de logro.

Trabajan mucho en crear un buen ambiente laboral cada año realizan dos encuestas de clima laboral donde se incluyen temas de Responsabilidad Social, que les permite identificar áreas de mejora y dentro de los resultados se ve claramente que antes de ser una empresa ESR tenían resultados de clima laboral global menor al 70% y después de ser ESR siempre los resultados son arriba del 80% cada año, mejorando de manera constante su porcentaje de rotación.

De los resultados obtenidos se analiza e identifica qué acciones se pueden implementar y se comparten experiencias de los otros centros de trabajo para promover un buen clima interno. Se preocupan por brindar capacitación y formación continua debido a que lo consideran un pilar fundamental para el desarrollo de las capacidades de sus empleados. Es un compromiso que nace de la convicción de que si cuentan con personal capacitado el impacto se trasladará en la atención diaria que brindan.

Existe un área que establece los planes de desarrollo individual y se detectan las necesidades de formación y capacitación, de esta manera todos los empleados acceden a un programa que va de acuerdo a sus necesidades. Por ejemplo en el 2017 se capacitaron a 9,032 personas de nuevo ingreso en temas como: Técnicas de Venta, Producto, Etiqueta Telefónica, Inducción, Manejo de Objeciones, Servicio a clientes, entre otros temas. Se capacitaron a 1300 personas de plantilla actual en cursos de refuerzo en temas de Manejo de Objeciones, Etiqueta Telefónica, o temas específicos que solicitan los clientes.

Estas acciones son muestra del compromiso que tiene la compañía por impulsar el desarrollo profesional y personal de los empleados siempre tomando como eje el compromiso como ESR que tienen.

Cuentan con diversidad e igualdad de oportunidades ya que sus políticas y procedimientos respetan y protegen la dignidad de las personas, buscando desarrollar sus capacidades, promover la igualdad de oportunidades y valorar a la juventud sin importar su sexo, raza, religión, preferencia sexual, inclinación política o condición social, ya es el caso que participan activamente en acciones a favor de LGTB (Lesbianas, gays, bisexuales y transgénero), estos temas son evaluados en los procesos para ser ESR.



Evento de LGBT 2017. Fotografía: Propia.

En este sentido, les brindan oportunidades de desarrollo a los jóvenes que no tienen experiencia y desean obtener ingresos para apoyar en la economía familiar o pagarse sus estudios de preparatoria o universidad, tal como lo menciona en entrevista el Director de Operaciones, José Luis Porrúa que platica abiertamente que es homosexual y que apoya las iniciativas de la empresa durante su trayecto en la empresa por más de 15 años y está a favor de apoyar todas las causas de inclusión, contando con un gran número de personas en la misma situación que él dentro de la empresa, las cuales reciben un trato digno y sin discriminación.

Para ATEL los colaboradores son uno de los aspectos fundamentales para garantizar la sustentabilidad y crecimiento de la compañía, por lo tanto desarrollan y aplican prácticas enfocadas en la realización de cada persona. Cada año se desarrollan programas de motivación y liderazgo para todos los empleados que trabajan en la

compañía para que den lo mejor de sí mismos en la atención a los clientes, siempre con la premisa de que empleados contentos y felices atienden bien a los clientes. Parte de este plan es mantener una constante y activa comunicación para conocer sus inquietudes, expectativas profesionales y personales, contar con su opinión en relación a las dinámicas de trabajo y transmitirles lo que la empresa considera relevante para cumplir con los objetivos del negocio. Entre los principales medios destacan: las redes sociales que manejan, la gaceta interna, tablero de avisos, correos electrónicos dedicados a sugerencias, entre otros medios de comunicación para los colaboradores, donde se encuentran plasmados los cambios relevantes, los retos que tienen como empresa, los logros de los colaboradores, los testimonios, etcétera para que los colaboradores tengan comunicación directa y compartan mejores prácticas de trabajo y de vida.



Buzón de sugerencias Atención Telefónica. Fotografía propia.

Dentro de los esfuerzos que hacen para resaltar que se preocupan por temas que impacten en materia de responsabilidad social podemos mencionar que manejan un Plan de Carrera para sus colaboradores donde comunican por diversos medios y con frecuencia los principios fundamentales que permitan crecer y desarrollarlos dentro de la empresa.

Con respecto a las campañas corporativas podemos mencionar que durante 2016 y 2017 han hecho campañas de violencia en el noviazgo y matrimonio donde ha participado el 40% del personal, ya que se sabe que hay un alto porcentaje de jóvenes que son víctimas de violencia en sus relaciones de pareja; ante esta realidad la empresa realizó una campaña dirigida a sus colaboradores para sensibilizarlos y brindarles elementos para establecer relaciones de noviazgo sanas y de respeto e información útil y práctica sobre este tema.



Campaña de violencia en el noviazgo. Fotografía propia.

También realizaron campañas de alcoholismo y drogadicción donde participaron el 49% del personal, debido a que les gusta refrendar su compromiso con el bienestar de todas las personas que integran su empresa se impartieron charlas y talleres.

Pláticas de drogadicción



RESPONSABILIDAD CREATIVA
Sugerencias:
recrea@atencion.com



20 Años de
Experiencia



Pláticas de drogadicción 2017. Fotografía propia.

