

“LOS MODELOS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LAS EMPRESAS MEXICANAS. CASO CCEI”

Fernanda García Santiago



TÍTULO DEL TRABAJO:

“Los modelos de responsabilidad social en las empresas mexicanas. Caso CCEI”

AUTOR:

¹ Fernanda García Santiago

AUTOR EN CORRESPONDENCIA:

² Humberto Jesús Ortega Vázquez

AFILIACIÓN INSTITUCIONAL:

^{1,2} Consejo Coordinador Empresarial Impulsa S. A de C.V.

CORREO ELECTRÓNICO:

¹ ccei.fernanda@gmail.com

² consejoimpulsa@gmail.com

Resumen.

En el plano de las organizaciones contemporáneas, las empresas mexicanas han incrementado su interés por desarrollar acciones asociadas a la responsabilidad social empresarial (RSE), partiendo de estrategias orientativas dentro del mercado que permiten mejorar su posicionamiento, estableciendo así una ventaja competitiva. Este enfoque estratégico no es exclusivo de los grandes corporativos o grupos empresariales denominados de alto impacto, puesto que también las pymes en México han encontrado nichos de desarrollo en temas vinculados a la construcción de impacto social.

Los modelos de gestión se convierten en un camino para elevar la competitividad empresarial; mejorar la comunicación global; construir culturas organizacionales integrales; y establecer políticas de carácter ético.

Los estudios de carácter explicativo nos ayudan a argumentar el diseño e implementación de los modelos de responsabilidad social como propuesta de desarrollo organizacional. En el contexto de las empresas mexicanas se debe considerar una perspectiva integral centrada en el cliente (interno/externo), que aborde los factores técnicos de triple impacto: la rentabilidad económica, la protección medioambiental, y la inclusión social.

La correlación de las variables mencionadas abre la posibilidad a la generación de actividades de largo plazo; a esto se le conoce y se le concibe como desarrollo sostenible.

Abstract.

In the context of contemporary organizations, Mexican companies have increased their interest in developing actions associated with corporate social responsibility (CSR), based on guidance strategies within the market that allow improving their positioning, thus establishing a competitive advantage. This strategic approach is not exclusive to large corporate or business groups called high impact since also SMEs in Mexico have found niche development in issues related to the construction of social impact.

Management models become a way to increase business competitiveness; improve global communication; build integral organizational cultures and establish policies of an ethical nature.

The explanatory studies help us to argue the design and implementation of social responsibility models as a proposal for organizational development. In the context of Mexican companies, a comprehensive perspective centered on the client (internal / external) must be considered, which addresses the technical factors of triple impact: economic profitability, environmental protection and social inclusion.

The correlation of the mentioned variables opens the possibility to the generation of long-term activities; this is known and conceived as sustainable development.

Keywords:

Management models, corporate social responsibility, sustainable development.

Palabras clave:

Modelos de gestión, responsabilidad social empresarial, desarrollo sostenible.

Contenido

1. El problema
2. Objetivo de la investigación
3. Método y materiales
4. Marco teórico
5. Resultados
6. Discusión
6. Conclusión

“Los modelos de responsabilidad social en las empresas mexicanas. Caso CCEI”



El problema

La responsabilidad social empresarial se ha convertido en una tendencia derivada de las consecuencias del cambio climático, la globalización y la incorporación de las redes telemáticas en la vida cotidiana. Tanto personas físicas como morales, han empezado a adoptar políticas que reflejan una conciencia global. Estas políticas se traducen en acciones de contribución activa y, en muchos, casos voluntaria; es decir, nacen como buenas intenciones y pueden llegar a estabilizarse de manera transversal en proyectos más complejos.

Uno de los principales problemas en México –según el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI) y el comité de la ONU para la agenda 2030–, es la falta de indicadores, documentación y transparencia en espacios gubernamentales y de la iniciativa privada; esto corroborado por el *Global Reporting Initiative* que es publicado año tras año.

Aunque 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. (Europea, C. E., 2001).

Nam (2015), retoma la importancia que tiene la agenda 2030 como un instrumento global para el desarrollo sostenible; añade que las organizaciones mexicanas han empezado a implementar los objetivos del desarrollo sostenible a través de acciones con un beneficio preponderantemente medioambiental, considerando también otros temas sensibles como lo son las carencias sociales de la población vulnerable, los indicadores de bienestar y la revalorización del concepto de bienestar social.

Las empresas, independientemente de su tamaño, buscan implementar estrategias de posicionamiento social para consolidar su propuesta de valor, ofreciendo soluciones atractivas para su público.

