



# VI FORO INTERNACIONAL DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

9-10-11 de noviembre 2021



Diferencias entre ESR y  
RSE : estrategia mundial,  
propósito o carga moral

---

Perspectiva Consumidor

PhD Martha Hecht

# Antecedentes

- Organizaciones altruistas siempre han existido y son aquellas cuyo objetivo es social y filantrópico y la definición de sus estrategias gira en torno al cumplimiento de una misión social y responsable.
- Sin embargo el daño al planeta causado por el hombre así como la escasez en los recursos no renovables ha originado preocupación por parte del gobierno, las organizaciones mundiales como la ONU y las industrias locales acerca del entorno. Ya no es suficiente incrementar el volumen de beneficios, utilidades y de su influencia para ganar mas ventas.
- Por ello, son muchas las organizaciones que apuestan por el impacto social como una manera de generar conciencia a través de etiquetas o campañas publicitarias, pero algo muy importante es entender la diferencia entre la terminología y su alcance.
- En general tenemos dos términos que han tomado relevancia
- La **Responsabilidad Social Empresarial (RSE)**
- Una **empresa socialmente responsable (ESR)**

# Antecedentes

- Responsabilidad es igual a estado de conciencia, por lo tanto, la **Responsabilidad Social Empresarial** (RSE) es el estado de conciencia del impacto positivo o negativo que tienen las actuaciones colectivas de todas las personas que conforman una empresa. La RSE consiste en la puesta en marcha **de manera voluntaria** de programas o proyectos sociales que contribuyan al desarrollo.
- Cuando decimos que una **Empresa es Socialmente Responsable** nos referimos al proceso de gestión del negocio, a la forma de ser y hacer de una organización, al cómo conduce los negocios la empresa. **El concepto de ESR Implica hablar de las prácticas que desarrolla la empresa dentro de su estrategia de negocio y que deben beneficiar a todos sus públicos** (clientes, trabajadores, comunidad, autoridades, entorno y accionistas, entre otros).
- Ser una ESR quiere decir que sus relaciones laborales se basan en la confianza y la equidad; que los vínculos con el medioambiente se basan en el respeto y la tolerancia y que su desempeño se basa en la transparencia. Sólo se es una ESR cuando el modelo de actuación y el modelo de Gobierno Corporativo ejercen prácticas transparentes hacia dentro y hacia fuera de la empresa

# Enfoque de las RSE

**Responsabilidad Social Corporativa (RSC)**, es la contribución activa y voluntaria de las empresas al mejoramiento social, económico y ambiental con el objetivo de mejorar su situación competitiva y su valor agregado (Carroll, 1979).

## 4 tipos de responsabilidades

| Económicas  | Legales                                   | Éticas  | Filantrópicas                  |
|---|---|---|--------------------------------|
| Cumplir con los accionistas generando utilidades. | Operar dentro de los parámetros de la ley | Hacer más de lo que la ley le pide: debe hacer lo que está bien y es justo. | "Regresar algo" a la sociedad. |

## 4 ámbitos de acción de la RSC

|                               |  |   |                   |
|-------------------------------|--|---|-------------------|
| Calidad de vida en la empresa | Vinculación e impacto con la comunidad | Cuidado y prevención del medio ambiente | Ética empresarial |
|-------------------------------|--|---|-------------------|



# Estado del Arte

- En México, uno de los principales avances en el tema es haber logrado el consenso de los principales organismos empresariales y de responsabilidad social sobre un concepto y un marco ideológico común
- **Responsabilidad Social Empresarial** , es el compromiso consciente y congruente de cumplir integralmente con la finalidad de la empresa, tanto en lo interno como en lo externo, considerando las expectativas económicas, sociales y ambientales de todos sus participantes, demostrando respeto por la gente, los valores éticos, la comunidad y el medio ambiente, contribuyendo así a la construcción del bien común
- En conclusión, la Responsabilidad Social Empresarial lleva a la actuación consciente y comprometida de mejora continua, medida y consistente que permite a la empresa **generar valor agregado para todos sus públicos, y con ello ser sustentablemente competitiva.**