Aunado a esto tuvieron talleres de nutrición, buscando prevenir el sobrepeso y obesidad entre sus colaboradores, se han realizado en todos sus centros de trabajo, donde participaron el 48% de sus colaboradores, con la finalidad de que nutriólogos compartieran con empleados hábitos alimenticios saludables, mediante una correcta elección y proporción de los alimentos, así como enseñar la importancia de una alimentación equilibrada y hábitos alimenticios. Lograron que muchos empleados reconfigurarán su dieta alimenticia y practicarán alguna actividad física.

Atención Telefónica.

Obesidad Nutrición

Una buena nutrición es significado de una buena salud

ESR SISTEMA DOCUMENTAL RESPONSA NEOC

¿Qué es la obesidad?

La obesidad, incluyendo al sobrepeso, es una enfermedad crónica (de larga duración) en la cual el organismo almacena grandes cantidades de grasa. Esta grasa almacenada en exceso provoca alteraciones en el funcionamiento del organismo, que a largo plazo deterioran la salud.

¿Qué es la nutrición?

La nutrición es la ingesta de alimentos que cumplan con las necesidades dietéticas del organismo. Una buena nutrición (una dieta suficiente y equilibrada combinada con el ejercicio físico regular) es un elemento fundamental de la buena salud.

Campaña de nutrición. Fotografía propia.

Se realizaron cursos de primeros auxilios y combate contra Incendios donde participaron el 25% de los colaboradores con apoyo de la Cruz Roja Mexicana, diferentes brigadas de bomberos locales y otras asociaciones civiles. Asimismo, la empresa brindó cursos de capacitación, con el fin de contar con personal preparado y capacitado para poder hacer frente a contingencias en el entorno laboral y familiar.



¡Gracias por participar!



Curso de primeros auxilios.



RESPONSABILIDAD CREATIVA
Sugerencias:
recrea@atencion.com



Cursos de primeros auxilios. Fotografía propia.

En el ámbito de ética Atención Telefónica se preocupa mucho por temas de salud de sus colaboradores, por ello dentro de sus programas hacen varias campañas enfocadas a la salud para contar con colaboradores más sanos y extienden estos beneficios en muchas ocasiones a sus familiares, como podemos mencionar algunos ejemplos: Campaña de cáncer de mama, campañas de vacunación, toma de presión, glucosa, entre muchas otras.

Detectar el **CÁNCER** está en **tus** manos.

Gracias por asistir a nuestra platica sobre cáncer de mama

RESPONSABILIDAD CREATIVA
Sugerencias:
recrea@atencion.com

20 años Telefonía

Campaña de Cáncer de mama 2016. Fotografía propia.

También contribuyen con la comunidad y la sociedad teniendo presencia para aportar un granito de arena en la tarea de construir mejores personas y por ende una mejor sociedad. Asumen el papel de ser y actuar como un buen ciudadano corporativo e influir positivamente en la sociedad. Para lograrlo han definido cuatro campos de acción:

- educación,
- salud,
- voluntariado y
- ambiente.

Con respecto a los programas de educación buscan fomentar la formación personal y profesional en sus colaboradores, sí bien la mayoría de los jóvenes que trabajan con ellos estudian, desean proveerles de otros elementos de educación enfocados al desarrollo humano, tratan de transmitirles conocimientos, destrezas y habilidades que les ayuden a disfrutar y tener una mejor calidad de vida. Han identificado que este tipo de acciones aparte de contribuir al desarrollo del colaborador, ayudan a mejorar el ambiente laboral, produce mayor compromiso, se formaron equipos de trabajo eficientes y hay mayor satisfacción personal.

Profundizando un poco más en las donaciones que han hecho: ONI, Fundación Michou y Mau I. A.P. Kadima A.C, casa de los niños de Palo Solo, Fundación Semilla AC, Casa hogar niñas de Chihuahua, Casa Hogar Alegría, Asociación de Salud y Bienestar Social de la Mujer y su Familia, A.C. entre otras han sido algunas instituciones beneficiadas por esta empresa.

El poder contribuir con diferentes Instituciones que lo necesiten los llena de satisfacción. Así como a la Casa de los Niños de Palo Solo con la que están trabajando desde ya un par de años atrás, generando mayor número de padrinos, entre otras actividades, como el apoyo de la venta de boletos a diferentes conciertos para recaudar fondos y lograron que con esta contribución se genere el 45% de sus recursos.

También tuvieron la valiosa donación de útiles escolares que se hizo a la Fundación Semilla A.C., Casa Hogar Niñas de Chihuahua y Casa Hogar Alegría en Toluca, sin dejar de mencionar la donación de 1,044 pares de zapatos para los niños de la escuela primaria Francisco Galeana en el Estado de México por medio de Asociación de Salud y Bienestar Social de la Mujer y su Familia A.C.

Por otro lado, se brindó apoyo con la venta de pulseras para recaudar fondos para los damnificados en Japón. Todo ello con la firme ideología de poder devolver a la

comunidad lo mucho que ellos les han brindado transmitiendo este mensaje altruista a todos sus colaboradores para que ellos desde su entorno puedan replicarlo al mayor número de personas posible y juntos ir construyendo una mejor calidad de vida y un mayor compromiso como empresa socialmente responsable que son.

Realizaron también programas de voluntariado corporativo en alianza con casas hogar, con la finalidad de fomentar una red nacional de voluntarios en la que participan sus colaboradores y sus familias, aportando su tiempo y trabajo voluntario a las problemáticas sociales que padecen algunos niños y ancianos. Con los niños llevaron desayunos balanceados, el desarrollo de un teatro guiñol, payasos y una función patrocinada por la compañía y con los ancianos, aparte de convivir con ellos se donaron cobijas. Entre muchos otros esfuerzos en tema de vinculación con la comunidad.

