

Alumno: Martín Baranda Pacheco

Instituto Tecnológico de Orizaba

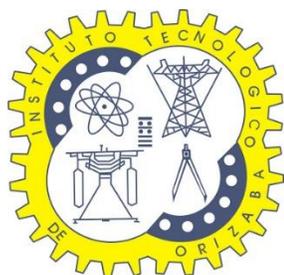
Maestría en Ingeniería Administrativa

Artículo: Responsabilidad social compartida

Seminario: Fundamentos de Ingeniería Administrativa

Catedrático: Dr. Fernando Aguirre y Hernández

Horario: Lunes y Miércoles 7:00 am – 9:00 am



## Índice.

Introducción.....	1
Conceptos clave.....	2
Orígenes de la RSE. ....	3
Objetivo de la RSE. ....	3
Características de la RSE. ....	4
Compromisos que adquieren la RSE. ....	5
Ventajas competitivas que obtiene una organización al ser socialmente responsable.....	6
Beneficios sociales que promueven las ESR. ....	7
¿Cómo distinguir una ESR en México?.....	8
Beneficios de tener el distintivo ESR.....	9
Como obtener el distintivo ESR.....	10
¿Quién tiene el distintivo ESR?.....	10
Acciones de las ESR, (Cemex).....	11
Programa patrimonio hoy.....	11
Construapoyo. ....	12
Acciones de las ESR, (FEMSA).....	13
Enlace comunitario. ....	13
Consumo responsable.....	14
Conclusión.....	15
Referencias. ....	16

## Introducción.

Cuando pensamos en las responsabilidades que podemos tener nosotros como personas, podemos imaginar las que tenemos en diferentes ámbitos de nuestra vida, como pueden ser: Las que adquirimos al comenzar a estudiar en una escuela, los compromisos que tiene cada quien en su hogar o los que tenemos con la sociedad en que vivimos.

Pero no solo las personas tienen responsabilidades, sino también el gobierno, iglesias y las empresas que son en las que se centrará este artículo.

La responsabilidad social que tienen las organizaciones, es un tema relativamente nuevo (empezando a usarse por la década de los 50's en Estados Unidos) para referirse a las organizaciones que no solo se preocupan por aumentar sus riquezas, sino que también están preocupadas por ayudar a su entorno que las rodea, como puede ser, el lugar en el que está establecida, sus propios colaboradores, sus clientes o las demás personas que no están involucradas directamente con ellas. Todo esto genera que la organización sea bien percibida por la sociedad y por ende sus ganancias aumenten, ya que los clientes adquieren sus productos y servicios que ofrecen no solo por necesidad, sino también porque tienen la sensación de que están ayudando a su entorno al adquirirlos con una organización socialmente responsable que con una que no lo sea.

## Conceptos clave.

A continuación se enlistaran algunos conceptos para una mejor comprensión del artículo.

Responsabilidad.

“Capacidad existente en todo sujeto activo de derecho para reconocer y aceptar las consecuencias de un hecho realizado libremente” (Real Academia Española, 2012)

Responsabilidad social.

“Compromiso personal con el bienestar de los demás y del planeta.”(Rivera & Lissi, 2004)

“La Responsabilidad Social se puede definir como la integración voluntaria de los stakeholders<sup>1</sup> quienes trabajan a través de los ejes ambiental, social y económico en beneficio de la sociedad.” (Universidad Anáhuac, 2011)

Responsabilidad social empresarial.

“Es la contribución activa y voluntaria al mejoramiento social, económico y ambiental por parte de las empresas, con el objetivo de mejorar su situación competitiva, valorativa y su valor añadido” (Secretaria de Economía , 2016)

---

<sup>1</sup> El término agrupa a trabajadores, organizaciones sociales, accionistas y proveedores, entre muchos otros actores clave que se ven afectados por las decisiones de una empresa. Generar confianza con estos es fundamental para el desarrollo de una organización. (Guioteca, 2010)

## Orígenes de la RSE<sup>2</sup>.

Cada vez, es más frecuente que escuchemos sobre organizaciones conscientes con el entorno que las rodea, ya sea por sus acciones, sus políticas o decisiones. Así que no hay que tomar a la ligera todo esto y pensar que solo será una moda pasajera.

