

Responsabilidad social empresarial: una estrategia de éxito en empresas Hidalguenses

Corporate social responsibility: a successful strategy in Hidalgo companies

Islas Samperio Saray¹
Karen López Reséndiz²

Resumen: En el presente ensayo se plasman los resultados obtenidos tras la investigación de las empresas con mayor trayectoria en Responsabilidad Social Empresarial del Estado de Hidalgo con la finalidad de crear conciencia e impulsar a otras empresas Hidalguenses y así contribuir en los pilares que sostiene a la Responsabilidad Social contemplando que existen beneficios tanto para las organizaciones al influir de manera positiva, a la sociedad al crear u ofrecer productos/servicios amigables con el medio ambiente, agregando valor competitivo, así como obtener lealtad y fidelidad de los clientes y, por último, generar una economía estable que impacte de manera positiva al generar empleos estables y bien remunerados.

Palabras claves: Responsabilidad social, reconocimiento, empresas, cultura.

Abstract: In this essay the results obtained after the investigation of the companies with the longest experience in Corporate Social Responsibility of the State of Hidalgo are reflected in order to create awareness and promote other Hidalgo companies and thus contribute to the pillars that sustain Social Responsibility contemplating that there are benefits both for organizations by positively influencing society by creating or offering environmentally friendly products / services, adding competitive value, as well as obtaining customer loyalty and loyalty and, finally, generating a stable economy that has a positive impact by generating stable and well-paid jobs.

Keywords: Social responsibility, recognition, companies, culture.

¹Adscripción: Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, México. E-mail: is385712@uaeh.edu.mx ORCID: 0000-0003-4549-4529

²Adscripción: Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, México. E-mail: lo377783@uaeh.edu.mx ORCID: 0000-0002-6077-0096

Recibido: agosto, 2021. *Aceptado:* diciembre, 2021.

I. INTRODUCCIÓN

Ante una realidad caracterizada por los problemas sociales y ambientales no resueltos, es común observar el comportamiento de las empresas en función de su contribución en la solución o tratamiento de estos problemas. Por lo que hoy en día la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es un concepto importante para las organizaciones, sin tomar en cuenta su tamaño o giro, buscando encaminar sus procesos, productos y acciones hacia una cultura más sustentable, mediante tres aspectos se contribuya a disminuir a la problemática antes mencionada.

Así mismo, cabe mencionar que tanto las empresas como la sociedad consideran a la RSE como una estrategia de mejora de la imagen de la empresa ante la sociedad; sin embargo, no solo basta con implementar dichas acciones un año si y el otro no, o con contemplarlas únicamente cuando la empresa lo requiera, si no mantener esa cultura de gestión e identidad dentro y fuera de la organización.

Por consiguiente, en este ensayo se presenta un análisis sobre la RSE y su importancia, pero principalmente una reflexión sobre cómo es que actualmente este factor influye en las organizaciones; facilitando el posicionamiento de su marca, renovando la imagen corporativa, capturando la preferencia y la lealtad de los clientes, promoviendo la perfecta armonía entre la empresa y la comunidad en la que opera. Además, se menciona a las empresas que realizan responsabilidad social en Hidalgo con el objetivo de generar un impacto positivo en las demás empresas Hidalguenses, para tener una cultura de responsabilidad social dentro y fuera de la organización y lograr obtener distintivos que respalden las acciones implementadas en apoyo a la sociedad, economía y medio ambiente.

II. DESARROLLO

Para el Centro Mexicano para la Filantropía² (CEMEFI, 2021) la 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.

² CEMEFI (Centro Mexicano para la Filantropía) es una asociación civil fundada en diciembre de 1988. Se trata de una institución privada, no lucrativa, sin ninguna filiación a partido, raza o religión. Cuenta con la autorización del Gobierno de México para recibir donativos deducibles de impuestos.