# Entonces ¿RSE / ESR?

- La **Responsabilidad Social Empresarial (RSE)** se trata de una aportación **proactiva y voluntaria** por parte de una empresa a la mejora social, económica y ambiental. ¿Cuál es el objetivo? Mejorar, por un lado, su situación competitiva. Por otro, incrementar el valor e imagen de la empresa, gracias a su contribución al desarrollo sostenible.
- Por otra parte, una **empresa socialmente responsable** es aquella que fundamenta su visión y compromiso en políticas, programas y acciones que benefician a su negocio y que inciden en la gente o el entorno de una manera positiva y que pasa a formar parte continua en su desarrollo.
- De aquí se deduce que al ser una **empresa socialmente responsable** cambia su estructura en búsqueda de mejoras sostenibles a través del tiempo y en su favor, supone un gran valor añadido ya que fomenta el incremento de su ventaja competitiva, gracias al respeto y promoción del desarrollo pleno de las personas que trabajan en ella y las del entorno.

# Ejemplos



**CEMEX** | **Construyendo Juntos** | **ESR** Empresa Socialmente Responsable

## 18 AÑOS construyendo con responsabilidad

**216** Sanitizaciones de clínicas, hospitales, centros comunitarios y terminales marítimas.

**Más de 104,500** cubrebocas distribuidos a nivel nacional.

**Construcción de 17** módulos móviles de hospital con capacidad para atender a 653 pacientes.

**30 511** kilogramos de residuos recolectados en las comunidades vecinas a 11 plantas de cemento.

# ¿Y esta simbología que dice al consumidor?



Igual todos estos empaques diferentes se desechan en el mismo lugar por parte del consumidor mexicano



# Advertencias

- Un estudio del 2018 informó que el 78% de los encuestados cree que las empresas deben tener un impacto social positivo más allá de su propósito productivo, y el 77% "sienten una conexión emocional más fuerte" con las corporaciones con propósito. Las empresas están respondiendo a los sentimientos del público a través de campañas de marketing relacionadas con las causas y **esquemas de etiquetas sociales, y esto es un asunto preocupante** dado el potencial de agravar los problemas en cuestión.
- A diferencia de las etapas de RSE, que solían estar orientadas a la industria, el hecho de que las empresas se **extiendan más allá** de su ámbito de competencia para demostrar que son dignas contribuyentes a la sociedad en general (en lugar de racionalizar los esfuerzos hacia las partes interesadas) distrae a los empresarios en potencia y puede causar frustración al tratar de lograr tanto.
- El liderazgo de las **empresas virtuosas** y las promociones publicitarias no muestran signos de desaceleración y no lo harán hasta que la **presión social vuelva a concentrarse más en el valor** que en la virtud.