La Responsabilidad Social Empresarial, tiene sus orígenes en las décadas de los 50's y 60's, por consecuencia de diferentes conflictos que estaban teniendo repercusiones a nivel mundial, como la guerra de Vietnam o la segregación racial conocida como apartheid<sup>3</sup>.

Con este tipo de sucesos a nivel mundial, empieza a despertar en la gente el interés de que el trabajo que realizan en alguna organización o que los productos que adquieren en alguna de ellas sirven para mantener algunas prácticas políticas que no son éticas.

La sociedad se da cuenta del impacto que tienen las organizaciones en su entorno y es cuando se empieza a exigir un mayor chequeo para las organizaciones. Es cuando nace la Responsabilidad Social Empresarial.

## Objetivo de la RSE.

El objetivo principal que tiene la responsabilidad social empresarial reside en el impacto positivo que estas actividades generen en los distintos rubros con los que una empresa tiene relación, al mismo tiempo que ayude a la competitividad y sostenibilidad de la organización.

Las organizaciones tienen el compromiso de conocer el entorno con el que coexisten, deben tener un claro conocimiento de todo lo que rodea su organización, no solo en términos territoriales, sino en términos del conjunto de reglas, leyes que rigen su

---

<sup>2</sup> Responsabilidad Social Empresarial.

<sup>3</sup> Fue el sistema de segregación racial en Sudáfrica, este sistema de segregación racial consistía en la creación de lugares separados, tanto habitacionales como de estudio o de recreo, para los diferentes grupos raciales, en el poder exclusivo de la raza blanca.

trabajo, y todas las actividades relacionadas directa e indirectamente con la organización.(centraRSE, 2006)

Por lo que los principales objetivos de las organizaciones socialmente responsables son las siguientes:

- Beneficiar con trabajos dignos a las personas.
- Crear espacios de recreación sanos para la comunidad.
- Mejorar la calidad de vida de las familias.
- Promover valores positivos para la sociedad.
- Cuidar el medio ambiente que los rodea.
- Disminuir los índices de pobreza.
- Ayudar al país a cumplir con sus objetivos.

## Características de la RSE.

Para que una organización sea llamada “Socialmente Responsable” debe cubrir una serie de especificaciones, no asignadas por nadie, pero si establecidas por autores e instituciones que las han ido relacionando con la práctica.

- La eventualidad de conseguir ventajas competitivas a través de la fidelización<sup>4</sup> de clientes socialmente responsables.
- La integración de los factores económicos, ambientales y sociales en las estrategias de negocios de las organizaciones.
- La inclusión de estrategias de inversión en capital humano.
- Una mayor implicación en las relaciones con las partes interesadas.
- La adopción de principios básicos: Transparencia, materialidad, verificabilidad, visión amplia, mejoría continua y naturaleza social de la empresa. (Almeida, 2009)

---

<sup>4</sup> La fidelización es el fenómeno por el que un público determinado permanece fiel a la compra de un producto concreto de una marca concreta, de una forma continua o periódica. (Educalingo,2018)

## Compromisos que adquieren la RSE.

A continuación se enlistan los compromisos que de acuerdo con (Orella, 2012) son los que deben tener todas las organizaciones que desean ser socialmente responsables:

- **Transparencia:** Una organización socialmente responsable se identifica por la transparencia de su información, en especial en los datos internos relativos a seguridad en el trabajo y accidentes laborales, inversiones realizadas, beneficios obtenidos, número de despidos y causas, origen de sus materias primas y calidad de sus productos evaluada por organismos ajenos, etc.
- **Ética:** Toda organización socialmente responsable asume una responsabilidad con un código de ética que debe establecerse de manera activa para evitar que quede en una recopilación de buenas intenciones. Este código debe reflejar aspectos como el respeto a la dignidad humana en el sentido más amplio de la palabra o de calidad de vida.
- **Medio Ambiente:** Un pilar fundamental en la cultura organizacional para poder considerar una organización socialmente responsable es su grado de compromiso con el medio ambiente. Además de cumplir normativas internacionales al respecto, una organización socialmente responsable no sólo las acata, sino que además implanta acciones que compensen las emisiones o residuos generados e impacten en la mejora y cuidado de la naturaleza.
- **Compromiso Social:** Una organización socialmente responsable adquiere un compromiso social y busca ser referente para otras empresas. Ello se logra mediante la generación de empleo, la producción de productos de calidad y el cumplimiento de las normativas vigentes. Además es vital que contribuya activamente al desarrollo de la comunidad e influya positivamente en la sociedad. Para ello realizará acciones como vigilar el origen de las materias primas que emplea y las condiciones de los trabajadores que las produjeron.
- **Comunicación:** Una organización socialmente responsable es consciente de la importancia de la comunicación tanto a nivel externo (con la comunidad en la que está implantada y con sus consumidores o clientes), como a nivel interno (con

sus colaboradores y accionistas). Para ello implementa medidas que permitan que dicha comunicación sea fluida, en particular facilitando las vías de propuestas de sugerencias y quejas.

- Comunidad: Una gran organización con muchos colaboradores e implantada en una comunidad tiene una gran responsabilidad con todos ellos. La comunidad contribuye al desarrollo de la organización dándole trabajadores, accesos, consumidores y en muchos casos, otras muchas ventajas como pueden ser ayudas fiscales o cesión de terrenos. Una organización socialmente responsable invierte también en la comunidad, por ejemplo habilitando una biblioteca o un parque.

## **Ventajas competitivas que obtiene una organización al ser socialmente responsable.**

Al ser ejercida, la Responsabilidad Social Empresarial modifica el papel social y ético de la organización, según las necesidades y el contexto propio de cada organización, y según los requerimientos de cada sociedad. La Responsabilidad Social Empresarial brinda beneficios reales y tangibles para la organización, que pueden medirse de diferentes maneras, basándose en información cuantitativa y cualitativa. Entre ellos están:

- Lealtad y menor rotación de los grupos de relación (stakeholders).
- Mejoramiento de las relaciones con vecinos y autoridades.
- Contribución al desarrollo de las comunidades y al bien común.
- Aumento de la visibilidad entre la comunidad empresarial.
- Acceso a capital, al incrementar el valor de sus inversiones y su rentabilidad a largo plazo.
- Decisiones de negocio mejor informadas.
- Aumento en la capacidad para recibir apoyos financieros.

- Mejoramiento en el desempeño financiero, se reducen costos operativos optimizando esfuerzos y se hace más eficiente el uso de los recursos enfocándolos al desarrollo sustentable.
- Mejora de la imagen corporativa y fortalecimiento de la reputación de la empresa y de sus marcas.
- Incremento en las ventas, se refuerza la lealtad del cliente.
- Incremento en la productividad y en la calidad.
- Mejoramiento en las habilidades para atraer y retener empleados, se genera lealtad y sentido de pertenencia entre el personal.
- Reducción de la supervisión regulatoria.
- Se promueve y se hace más eficiente el trabajo en equipo.

## **Beneficios sociales que promueven las ESR.**

Los beneficios que pueden tener las comunidades cuando la organización es socialmente responsable, son los siguientes

- Fomentar la calidad de vida de la comunidad mediante acciones de salud, educación, desarrollo personal, etc.
- Genera auto sustentabilidad, esto gracias al apoyo de las empresas y actividades realizadas por la sociedad civil.

La organización percibe e instrumenta el compromiso y la responsabilidad con su comunidad. Identifica y monitorea las expectativas públicas que la comunidad tiene acerca de ella; la innovación y el involucramiento sostenido de miembros, autoridades u organizaciones de la comunidad deben estar incluidos en este monitoreo.

