



**DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIALES
LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN**

**Responsabilidad Social Empresarial:
caso Chedraui**

TESINA

**Para obtener el grado de:
Lic. En Administración**

Presentan:

**Lucía Méndez Arciniega
José Antonio Leyva Sánchez**

Asesores:

**MEO Rafael Reyes Avellaneda
Dr. Pedro Constantino Solís Pérez
Dra. Blanca Elvira López Villarreal**

Trimestre 20I

INDICE

Contenido

INDICE	2
AGRADECIMIENTOS	
LUCIA MENDEZ ARCINIEGA	4
AGRADECIMIENTOS	
JOSE ANTONIO LEYVA SANCHEZ	5
INTRODUCCIÓN	6
CAPÍTULO 1.	
DESARROLLO SOSTENIBLE:	
“INFORME BRUNDTLAND, NUESTRO FUTURO COMÚN”	7
1.1 Antecedentes	7
1.2 Ex Directora General: Dra. Gro Harlem Brundtland	8
1.3 Objetivos del Informe Brundtland	9
1.4 Estructura del Informe Brundtland	10
1.5 Concepto De Desarrollo Sostenible	11
1.5.1 Sostenibilidad Ambiental	12
1.5.2 Sostenibilidad Social	12
1.5.3 Sostenibilidad Económica	12
CAPÍTULO 2.	
STAKEHOLDERS:	
“EQUIDAD ENTRE LOS PARTICIPANTES, (PROVEEDORES, EMPLEADOS, CLIENTES, COMUNIDAD)”	13
2.1 ¿Porque es Relevante el Marketing?	13
2.2 ¿Qué Son Los Stakeholders?	13
2.3 ¿Qué Impacto tienen en una Empresa?	15
2.4 ¿Qué Tipos Existen y Cómo Gestionarlos?	17
2.5 ¿Porque el Medio Ambiente es Cosa de Todos?	19
CAPÍTULO 3.	
MEDIO AMBIENTE:	
“SUSTENTABILIDAD UN PROCESO DE PROTECCIÓN DEL MEDIO AMBIENTE”	20
3.1 Nociones Básicas de Medio Ambiente	20
3.2 Desarrollo Sustentable	22
3.3 Avance del Desarrollo Sustentable a Nivel Mundial	24

CAPÍTULO 4.

ESTUDIO DE CASO:

“CHEDRAUI”	27
4.1 Antecedentes: Línea del Tiempo de Chedraui	27
4.2 Situación Actual	29
4.3 Entidades Donde Participa Chedraui	32
4.4 La Estrategia Comercial de Tres Pilares	33
4.5 Programas de Chedraui	35
4.5.1 Fundación Chedraui	35
4.5.2 Resumen	36
4.5.3 Educación	36
4.5.4 Salud	38
4.5.5 Alimentación	39
4.5.6 Vivienda	40
4.5.7 Asistencia Social	40
4.5.8 Atención a Damnificados por Desastres Naturales	41
4.5.9 Campañas de Redondeo	41
4.5.10 Principales Actividades al Interior del Grupo Chedraui	42
4.5.11 Liceo de Artes y Oficios A.C.	42
4.6 Programa de Sustentabilidad o Cuidado del Medio Ambiente de Chedraui	44
CONCLUSIÓN	47
BIBLIOGRAFÍA	48

AGRADECIMIENTOS

LUCIA MENDEZ ARCINIEGA

Agradezco a la universidad por darme la oportunidad de seguir adelante en mis estudios, por proporcionarme tantas herramientas que me fueron útiles durante todo el camino.

Agradezco al profesor Reyes Avellaneda Rafael por guiarnos durante todo el proceso para realizar la tesina, le agradezco su tiempo y dedicación, es un profesor respetuoso y con grandes conocimientos, es un profesor de calidad.

Tengo que agradecer a otro profesor que me ayudo durante toda la carrera y me animo siempre a echarle ganas, un profesor con una gran trayectoria dentro de la uam - Iztapalapa. Gracias Mtro. José Régulo Morales Calderón.

Sería un honor poder agradecer a mi familia todo su apoyo incondicional, mi padre Ricardo Méndez Rodríguez y mi madre Claudia Arciniega Guzmán durante toda la carrera fueron mi guía, mantuvieron su fe en mí y han estado en cada uno de mis logros, gracias por no dejarme rendir, por enseñarme a ser perseverante.