Trejo Nieto (2017), define la importancia de contar con estrategias de desarrollo a partir de modelos neoliberales que se han encaminado en la industrialización, la urbanización y el capital privado. Sin embargo, existen estructuras organizacionales que las empresas mexicanas están utilizando para el mejoramiento social, al mismo tiempo que generan derrama económica. Ejemplos de estos es lo denominado economía naranja, economía solidaria y *crowdfunding*.

Troncoso (2014), contrasta los aportes de las empresas en la construcción de valor social, pues son las grandes empresas las que han tenido mayor relevancia a partir de la implementación de este tipo de modelos, que consideran tanto el factor económico como los factores sociales y las políticas ambientales. Según el reporte de competitividad global 2017-2018, México ocupa la posición número 51 de 136 economías en el índice global de

competitividad, publicado por el Foro Económico Mundial. Esta posición es poco significativa teniendo en cuenta su nivel de participación económica internacional.

La baja competitividad nacional está vinculada a la falta de modelos de gestión con componentes de responsabilidad social, lo que puede traducirse en empresas más corruptas, poco productivas, y de baja credibilidad, es decir, no aportan valor social.

¿Qué se sabe del problema?

Wojtarowski (2016), declara la pertinencia referente a la regulación de la responsabilidad social empresarial (RSE), como política que deben adoptar algunos gobiernos para implementar la RSE. Al igual, establece la importancia de instituir un enfoque basado en derechos humanos que respete el desarrollo individual y busque el bienestar colectivo, pues todo derecho conlleva deberes y estos sus respectivas obligaciones.

Hasta ahora, la mayoría de las definiciones de un comportamiento empresarial socialmente responsable hacen referencia al carácter voluntario de aplicación por parte de las empresas. Derivado de lo anterior, se presenta el caso del Consejo Coordinador Empresarial IMPULSA S. A. de C. V., como clúster de instituciones ubicadas en la región de Valles Centrales en Oaxaca, México. Se presenta el desarrollo de un modelo de gestión de responsabilidad social que implementó un conjunto de principios rectores que dieron origen a la construcción de una filosofía empresarial vinculada a factores tanto internos como externos: desarrollo sostenible, compromiso ético, cultura organizacional, normativas institucionales, y filosofía empresarial.

Es relevante retomar que la Comisión Europea afirma que la responsabilidad social de la empresa implica la integración voluntaria de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores. Los principales exponentes empresariales de este concepto la tienen como una ventaja competitiva de su desarrollo, justificando así su misma existencia.

La CEMEFI en México define como responsabilidad social empresarial al 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.

Objetivo de la investigación

Analizar los factores de aplicación de un modelo de gestión de responsabilidad social empresarial centrado en el cliente (interno y externo), que permita contribuir a la generación de valor social en empresas mexicanas.

Método y materiales

La gestión empresarial reconoce la relación permanente de interdependencia que existe entre las empresas y otros agentes relacionados. Actualmente, no se trata solo de vender o buscar escenarios de rentabilidad económica, sino también de generar inclusión social (Camacho, 2015).

Según ECODES, la principal novedad aportada por este enfoque radica en que las demandas sociales de nuevas prácticas empresariales no son intermediadas a través del Estado; en buena parte de los casos se articulan a través de los mercados de producto (consumo responsable), o de capitales (inversión socialmente responsable ISR), conforme a lo que menciona Schvarstein (2015).

En el modelo de responsabilidad social del Consejo Coordinador Empresarial Impulsa S. A. de C. V., los colaboradores se involucran directamente en actividades que buscan un equilibrio sustentable en sus tres dimensiones: aspecto social, económico y ambiental; la organización enaltece la integridad de sus colaboradores, respetando en todo momento a nuestro medio ambiente; apoyándose de valores compartidos por la empresa y colaboradores.

Este modelo está comprendido por 5 ejes, los cuales son los siguientes:

1. **Desarrollo sostenible:** determina los procesos de innovación y calidad total en el marco de políticas y procedimientos alineados a la agenda 2030, que comprende una visión responsable de los recursos utilizados al interior y exterior de la organización.
2. **Compromiso ético social:** establece los mecanismos de rendición de cuentas, contraloría y transparencia, apegado al respeto de los derechos humanos y la identidad étnica multicultural.
3. **Visión compartida:** busca la interdependencia corporativa, la autonomía administrativa y solidaridad organizacional.
4. **Principios rectores:** determina la filosofía corporativa, a través de premisas clave para la organización.
5. **Cultura organizacional:** conceptualización humana de los colaboradores para establecer buenas prácticas de políticas inclusivas y equidad laboral.