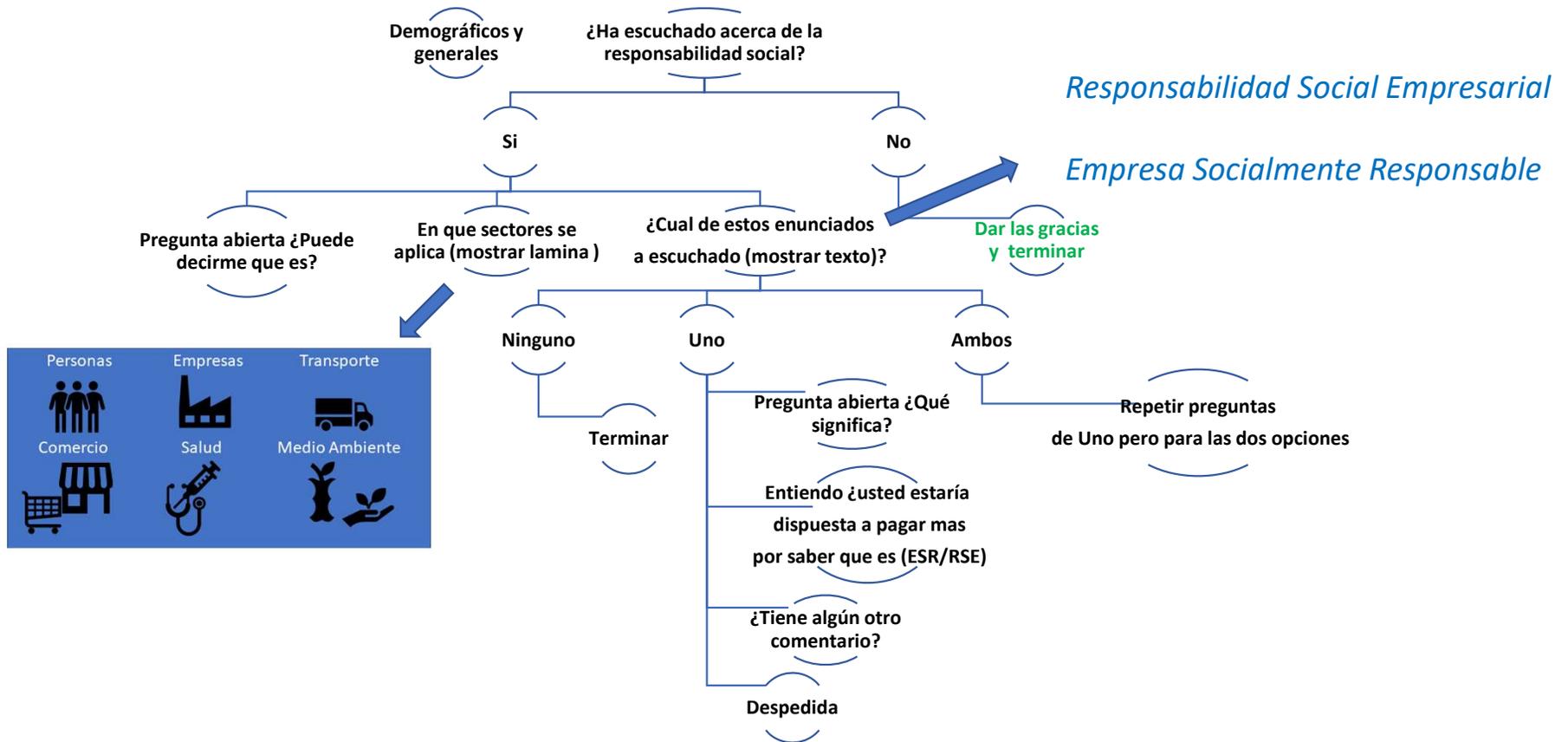
# Justificación

- El propósito de este estudio es generar una base cualitativa que nos permita estimar el conocimiento que la población económicamente activa de México (que cuenta con el poder adquisitivo de consumo) tiene respecto a la responsabilidad social y su difusión a través de los medios de comunicación con el fin de conocer si los esfuerzos de las empresas y el modo de expresarlos es clara y logra orientar la elección de estos productos y servicios.
- Como muchos otros programas de etiquetado o advertencias al consumidor, la preocupación ha estado siendo plasmada a través de diferentes organizaciones latinoamericanas, entre ellas Dejusticia y el Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor, que incluso han exigido ante la Suprema Corte de Justicia mexicana para apoyar una demanda que busca proteger los derechos de los consumidores, **pues solo el 2% de los mexicanos entiende** los etiquetados de alimentos y bebidas, sin mencionar el resto de los etiquetados disponibles (entre ellos logos como ESR®)
- No es suficiente incrementar el volumen de advertencias acerca de los riesgos o beneficios, se debe garantizar que su formato sea claro y no contenga conceptos que puedan confundir al consumidor en cuanto a su decisión.