A la fecha han logrado una participación de más del 50% de sus plantillas en todas sus acciones de ESR, todo esto lo transmiten con su cadena de valor compartiendo con sus proveedores su filosofía de trabajo y sus principios éticos con la finalidad de garantizar el cumplimiento total en todos sus procesos de servicio y adquisiciones. También a clientes y proveedores, procuran invitarlos a que se sumen a las diferentes iniciativas de responsabilidad social que promueven, logrando una participación aceptable y generando un espacio mutuo de apoyo a la comunidad y al cuidado ambiental. También han buscado contribuir y favorecer la economía nacional, por lo tanto el 90% de sus compras las hacen a proveedores mexicanos.

La organización no pertenece a un sector altamente contaminante, pero trabaja por integrar a su cultura y a sus procedimientos el cuidado y protección al ambiente mediante su política ambiental. En ella declaran fomentar el respeto por el entorno ambiental mediante campañas de sensibilización dirigidas a empleados, proveedores y clientes; trabajan en el uso eficiente de los recursos naturales; realizar varias acciones que contribuyan a reducir sus impactos al ambiente; establecen alianzas con

autoridades y organizaciones de la sociedad civil para sumar esfuerzos en la materia y medir en la manera de lo posible su huella ambiental con el fin de implementar mejoras.

Trabajan directamente en los impactos que su comportamiento cotidiano genera, en ese sentido el agua, la energía, el transporte, los residuos y las compras son los elementos más relevantes que han identificado en su impacto ambiental.

Desde el 2016 instalaron lámparas ahorradoras de energía, lo que permitió un 25% de ahorro; asimismo, motiva a los colaboradores a apagar sus computadoras en horarios de descanso y comida, y a no dejarlas prendidas durante la noche. En el tema del agua tienen registrado que el gasto era muy elevado, por ello cambiaron sus sanitarios en todos sus centros de trabajo, lo que les permitió lograr ahorros de 40% de agua. Siempre pendientes de estos temas medioambientales.

En el tema de residuos, trabajaron varias campañas de comunicación para sensibilizar y concientizar a sus colaboradores respecto a la reducción, reciclaje y reutilización de residuos. Todos sus centros de trabajo disponen de basureros que cuentan con las separaciones adecuadas para fomentar el reciclaje de cartón, pet, vidrio, lámina y otros residuos.



Campaña de reciclaje. Fotografía propia.

En temas de reciclaje trabajan con varias empresas dedicadas a ello, con la intención de canalizar las computadoras y demás herramientas de trabajo electrónicas que ya no son tan funcionales para su operación. Estas instituciones se encargan de recolectar, reciclar y utilizar las piezas que aún funcionan para adaptarlas a otros equipos y garantizar el tratamiento de las demás partes de acuerdo a las normas ambientales nacionales.

Esta misma práctica la hacen para canalizar pilas, tóners, celulares e impresoras sin utilidad y después de llevar a cabo estos procesos se recibe el comprobante de la actividad para que sea utilizado como evidencia para los cuestionarios mencionados anteriormente, dejando aquí el ejemplo de la constancia:



Con respecto a este tema la Lic. Adriana Sánchez, coordinadora del área de Responsabilidad Creativa de la empresa Atención Telefónica nos menciona:



“Estas campañas de ahorro y reciclaje nos ayudan mucho no solo en temas de ahorro de la empresa sino que nos permiten llevar a cabo estas buenas prácticas en nuestros hogares y así que la cadena de valor siga creciendo no solo en el ámbito laboral sino fomentándolo hacia nuestras familias y entre más seamos tendremos un mejor Planeta cada día”.

Es muy valioso poder enumerar algunas de las muchas acciones que ha llevado a cabo la empresa Atención Telefónica, ya que con ello buscamos poder compartir ejemplos que sirvan de guía para otras empresas para cada uno de los rubros que evalúa CEMEFI (Ética empresarial, vinculación con la comunidad, calidad de vida y vinculación con el medio ambiente). Lo más importante es que en cada rubro hay una gama muy grande de actividades que se pueden llevar a cabo para fomentar la Responsabilidad Social.

A MANERA DE CONCLUSIÓN

Ya tenemos un panorama más amplio de la importancia de la responsabilidad social, recapitulando desde un principio el concepto básico de RS (es el compromiso contraído por las acciones u omisiones de cualquier individuo o grupo que generen un impacto en la sociedad) para así poder aterrizarlo, ya teniendo claro el concepto en el modo empresarial, entendiéndolo como una filosofía que no muchas empresas conocen ni de qué trata ni los muchos beneficios que pueden obtener.

Una vez que tenemos claro también el concepto de ESR (las obligaciones que cualquier empresa debe cumplir simplemente por el hecho de realizar su actividad, cualquiera que esta sea) podemos ir revisando de manera detallada los pasos para poder participar con CEMEFI para poder obtener el distintivo ESR para las empresas:

- Inscripción de la empresa por medio del formato de inscripción de CEMEFI.
- Realizar el pago de la inscripción dependiente el tamaño de la empresa será el costo, mencionados anteriormente.
- Llenar la Carta de aceptación del Decálogo ESR.
- Llenar la Carta de exposición de motivos por el cual quieren obtener el distintivo.
- Llenar la Carta compromiso del comité de ESR en caso de tener.
- Estos 5 documentos se mandan a los correos: distintivo@CEMEFI.org y cobros@CEMEFI.org junto con el logotipo de la empresa para que quede lista la inscripción y poder a proceder a llenar los cuestionarios que le serán asignados con las respectivas evidencias de cada pregunta para poder concluir el proceso y solo esperar la evaluación y el resultado.