Este trabajo exploratorio descriptivo se trabajó directamente con los colaboradores, logrando la interacción con cada uno de ellos. Se analizó cuidadosamente el comportamiento del personal, y el conocimiento que tenían respecto al tema responsabilidad social. Se puntualizó en analizar, por parte de los colaboradores, cuáles eran las principales actividades que se deben desempeñar para que una empresa se considere socialmente responsable.

Anguita (2003), define a la encuesta como una técnica que utiliza un conjunto de procedimientos estandarizados de investigación mediante los cuales se recoge y analiza una serie de datos de una muestra de casos representativa de una población o universo más amplio, del que se pretende explorar, describir, predecir o explicar una serie de características. A continuación, se presenta el instrumento utilizado.

Encuesta de Responsabilidad Social

1. ¿Te han comunicado o has escuchado sobre el Modelo de calidad QC100 que se está implementando en las instituciones para contribuir a la mejora continua?
2. ¿Qué tanto se preocupa tu institución por generar mejoras, cambios o innovaciones en infraestructura, procesos o políticas internas que se reflejen en un aumento de la calidad de los servicios ofertados?
3. ¿Se te ha preguntado o tomado en cuenta en las decisiones internas de tu institución con la finalidad de generar mayor integración entre colaboradores?
4. Nivel del sentido de pertenencia de tu personalidad con la filosofía de tu institución:

5. A tu ingreso ¿se te dio una inducción general donde se trataron temas como reglamento, políticas, operación, lineamientos, entre otros?
6. ¿La capacitación de inducción fue suficiente para conocer a la institución y su filosofía de trabajo, o hizo falta alguna indicación (Aclarar en el apartado “otra”)?
7. ¿Se te ha comunicado sobre la agenda 2030 y su impacto en las acciones de la institución?
8. Selecciona las opciones que a tu criterio la asociación a la que perteneces tenga por objeto social actividades relacionadas con:
9. Tomando el siguiente enunciado: "Pensar global, actuar local". ¿Qué tanto consideras que se lleva a cabo en la asociación que perteneces?
10. ¿Te has sentido discriminado al interior de la institución por razón de raza, religión, cultura, idioma, vestimenta o condición física?
11. Nivel de respeto que percibes de respecto a tu raza, religión, cultura, idioma, vestimenta o condición física en tu institución.
12. Nivel de transparencia de la institución, respecto a sus metas y resultados de sus programas.
13. ¿En qué medida se comunican los objetivos de tu institución, logros o las metas que se esperan de ti?
14. ¿En qué medida consideras que existe una misma visión de las organizaciones pertenecientes al Consejo Coordinador Empresarial Impulsa?
15. Existe un seguimiento a las metas de los colaboradores al interior de tu institución:
16. ¿En qué medida consideras que el trabajo colaborativo entre instituciones del Consejo Coordinador Empresarial Impulsa es importante para alcanzar las metas en tu institución?

17. ¿Consideras que existe una "cultura corporativa" (conjunto de normas, valores y pautas de conducta que comparten los integrantes de la empresa), dentro de tu institución?
18. Nivel de percepción de "solidaridad" entre compañeros en tu institución:
19. ¿Te identificas con la misión empresarial de la institución a la que perteneces?
20. Nivel de identificación con los valores que promueve tu institución:
21. ¿Que tanto se interesa la institución a la que perteneces por capacitarte?
22. ¿Existe disposición de los compañeros de la institución a la que perteneces comparten sus conocimientos contigo?
23. Nivel en el que a tu criterio existe una filosofía para colaborar entre instituciones pertenecientes al Consejo Coordinador Empresarial IMPULSA:
24. ¿Qué tanto consideras que existe un modelo de triple impacto en las acciones, proyectos y actividades de la institución a la que pertenecen?
25. Si requieres apoyo económico o ayuda para la realización de alguna actividad relacionada con tu formación profesional o de tu interés personal, la institución a la que perteneces normalmente:
26. Existe una cultura de acceso a la información que maneja la empresa siempre y cuando no es de carácter confidencial:
27. A tu criterio, ¿qué tanto consideras que la institución a la que perteneces se preocupa por el aspecto "humano" del trabajador"?
28. Nivel en el que consideras el ambiente laboral de la institución a la que perteneces:
29. ¿Qué tanto se desarrolla el talento de los colaboradores acorde con las actividades de sus puestos o perfiles?

30. Nivel que a tu criterio existen procesos y actividades que impliquen manejo de tecnologías de la información:
31. ¿Qué tanto se preocupa la institución a la que perteneces por realizar actividades de convivencia e integración entre colaboradores?

Figura 1. Encuesta de Responsabilidad Social. **Fuente:** elaboración propia.