Con ello se busca la asociación entre sectores (organización, gobierno y organizaciones de la sociedad civil, por ejemplo) que permita multiplicar los resultados en la solución de problemas sociales comunes a todos. Se destacará el papel de cada uno de los participantes y los beneficios que recibirán. Aquí se muestra cómo la participación e

inversión social de la organización impulsa el desarrollo de procesos sociales o comunitarios, y beneficia directa o indirectamente a la organización. (Juarez, 2011)

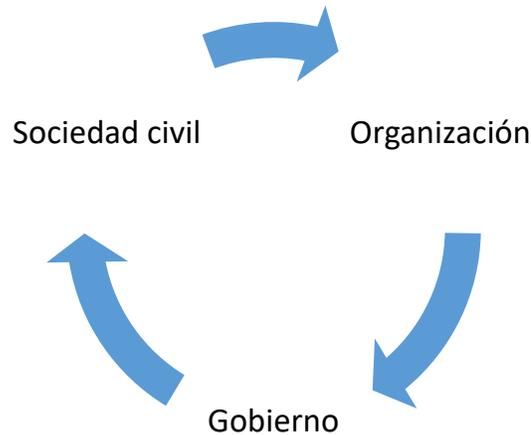


Diagrama de la asociación de sectores, elaborado con información de (Juarez, 2011)

## ¿Cómo distinguir una ESR en México?

En México a las empresas que son socialmente responsables se les otorga el Distintivo ESR, el cual es otorgado por el CEMEFI (Centro Mexicano para la Filantropía).

Este reconocimiento no solo le da valor agregado a la organización, elevando su marca y su rentabilidad, sino también la refleja ante sus colaboradores, inversionistas, clientes y ante el resto de la sociedad como una organización comprometida voluntariamente con la responsabilidad social y que esto es parte de su cultura y su táctica de negocios.



Logotipo ESR que se les otorga a las organizaciones. (Asesoría para la obtención del Distintivo ESR, 2018)

## Beneficios de tener el distintivo ESR.

Los beneficios de ostentar el distintivo, se indican a continuación:

El Distintivo ESR como símbolo, puede ser utilizado, una vez conseguido, en todos los comunicados de la organización, haciendo pública su distinción clara, pero también su compromiso.

Las instituciones financieras acuden cada vez más a listas de Empresas Socialmente Responsables, ESR, para valorar los riesgos de sus préstamos o inversiones.

La revista IndustryWeek 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.

Asimismo está demostrado 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 con un 41% por encima del diseño e innovación con 32% y la lealtad de la marca con 26%. (Asesoría para la obtención del Distintivo ESR, 2018)

Por si fuera poco, el 70% de los clientes dice estar dispuesto a pagar más por una marca que apoya causas sociales o medioambientales.

El distintivo ESR hace que la organización no solo goce del logotipo, sino que esté comprometida con la causa y los objetivos que plantean al ser Socialmente Responsable. Lo importante no es el distintivo, sino la causa, aunque como se menciona anteriormente y la fuente lo indica, este distintivo sirve en forma de mercadotecnia para las marcas. (Asesoría para la obtención del Distintivo ESR, 2018)

## Como obtener el distintivo ESR.

La obtención del Distintivo ESR se basa en un proceso de autodiagnóstico, sustentado documentalmente por la organización y verificado por el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI). Se otorga el Distintivo ESR a las organizaciones que superen el 75% del índice RSE.

Si bien, las organizaciones 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. Expok, la agencia de Marketing y Responsabilidad Social más distinguida por CEMEFI, brinda la asesoría llave en mano para poder alcanzar el reconocimiento. (Asesoría para la obtención del Distintivo ESR, 2018)

## ¿Quién tiene el distintivo ESR?

En México, alrededor de 400 organizaciones son ESR. Wal-Mart, Cemex, General Electric, Coca-Cola FEMSA, Cervecería Cuauhtémoc, Vitro, Sabritas, Bimbo, Ford Motor Company, Grupo URBI, Casas GEO, ADO, Expok, entre muchas otras, han descubierto los beneficios de ser socialmente responsables a través de la obtención del Distintivo ESR y obviamente de su administración. Cabe señalar que dicho distintivo puede ser alcanzado por PyMES, organizaciones y corporativos. (Asesoría para la obtención del Distintivo ESR, 2018)

Las organizaciones mencionadas son mundial o nacionalmente conocidas y para los clientes, organizaciones que merecen nuestra preferencia. Las anteriores citadas son igualmente reconocidas por su labor social dado que conjuntan su acción con el gobierno al hacer donaciones para mejorar la calidad de vida de los lugares donde se establecen o circunvecinos.