# Metodología

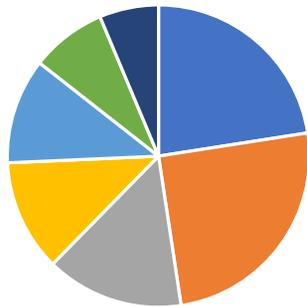
- Para la realización de este estudio se seleccionaron las tres ciudades principales en el país: Ciudad de México, Monterrey y Guadalajara, con una cuota por ciudad de 200 personas económicamente activas (20 a 55 años). Cabe aclarar que para el reclutamiento se seleccionaron plazas públicas (6 por ciudad, 3 que tuvieran un supermercado o tienda de autoservicio y tres 3 no lo tuvieran, pero todos con comercios, cine y área de comida).
- No se estableció una cuota por edad ó género, solo se restringió el número de entrevistas por plaza a 40 como máximo, con el fin de terminar con las 200 efectivas.
- A cada entrevistado se le realizó una batería de preguntas
- El análisis se realizó de varias formas. En esta presentación solo veremos el primer análisis
  - Por edad
  - Por género
  - Por género y edad
  - Relación (viven solos/ con su familia/ tienen pareja/ pareja e hijos)

# Metodología



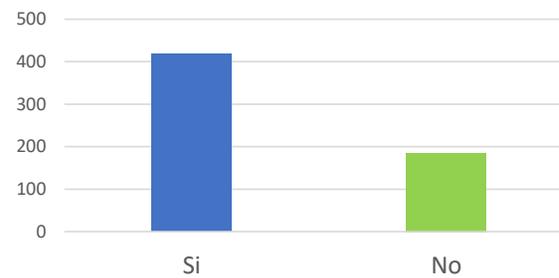
# Análisis por edad

Base: 603

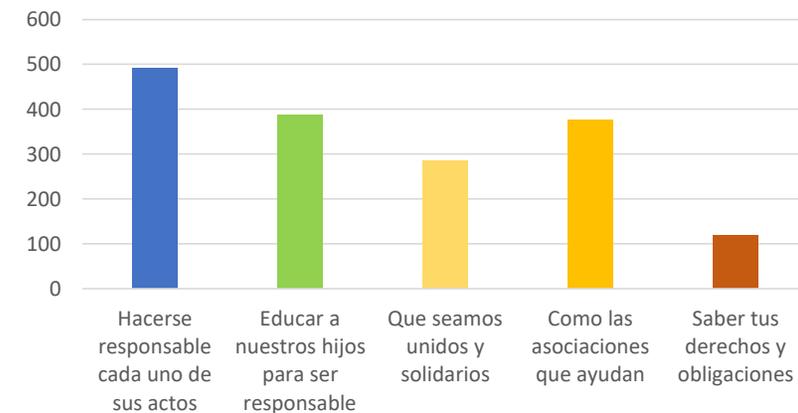


■ 20 a 25 ■ 26 a 30 ■ 31 a 35 ■ 36 a 40 ■ 41 a 45 ■ 46 a 50 ■ 51 a 55

### Ha escuchado de Responsabilidad social



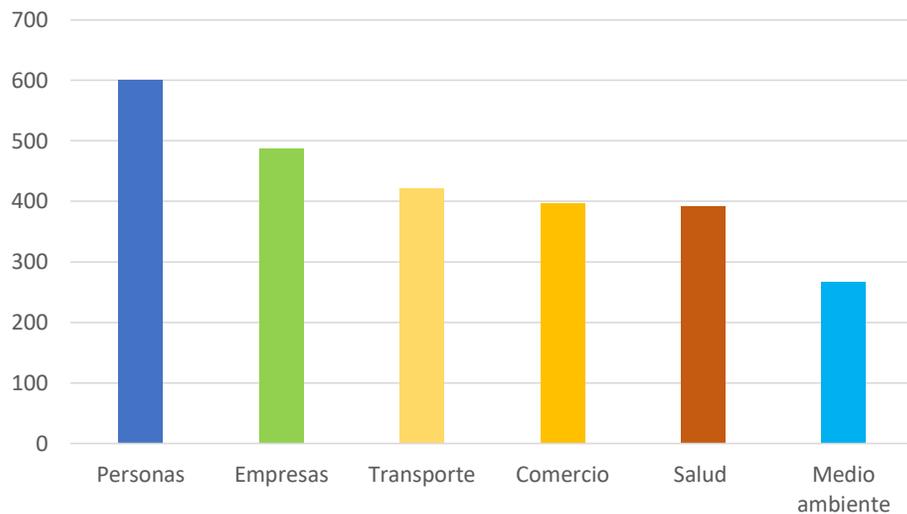
### ¿Que es la resp. social?