En el marco de la aplicación de la encuesta se retoma *Total Quality Management* (QC100 TQM) de calidad total, otorgado a la empresa durante un reconocimiento a nivel internacional. El modelo QC100 TQM esboza los principios que deberá seguir la empresa para consolidarse como una institución de calidad; sin embargo, las líneas de negocio no dicen cómo lograr esos principios, por ende, se propuso identificadores para aplicar la calidad total en la empresa. A continuación, se mencionan las categorías del modelo QC100 TQM:

1. Compromiso con la satisfacción del cliente
2. Comunicación estratégica
3. *Benchmarking* comparación competitiva
4. Información y análisis de datos
5. Liderazgo y dirección participada
6. Planificación y toma de decisiones
7. Gestión y desarrollo de recursos humanos
8. Formación y aprendizaje
9. Sistema de producción y gestión
10. Conciencia de los resultados de negocio.

Marco teórico

La responsabilidad social empresarial (RSE) es un concepto tenido en cuenta por las organizaciones desde el siglo pasado, que generalmente ha sido relacionado con la filantropía, una acción voluntaria y caritativa, de respaldo y ayuda mutua con los menos favorecidos. El *World Business Council for Sustainable Development* (2002), define la RSE como el compromiso que asume una empresa para contribuir al desarrollo económico sostenible por medio de colaboración con sus empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad en pleno, con el objeto de mejorar la calidad de vida.

Como parte de las categorías analíticas de la investigación encontramos temas clave como lo son la inclusión social, el desarrollo económico y el desarrollo sustentable; es por eso que, a nivel exploratorio, se plantea el problema con consideraciones que se hacen necesarias para establecer las bases sobre las cuales establecer la posibilidad de realizar afirmaciones acerca del funcionamiento de la organización y, eventualmente, recomendaciones para su cambio.

David, F. R. (2003), menciona que en la vida cotidiana se pueden encontrar cambios haciendo diagnósticos de las diversas situaciones que se puedan presentar. Cada vez que se necesite enfrentar una decisión; cada vez que se necesite evaluar diferentes líneas posibles de acción; cada vez que se quieran anticipar posibles consecuencias; se hace un diagnóstico que pretende evaluar o anticipar las alternativas presentes.

La organización debe establecer las cuestiones tanto externas como internas que son pertinentes para su propósito y su dirección estratégica, y que pueden afectar a su capacidad para lograr los resultados previstos en

su modelo de gestión empresarial. La organización tiene la obligación de realizar el seguimiento y la revisión de la información sobre dichas cuestiones externas e internas.

Las herramientas de análisis estratégico como la matriz FODA, la matriz MEFI, la matriz EFE, el análisis PEST, posibilitan el entendimiento situacional de la organización, reorientando su propósito a través de la dirección estratégica.

Organizaciones inteligentes

Hoy en día, las organizaciones empresariales son un ámbito que favorece el surgimiento de propuestas y teorías. Senge (1990), autor de la literatura sobre gerencia, propone el pensamiento sistemático como una disciplina para formar organizaciones inteligentes. El tiempo del conocimiento necesita ampliarse y mejorar el capital intelectual para que se pueda potenciar las ventajas competitivas de las organizaciones actuales. Las organizaciones inteligentes son capaces de aprender para poder expandir sus posibilidades de crecimiento, desarrollando la capacidad de crear, ya que no se conforman con la adaptabilidad y sobrevivencia.

Según Peter Senge (2010), hay solo un camino para adaptarse al cambio constante: convertirse en una organización de aprendizaje continuo. Para esto es necesario dominar las cinco disciplinas que plantea: dominio personal, trabajo en equipo, visión compartida, modelos mentales, y pensamiento sistémico. El pensamiento sistémico es la disciplina que ensambla las otras cuatro disciplinas del aprendizaje organizacional, es la piedra angular, el principal hilo conductor del texto. No cabe duda que para Senge el mundo de los negocios y otras empresas humanas son sistemas. Los elementos de un sistema están unidos por invisibles uniones de acciones

interrelacionadas de largo y complejo efecto que nos permite aclarar los patrones globales y ver cómo cambian.

Disciplinas individuales

1. Dominio personal. La capacidad de aclarar y profundizar constantemente nuestra visión personal.
2. Modelos mentales. La capacidad de desenterrar nuestras imágenes internas del mundo, examinarlas y abrirlas a la influencia de los demás.