Dulce Alejandra Méndez Arciniega mi motivación, mi alegría, la personita que me da la fuerza para seguir adelante.

Y por último y no por eso menos importante agradezco a José Antonio Leyva Sánchez, quien ha sido un buen compañero, trabajador, dedicado, perseverante y con un gran corazón.

AGRADECIMIENTOS

JOSE ANTONIO LEYVA SANCHEZ

Esta tesina va dedicada a Dios, mi familia y profesores.

A Dios, por permitirme vivir y disfrutar de cada día, así como el tener y disfrutar a mi familia.

A mi familia, que me ha apoyado, alentado y ha brindado las herramientas necesarias para cumplir cada proyecto propuesto y ahora culminar mis estudios a nivel licenciatura.

A Rafael Reyes Avellaneda gracias por la confianza para trabajar juntos, por su apoyo y amistad brindada, pues fue pilar fundamental para mi formación académica, le agradezco infinitamente.

No ha sido sencillo el camino hasta ahora, pero gracias a sus aportes, a su amor, a su inmensa bondad y apoyo, lo complicado de lograr esta meta se ha notado menos.

Les agradezco, y hago presente mi gran afecto hacia ustedes.

INTRODUCCIÓN

Antes de comenzar a hablar de Responsabilidad Social Empresarial, es necesario mencionar ciertos conceptos y hacerlo lo más claro posible para el lector los cuales son: Medio Ambiente, Ecología, Impacto Ambiental, Marketing y muchos más que aquí serán mencionados y desglosados.

Los tipos de Stakeholders que son todas aquellas personas que participan en el proceso de producción antes, durante y después e influyen directa e indirectamente en el desarrollo social, económico y ambiental.

El concepto más importante es el de Sustentabilidad y la importancia que tiene como proceso de protección del Medio Ambiente.

La Sustentabilidad también implica un lugar en la Responsabilidad Social Empresarial ya que las empresas deben actuar como promotoras en la generación de beneficios tanto para la protección del Medio Ambiente como para la sociedad, a través de sus prácticas productivas y económicas.

La última parte de esta investigación se enfocará en el estudio de caso de la empresa Chedraui, describiendo de manera general la identidad que la distingue y quienes son los actores que involucra, posteriormente se dará una reflexión si en realidad sus prácticas empresariales en el ámbito de la Responsabilidad Social Empresarial y el Desarrollo Sostenible, benefician a todos sus actores (tanto internos como externos) o si los beneficiarios son solo los accionistas que buscan su interés propio.

CAPÍTULO 1.

DESARROLLO SOSTENIBLE:

“INFORME BRUNDTLAND, NUESTRO FUTURO COMÚN”

1.1 Antecedentes

El informe Brundtland es uno de los informes que enfrenta y contrasta la postura del desarrollo económico actual junto con el de Desarrollo Sostenible, fue elaborado por distintas naciones en 1987 para la ONU, por una comisión encabezada por la Dra. Gro Harlem Brundtland, entonces era la Primera Ministra de Noruega, originalmente se llamó este informe como “Nuestro Futuro Común” (Our Common Future, en inglés).

En este informe, se utilizó por primera vez el término Desarrollo Sostenible o Desarrollo Sustentable, definido: “Como la satisfacción de las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades”, el propósito de este informe era de analizar, criticar y replantear las políticas de desarrollo económico globalizador, reconociendo que el actual avance social se está llevando a cabo a un costo medioambiental alto.

Esto implica que hubiera un cambio muy importante en cuanto a la idea de Sustentabilidad, principalmente ecológica y a un marco que da también énfasis al contexto económico y social del desarrollo, tomando en cuenta la estabilidad del medioambiente en aquellos años fue algo que se realizó por qué desde un punto de vista por la ONU sería de mucha ayuda referente a lo que comentó la Dra. Gro Harlem Brundtland.

Este informe se ha convertido en un referente fundacional del Desarrollo Sostenible.

