

# ¿Mi Danonino ayuda a realizar sueños?

## Responsabilidad social

Mariana Pérez Torres, estudiante de la Escuela Superior de Comercio y Administración Tepepan. Ganadora del Segundo Lugar Concurso de Ensayo Universitario organizado por la Revista Veritas.

La realidad, hoy en día, es que la mayoría de las empresas que tienen éxito empresarial, así como un buen posicionamiento en el mercado, buscan únicamente un fin de lucro, dejando fuera la responsabilidad con su entorno. Pero también existe un número reducido de compañías de éxito que, preocupadas por su economía, buscan el desarrollo social, cultural o ambiental de la gente que los rodea. En este ensayo se establecerá si el Grupo Danone realmente se preocupa por buscar el desarrollo de su medio.

**P**ara establecer si uno de los mas grandes corporativos a nivel nacional e internacional como lo es Grupo Danone -reconocido con el distintivo ESR (Empresa Socialmente Responsable) que otorga el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI)- realmente se preocupa por buscar el desarrollo de su medio, primero se tendrían que explicar conceptos como Responsabilidad Social (RS) y Empresa Socialmente Responsable (ESR), así como mencionar la labor del Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI).

La Responsabilidad Social es un compromiso que debería tener toda empresa, considerando que ésta busque su fin (misión), generalmente es lucrativo, a través de ciertos medios establecidos por la misma, pero no dejando de lado la parte humana que busca el bien común de su entorno, proyectando valores éticos, así como una preocupación constante por el desarrollo de la comunidad en factores sociales y ambientales.



Esta responsabilidad lleva a la actuación consciente y comprometida de mejora continua, lo que le permite a la empresa generar valor agregado, además de ser sustentable competitivamente. Dicha actuación se da respetando y promoviendo el desarrollo pleno de las personas y de las comunidades en que opera, atendiendo, asimismo, de manera tanto ética como responsable, las expectativas de todos sus participantes: Inversoristas, colaboradores, directivos, competidores, proveedores, clientes, gobierno, organizaciones sociales y comunidad. Una Empresa Socialmente Responsable (ESR) es aquella que asume como parte de su propósito, su ciudadanía, funda- ▶▶

mentando su visión y compromiso social en políticas, programas, toma de decisiones y acciones que benefician a su negocio, impactando positivamente en las comunidades en las que opera. La ESR establece compromisos de minimizar los impactos negativos, así como de maximizar los impactos positivos de sus actividades, basada en una abierta y constante comunicación con sus grupos de interés.

Las compañías líderes en el mundo han incorporado la Responsabilidad Social (RS) a su estrategia de negocios como elemento diferenciador y de ventaja competitiva, con resultados financieros positivos.

La adopción de la RS no siempre resulta fácil, implica decisiones de liderazgo para superar problemas como baja cultura cívica, corrupción, insuficientes marcos legales, formas autoritarias de ejercer liderazgo, entre otras situaciones que han impedido a la empresa desarrollar cabalmente su ser de ciudadano responsable.

Se identifican diez compromisos de acción básicos en una ESR:

1. Buscar los fines y el éxito de la empresa, contribuyendo, al mismo tiempo, al bienestar de la sociedad en general y al de las comunidades en que opera en lo particular.
2. Considerar las necesidades del entorno social del negocio en la toma de decisiones y la definición de las estrategias de la empresa y colaborar en su solución.
3. Hacer públicos sus compromisos con la sociedad y medir los logros alcanzados.
4. Vivir conforme a esquemas de liderazgo participativo, solidario, de servicio y respetuoso de la dignidad humana, actuando con base en un código de ética.
5. Fomentar el desarrollo humano y profesional de su comunidad laboral y de sus familias.
6. Apoyar alguna causa social afín a la actividad que desarrolle la empresa como parte de su estrategia de negocios.
7. Respetar, preservar y regenerar el entorno ecológico en todas y cada uno de los procesos de operación, actividades y comercialización que realice.
8. Invertir de manera constante talento y recursos empresariales que estén disponibles a favor de los grupos y comunidades en las que opera y de las causas sociales que ha decidido apoyar.
9. Participar en alianzas intersectoriales que, en conjunto con las organizaciones de la sociedad civil y el gobierno, le permitan “corresponsablemente” contribuir al bien común y atender las necesidades sociales de mayor importancia.
10. Motivar y apoyar al personal, accionistas y proveedores para que participen en los programas empresariales de inversión y desarrollo social.