Así no solo es quedarse con la información obtenida, sino lograr que la empresa obtenga el distintivo porque además de darle un plus comercial también se están preocupando por compartir con sus colaboradores una mentalidad diferente que lo ideal es lograr permearla a todos los niveles con los que tienen contacto la compañía.

Es importante darnos cuenta que lo más destacado en este reportaje es ver con agrado como la gente va dándole cada día más fuerza a la responsabilidad social y con el análisis de la empresa Atención Telefónica y los ejemplos del top 10 de las empresas más destacadas en proyectos de ESR podemos ver claramente como entrar en esta línea de negocio y qué tipo de actividades se pueden realizar en los 4 rubros que evalúa CEMEFI (Ética empresarial, Vinculación con la comunidad, Calidad de vida en la empresa y Vinculación con el medio ambiente) y en esta empresa de Atención Telefónica, pudimos ver que sí le ha dado frutos ser ESR, al reflejar una mejora en el clima laboral, en sus números de rotación, en el ahorro de los gastos de la compañía y en la calidad de vida y beneficios que ofrecen a sus colaboradores y poder ver que la RS no es una moda pasajera sino un modelo de gestión organizacional que trae beneficios compartidos para todas las partes.

Revisando el listado de Empresas Socialmente Responsables (Grandes y Pymes), así como el de Entidades u Organismos Promotores de la RSE, encontramos nombres reconocidos por sus marcas o su imagen pública, sin embargo, el verdadero valor de estos listados es todo el esfuerzo invertido por acreditar estándares óptimos en la visión integral de operar de manera responsable, esa es la gran aportación de este Distintivo y la verdadera intención de este reportaje, poder mostrar al empresario que la Responsabilidad Social, toma relevancia cada vez más y que si intentan entrar en esta línea de negocio no es nada difícil, solo se requiere estar verdaderamente convencido de querer tener un giro en temas de responsabilidad social al interior y exterior de la empresa, sin importar el giro.

El proceso para la obtención del Distintivo de ESR como pudimos ir revisando paso a paso, solo requiere que exista la verdadera intención de entrar en este ámbito y los pasos a seguir realmente no requieren una inversión monetaria muy grande comparada al gran beneficio que se obtiene al cambiar la visión e incluso hasta el estilo de vida en algunos casos de los públicos que giran alrededor de una compañía.

La ESR es una nueva forma de gestión empresarial y una nueva generación de negocios que ningún empresario debe desaprovechar para poder tener un ganar-ganar y realmente comprobar que ser una ESR es un valor agregado.

FUENTES DE CONSULTA

Bibliográficas:

Más Allá. Empresa y Sociedad en un mundo en transformación. Mario Raich, Simon L. Dolan, Profit Editorial, 2009.

La promoción de Empresas Sostenibles. Conferencia Internacional del Trabajo. 96ª Reunión 2007, OIT, 2007.

Responsabilidad Social Corporativa. Teoría y Práctica. Fernando Navarro García, ESIC Editorial, 2008.

El marco ético de la Responsabilidad Social Empresarial. Horacio Martínez Herrera, Editorial Pontificia Universidad Javeriana, 2005.

El corazón de las empresas. Responsabilidad Social Corporativa y Conciliación de la vida profesional y personal. Alejandro Córdoba Largo, ESIC Editorial, 2007.

La Responsabilidad Social de las Empresas y los nuevos desafíos de la Gestión Empresarial. Tomás G. Perdiguero y Andrés García Reche [Editores], PUV, 2005.

La responsabilidad de la empresa TOM CANNON Traducción de Javier Serra, Ediciones Folio, Barcelona, 1994.

Hemerográficas:

Suplementoesr. revista-ganar-ganar 2016

Revista CEMEFI 2012, 2013

Revista Consultoría, 15 de mayo 2017

Cibergrafías:

<http://www.CEMEFI.org/esr/> Consultado el 23 agosto de 2016.

<http://www.distintivoesr.com/que-es-el-distintivo-esr.php> Consultado el 29 de agosto 2016

http://es.wikipedia.org/wiki/Responsabilidad_social_corporativa Consultado el 29 agosto 2016

<http://www.masr.com.mx/responsabilidad-social-definicion-y-clasificacion/> Consultado el 29 de agosto 2016

<http://www.definicionabc.com/social/responsabilidad-social.php> Consultada el 29 de agosto 2016

<http://www.monografias.com/trabajos24/responsabilidad-social-corporativa/responsabilidad-social-corporativa.shtml#dimension> Consultada el 30 de agosto 2017

http://www.slideshare.net/Solidarity/solidarity-2748989?src=related_normal&rel=5547491 Consultada el 30 de agosto 2017

http://www.frasecelebre.net/Frases_De_Responsabilidad.html Consultada el 30 de agosto 2017

<http://heinenmexico.com/brindando-un-mundo-mejor>

Consulta el 27 de septiembre 2017

<http://compromisonaranja.bitam.com/>

Consulta el 18 de diciembre 2017

<http://mba.americaeconomia.com/articulos/reportajes/los-10-mandamientos-de-la-rse>

Consultada el 1 de septiembre 2017

http://www.degerencia.com/tema/responsabilidad_social#noticias

<http://www.masr.com.mx/frases-del-3er-encuentro-latinoamericano-de-esr/> Consultado el 1 de octubre de 2017.