1.2 Ex Directora General: Dra. Gro Harlem Brundtland

Dra. Gro Harlem Brundtland es una política Noruega, miembro del partido laborista, ocupó el cargo de Primera Ministra de Noruega en tres ocasiones (1981, 1986-1989 y 1990-1996), como gobernante, se enfrentó a una crisis económica severa en la década de 1980, cuando implementó medidas de austeridad que le trajeron impopularidad, al obtener el cargo nuevamente en 1990, consolidó una imagen positiva en la vida política de su país.

Su objetivo principal, su postura sobre la incorporación de Noruega a la Unión Europea, fue derrotada, en el ámbito internacional, asumió el cargo de Directora General de la Organización Mundial de la Salud en julio del 1998, la candidatura había sido propuesta por el Consejo Ejecutivo de la OMS en enero del 1998, y los Estados Miembros de la OMS la eligieron para el cargo en mayo del mismo año.

En su discurso de aceptación ante la Asamblea Mundial de la Salud, la Dra. Brundtland dio a conocer su inquietud sobre la importancia de proporcionar y fomentar la mejora continua en la calidad de la salud, tomando este como objetivo prioritario, considerando el discurso de la Dra. Brundtland podemos comprender que su manera de hacer conciencia fue manteniendo una postura de búsqueda de bienestar, como un objetivo de gran importancia y compromiso. La Dra. Brundtland (1998) dijo:

“¿Cuál es nuestra misión fundamental? Considero que debemos asumir el papel de conciencia moral y de autoridad técnica para mejorar la salud de la población del mundo, debemos estar dispuestos a prestar asesoramiento, y ser capaces de hacerlo, no sobre todas las cuestiones, sino sobre las cuestiones clave que pueden desencadenar el proceso de desarrollo y atenuar el sufrimiento, considero que nuestro objetivo ha de ser la lucha contra la enfermedad y la mala salud: la promoción de sistemas de salud sostenibles y equitativos en todos los países.”

Termino en julio del 2003, en 2007 fue nombrada enviada especial de la Organización de Naciones Unidas para el cambio climático.

1.3 Objetivos del Informe Brundtland

El objetivo de este informe se basa en generar acciones que puedan revertir los problemas ambientales y de desarrollo del mundo y para lograrlo se destinaron tres años de audiencias públicas y recibieron más de 500 comentarios escritos, que han sido analizados por científicos y políticos provenientes de 21 países de distintas ideologías.

Dicho informe busca fomentar conciencia moral y responsable, poner un granito de arena para mantener un modo de vida con calidad, minimizando el daño ya causado por las industrias y actividades de las distintas culturas, cumpliendo con el objetivo de prevenir daños futuros.

Según indica este informe, el trabajo de tantas personas de historias y culturas distintas logró fortalecer el diálogo, consiguiendo así mejores resultados en conjunto que en forma individual, se postulaba principalmente que la protección ambiental ya no era una tarea nacional o regional sino un problema global todo el planeta debe trabajar para revertir la degradación actual.

Señalaba en él que debemos dejar de ver al desarrollo y al ambiente como cuestiones separadas si no inseparables, íntimamente relacionadas, y señala que el desarrollo deja de ser un problema exclusivo de los países que no lo poseen ya no se trata de que los pobres sigan el camino de los ricos, como la degradación ambiental es consecuencia tanto de la pobreza como de la industrialización, ambos deben abocarse a encontrar un nuevo camino.

En este inicia con el concepto de Desarrollo Sostenible o Desarrollo Sustentable, requiere entender que la inacción traerá consecuencias; se deben cambiar las estructuras institucionales y fomentar las conductas en relación con los objetivos anteriormente descritos, también se puso de manifiesto la necesidad de llevar a cabo una nueva conferencia a nivel mundial, dado que los objetivos propuestos en conferencias anteriores no estaban siendo cumplidos.

El cambio requiere voluntad y llegar a las personas de manera significativa, poder observar que para avanzar se requiere compromiso y acción, cumplir con las normativas de salud y seguridad no es suficiente, realizar conferencias mientras las personas se mantienen pasivas no marca un cambio verdadero.

Así, en 1992 se llevó a cabo la conferencia sobre Medio Ambiente y desarrollo en Río de Janeiro, la declaración de Río sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo aclara el concepto de Desarrollo Sostenible, de tal modo ha sido incorporado a todos los programas de la ONU y ha servido de base.