## Participación organizada

El Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI), es una aso-

ciación civil fundada en diciembre de 1988. Es una institución privada, no lucrativa, sin ninguna filiación a partido, raza o religión. Su sede se encuentra en la Ciudad de México y su ámbito de acción abarca todo el país. Su misión es “promover la cultura filantrópica y de responsabilidad social en México, y fortalecer la participación organizada de la sociedad”.

A través de sus diversos programas de trabajo y servicios, el Centro Mexicano para la Filantropía se dedica a:

- Promover la cultura de la ciudadanía, individual y corporativa.
- Realizar investigaciones sobre el sector no lucrativo en México.
- Apoyar la profesionalización en las organizaciones no lucrativas.
- Ofrecer información especializada sobre el tercer sector.
- Apoyar a las empresas en sus programas de inversión en la comunidad.
- Vincular a las organizaciones no lucrativas con el entorno social.
- Promover y difundir las actividades de las organizaciones no lucrativas.

Año con año, el CEMEFI otorga el distintivo de “Empresa Socialmente Responsable” a instituciones o empresas que cumplen con los indicadores de Responsabilidad Social, entre los cuales se encuentran:

- Ética empresarial.
- Calidad de vida en la empresa.
- Vinculación con la comunidad y su desarrollo.
- Cuidado y preservación del medio ambiente.

Algunas de las empresas que han obtenido el distintivo ESR en ediciones anteriores son:

- Deloitte Consulting (2002, 2003).
- Johnson & Johnson (2003, 2004).
- Cemex (2005, 2006).
- Danone (2002, 2004).

## ¿Responsabilidad Social en Danonino?

“Grupo Danone es un corporativo con presencia mundial dedicado a la producción de alimentos de alta calidad, de delicioso sabor, que está en constante innovación para ofrecer los mejores productos a todos los consumidores”.

Es una compañía comprometida con el desarrollo de su gente, con la cercanía hacia el cliente y la satisfacción de sus necesidades, con la preservación del medio ambiente y con el crecimiento económico del país. En 30 años, Grupo Danone se ha consolidado en torno a una serie de principios y valores intrínsecos; valores que han sido simbolizados por la marca del niño con la estrella, encarnados por un doble proyecto económico y social, vivido diariamente por sus miles de colaboradores.

Grupo Danone tiene la misión de mejorar la alimentación diaria de sus consumidores, produciendo y comercializando productos frescos que sean saludables, deliciosos y accesibles para todos. Más allá del simple hecho de crear riqueza, la misión del Grupo Danone es ofrecer bienestar. Grupo Danone reconoce que la búsqueda de los objetivos económicos, la satisfacción de los accionistas y de todos los que laboran para éste no podría ser realizada sin movilizar y tomar en cuenta factores humanos.

Su visión consiste en aportar diariamente alimentos completos, sabores variados y placeres sanos y, así, contribuir a que sus consumidores disfruten, crezcan y vivan mejor. El Grupo se centra en tres actividades:

- **Productos lácteos frescos.** Primer lugar mundial.
- **Galletas.** Segundo lugar mundial.
- **Bebidas.** Agua embotellada primer lugar mundial, con EVIAN como la marca número uno del mundo, presente en más de 110 países.