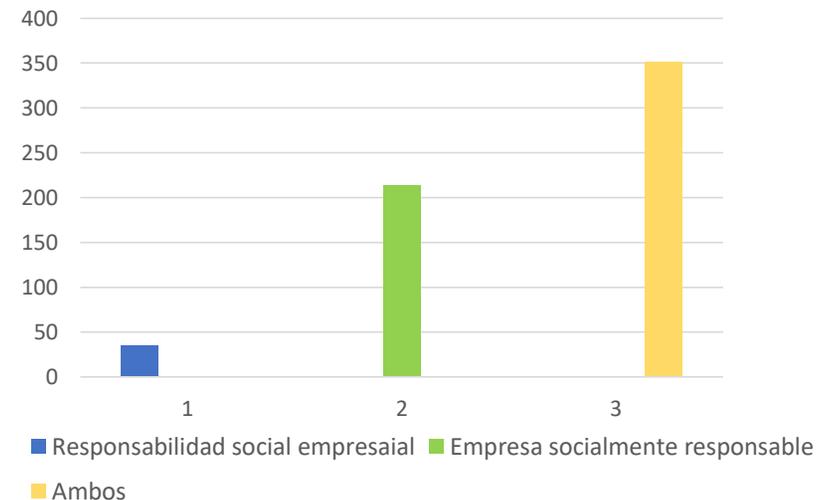
La base mayoritaria se encuentra entre los 20 a 30 años. En general 2/3 han escuchado de responsabilidad social pero todos lo asocian con la población (ser responsables, educar y cumplir con tus obligaciones) y las asociaciones que hacen algo caritativo, es decir que tienen un papel social.

# Análisis por edad

En que sectores aplica



¿Cual enunciado ha visto impreso?



Como se había visto en la pregunta anterior el sector en que mas lo asocia la base es en la persona, seguida de la empresa, transporte, comercio y salud; es de notar que el medio ambiente solo obtuvo un 44% de selección.

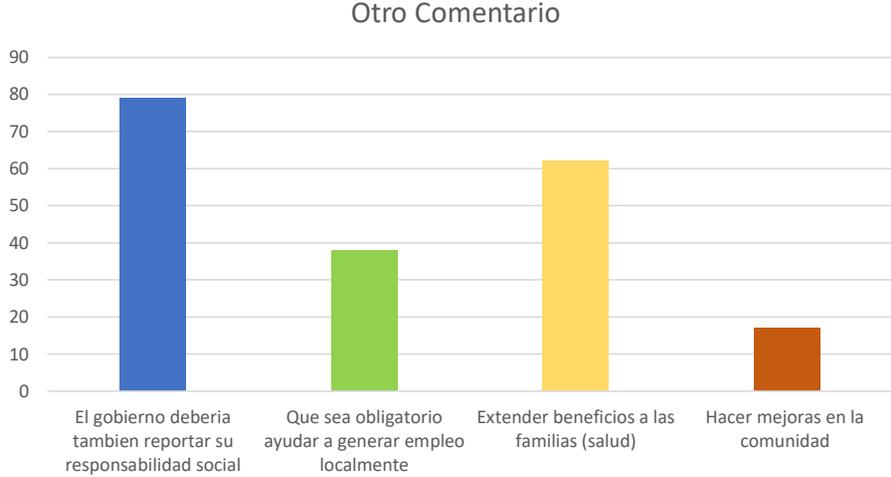
Un 66% de la base ha escuchado ambos términos y los utiliza indistintamente, mientras que otro 30% solo ha escuchado ESR

# Análisis por edad



Algo interesante es que después de preguntar si lo habían visto en una etiqueta, recordaron su responsabilidad sobre lo que venden y en el caso de haber visto ambos letreros les queda claro que en generación de empleo y generación de desechos deben trabajar