Por consiguiente, en la actualidad la Responsabilidad Social Empresarial 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, social y ambiental, reconociendo los intereses de los distintos grupos con los que se relaciona, buscando la preservación del medio ambiente y la sustentabilidad de las generaciones futuras. Así mismo, 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 y de su tamaño o nacionalidad (CEMEFI 2021).

De esta forma se da por entendido que la RSE no es algo ajeno o añadido a la función original de la empresa si no que implica cumplir con ella con la conciencia de que esto impactará de forma positiva o negativa, directa o indirectamente, interna o externamente, a grupos y comunidades vinculadas con su operación considerando la capacidad de responder a estos desafíos buscando maximizar los impactos positivos y minimizar los negativos, haciendo mejores negocios al atender estas expectativas.

Por lo anterior, al adentrarse al contexto se toma en cuenta que en México existen diversos casos de éxito que han adoptado la Responsabilidad Social, como lo es el caso del empresario Carlos Slim Helú, quien “ha desarrollado en los últimos años una estrategia exitosa basada en la responsabilidad social al promover la salud, educación, cultura, empleo, así como combatir la pobreza y desnutrición” (Reyes y Sánchez, s/f) basándose en la creación de diversas fundaciones e instituciones enfocadas al cumplimiento de los objetivos de dicha estrategia socialmente responsable, en donde podemos encontrar que “Creó el Instituto Carso para la Salud, el cual se diseñó para dar un nuevo enfoque al cuidado de la salud en México” (Slim, 2015).

Por otra parte, estudios teóricos, así como prácticos y científicos confirman la importancia del desarrollo del concepto de RSE y de su integración en las áreas diferentes de las actividades de la empresa (Banyte, Brazioniene, y Gadeikiene, 2010). Es por ello, que al integrar la responsabilidad social empresarial en el corazón de las empresas se contempla la supervivencia de las mismas, así como la salud del entorno en el que se presentan.

Muñoz, López, García y Vite (2013) exponen que los factores de RSE que les falta a las empresas exportadoras del estado de Hidalgo van de acuerdo a comunicar sus acciones, establecer estrategias de sensibilización en los empresarios y que realicen acciones de responsabilidad social con la colaboración de los diferentes actores de su entorno que reflejen un camino hacia el desarrollo sustentable, así como

fomentar la actividad exportadora como elemento fundamental para el desarrollo regional, proponer estrategias para que las empresas exportadoras del Estado de Hidalgo sean competitivas a nivel internacional y no dejen de serlo.

Por otra parte, en el artículo “Promoción de la responsabilidad social en empresas manufactureras exportadoras del estado de Hidalgo para el desarrollo regional” se determina que al categorizar las necesidades de apoyo externo desde el punto de vista directivo y operativo que requieren las empresas manufactureras exportadoras del Estado de Hidalgo, permitirá implementar la responsabilidad social de una empresa (Muñoz, Cerón, Hernández y López, 2018).

Por lo anterior, se considera que las empresas en el Estado de Hidalgo, no realizan acciones de Responsabilidad Social, ya que estas no cuentan con los recursos suficientes para comenzar a implementar acciones como las grandes organizaciones, sin embargo, es importante resaltar que existen empresas hidalguenses que se mencionaran posteriormente en el documento, las cuales se distinguen, no solo por la calidad de sus productos, si no por el trabajo y esfuerzo al implementar y mantener la Responsabilidad Social dentro y fuera de la organización, logrado obtener certificaciones, reconocimiento y distintivos durante años considerables, de manera consecutiva y que avalan el desarrollo de responsabilidad que tienen hacia la sociedad, la economía y el medio ambiente.

III. PERO...¿PORQUÉ ES IMPORTANTE LA RSE?

Hoy en día, la RSE actúa como un agente clave que impulsa el crecimiento de la empresa ya que favorece toda iniciativa que se origina en la empresa, facilitando el posicionamiento de su marca, renovando la imagen corporativa, capturando la preferencia y la lealtad de los clientes y promoviendo la perfecta armonía entre la empresa y la comunidad en la que opera. En este contexto, la responsabilidad social empresarial activa el crecimiento de la empresa, debido a que mejora ostensiblemente la reputación y la credibilidad, y con ello logra el reconocimiento ante sus grupos de interés (stakeholder), especialmente cuando el compromiso con el desarrollo de la estrategia de responsabilidad social es percibido como reflexivo, ético y espontáneo.