Disciplinas grupales

1. Creación de una visión compartida. La práctica de desenterrar imágenes de futuro compartidas que promuevan el auténtico compromiso
2. Aprendizaje en equipo. La capacidad de pensar juntos que se consigue mediante el dominio de la práctica del diálogo y el debate.
3. Pensamiento sistémico. La disciplina que integra a las anteriores, uniéndolas en un conjunto coherente de teoría y práctica

La responsabilidad social corporativa (RSE) en México

Porto y Castromán (2006), hacen un análisis comparativo entre España y México, en donde encuentran que para el 2005 existía una mayor aceptación del concepto de RSE en México que en España; mientras en nuestro país se habían otorgado 25 distintivos de RSE en las empresas, en España únicamente eran 13 los distintivos otorgados.

Otra parte de la doctrina se ha centrado en estudiar el desarrollo de la RSE en México analizando sus peculiaridades propias. Entre este tipo de estudios destaca el de Barroso (2008), que muestra que los directores de 40 empresas de Mérida, Yucatán, utilizan el término de RSE para mejorar la imagen, olvidando la conservación del medioambiente, por lo que no se

aplica el concepto de RSE en sentido estricto. Muller y Kolk (2009), muestran que las actividades de RSE en compañías de autopartes mexicanas son similares a las actividades sociales en los países en desarrollo.

En México existen instituciones como AliaRSE, constituida en 2007 y comprometida e interesada en promover la responsabilidad social empresarial en México, que integra la alianza de la Confederación Patronal de la República Mexicana, del Consejo Coordinador Empresarial de la Confederación de Cámaras Industriales, de la Confederación Unión Social de Empresarios Mexicanos, del Centro Mexicano para la Filantropía, y de Impulsa. Expresa que uno de los logros más importantes de la alianza es haber logrado el consenso de un concepto y marco ideológico común en México; en este sentido, han llegado a la conclusión de que la RSE puede ser entendida como:

El compromiso consciente y congruente que asume el empresario y la empresa de cumplir integralmente con la finalidad de la empresa tanto en lo interno, como en lo externo, considerando las expectativas de todos sus participantes en lo económico, social o humano y ambiental, demostrando el respeto por los valores éticos, las personas, las comunidades y la construcción del bien común con justicia social. (Escudero y García Lama, 2014, p. 58)

Por otra parte, Cemefi —un organismo localizado en la Ciudad de México, cuyo propósito es el de apoyar a la empresa a iniciar en el camino de la RSE, a mejorar o medir sus prácticas— ha expuesto que se identifica con el concepto expresado por AliaRSE; distingue anualmente a las empresas que cumplen lineamientos en cuatro temáticas igualmente importantes (ética empresarial, vinculación de la empresa con la comunidad, calidad de vida en la empresa, y cuidado y conservación del medio ambiente) para hacerse acreedoras al distintivo de Empresas Socialmente Responsables (ESR), el cual se otorga anualmente. Cabe destacar que las empresas que

cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores (BMV), una vez que logran el distintivo, lo siguen conservando.

Resultados

La junta de administración del Consejo Coordinador Empresarial Impulsa S. A. de C. V., definió los principales componentes de un modelo aplicativo para la implementación de acciones de responsabilidad social que pudiese ser replicable, escalable y flexible para su ejecución en organizaciones mexicanas. A continuación, se presenta el modelo desarrollado:



Figura 2. Modelo de responsabilidad social empresarial del Consejo Coordinador Empresarial Impulsa S. A de C. V. **Fuente:** elaboración propia.

Tabla 1. Desarrollo sostenible: determina los procesos de innovación y calidad total en el marco de políticas y procedimientos alineados a la agenda 2030, que comprende una visión responsable de los recursos utilizados al interior y exterior de la organización.

DESARROLLO SOSTENIBLE			
<p>Por definición es la satisfacción de las necesidades actuales sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer las suyas, garantizando el equilibrio entre crecimiento económico, cuidado del medio ambiente y bienestar social.</p>			
1.CALIDAD PARA LA INNOVACIÓN	2. POLÍTICAS SOSTENIBLES	3. ALIENACIÓN AGENDA 2030	4.GLOCALIDAD
<p>La innovación es un factor clave para la competitividad de la empresa, la cual consiste en implementar algo nuevo que añade valor y el extra conseguido.</p>	<p>Lograr que las políticas de la organización sean las adecuadas para nuestros colaboradores y sepan que son el factor más importante de la empresa</p>	<p>Dentro de la agenda 2030, se encuentran los objetivos del desarrollo sustentable. Con los que trabaja la organización son el:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Fin de la pobreza 2. Educación de calidad 3. Igualdad de géneros 4. Trabajo decente y crecimiento económico 5. Ciudades y comunidades sostenibles 6. Acción por el clima 7. Alianzas para lograr los objetivos. 	<p>Pensar global, actuar local. Basarse principalmente en mirar hacia fuera de la organización se comparan con empresas, nacionales y multinacionales del mismo giro, para posteriormente realizar mejoras e implementarlas de acuerdo al entorno, y servicio que la empresa ofrece.</p>

Fuente: elaboración propia

Tabla 2. Compromiso ético social: establece los mecanismos de rendición de cuentas, contraloría y transparencia, apegado al respeto de los derechos humanos y la identidad étnica multicultural.