1.4 Estructura del Informe Brundtland

El informe cuenta con la siguiente estructura: inician con un mensaje elaborado por la presidenta de la Comisión Gro Harlem Brundtland este se divide en 12 capítulos y 2 anexos:

-Prólogo De la presidenta

-De una Tierra aun Mundo

-Capítulo 1 “Un Futuro Amenazado”

-Capítulo 2 “Hacia el Desarrollo Sostenible”

-Capítulo 3 “El Papel de la Economía Internacional”

-Capítulo 4 “Población y Recursos Humanos”

-Capítulo 5 “Seguridad Alimentaria: Mantenimiento del Potencial”

-Capítulo 6 “Especies y Ecosistemas: Recursos para el Desarrollo”

-Capítulo 7 “Energía: Opciones para el Medio Ambiente y el Desarrollo”

-Capítulo 8 “Industria: Producir Más con Menos”

-Capítulo 9 “El Desafío Urbano”

-Capítulo 10 “Administrando los Comunes”

-Capítulo 11 “Paz, Seguridad, Desarrollo y Medio Ambiente”

-Capítulo 12 “Hacia una Acción Común: Propuestas de Cambio Institucional y Legal”

-Anexo 1: “Resumen de los Principios Legales Propuestos para la Protección del Medio Ambiente y el Desarrollo Sostenible Adoptados por el Grupo de Expertos de WCED en Derecho Ambiental”

-Anexo 2: “La Comisión y su Trabajo”

1.5 Concepto De Desarrollo Sostenible

La primera vez en la historia de la humanidad que se abordó el concepto de Desarrollo Sostenible en el citado informe Brundtland se define: como el desarrollo que satisface las necesidades del presente, sin comprometer la capacidad de generaciones futuras de satisfacer sus propias necesidades.

La idea del Desarrollo Sostenible ha sido propuesta a lo largo de la historia con otros nombres, en el siglo XVIII, los Economistas Franceses conocidos como Fisiócratas hablaban de aumentar las riquezas renacientes sin menoscabo de los bienes fondo.

A principios de la década de los setenta del pasado siglo, el primer informe del Club de Roma sobre los límites del crecimiento, junto con otras publicaciones y acontecimientos, ponía en entredicho la viabilidad del crecimiento como objetivo económico mundial.

IGNACY SACHS Consultor de las Organizaciones Naciones Unidas para temas de medio ambiente y desarrollo, propuso el término ecodesarrollo para conciliar el aumento de la producción que necesitaban los países del tercer mundo, con el respeto a los ecosistemas que permitiría la habitabilidad de la tierra.

Los planes de Desarrollo Sostenibles deben tener en cuenta estas tres dimensiones:

1.5.1 Sostenibilidad Ambiental

Comenzando por el respeto a la naturaleza y la conservación de los recursos naturales mediante un uso equilibrado de los mismos, como el empleo de las energías renovables, el comercio justo, productos ecológicos, la no sobreexplotación de los ecosistemas.

1.5.2 Sostenibilidad Social

Acceso a alimentación, vivienda, sanidad, educación, ropa y trabajo que satisfaga las necesidades económicas y personales (bienestar social); las ciudades deben reducir también su impacto en los territorios colindantes, explotando los campos de cultivo de una forma ecológica respetando la biodiversidad del medio.

1.5.3 Sostenibilidad Económica

Se alcanza cuando la economía no está afectada por factores externos como guerras en países exportadores de petróleo; la Sostenibilidad Económica debe existir primero en el ámbito comunitario, luego en el estatal y finalmente en el internacional.

Dichas dimensiones deben ser cumplidas para mantener la estabilidad económica, social y nacional de cada país, ya que primero debe satisfacer las necesidades internas y solucionar conflictos que puedan presentarse de acuerdo con cada cultura, además de cuidar y no sobreexplotar la calidad de las tierras de siembra, sin afectar las relaciones internacionales de libre comercio.



Véase Imagen 1.1: Molinos Eólicos.

Fuente: Tomado de https://dhpedia.wikis.cc/wiki/desarrollo_sostenible

CAPÍTULO 2.