## Acciones de las ESR, (Cemex).

CEMEX es una compañía global de la industria de la construcción que ofrece productos de alta calidad y servicios confiables a clientes y comunidades en América, Europa, África, Medio Oriente y Asia su red de operaciones produce, distribuye y comercializa cemento, concreto premezclado, agregados y otros productos.

Sus programas comunitarios más exitosos con beneficios a la comunidad son:

- Patrimonio hoy
- Construpoyo.

### Programa patrimonio hoy.

Patrimonio hoy es un programa que se dedica a proveer soluciones integrales y accesibles a las necesidades de construcción de las familias de bajos ingresos desde hace más de una década, mediante un sistema de Ahorro-Crédito, estimulando su deseo por lograr un bienestar real para ellos y sus comunidades. Resumiendo así el compromiso de CEMEX como una Empresa Socialmente Responsable.

Ha beneficiado a más de 380 mil familias en 45 ciudades de la República Mexicana, impactando a más de 1,75 millones de mexicanos.

2,200,000 m2 han sido construidos gracias a nuestro programa.

220 millones de dólares han sido otorgados en créditos que se han pagado puntualmente en el 99% de los casos.

Por sus resultados y ha recibido reconocimiento de importantes instituciones como: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM), Escuela de Graduados en Administración y Dirección de Empresas (EGADE), Universidad de Monterrey (UDEM), Universidad Panamericana, Instituto Panamericano de Alta Dirección de Empresa (IPADE), Harvard University, Stanford University, University of Michigan, Cornell University, University of North Carolina, Northwestern University, University of San Diego.

El Programa Patrimonio hoy consiste en:

- Pagos de tan solo \$240 pesos semanales
- Duración del proyecto 70 semanas el cual incluye los siguientes servicios:
- Financiamiento vía un sistema de Ahorro-Crédito confiable
- Asesoría técnica
- Entrega de materiales a domicilio
- Precios congelados en Materiales de Obra Negra hasta por un año
- Vale de guardado hasta por 1 año.(CEMEX , 2012)

El programa patrimonio hoy es una muestra de lo que las empresas pueden aportar a las comunidades, en este caso, CEMEX es una empresa de materiales para construcción, por lo que haciendo lo que sabe, aporta sus productos de manera fácil para que las personas puedan así construir una casa digna.

## **Construapoyo.**

Esta iniciativa permite hacer llegar de manera transparente, controlada y eficiente materiales de construcción a través de la Red de distribución CEMEX utilizando una tarjeta pre fondeada por el Gobierno e/o instituciones financieras. Una de las características más valiosas de este programa es que tanto clientes como proveedores son quienes determinan el proyecto a apoyar de acuerdo con las necesidades de la comunidad. Desde su origen, el proyecto ha beneficiado a 7 mil familias con la entrega de materiales de construcción y soluciones integrales. (CEMEX , 2012)

Con lo anterior se hace evidente la necesidad de llevar a la práctica los principios éticos en el manejo de una compañía. La organización, cuya vocación histórica ha sido obtener ganancias a cambio de ofrecer algún bien o servicio, actualmente se enfrenta a la exigencia de velar por el bien común. Ésta es la nueva filosofía de la gestión: la organización debe ser productiva y elaborar bienes y servicios de calidad, y además debe ser una entidad al servicio de sus integrantes y la sociedad.