COMPROMISO ÉTICO			
Capacidad de influir en la cultura del establecimiento actuando en forma coherente tanto con los valores de la organización institucional como los principios que nos rigen.			
1. CORRESPONSABILIDAD SOCIAL	2. INCLUSIÓN Y DESARROLLO DE LA IDENTIDAD CULTURAL	3. ÉTICA PROFESIONAL Y RESPONSABILIDAD SOCIAL	4. MANEJO RESPONSABLE DE LA INFORMACIÓN
Se busca coordinar esfuerzos con la finalidad de que la responsabilidad de los proyectos y programas que la institución ofrece tengan un riesgo e impacto compartido.	Lograr que las organizaciones tengan un respeto hacia sus colaboradores; sin discriminar por la clase social, raza, rasgos culturales, idioma, vestimenta, religión, diversidad de género, costumbres y tradiciones.	La ética profesional implica una serie de principios y de reglas que una actividad profesional deberá cumplir en la realización de actividades que se lleven a cabo.	La organización debe transparentar los resultados de los programas institucionales que se ejecutan con recursos federales y hacer un informe anual con los principales logros de todas las organizaciones involucradas dirigido a todos los colaboradores

Fuente: elaboración propia

Tabla 3. Visión compartida: busca la interdependencia corporativa, la autonomía administrativa y solidaridad organizacional.

VISIÓN COMPARTIDA			
<p>Cada organización cuenta con su propia visión, pero todos van encaminados a un solo objetivo general, con esto se genera un fuerte vínculo, ya que todos los integrantes del equipo obtienen mejores resultados. La visión compartida se genera de lo que realmente se quiere crear, la dirección que se quiere tomar.</p>			
1.EFECTIVIDAD, RESULTADOS E IMPACTOS	2. INTERDEPENDENCIA INSTITUCIONAL	3. PROMESA, SUEÑO Y VALORES	4.CONOCIMIENTO COMPARTIDO
<p>Hacer que los colaboradores cumplan las metas establecidas y que las realicen de manera consciente y alineada a la filosofía institucional.</p>	<p>La responsabilidad que juega cada institución y cada puesto al interior de la organización, dentro de la cadena de valor del clúster de organizaciones.</p>	<p>Hacer que nuestros colaboradores se comprometan a lograr el mismo sueño y la misma promesa tanto internamente como externamente.</p>	<p>El colaborador tendrá a disponibilidad los recursos, bibliografías, manuales, presentaciones o contenidos digitales que sean de índole académico para su distribución o copia siempre y cuando hayan sido generados por la institución. Réplica de conocimientos de colaboradores en áreas de interés o especialidad</p>

Fuente: elaboración propia

Tabla 4. Principios rectores: Premisas que identifican a la empresa.

PRINCIPIOS RECTORES			
Determina la filosofía corporativa, a través de premisas clave para la organización.			
1.FORMACIÓN PERMANENTE	2. FILOSOFÍA DE COLABORACIÓN	3. ACCIONES DE TRI- PLE IMPACTO	4.SUBSIDIARIDAD Y SOLIDARIDAD
Lograr gestionar cursos y capacitaciones para la constante actualización en el ámbito profesional de cada colaborador. Capacitar a los colaboradores constantemente en temas de relevancia nacional e internacional.	Ganar- Ganar Si los colaboradores de la organización están preparados académicamente gracias a los cursos que se les ha otorgado, podrán transmitir sus conocimientos a sus demás compañeros y de igual forma se desempeñarán con profesionalismo en las actividades que tengan a su cargo.	Preocuparnos no solo por generar ingresos económicos, sino lograr que las acciones que realicemos sean desde un ámbito social, económico y ambiental. Perspectiva de género Reconocer el trabajo y la aportación que las mujeres realizan al interior de las organizaciones, teniendo paridad en salarios y puestos.	Posibilidad de apoyar subsidiariamente a los colaboradores en actividades que sean relevantes para ellos solamente en un porcentaje que no represente el 100% de apoyo, siempre valorando los esfuerzos y logros en conjunto con los colaboradores y nunca de una forma unilateral. Buscar que los colaboradores, creen vínculos de confianza con sus compañeros optando por crear una cultura de ayudar sin esperar nada a cambio.