[OPINIÓN: Empresas sustentables más allá del verde tradicional](#)

Consulta el 18 de junio de 2018

<https://expansion.mx/negocios/2014/12/16/las-10-empresas-mas-responsables-en-mexico>

[Lee: Las Súper Empresas 2017, tu lugar ideal para trabajar](#)

Consulta el 18 de junio de 2018

Video gráficas:

<https://www.facebook.com/330596003720160/videos/1554146138031801/>

<https://www.facebook.com/330596003720160/videos/1408141405965609/>

<https://www.facebook.com/330596003720160/videos/1404966449616438/>

<https://www.facebook.com/330596003720160/videos/1190547927724959/>

<https://www.facebook.com/330596003720160/videos/1232808583498893/>

<https://www.youtube.com/watch?v=6uPez79NH3M>

<https://www.youtube.com/watch?v=78RZpvhlcvA>

https://www.youtube.com/watch?v=0rNthT_wHzA

<https://www.youtube.com/watch?v=t7HK4A-8npg>

https://www.youtube.com/watch?v=mCyl_-p3iic

Fuentes vivas:

Entrevista a Lic. Adriana Sánchez, Coordinadora de Responsabilidad Creativa de la empresa Atención Telefónica. Realizada.

Entrevista a los colaboradores de CEMEFI, Manuel Arango, Presidente Honorario de CEMEFI y Jorge Villalobos, Presidente Ejecutivo del CEMEFI. Realizada.

Entrevista a Rubén Trujillo, Coordinador del departamento de programación de la empresa Atención Telefónica. Realizada.

Entrevista a Guillermina Galván, Asesora telefónica de la empresa Atención Telefónica.
Realizada.

Entrevista al Lic. Adrián Morales, Asesor de MCBride (empresa de asesoría de ESR).
Realizada.

ANEXO

- Listado completo de empresas ESR, lista oficial de CEMEFI 2017.

Listado completo de las empresas ESR, resultados oficiales de Cemefi de 2017

EMPRESAS QUE RECIBIRÁN EN ESTE 2018 EL DISTINTIVO ESR POR SU PROCESO DEL 2017	
Nº	NOMBRE
1	ASP SOLUTIONS S.A. DE C.V.
2	AFRICAM SAFARI
3	AGROCAL MEXIA SOUTH
4	AGUMAR
5	ARETE DE MEXICO
6	ASUR
7	ARMSTRONG ARMORED DE MEXICO, S.A. DE C.V.
8	ATLAS COPCO
9	AUTO MEXICO
10	BERRY VIE DE BAIE
11	BONHOMME
12	BRASERA PISA
13	BUSFLEX MOTOR DE MEXICO S DE RL DE CV
14	CALSONIC KANGI
15	CASAL SAVER
16	CENTRAL CAGAGAN S. A. DE C. V.
17	CENTRAL EL MOTERO, S.A. DE C.V.
18	CENTRAL SAN ANGELES
19	CIASA COMERCIAL, S.A. DE C.V.
20	CIENFOS
21	COMPAÑIA TEGAMAR S.A. DE C.V.
22	CONSERVIA LA COSTA
23	CONSTRUCTORA DIMIAMI
24	COMUNE OPTICAL COMMUNICATIONS
25	COMUNICACION DE ENERGIA MEXICO
26	COOMETIC COLORES S.A. DE C.V.
27	COSTA MAYA
28	DASSA
29	DELGOTTO CONSULTING GROUP
30	DESARROLLO INGENIERIA Y CONSTRUCTORA SA DE CV
31	DEL EXPRESS MEXICO
32	DELTA LOGISTICS
33	EL CALVARIO
34	EMERSON TECNOLOGIAS DE FLUIDO
35	ENERSAF
36	ESCUELA EN TRANSPORTE ESCOLAR Y DE PERSONAL, S.A.P. DE C.V.
37	FINANCIERA SURMATE

- Formato de registro de ESR:



Formato de Registro MiPyMe
Distintivo ESR
Programa de Responsabilidad Social Empresarial



Favor de llenar la información requerida a continuación y enviar este formato escaneado a distintivo@cemefi.org y cd@cemefi.org

Información sobre la Empresa:
Razón social de la empresa (Como aparece en la cédula fiscal):

Año de obtención por el que participa en este proceso:

Tamaño de la empresa: Mediana () Pequeña () Micro ()

Participo como parte de una Cadena de Valor: Sí () No ()

En su caso, nombre de la empresa que la impulsa dentro de su Cadena de Valor:

Nombre con el que desea aparezca la empresa en la plaza del Distintivo ESR en caso de obtenerlo:

Nombre del Director General (Incluir en su caso la abreviatura profesional del título: Lic., Ing., C.P., etc.):

Nombre del contacto ante Cemefi (Imprescindible - sea quien lleve el seguimiento al proceso y reciba todos los comunicados):

Puesto: Teléfono móvil:

Teléfono fijo:

Correo electrónico (Incluir correo institucional y uno alternativo):

Principales productos o servicios que ofrece la empresa:

Domicilio principal de la empresa (para envío de correspondencia y documentos):

Colonia: Delegación / municipio:
Ciudad: Estado: C.P.: País:

RFC:

Teléfono principal: Correo electrónico: Página web:

Facebook: Twitter: Otra:

Enumere la prioridad que la empresa otorga a los siguientes ámbitos de la RSE (1 es el más alto):

- () Ética empresarial
- () Calidad de vida en el trabajo
- () Vinculación con la comunidad
- () Protección al medio ambiente
- () Otro:

¿La empresa tiene fundación empresarial?: Sí () No ()

En caso de tener fundación empresarial, indicar el nombre legal de ésta, año de constitución y un correo electrónico de contacto:

Conocemos y estamos de acuerdo en participar conforme a los términos establecidos en la Convocatoria del Distintivo ESR® 2018.