STAKEHOLDERS:

“EQUIDAD ENTRE LOS PARTICIPANTES,(PROVEEDORES, EMPLEADOS,CLIENTES, COMUNIDAD)”

Un Stakeholder es cada una de las personas u organizaciones que participan para una empresa y su correcto funcionamiento, cada una tan importante y necesaria como la otra, por las actividades que desempeñan y las decisiones que toman, se encuentran relacionadas, estos participantes son: los proveedores, empleados, clientes, comunidad entre otros, cumplen con su papel dentro de un proceso de compraventa.

2.1 ¿Porque es Relevante el Marketing?

Es el área encargada de crear estrategias de mercado que permitan llevar los productos y servicios a las comunidades y por lo tanto a los posibles clientes, además de realizar una exhaustiva investigación para conocer las necesidades de estos, es relevante porque los proveedores y los empleados se encargan de satisfacer las necesidades del cliente realizando distintos estudios y los clientes son igual de necesarios porque serán los que tomen la decisión de consumir el producto o no.

2.2 ¿Qué Son Los Stakeholders?

Ya antes se mencionó una breve definición para poder explicar la relevancia que tiene el marketing en este meta, pero para comprender de manera más precisa lo que son los Stakeholders, se menciona a continuación:

En la década de 1980 por el Filósofo Estadounidense Robert Edward Freeman, describe de manera breve y concisa la definición de este concepto, (Stakeholder es cualquier individuo u organización que, de alguna manera, es impactado por las

acciones de determinada empresa), las cuales se conocen como: “partes interesadas”.

Para la planificación estratégica de cualquier negocio, requiere tomar en cuenta a las partes interesadas, ya que las decisiones y acciones que tome la empresa pueden influir significativamente, el triunfo o fracaso de cualquier empresa, siempre afectará no solo a sus dueños, sino que también afectará a todos los que la rodean.

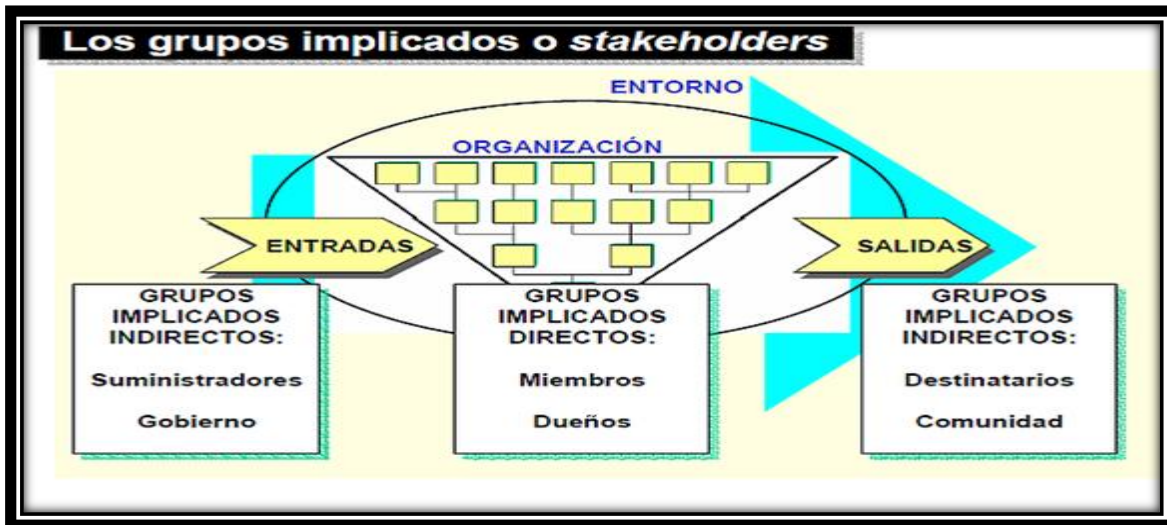
Para comprender por completo este concepto Milton Friedman y guillen parra, hacen referencia a una parte primordial de la definición de Stakeholders ya que aún no se hace hincapié en el término de (Grupos Implicados).

El origen del concepto de Grupo Implicado, o Stakeholder (en inglés) surgió, precisamente, como crítica a la visión de la responsabilidad social defendida por Milton Friedman,(pág. 382) también menciona que puede ser cualquier grupo o individuo que puede ser afectado o afectar a alguien más, solo por cumplir los objetivos que considera prioritarios la organización.