Fuente: elaboración propia

Tabla 5. Cultura organizacional: conceptualización humana de los colaboradores para establecer buenas prácticas de políticas inclusivas y equidad laboral.

CULTURA ORGANIZACIONAL			
Es el conjunto de percepciones, sentimientos, actitudes, hábitos, creencias, valores, tradiciones y formas de interacción entre los grupos existentes en todas las organizaciones.			
1. DESARROLLO PROFESIONAL INTEGRAL	2. ENTORNO LABORAL POSITIVO	3. COLABORADORES NO TRABAJADORES	4. IGUALDAD DE OPORTUNIDADES
La organización preverá, que las actividades que realizan nuestros colaboradores no vayan en contra de sus valores y siempre se enaltezca su dignidad humana.	Hacer que los colaboradores se sientan en casa, logrando que el ambiente generado por los colaboradores sea confiable, respetuoso y cómodo para que se sientan capaces de realizar sus funciones con su propio equipo de trabajo.	Crear un ambiente laboral favorable para que los colaboradores se sientan parte de la organización, siempre valorando sus aportaciones y talentos.	Lograr que todos los colaboradores conformen un solo equipo en donde puedan y logren convivir, que ellos mismos se apoyen en las diversas funciones que realizan. Las tareas son establecidas según las capacidades propias del colaborador respetando el nivel de responsabilidad establecido según su puesto.

Fuente: elaboración propia

Discusión

EL concepto de RSE se encuentra en pleno auge, la mayoría de las empresas están implementando acciones para el cuidado del medio ambiente, considerando esta una ventaja competitiva ante las demás; es por ello que este modelo de responsabilidad social es diseñado para la justa interacción de la organización con los colaboradores y la sociedad, el establecer los cinco ejes para darlo a conocer con sus colaboradores, del cual deben estar conscientes, debido a que tanto la organización como los colaboradores deberán respetar los lineamientos de este modelo.

Ser una empresa socialmente responsable implica la integración de cada colaborador a las diversas actividades que desarrolla la empresa. Cada individuo comparte la misma visión del concepto de responsabilidad social empresarial, debido a que es una estrategia para crecer profesionalmente al interior de la empresa teniendo una ventaja competitiva, sin olvidar que no se debe perjudicar a generaciones futuras, como se refiere en la definición del desarrollo sostenible.

Conclusión

En el modelo de responsabilidad social empresarial del Consejo Coordinador Empresarial Impulsa S. A. de C. V., se tomaron en cuenta cinco ejes, dentro de los cuales están:

1. Sostenibilidad
2. Compromiso ético social
3. Visión compartida
4. Principios rectores
5. Cultura organizacional

La descripción de cada eje se plasmó en actividades que realiza la empresa con los colaboradores de las organizaciones que forman parte del grupo empresarial, siempre desde un punto de vista de respeto a la multiculturalidad, integración de género, derechos humanos y ética profesional.

El desarrollo de una visión con un enfoque social permitirá el ejercicio efectivo del concepto de responsabilidad como factor interno de desarrollo organizacional. Considerando en estos elementos un énfasis particular para que las empresas tengan una visión adecuada, alineada a sus actividades clave que pueda ser operada por su personal.

Las empresas mexicanas, independientemente de su tamaño, tendrán como un aliado el valor generado por la percepción de la responsabilidad social empresarial, logrando sus metas a corto, mediano y largo plazo, sin olvidar la importancia y el compromiso que implica ser una empresa socialmente responsable. Para el CCEI, ser una empresa socialmente responsable implica estar comprometida con la pertenencia, cuidar a los colaboradores con sentido humano, concientizar el uso de ciertos aparatos de oficina, cambiar el estilo de vida (desde la separación de basura hasta el apoyar al medio ambiente que nos rodea).