# Análisis por edad



En general, el público no espera tener que pagar más, si es una responsabilidad de la empresa y cabe resaltar que en los comentarios comentan que quieren ver la figura gubernamental liderando esta iniciativa. Generando empleos y beneficiando a las familias que viven en esa comunidad

# Hallazgos principales

- Es necesario el homologar a una sola definición RSE ó RSC, lo cual lo alinee con las definiciones de la ONU, la OMS, y sus compromisos.
- En el panorama competitivo actual, la RSE constituye una estrategia de gestión que va más allá de las donaciones empresariales y las redes de caridad. De hecho, tal y como la definen las Naciones Unidas, la RSE es distinta de la filantropía, ya que tiene en cuenta el impacto social y medioambiental de una empresa, además del impacto económico.
- Son muchas las grandes empresas que apuestan por la **responsabilidad social corporativa**, entre las que figuran Ikea, Starbucks o Coca-Cola. De esta última destacar, por ejemplo, el desarrollo de una botella de PET que consta de hasta un 30% de materiales obtenidos de las plantas.
- Asimismo es importante el centrar el campo de las aportaciones que la empresa puede realizar de acuerdo a su tamaño, campo de acción y definición de objetivos y estrategias.
- Ahora, la manera de comunicar estos beneficios puede ayudar a crear mas conciencia y que el publico en general se sume con acciones en su hogar, vecindario, etc. Pero hasta la fecha solo se realiza en ciertos foros y parcialmente

# Bimbo, una ESR/RSE ¿que sabe quien?

- **Bimbo** es una de las empresas mexicanas más grandes y una de las compañías de alimentos más importantes del mundo, cuenta con presencia en 19 países y factura más de 13 mil millones de dólares (mdd) por año.
- Desde una perspectiva **industrial**, el programa de RSE de la panificadora la ha llevado a reutilizar **70% del agua** que consume en sus más de 14 plantas en México; a invertir en un parque de **energía eólica, Piedra Larga**, para aprovechar la generación de energía renovable.
- También a construir una planta –**Barcel Occidente**– que cumple con la **Norma BRC** del British Retail Consortium y con los requisitos necesarios para solicitar la certificación de ‘**Empresa segura**’ de la Secretaría de Trabajo y Previsión Social, así como la de ‘**Industria limpia**’ de la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (Semarnat) y a promover el uso de **transporte no contaminante** en su flota de camiones de distribución.
- Desde un punto de vista de **producto**, la empresa ha comenzado a eliminar las **grasas saturadas y trans** en varios de ellos, para cumplir con las recomendaciones establecidas por la **Organización Mundial de la Salud (OMS)**. Y cuenta con un-Instituto de innovación y nutrición, cuyo objetivo es desarrollar alimentos más sanos

# Ejemplo de iniciativa sustentable

- En 2014, nació el plan de la compañía cervecera Cuauhtemoc Moctezuma (parte de Heineken) para lanzar el plan emergente de enlatado de agua en su planta de Orizaba, que cuenta con el mayor reconocimiento en México por el consumo de agua y responsabilidad ambiental. El proceso requirió una **reingeniería de los procesos productivos**, así como el desarrollo de nuevas habilidades entre los colaboradores y la compra de equipos especializados.
- Las latas fueron el envase idóneo para conservar y transportar el agua, ya que ofrece beneficios, como un menor peso y posibilidad de reciclado, lo que dio paso a una producción inicial de 50,000 latas con agua durante 2015.
- Un año después, la firma inició la distribución del vital líquido en Monterrey, Puebla, Guadalajara, Baja California y Mérida para apoyar a los ciudadanos afectados por diversos desastres naturales.
- En 2017, el agua logró distribuirse gracias al apoyo de los **mismos colaboradores** de Heineken en México y la **Cruz Roja Mexicana** para garantizar que el producto llegara a las personas que así lo necesitaban.