Fecha:

Tulipán #108, Col. Santa María La Ribera, C.P. 06400, Del. Cuauhtémoc, México D.F. Tel. 5276 8530 ext. 111, 146, 149 y 156
distintivo@cemefi.org / www.cemefi.org.mx



Programa de Responsabilidad Social Empresarial

Favor de llenar la información requerida a continuación y enviar este formato escaneado a registro@cemefi.org y ajb@cemefi.org

Información sobre la Empresa:

Razón social de la empresa (Como aparece en la nómina fiscal):

Año de obtención por el que participa en este proceso:

Participa como Impulsora de su Cadena de Valor: Si () No ()

En su caso, nombre las empresas que impulsa como parte de su Cadena de Valor:

Nombre de la empresa como desea que aparezca en la placa del Distintivo ESR en caso de obtenerlo:

Nombre del Director General (Incluir en su caso la abreviatura profesional del título: Lic., Ing., C.P., etc.):

Nombre del contacto ante Cemefi (Imprescindible sea quien tiene el seguimiento al proceso y reciba todos los comunicados):

Puesto:

Teléfono fijo:

Teléfono móvil:

Correo electrónico (Incluir correo institucional y uno alternativo):

Principales productos o servicios que ofrece la empresa:

Dirección principal (para envío de correspondencia): Colonia: Delegación/municipio:

Ciudad: Estado: C.P. País:

R.F.C.:

Teléfono principal:

Correo electrónico:

Página web:

Facebook:

Twitter:

Otra:

Enumerar la prioridad que la empresa otorga a los siguientes ámbitos de la RSE (1 es el más alto):

() Ética empresarial
() Calidad de vida en el trabajo
() Vinculación con la comunidad
() Protección al medio ambiente
() Otro:

¿La empresa tiene una fundación empresarial?: Si () No ()

En caso de tener una fundación empresarial, indicar el nombre legal de ésta, año de constitución y un correo electrónico de contacto:

En caso de ser Empresa Regional, señalar los países de Latinoamérica en los cuales tiene oficinas:

Conocemos y estamos de acuerdo en participar conforme a los términos establecidos en la Convocatoria del Distintivo ESRB 2018:

Fecha:

Nombre y firma:

Teléfono No. 100, Cui. Santa María La Ribera, C.P. 06400, Del. Cuauhtémoc, CDMX, México. Call Center Cemefi Tel. 41950807
www.cemefi.org.mx / 5276 8330 ext. 146 / atencional@cemefi.org

● EJEMPLOS DE FORMATOS:

Comprobante de pago de inscripción:

		Pagos SPEI enviados		Fecha:	28/02/2018
				Hora:	10:02:44
				Página:	1
Fecha Valor:	28/02/2018	Clave de Rastreo:	HSBC114333		
Fecha de proceso de la instrucción:	28/02/2018	Hora de proceso de la instrucción:	15:18:54 MX		
DETALLES DEL CARGO					
Cuenta Ordenante:	4035461240				
Nombre del Ordenante:	ATENCIÓN CORPORATIVA DE MEXICO, S.A				
Referencia del ordenante:	478054ND1127				
Comisión cobrada:	0.00				
Moneda:	MXN				
Monto:	25,000.00				
DETALLES DEL ABONO					
Cuenta del Beneficiario:	012180004430106006	Referencia Numérica:	1		
Nombre del Beneficiario:	CENTRO MEXICANO PARA LA FILANTROPIA				
Banco Beneficiario:	BBVA BANCOMER				
Concepto de Pago:	ATENCIÓN CORPORATIVA DE MEXICO				

****Emisión por: HSBC México, S.A., Institución de Banca Múltiple, Grupo Financiero HSBC****

Carta de aceptación del Decálogo ESR:

Ciudad de México a 4 de Enero de 2018

Lic. Juan Felipe Cajiga Calderón
Director de Responsabilidad Social Empresarial,
Centro Mexicano para la Filantropía, A.C.

Me complace informar a usted que Respuesta Rápida en Reclutamiento (Tres R), apoya el decálogo de la empresa reclutamiento responsable. Por cada medida empresarial nuestra conocimiento a usted en los próximos días dentro de nuestro ámbito de influencia.

Nos comprometimos a hacer del catálogo parte de la estrategia, cultura y operaciones desde nuestra organización y dejar claro ese compromiso ante nuestros accionistas, directivos, colaboradores, clientes, proveedores, autoridades y otros audiencias o partes interesadas.

Agradecemos su apoyo y acompañamiento en el proceso de la distinción.

Atentamente,

Eduardo Rovira
Director General
Respuesta Rápida en Reclutamiento (Tres R)

ALICIA P. FLORES

Decálogo de la Empresa Socialmente Responsable

1. Promueve o impulsa en su interés una Cultura de Responsabilidad Social Empresarial que busque las metas y el éxito del negocio, contribuyendo al mismo tiempo al bienestar de la sociedad.
2. Identifica las necesidades sociales del entorno en que opera y colabora en su solución, impulsando el desarrollo y mejoramiento en la calidad de vida.
3. Hace públicos los valores de su empresa y se desempeña con base en un código de ética.