CEMEX contribuye en la mejora de la calidad de vida ya que incrementa el PIB de las comunidades a las que apoya por medio de los empleos que genera en la construcción y genera vivienda digna. La industria de la construcción es un termómetro económico ya que aumenta la economía de las regiones y donde hay construcción hay trabajo. Beneficia al IDH<sup>5</sup> al mejorar el ingreso de las personas tanto que colaboran con mano de obra como de las personas dueñas de las casas.

## **Acciones de las ESR, (FEMSA).**

Grupo FEMSA tiene prioridad en la vinculación con la comunidad y ha asumido un compromiso de construir relaciones armónicas y de largo plazo con sus grupos de interés, para juntos atenderlos temas que los unen. Es por ello que desarrollan estrategias e impulsan acciones con la naturaleza del negocio. Es así que desde su fundación en 1890, apoyan iniciativas que promueven la educación, la economía y la calidad de vida de las comunidades donde operan. (Grupo FEMSA, 2018)

## **Enlace comunitario.**

Este programa procura tener una comunicación clara y abierta con la comunidad, ya que como parte de ella, le interesa conocer los temas que le preocupan. Adicional a los diversos canales de comunicación y a una política de puertas abiertas, realizan periódicamente estudios comunitarios en las poblaciones donde están presentes, como un insumo importante para desarrollar planes en conjunto con las autoridades y la comunidad.

A través de la vinculación con su comunidad y autoridades OXXO, como un buen vecino preocupado por la seguridad, decidió proactivamente contribuir a mejorar las condiciones de su entorno. Fue así como surgió la iniciativa de desarrollar el programa Vecinos en Alerta (VEA), en alianza con el gobierno municipal de San Pedro Garza García, en México.

---

<sup>5</sup> El Índice de Desarrollo humano (IDH) es un indicador creado por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) con el fin de determinar el nivel de desarrollo que tienen los países del mundo. (Pampillón, 2009)

Este programa conto con la participación de las autoridades municipales, la empresa y los grupos vecinales. VEA invita a los vecinos a intercambiar información y coordinarse para estar alertas ante posibles sucesos delictivos, enseñándoles también como hacer una denuncia telefónica efectiva a las autoridades. (Grupo FEMSA, 2018)

El programa enlace comunitario crea un vínculo entre la organización y la sociedad, en el México actual, lleno de inseguridad FEMSA está dando la opción de unirse como comunidad y apoyarse para lograr paz en el lugar donde vivimos y de esta forma, el programa VEA es una acción que, si es un caso exitoso, puede reducir el índice delictivo de donde se establece.

## **Consumo responsable.**

Desde 2002, Cervecería Cuauhtémoc Moctezuma implementa en México Conductor Designado, programa enfocado a crear conciencia entre quienes conducen un automóvil, promoviendo que se abstengan de ingerir bebidas alcohólicas cuando tienen la responsabilidad de estar al volante. A 2009 son 175,800 conductores inscritos a esta iniciativa.

Trabajar con grupos de interés implica relacionarse con quienes tienen temas en común, en el caso de la cerveza, los centros de consumo y en especial los meseros que sirven los productos de Cervecería Cuauhtémoc Moctezuma, tienen una gran responsabilidad. El compromiso por promover un consumo responsable de alcohol los llevo a desarrollar en 2002 el Taller Mesero Responsable, que provee información sobre los efectos del consumo nocivo de alcohol. El curso busca crear conciencia entre meseros encargados de establecimientos donde se consumen bebidas alcohólicas sobre su responsabilidad al servir este producto. Durante 2009 cerca de 1000 meseros asistieron a los talleres llevados a cabo en 12 ciudades de México. (Grupo FEMSA, 2018)

Trabajar para disminuir el índice de accidentes que ocurren por ingerir bebidas alcohólicas o por muerte provocada por ingerir alcohol en exceso, hace que FEMSA contribuya en disminuir la tasa de mortandad de la nación.

Grupo FEMSA contribuye más en la parte de lo social, busca establecer relaciones interpersonales entre los propios habitantes de las comunidades y que se apoyen entre ellos sin necesidad de terceras personas.