- **Intención de la empresa**

- A nivel internacional, esta es la primera vez que una de las operaciones de Heineken **cambia su producción de cerveza por agua**, para apoyar durante una emergencia nacional.
- Al principio, Heineken México consideró la entrega de un millón de latas con agua, pero la necesidad de los afectados hizo que la cantidad inicial quedará en el olvido y el programa lograra la entrega de un total de más de 2 millones de latas, lo que se traduce en 7,000 litros de agua.
- “Este proyecto **no es producto de la suerte** y no es algo que planeamos tres días antes de su lanzamiento”, dice la gerente de sustentabilidad, quien reconoce que representó todo un reto el enlatar agua

- **Publicidad en medios**

- En estos momentos en los que todos los mexicanos, y en realidad, de diversas partes del mundo, nos unimos por la tragedia, las ideas son bien recibidas.
- Y la que tuvo la empresa es un **detallazo**: transformó, de manera temporal, su planta cervecera de Orizaba para enlatar exclusivamente agua potable y llevarla a las zonas donde ésta se requiera.
- Además, puso a disposición sus Centros de Distribución en Guerrero, Toluca, Querétaro y Morelos para que sirvan de centros de acopio para ayuda a damnificados.

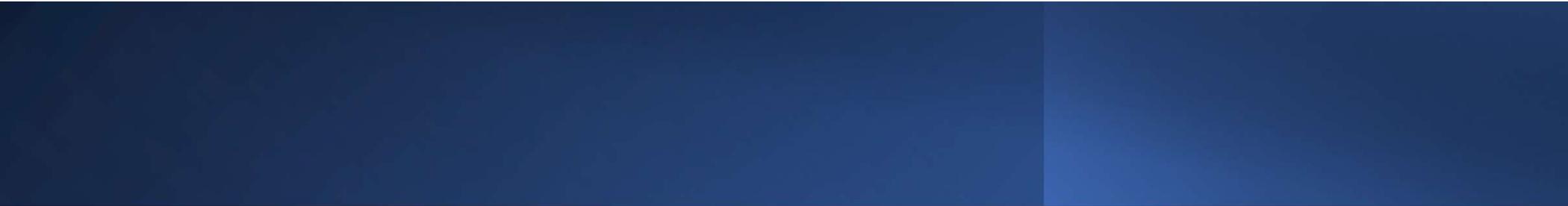


# Conclusiones

- El énfasis en las personas, el planeta y los beneficios se ha convertido en algo habitual, y han surgido diversos métodos y formas de evaluación de la sostenibilidad para que las empresas demuestren su "buen" trabajo. John Elkington acuñó el término triple resultado (TBL por sus siglas en inglés) para determinar el impacto social, medioambiental y económico de una empresa, pero esta información no es divulgada abiertamente.
1. **Aspecto económico:** una empresa con una política de crecimiento natural, sensata y ética. Igualmente, tiene una política de distribución de sus beneficios equilibrada, y el dinero que genera se reinvierte en la propia empresa.
  2. **Aspecto medioambiental.** La empresa trata de emplear los recursos de los que dispone de la manera más óptima posible, produciendo así el menor impacto posible en el entorno.
  3. **Aspecto social,** prestando atención a las necesidades de las personas y luchando por la igualdad y desaparición de cualquier tipo de discriminación.

# Homologuemos a RSE ó ESR es imprescindible

- Además de generar utilidades para sus accionistas, la empresa debe tomar en cuenta que sus actividades afectan, positiva o negativamente, la calidad de vida de sus empleados y de las comunidades en las que realiza sus operaciones.
- La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es inherente a la empresa, recientemente se ha convertido en una nueva forma de gestión y de hacer negocios, en la cual la empresa se ocupa de que sus operaciones sean sustentables en lo económico, lo social y lo ambiental, reconociendo los intereses de los distintos grupos con los que se relaciona y buscando la preservación del medio ambiente y la sustentabilidad de las generaciones futuras.
- Es una visión de negocios que integra el respeto por las personas, los valores éticos, la comunidad y el medioambiente con la gestión misma de la empresa, independientemente de los productos o servicios que ésta ofrece, del sector al que pertenece, de su tamaño o nacionalidad.



Gracias