El concepto de Personas o Grupos Implicados en la misión de la organización es clave para entender ante quien es responsable una organización, pues no tendrá sentido plantear que es responsable ante el mundo en su totalidad, lo que llevaría a la irresponsabilidad por imposibilidad, ni reducir su responsabilidad a un grupo de personas limitado y sin criterio.(pág. 382)

Como se mencionó anteriormente cada grupo implicado cuenta con distintas necesidades, responsabilidades y actividades que están relacionadas entre sí, cuando un grupo tiene como prioridad solo sus objetivos, manejándose individualmente afecta a todos los demás y deja de funcionar correctamente la empresa.

El concepto de los Grupos Implicados (Stakeholders) ha supuesto desde su aparición en el ámbito empresarial un importante avance en la comprensión de las responsabilidades de la organización y en la posible incorporación de la dimensión



Véase Imagen 2.1 Distribución de Grupos Implicados o Stakeholders durante el Proceso de Compraventa.

Fuente: Tomado de <https://jeanethsanto.wixsite.com/misitio/single-post/2017/12/20/la-responsabilidad-social-ante-los-grupos-implicados-los-stakeholders>

Podemos observar en la Imagen 2.1 los involucrados en cada parte del proceso que se lleva a cabo en toda empresa. Al inicio de cada transacción los Grupos Implicados que influyen en la toma de decisiones son los suministradores o también conocidos como proveedores, estas son las personas que llenan de materias primas a las empresas, otro elemento importante es el gobierno quien mantiene un equilibrio en precios y producción de agricultura, pasando a la segunda parte mencionamos al personal interno de la empresa los cuales son: el dueño o responsable de esta y los empleados que mantienen funcionando cada área, por último y no por eso menos importante las personas que lo reciben y para quienes fueron hechos los productos o servicios.

2.3 ¿Qué Impacto tienen en una Empresa?

Los Stakeholders son un grupo de personas afectadas por las decisiones de una empresa, por lo tanto, deben ser tomadas con cuidado, tomando en cuenta los resultados de diversas investigaciones y pruebas, analizando riesgos, comprobando

estadísticas, etc., todo de manera rigurosa y enfocada a los objetivos de cada grupo implicado.

La satisfacción de esos individuos u organizaciones también influye fuertemente en los resultados y objetivos establecidos por las empresas, puede decirse que hay intereses en común por lo que requiere una cooperación, búsqueda de la mejora continua y una buena toma de decisiones por parte de estas, todos tienen un valor elevado para tu negocio, sus deseos y demandas repercuten directamente en los resultados de la organización.

Los gestores de empresas se encargan de buscar esos objetivos en común para beneficiar a todos los Stakeholders y lograr ese compromiso necesario para que funcione correctamente, evitando conflictos de intereses individuales y con eso provocando descontentos o rivalidades, únicamente de esa manera es posible fomentar un crecimiento Sustentable para tu organización.

Por lo tanto, la importancia de los Stakeholders en tu empresa es enorme, además de eso, es necesario alinear los objetivos y expectativas de todos que forman parte de este grupo para que tus acciones y proyectos logren el éxito esperado. (Parra C. , 2020)