Para el CCEI, la responsabilidad social empresarial (RSE), es 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, valorativa, y su valor añadido. Va más allá del cumplimiento de las leyes y las normas, centrándose en las obligaciones que cualquier empresa debe cumplir, simplemente por el hecho de realizar su actividad. La RSE es un concepto con arreglo al cual las empresas deciden, voluntariamente, integrar las preocupaciones sociales y ecológicas en sus actividades comerciales, y en las relaciones con sus interlocutores. La principal función de una empresa consiste en crear valor con la produc-

ción de bienes y servicios que respondan a la demanda de la sociedad y generar, de este modo, beneficios para sus propietarios y accionistas, así como bienestar para la sociedad en general, en particular gracias a un proceso continuo de creación de empleo. Sin embargo, las nuevas presiones sociales y de mercado transforman progresivamente los valores y las perspectivas de la actividad empresarial. Hoy en día, los empresarios están cada vez más convencidos de que el éxito comercial y los beneficios duraderos para sus accionistas no se obtienen únicamente con una maximización de los beneficios a corto plazo, sino con un comportamiento orientado por el mercado, pero responsable. Así es que las empresas son conscientes de que pueden contribuir al desarrollo sostenible, orientando sus operaciones a fin de favorecer el crecimiento económico y aumentar su competitividad, al tiempo que garantizan la protección del medio ambiente y fomentan la responsabilidad social, incluidos los intereses de los consumidores. Con respecto a la conceptualización de RSE, cada empresa, cada organización, debe ser capaz de lograr su propia definición, sobre la base de su cultura organizacional y los valores que en ella rigen.

Referencias.

Alonso-Almeida, M. D. M., Rodríguez García, M. D. P., Alejandro, C., Aimer, K., & Abreu Quintero, J. L. (2012).

La responsabilidad social corporativa y el desempeño financiero: un análisis en empresas mexicanas que cotizan en la bolsa. *Contaduría y administración*, 57(1), 53-77.

Ancos Franco, H. (2007). Políticas públicas e iniciativa privada en la responsabilidad social empresarial. *Revista del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, Serie*, (66), 51-79.

Anguita, J. C., Labrador, J. R., Campos, J. D., Casas Anguita, J., Repullo Labrador, J., & Donado Campos, J. (2003). La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos (I). *Atención primaria*, 31(8), 527-538.

Antelo-González, Y. Y., & Alfonso-Robaina, D. (2015). Análisis de la Responsabilidad Social Empresarial basado en un modelo de Lógica Difusa Compensatoria. *Ingeniería Industrial*, 36(1), 58-69.

Barros, M., Retamozo, M., & González, D. (2016). Responsabilidad social empresarial. *Semilla Dice*, (1).

Camacho Solís, J. I. (2015). Las normas de responsabilidad social. Su dimensión en el ámbito laboral de las empresas. *Revista latinoamericana de derecho social*, (20), 3-29.

David, F. R. (2003). *Conceptos de administración estratégica*. Pearson Educación.

- Escudero, M. y García Lima, J. (2014).** *La responsabilidad social empresarial y la creación de valor en América Latina*. Universidad de Deusto. Bilbao.
- Europea, C. E. (2001).** Libro Verde: *Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*. CEE.
- León, R., Tejada, E., & Yataco, M. (2003).** Las organizaciones inteligentes. *Industrial data*, 6(2), 82-87.
- Nam, U. V. (2015).** Transforming our world: The 2030 agenda for sustainable development. *Division for Sustainable Development Goals: New York, NY, USA*.
- Madueño, J. H., Jorge, M. L., Sancho, M. P. L., & Martínez-Martínez, D. (2016).** Responsabilidad social en las pymes: análisis exploratorio de factores explicativos. *Revista de Contabilidad*, 19(1), 31-44.
- Rodríguez Barba, F. (2016).** México y la Agenda para el Desarrollo Sostenible 2030 de la ONU. *Chroniques des Amériques*, 16(1).
- Rodríguez Mancilla Rodrigo (2016).** Diagnóstico Organizacional. Chile: Alfa omega Grupo Editor, pág. 27
- Sanahuja, J. A. (2015).** La Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible: hacia una ética universalista del desarrollo global. *Razón y fe*, 272(1405), 367-381.

Sarli, R. R., González, S. I., & Ayres, N. A. T. A. L. I. A. (2015).

Análisis FODA. Una herramienta necesaria. *Revista de la Facultad de Odontología*, 9(1), 17-20.

Schvarstein, L. (2015). Inteligencia social de las organizaciones. *Libros Editorial UNIMAR*.

Senge, P. M. (2010). *La quinta disciplina: cómo impulsar el aprendizaje en la organización inteligente*. Buenos Aires. Granica.

Trejo Nieto, A. (2017). Crecimiento económico e industrialización en la Agenda 2030: perspectivas para México. *Problemas del desarrollo*, 48(188), 83-112.

Troncoso Campos, N. G. (2014). Aporte de la empresa privada en la construcción de valor social y propuesta de modelo de medición de impacto.

Wojtarowski Leal, A., Silva Rivera, E., Piñar Alvarez, M. A., & Negrete Ramírez, J. A. (2016). La Responsabilidad Social Empresarial como pieza clave en la transición hacia el desarrollo sustentable en el sector turístico.