Carta de exposición de motivos de participación y compromiso del comité:

Ciudad de México a 4 de Enero de 2018

Lic. Juan Felipe Cajiga Calderón
Director de Responsabilidad Social Empresarial,
Centro Mexicano para la Filantropía, A.C.

P R E S E N T E

Tengo el gusto de presentarle Respuesta Rápida en Reclutamiento (Tres R), una nueva empresa que anteriormente era el departamento de reclutamiento y selección de personal de Atención Telefónica, que ofrece soluciones de outsourcing en procesos de reclutamiento para empresas que buscan servicios de alta calidad empleando recurso humano especializado.

Al ser una empresa surgida de la filosofía de Atención Telefónica, Tres R, ha buscado y tiene el compromiso de llevar una gestión socialmente responsable como parte de la cultura y de la estrategia del negocio. En ese sentido incluimos criterios responsables en nuestra operación, buscando en todo momento el crecimiento de nuestros clientes mediante la satisfacción total de nuestros servicios.

Al obtener por primera ocasión el distintivo como empresa socialmente responsable, nos permitirá reforzar y continuar desarrollando acciones éticas y con integridad, políticas de tratamiento justo y equitativo entre nuestros colaboradores, mantener una activa participación por el desarrollo de la comunidad, el cuidado y preservación del medio ambiente, así como la atención de aquellos temas que sabemos son de mayor importancia para que nuestro negocio siga siendo próspero y sostenible.

Esperamos que ustedes encuentren en esta carta la misma motivación y entusiasmo que nosotros tenemos al querer sumar a Tres R a este autodiagnóstico.

Agradecemos su apoyo durante el proceso y sin más por el momento le mando un afectuoso saludo.

Atentamente,

Eduardo Rovira
Director General
Respuesta Rápida en Reclutamiento (Tres R)



Ciudad de México a 4 de Enero de 2015

Lic. Juan Felipe Cajiga Calderón
Director de Responsabilidad Social Empresarial,
Centro Mexicano para la Filantropía, A.C.

Me complace informar a usted que el Comité de Responsabilidad Social de la empresa Respuesta Rápida en Reclutamiento (Tres R), es el mismo que hace 9 años se constituyó para Atención Telefónica.

En ese sentido, la Sub Dirección Nacional de Responsabilidad Creativa de Atención telefónica es la responsable de diseñar, implementar, evaluar y comunicar nuestro desempeño ético, social y ambiental.

En la Sub Dirección Nacional de Responsabilidad Creativa, se cuenta con un equipo de trabajo conformado por seis personas que están ubicadas en cada centro donde operamos incluyendo Tres R, este equipo implementa y comunica las diversas iniciativas dirigidas a los colaboradores, clientes, proveedores y comunidad en general. Este equipo se reúne regularmente cada quince días. Se adjunta al documento evidencia de esta práctica.

Adicional a este Comité de RSE, existe otro equipo de trabajo para atender los asuntos de Responsabilidad Social de las empresas del Grupo Atención. El Comité está conformado por el Director General y por cada encargado de Responsabilidad Social de cada unidad de Negocio; este equipo de trabajo se reúne cada dos meses, se adjunta evidencia.

Agradecemos su apoyo y acompañamiento en el proceso de la distinción.
Atentamente,

Eduardo Rovira
Director General
Respuesta Rápida en Reclutamiento (Tres R)



- Informes de ESR:



Compartiendo el **valor de la persona**



Comunicado de Progreso 2013



Innovando por nuestra gente

Comunicado de Progreso

2016-2017 ●

- Diagnóstico de ESR ejemplo:



Reporte de resultados
Distintivo ESR® 2015 (1 a 5 años)

GRUPO ATENCIÓN

Información confidencial para uso exclusivo de la empresa



- Cuestionarios de ESR:



Hoja de cálculo de
Microsoft Excel 97-20

- Cuestionario de 6 a 10 años.



Hoja de cálculo de
Microsoft Excel 97-20

- Cuestionario de 1 a 5 años.

- Encuesta de ESR realizada en los meses de octubre-diciembre de 2017 al personal de Atención Telefónica de la Ciudad de México (50 hombres 50 mujeres) con diferentes puestos y antigüedades en la empresa.

ENCUESTA SOBRE ESR

MUESTRA: 100 personas (50 hombres 50 mujeres de todos los puestos y antigüedades).

No. DE PERSONAS:

100

1. ¿Sabías que Atención Telefónica es una Empresa Socialmente Responsable (ESR)?

SI

90	90%
----	-----

 NO

10	10%
----	-----

2. ¿Cuál de estas actividades que realiza Atención Telefónica como Empresa Socialmente Responsable te gustan más?

a)	El ahorro de luz eléctrica	<table border="1" style="display: inline-table;"><tr><td style="width: 40px; text-align: center;">15</td><td style="width: 40px; text-align: center;">15%</td></tr></table>	15	15%
15	15%			
b)	La separación de basura	<table border="1" style="display: inline-table;"><tr><td style="width: 40px; text-align: center;">12</td><td style="width: 40px; text-align: center;">12%</td></tr></table>	12	12%
12	12%			
c)	El ahorro de agua	<table border="1" style="display: inline-table;"><tr><td style="width: 40px; text-align: center;">21</td><td style="width: 40px; text-align: center;">21%</td></tr></table>	21	21%
21	21%			
d)	La reforestación y limpieza en áreas verdes	<table border="1" style="display: inline-table;"><tr><td style="width: 40px; text-align: center;">32</td><td style="width: 40px; text-align: center;">32%</td></tr></table>	32	32%
32	32%			
e)	Campañas de información sobre el uso de recursos naturales	<table border="1" style="display: inline-table;"><tr><td style="width: 40px; text-align: center;">10</td><td style="width: 40px; text-align: center;">10%</td></tr></table>	10	10%
10	10%			
f)	La utilización de material biodegradable	<table border="1" style="display: inline-table;"><tr><td style="width: 40px; text-align: center;">10</td><td style="width: 40px; text-align: center;">10%</td></tr></table>	10	10%
10	10%			