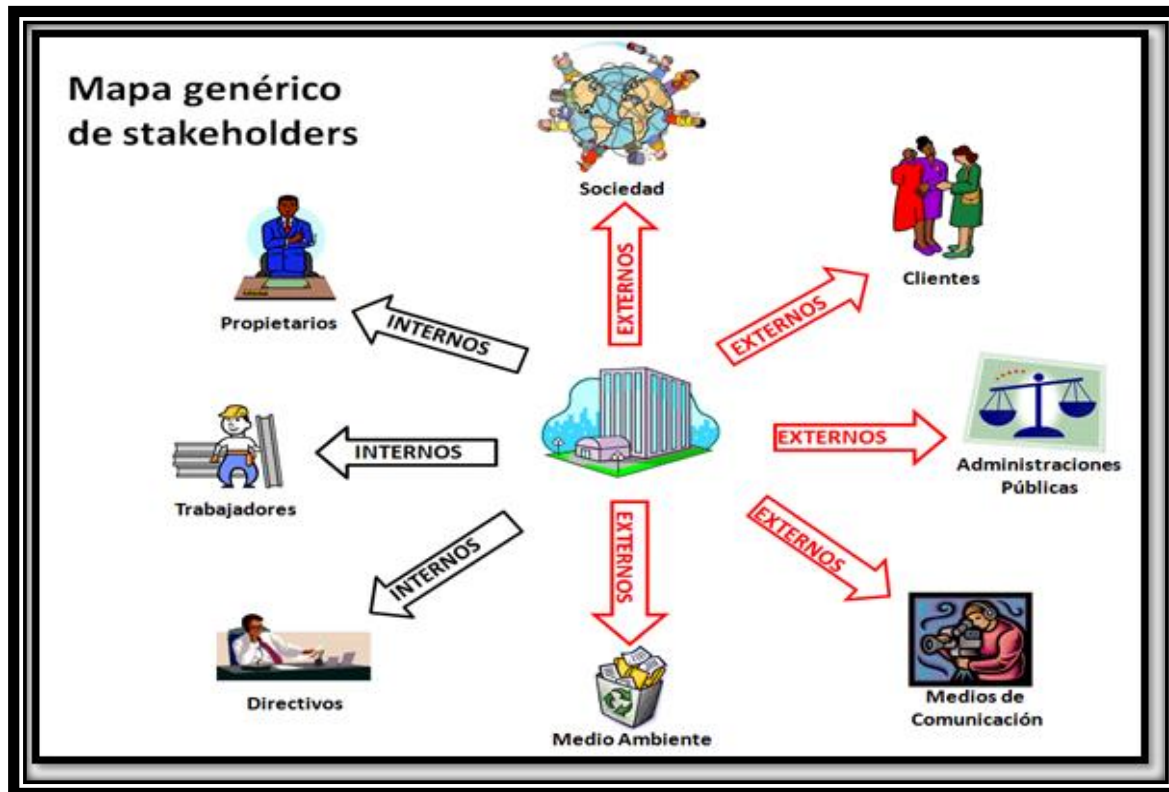
Cada uno mantiene el equilibrio en el proceso, por lo cual los clientes, aunque parezcan menos importantes no es así, los productos tienen la finalidad de facilitar las actividades al comprador si esto no se cumple puede correr el riesgo de perder su atención.

Otro ejemplo sería si algún colaborador no se sintiera satisfecho o motivado no cumpliría sus actividades a tiempo o con la misma calidad afectando, las entregas o la confianza del cliente, además de eso puede provocar bajo interés de nuevos accionistas e inversionistas o pérdida de los que ya se tienen, los Stakeholders de las empresas están conectados y la insatisfacción de un grupo tiene un efecto directo en el comportamiento de otro.

2.4 ¿Qué Tipos Existen y Cómo Gestionarlos?

Los Stakeholders Primarios, son aquellos entes imprescindibles y totalmente necesarios para el funcionamiento correcto y normal de la empresa, tienen un vínculo económico directo con la empresa, aquí entran los accionistas, socios, los trabajadores y clientes.

Los Stakeholders Secundarios, aun cuando no hacen aportaciones directas a la empresa también se ven afectados por los resultados positivos o negativos de esta. entre ellos se encuentran los competidores, el mercado o las personas en general.



Véase Imagen 2.2 Presenta Los entes Internos y Externos que juegan papeles relacionados Directa e Indirectamente con la Empresa.

Fuente: Tomado de <https://jeanethsanto.wixsite.com/misitio/single-post/2017/12/20/la-responsabilidad-social-ante-los-grupos-implicados-los-stakeholders>

Dentro de los externos podemos encontrar lo más genérico que es la sociedad que la rodea, los clientes son parte de esta, la administración pública mantiene un control y equilibrio de la economía nacional e internacional y los medios de comunicación es la forma de mantenerse informados y la manera de llegar a sus clientes.

A continuación, se muestra los Stakeholders de Intereses Directos o Niveles Internos:

Propietarios: Son los dueños de toda materia perteneciente a la empresa, toma las decisiones de gran impacto para la organización y esta es irrefutable.

Directivos: Encargados de tomar decisiones internas, solución de conflictos, fomentar un ambiente laboral de respeto y confianza y guían toda actividad para llegar a los objetivos preestablecidos.

Trabajadores: Personal muy importante en cada organización, realizan las actividades necesarias para cumplir con cada área y llegar a los objetivos guiados por los directivos.