Las principales marcas del grupo son: LU y EVIAN, que representan casi 40% de las ventas totales. Danone de México es reconocida por *Great Place to Work Institute* y la revista *Expansión*, en el 2005, como la mejor empresa para trabajar. Danone de México opera en el país desde 1973. Tiene el compromiso de mantener unidos los objetivos económicos y sociales, por lo cual tiene varias campañas de Responsabilidad Social y ha recibido el reconocimiento ESR (Empresa Socialmente Responsable) del CEMEFI por tres años consecutivos

## ¿Y dónde quedó la Responsabilidad Social?

Grupo Danone es reconocido nacionalmente por su campaña: *Construyamos sus Sueños*. En este proyecto anual, y durante un tiempo determinado, se destina un porcentaje de las ventas de cada producto Danone, para ofrecer ayuda a niños necesitados de todo el país. Así, después de siete años de desarrollar esta actividad, *Construyamos sus Sueños* ha logrado:

- Dar esperanza de vida a más de 600 niños con cáncer.
- Ofrecer una vida digna a más de 900 niños abandonados o huérfanos.
- Rehabilitar a más de 200 niños discapacitados.
- Dar una nueva esperanza e integrar a la sociedad a 470 niños de la calle.
- Restaurar la vista de más de 700 niños indígenas.

*Construyamos sus Sueños* es parte de la iniciativa llamada Doble Proyecto la cual es una invitación corporativa a ayudar a los que más lo necesitan y está basada en la convicción de que el éxito del negocio y la procuración del bienestar social forman un eslabón inseparable. Esto resulta una clara demostración de que el principio básico para Danone es mantener unidos los objetivos sociales y económicos, como motor del Grupo a nivel mundial.

Algunas de las actividades más sobresalientes de Responsabilidad Social que Danone ha llevado a cabo durante los últimos años son:

- **Construyamos sus Sueños.** Campaña para ayudar a los niños con Cáncer.
- **La Hora de los niños.** Donación voluntaria de la última hora de sueldo de los empleados de la empresa.
- **El Día de los Niños.** Diciembre se ha convertido en el mes de la solidaridad para Grupo Danone. En este mes, los empleados donan parte de su tiempo para ir a repartir juguetes, que también son donación a niños de escasos recursos.
- **El Día de Nuestros Niños.** Fondo de ayuda reunido por empleados de Danone para beneficiar a hijos de empleados que necesitan sillas de ruedas, zapatos ortopédicos, prótesis, tratamientos contra asma, operaciones de estrabismo, aparatos especiales, etc.
- **Niños de la calle jugando rumbo al Mundial.** La convocatoria fue hecha para niños de entre 10 y 12 años que pertenecieran a una institución de ayuda a niños de la calle y que permanecieran en ella por lo menos durante los meses del desarrollo del torneo. Esto permitió que más de 300 niños interesados en el fútbol, dejaran las calles y empezaran a integrarse a la sociedad.
- **Copa de las Naciones Danone.** Del esfuerzo anterior, surgió este importante proyecto, que el día de hoy sigue vigente e involucra a millones de niños de cuatro continentes que sueñan con la posibilidad de representar a su país en un mundial de fútbol, en algún país lejano.

Todos y cada uno de estos proyectos dan como resultado la búsqueda de un mismo sueño: Contribuir a mejorar la salud diaria y la vida futura de la sociedad, especialmente de los niños mexicanos. Así, la Campaña *Construyamos sus Sueños*, representa un pilar fundamental en la filosofía y valores que inspiran a Grupo Danone a seguir desarrollando este tipo de proyectos. Es así que la división mexicana del Grupo es muestra de que empresas con éxito también pueden esforzarse por cambiar o mejorar su entorno, mejorando la calidad de vida de las personas, sobre todo de aquellas que no tenían esperanza de salvar su vida con una enfermedad terminal como lo es el cáncer.

Y sí, es la respuesta a la pregunta planteada en un comienzo: ¿mi danonino ayuda a realizar sueños? No exactamente mis sueños, pero sí realiza sueños de curar a enfermos con padecimientos de cáncer. A lo mejor en tu casa no hay ningún enfermo de cáncer u otra padecimiento como éste, pero sí hay personas o grandes corporativos que quieren aportar un granito de arena para cambiar situaciones así.

Entonces, ¿por qué si eres empresario, o comienzas a insertarte en el mundo laboral, no participas en campañas como éstas y demuestras que tú también puedes comprometerte con la Responsabilidad Social? 