Grupos de Interés o “stakeholders”: Moreno (2015) define a los Stakeholder como una persona o grupo de personas, presentes y futuras, que tiene un interés en la empresa o que se ven o pueden verse afectados por las operaciones que ésta realiza. De esta forma, las personas sobre las cuales una empresa debe ser responsable y sobre las cuales debe basar su sostenibilidad, son y serán sus stakeholders.

De acuerdo con Cemefi (2020) se conmemoran dos décadas de la existencia del programa para promover la RSE en México y América Latina integrado en el año 2020, así como veinte años del Distintivo ESR®.³, organizada por el Centro Mexicano para la Filantropía y la Alianza por la Responsabilidad Social Empresarial.

Por consiguiente, considerando que las grandes y pequeñas empresas del país generan informes en los cuales plasman las diversas acciones que realizan para contribuir en el tema de Responsabilidad Social, a fin de ser evaluados por las organizaciones, y que estas tomen la decisión de otorgarles el distintivo de ERS® u obtener certificados relacionados con la sustentabilidad. Por ello, se hace denotar a las principales empresas Socialmente Responsables en el Estado de Hidalgo que han logrado obtener el Distintivo ESR® por años consecutivos y que se toman en consideración para el objetivo del ensayo.

La Cooperativa Cruz Azul, quien obtuvo el distintivo de Empresa Socialmente Responsable por decimosexto año consecutivo, gracias a los valores que profesa y su compromiso con el bienestar social, la comunidad y el medio ambiente, ha recibido, ininterrumpidamente, ya mencionado distintivo desde el año 2005 (Cruz Azul, 2020).

Como ya se mencionó anteriormente, en 2020 Cemefi y AliaRSE celebran dos décadas de la existencia del programa para promover la RSE en México y América Latina, por lo que 16 de esos 20 años, La Cooperativa Cruz Azul ha estado presente recibiendo el distintivo de Empresa Socialmente Responsable.

Por lo anterior, se determina que la Cooperativa, es una empresa verdaderamente comprometida con los valores, políticas y programas formulados desde hace más de una década, y los cuales siguen reforzando e implementado con el paso de los años, teniendo como consecuencia un impacto positivo en el desarrollo económico, social y sustentable, dentro de la comunidad.

Asimismo, se destaca *Bio Pappel* empresa que además de considerarse como una de las mejores empresas para laborar, efectúa un impacto positivo en la sociedad debido a que todo el personal que trabaja en ella, fomenta valores y comportamientos con normas en sus familias, lo cuales son transmitidos hacia las nuevas generaciones creando una cultura ambiental y demostrando la importancia de llevar a cabo el reciclaje y separación de basura, ahorro de agua, fomentando en la sociedad conciencia social y que a su vez su modelo

³Es un reconocimiento otorgado anualmente en México por el Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi) y AliaRSE, no es una certificación de RSE porque no se trata de un proceso de auditoría. Se trata de un proceso autodiagnóstico de varias áreas de la empresa.

puede ser tomado como ejemplo para las organizaciones (García y Navarrete, 2021).

Cabe mencionar que *Bio Pappel* en 2020, logro obtener el Distintivo ESR® por décima vez consecutiva, siendo que desde el año 2010 logro adquirirlo por primera vez, y hasta la fecha ha logrado mantenerlo. Por lo que, al igual que la Cooperativa Cruz Azul, se considera una empresa Socialmente Responsable y comprometida con sus grupos de interés, ya que realiza acciones que benefician a los grupos internos y externos de la organización, contemplando los pilares de la RSE y enfocándose principalmente el medio ambiente. Cabe destacar que incluso en su filosofía, misión y valores empresariales hace referencia que al realizar sus productos y empaques, se realizan procesos de manera sustentables para contribuir eficazmente al éxito de la empresa y del medio ambiente, impulsando de esta manera la economía verde.