## **Conclusión.**

La responsabilidad social no es un tema que se deba tomar a la ligera o creamos que solo es moda por parte de las organizaciones, sino todo lo contrario, es una forma en que las organizaciones ayudan a las comunidades con las que interactúan, las personas que tienen relación con ella y solidariza sus valores como una organización amigable con el medio ambiente.

Esto hace que la propia organización también se vea beneficiada, ya que con los estudios que se mencionaron antes, los clientes prefieren comprar sus productos y/o servicios con una organización que es socialmente responsable, lo que hace que la empresa aumente su valor en el mercado y sus ganancias.

La buena práctica de la responsabilidad social, puede traer muchos beneficios a la sociedad, solo se necesita el serio compromiso de las organizaciones y de la comunidad para que de una manera unida los planes para mejorar la calidad de vida se ejecuten y obtengan gran éxito.

## Referencias.

Almeida, M. d. (2009). Observatorio Iberoamericano. Recuperado el 06 de Febrero de 2018, de Observatorio Iberoamericano: [http://www.observatorio-iberoamericano.org/RICG/N%C2%BA\\_5/Maria%20do%20C%C3%A9u%20Ameida.htm](http://www.observatorio-iberoamericano.org/RICG/N%C2%BA_5/Maria%20do%20C%C3%A9u%20Ameida.htm)

Asesoría para la obtención del Distintivo ESR. (2018). DistintivoESR. Obtenido de <https://www.distintivoesr.com/beneficios-del-distintivo-esr.php>

CEMEX . (2018). CEMEX. Recuperado el 06 de Febrero de 2018, de CEMEX: <http://www.cemexmexico.com/DesarrolloSustentables/PatrimonioHoy.aspx>

centraRSE. (2006). centraRSE. Recuperado el 06 de Febrero de 2018, de centraRSE: [siteresources.worldbank.org/CGCSR/LP/Resources/Que\\_es\\_RSE.pdf](siteresources.worldbank.org/CGCSR/LP/Resources/Que_es_RSE.pdf)

Grupo FEMSA. (2018). FEMSA. Obtenido de <http://www.femsa.com/es/>

Gutiérrez, K. Y. (19 de Abril de 2016). Gestipolis. Obtenido de <https://www.gestipolis.com/componentes-la-responsabilidad-social-compartida/>

Juarez, P. P. (Junio de 2011). La Responsabilidad Social como VentajaCompetitiva en las Empresas. La Responsabilidad Social como VentajaCompetitiva en las Empresas. Xalapa, Veracruz, Mexico.

Orella, N. (2012). Ehow . Recuperado el 06 de Febrero de 2018, de Ehow: [http://www.ehowenespanol.com/caracteristicas-empresas-socialmente-responsables-galeria\\_103386/#pg=12](http://www.ehowenespanol.com/caracteristicas-empresas-socialmente-responsables-galeria_103386/#pg=12)

Pampillón, R. (16 de Octubre de 2009). Economy Weblog. Obtenido de <http://economy.blogs.ie.edu/archives/2009/10/%C2%BFque-es-el-indice-de-desarrollo-humano-idh/>

Real Academia Española. (2012). Real Academia Española. Recuperado el 06 de febrero de 2018, de [http://buscon.rae.es/drae/SrvltConsulta?TIPO\\_BUS=3&LEMA=RESPONSABILIDAD](http://buscon.rae.es/drae/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=RESPONSABILIDAD)

Rivera, N., & Lissi, M. R. (Noviembre de 2004). La Responsabilidad Social Empresarial: como la viven los tres grupos de estudiantes de enseñanza media en Chile. Ppykhe, 13(102), 117-130.

Secretaria de Economía. (27 de Mayo de 2016). gob.mx. Obtenido de <https://www.gob.mx/se/articulos/responsabilidad-social-empresarial-32705>

Universidad Anáhuac. (2011). Universidad Anáhuac. Recuperado el 06 de Febrero de 2018, de Universidad Anáhuac: <http://www.anahuac.mx/responsabilidadesocial/index.php/planes-de-estudio/direccion-en-responsabilidad-social-y-desarrollo-sustentable.html>