1. ¿Te gustaría participar en una actividad de Responsabilidad Social o Voluntariado? Las acciones de responsabilidad social son actividades en favor de la comunidad y del planeta y el voluntariado una actividad donde compartes tus talentos y tiempo para contribuir a una problemática social sin que esta sea retribuida con un pago.

SI

89	89%
----	-----

 NO

11	11%
----	-----

2. ¿En qué temáticas te gustaría participar?

a.	Educación	<table border="1" style="display: inline-table;"><tr><td style="width: 40px; text-align: center;">5</td><td style="width: 40px; text-align: center;">5%</td></tr></table>	5	5%
5	5%			
b.	Medio ambiente	<table border="1" style="display: inline-table;"><tr><td style="width: 40px; text-align: center;">7</td><td style="width: 40px; text-align: center;">7%</td></tr></table>	7	7%
7	7%			
c.	Salud	<table border="1" style="display: inline-table;"><tr><td style="width: 40px; text-align: center;">18</td><td style="width: 40px; text-align: center;">18%</td></tr></table>	18	18%
18	18%			
d.	Deporte	<table border="1" style="display: inline-table;"><tr><td style="width: 40px; text-align: center;">14</td><td style="width: 40px; text-align: center;">14%</td></tr></table>	14	14%
14	14%			
e.	Arte y cultura	<table border="1" style="display: inline-table;"><tr><td style="width: 40px; text-align: center;">22</td><td style="width: 40px; text-align: center;">22%</td></tr></table>	22	22%
22	22%			
f.	Ayuda comunitaria y asistencia social	<table border="1" style="display: inline-table;"><tr><td style="width: 40px; text-align: center;">15</td><td style="width: 40px; text-align: center;">15%</td></tr></table>	15	15%
15	15%			
g.	Creatividad & Publicidad	<table border="1" style="display: inline-table;"><tr><td style="width: 40px; text-align: center;">17</td><td style="width: 40px; text-align: center;">17%</td></tr></table>	17	17%
17	17%			
h.	Otras- ¿Cuáles?	<table border="1" style="display: inline-table;"><tr><td style="width: 40px; text-align: center;">2</td><td style="width: 40px; text-align: center;">2%</td></tr></table>	2	2%
2	2%			
	Ayuda a mascotas.			

3. ¿Con qué públicos te gustaría trabajar y apoyar?

a.	Niños	<table border="1" style="display: inline-table;"><tr><td style="width: 40px; text-align: center;">18</td><td style="width: 40px; text-align: center;">18%</td></tr></table>	18	18%
18	18%			
b.	Adolescentes - Jóvenes	<table border="1" style="display: inline-table;"><tr><td style="width: 40px; text-align: center;">23</td><td style="width: 40px; text-align: center;">23%</td></tr></table>	23	23%
23	23%			
c.	Adultos	<table border="1" style="display: inline-table;"><tr><td style="width: 40px; text-align: center;">11</td><td style="width: 40px; text-align: center;">11%</td></tr></table>	11	11%
11	11%			
d.	Discapacitados	<table border="1" style="display: inline-table;"><tr><td style="width: 40px; text-align: center;">23</td><td style="width: 40px; text-align: center;">23%</td></tr></table>	23	23%
23	23%			
e.	Ancianos	<table border="1" style="display: inline-table;"><tr><td style="width: 40px; text-align: center;">22</td><td style="width: 40px; text-align: center;">22%</td></tr></table>	22	22%
22	22%			
f.	Otros ¿cuáles?	<table border="1" style="display: inline-table;"><tr><td style="width: 40px; text-align: center;">3</td><td style="width: 40px; text-align: center;">3%</td></tr></table>	3	3%
3	3%			

4. ¿En qué horarios te interesaría desarrollar las actividades?

Durante la semana	Durante los fines de semana				
<table border="1" style="display: inline-table;"><tr><td style="width: 40px; text-align: center;">76</td><td style="width: 40px; text-align: center;">76%</td></tr></table>	76	76%	<table border="1" style="display: inline-table;"><tr><td style="width: 40px; text-align: center;">24</td><td style="width: 40px; text-align: center;">24%</td></tr></table>	24	24%
76	76%				
24	24%				

5. ¿Qué tiempo puedes dedicar a estas actividades?

Tiempo:				
a.	Horas	<table border="1" style="display: inline-table;"><tr><td style="width: 40px; text-align: center;">86</td><td style="width: 40px; text-align: center;">86%</td></tr></table>	86	86%
86	86%			
b.	Varios días al mes	<table border="1" style="display: inline-table;"><tr><td style="width: 40px; text-align: center;">14</td><td style="width: 40px; text-align: center;">14%</td></tr></table>	14	14%
14	14%			

¡Agradecemos tus respuestas y tiempo que le dedicaste a esta actividad!