Por otro lado, *Santa Clara* es una empresa hidalguense de lácteos, que comenzó vendiendo leche a domicilio. En el año de 1986, emprendió la venta de quesos, yogures, dulces y café. En la actualidad se denominada Jugos Del Valle-Santa Clara, la cual se destaca por ser una empresa comprometida con la sustentabilidad, el apoyo a la comunidad, y en el desarrollo de pequeños productores mexicanos. Por lo que, recibió por decimonoveno año consecutivo el Distintivo Empresa Socialmente Responsable (ESR®), al cumplir con los estándares establecidos en los ámbitos estratégicos de Gestión de la RSE, calidad de vida, ética, vinculación con la comunidad, así como con el cuidado y preservación del medio ambiente.

Cabe destacar que *Santa Clara* logro adentrarse al mercado, gracias a la calidad y sabor de sus productos, y al ser consumida por Coca-cola, algunos consumidores se dieron a conocer que la calidad había disminuido. Por lo que, al involucrarse aún más en el tema de Responsabilidad Social, se considera que tuvo un impacto positivo en la sociedad.

Finalmente, *Construcciones Industriales TAPIA* una empresa Hidalguense en proceso de internacionalización, basados en la calidad del servicio a la comunidad, generando empleos dignos los cuales, impulsan el desarrollo de México. Cabe mencionar que cuenta con presencia en 5 de las 6 refinerías en México que avalan la experiencia y solidez en el mercado.

Al igual que las empresas mencionadas anteriormente se destaca que la CEMEFI en conjunto con AliaRSE entregaron por cuarto año consecutivo, el Distintivo ESR® a Construcciones Industriales Tapia, tras haber cumplido satisfactoriamente con los estándares establecidos en el ámbito de la responsabilidad Social Empresarial. Al obtener el ya mencionado distintivo, Construcciones Industriales Tapia no sólo agrega valor a su marca y rentabilidad, sino que se acredita ante sus

empleados, inversionistas, clientes, autoridades y sociedad en general, como una organización comprometida voluntaria y públicamente con una gestión socialmente responsable como parte de su cultura organizacional y estrategia de negocio.

IV. CONCLUSIONES

La responsabilidad social es un tema de gran importancia en la actualidad y el cual va teniendo mayor impacto con el paso de los años, ya que, el cuidado y protección al medio ambiente, es un problema que a pesar de existir desde hace muchos años, la población se ha enfocado aún más con este tema, puesto que ha generado crisis medioambientales que afectan a salud de sociedad, a la recesión de la empresas y por ende afectando a la economía mundial, además de las diversas manifestaciones ambientalistas, las cuales han tenido un efecto positivo de conciencia en la sociedad y el gobierno, para la resolución de esta problemática.

Sin embargo, como ya se ha mencionado en el ensayo, esta responsabilidad no solo engloba a lo que es el ambiente, si no también impactar de manera positiva a la sociedad, comenzando con los que laboran en las empresas al apoyar y crear una cultura ambiental que posteriormente crezca en la comunidad en donde se localiza la compañía o quizá de manera mundial, generando diversos apoyos y conciencia, así como el manejo idóneo para la economía del país y del mundo obteniendo beneficios mutuos para la sociedad que tiene vínculo directo con las empresas que realiza responsabilidad social y así mismo generar ganancia y beneficios para la organización. Además, es importante resaltar que aquellas empresas donde se incluye la responsabilidad social dentro de sus planes, aumentan la rentabilidad, ya que la RSE plantea cambios importantes sobre los cuales las empresas deben reflexionar, colaborando con el desarrollo de nuevas realidades que fomenten el bienestar de su entorno social.

Finalmente cabe mencionar que, se espera que las empresas mencionadas en este ensayo, generen un estímulo en otras empresas hidalguenses, para hacer un cambio en la cultura de las organizaciones, comenzando con nuestro granito de área al fomentar la responsabilidad social en las pequeñas y medianas empresas al imponer acciones mínimas, como la capacitación y fomento de dicha cultura en los grupos internos de la organización, y posteriormente poder influir en la sociedad, quizá no se puedan implementar programas tan grandes como el de los que realiza Cruz Azul o Bio Pappel, ya que ahora son grandes corporaciones, pero hay que recordar, que estas igual comenzaron desde cero y con el paso del tiempo pudieron implementar acciones que los llevaran a la obtención de reconocimiento, distintivo o certificación de responsabilidad social y con ello beneficios que conllevan al éxito en el mercado.

REFERENCIAS

- [1] Aguilera, A. y Puerto, D. (2012). Crecimiento empresarial basado en la Responsabilidad Social. *Pensamiento & Gestión*, (32), 1-26.
- [2] Banyte J., Brazioniene, L. y Gadeikiene, A. (2010) Expression of Green Marketing Developing the Conception of Corporate Social Responsibility. *Engineering Economics*, 21, 550-560.
- [3] Calvo, D. (2019). CITapia, empresa hidalguense es distinguida por cuarto año como socialmente responsable. Recuperado de: <https://www.paradigma.live/2019/05/16/citapia-empresa-hidalguense-es-distinguida-por-cuarto-ano-como-socialmente-responsable/>
- [4] CEMEFI (2021). Convocatoria Distintivo ESR® MyPimes 2021 Empresas. Recuperado por: <https://isc.cemefi.org/est/images/2021/ConvocatoriaPYMEESR2021.pdf>
- [5] CITAPIA (2021). Nosotros. Recuperado de: <https://citapia.com.mx/nosotros/>
- [6] Comisión de Recursos Humanos. (2021). Jugos del Valle-Santa clara se encamina a las dos décadas siendo una empresa socialmente responsable. Recuperado de: <https://jugosdelvalle.com.mx/prensa/jugos-del-valle-santa-clara-empresa-socialmente-responsable/>
- [7] Cruz Azul. (2020). Empresa Socialmente Responsable. Dirección de comunicación. Recuperado de: <https://www.cruzazulfc.com.mx/empresa-socialmente-responsable/>
- [8] Expok (2018). Qué es el Distintivo ESR. Cómo obtener el Distintivo ESR y cuánto cuesta. Distintivo ESR. Recuperado por: <https://www.distintivoesr.com/>
- [9] García, C. y Navarrete, M. (agosto, 2021). Una empresa líder en responsabilidad social: Bio Pappel. *Dialnet*, 10(3), 87-107.
- [10] Moreno, R. (2015). Los Stakeholders y la Responsabilidad Social Corporativa. El gobierno Corporativo en Iberoamericana. (13) Recuperado de: <https://www.iimv.org/iimv-wp-1-0/resources/uploads/2015/03/Capitulo-13-.pdf>
- [11] Muñoz, E., Cerón, A., Hernández, I y López, S. (2018). Promoción de la responsabilidad social en empresas manufactureras exportadoras del estado de hidalgo para el desarrollo regional. *Hitos de Ciencias Económico Administrativas*, (24), 1-18.
- [12] Muñoz, E., López, S., García, C. y Vite, E. (2013). Las empresas exportadoras del estado de Hidalgo y el desarrollo sustentable. Una revisión hacia el ser ESR. UAEH. Recuperado de: <https://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/icea/article/view/128/3983>
- [13] Reyes, J. y Sánchez, M. (s/f). CEO: Su Caracterización en el Marco de la Responsabilidad Social. Recuperado de: <https://www.uaeh.edu.mx/scige/boletin/tepeji/n4/p1.html>
- [14] Slim, C. (2015). Actividad social. Recuperado de <http://www.carlosslim.com/responsabilidad.html>