Proveedores: Proporcionan materia prima a las empresas para desempeñar sus actividades.

Clientes: Para crear cada producto o servicio es necesario observar constantemente las necesidades de cada nicho de mercado, por lo que los clientes son una de las partes más indispensables del proceso de compraventa.

Stakeholders de Intereses Indirectos o Niveles Externos:

Administración Pública: Mantiene el control de los impuestos de la materia prima y los pagos de permisos necesarios para funcionar correctamente y realiza auditorías, además de considerar la estabilidad económica y la competencia comercial.

Competidores: empresas u organizaciones que ofrecen productos similares o iguales que otra empresa, cada uno, con su marca, materia prima y procesos distintos, pero con un mismo objetivo.

Defensores de los Clientes: existen empresas dedicadas a valorar la satisfacción del cliente y evaluar los productos antes, durante y después de su consumo, así como un trato respetuoso y cumplido al tratarse de los servicios ofrecidos.

Ecologistas: Personas cuyo propósito de cuidar y fomentar el cuidado de la naturaleza, disminuir la contaminación y daños al ambiente, suelo, agua y bosques, se involucran en las actividades que desempeñan las empresas y del ¿cómo obtienen su materia prima?, además de las medidas para evitar contaminación por químicos o humo negro.

Grupos de Intereses Específicas: Grupos de personas dentro de una empresa que tienen objetivos propios de manera que la consecución de estos está vinculada con la actuación de la empresa.

Sociedad en General: La sociedad impone modas y juzga los productos que las empresas ofrecen según el funcionamiento o nivel de satisfacción que reciban.

Medios de Comunicación: Los clientes compran más si se convencen con la vista y sonido, los medios son un modo de llegar a ellos ya sea televisión, radio, letreros, etc.

2.5 ¿Porque el Medio Ambiente es Cosa de Todos?

La contaminación se ha convertido en un problema serio que afecta el aire que respiramos, el suelo que pisamos y hasta el agua que bebemos, la calidad de vida ha disminuido considerablemente por lo que las empresas se han ido comprometiendo con disminuir su forma de contaminar.



Véase Imagen 2.3 Los Stakeholders.

Fuente: Tomado de <https://jeanethsanto.wixsite.com/misitio/single-post/2017/12/20/la-responsabilidad-social-ante-los-grupos-implicados-los-stakeholders>

CAPÍTULO 3.

MEDIO AMBIENTE:

“SUSTENTABILIDAD UN PROCESO DE PROTECCIÓN DEL MEDIO AMBIENTE”

3.1 Nociones Básicas de Medio Ambiente

Cuando nos referimos al Medio Ambiente, la primera idea que viene a la cabeza es el cuidado de la naturaleza, agua, tierra, aire, etc. Pero todo ello se encuentra íntimamente relacionado con la vida humana y animal, esta se ve afectada por empresas u organizaciones que no cumplen con las medidas necesarias para minimizar daños, otros factores que influyen en este problema tan grande es el mal manejo de materia prima que al final es basura que permanece años

contaminando, ya existen organizaciones cuyo objetivo es evaluar daños y prevenir extinción de los recursos naturales, a continuación, serán mencionadas algunas:

Medio Ambiente es una de las grandes preocupaciones que en la actualidad tiene la sociedad, siendo su protección y conservación objeto de tratados internacionales, políticas públicas, investigaciones científicas y programas de organismos no gubernamentales ONG, entre otros, estas preocupaciones se concentran en torno a demandas por productos verdes y procesos de fabricación que disminuyan sus impactos sobre el Medio Ambiente en el origen. (RSE, 2007)

Algunos conceptos son útiles para explicar de manera concisa la relación que existe entre la palabra producción y entorno, mayormente utilizadas en el ámbito empresarial, porque el entorno es dominante para la toma de decisiones y la producción satisface la necesidad continua de cada cliente, a continuación, serán mencionados elementos que permiten conocer mejor la importancia que tiene el Medio Ambiente:

-Ecología: Ecología es la ciencia que estudia la relación de los seres vivos con el medio que habitan.

-Ecosistemas: Sistemas naturales complejos y autosuficientes, constituidos por organismos vivos o bióticos que interactúan con el medio abiótico, generando relaciones.

-Medio Ambiente: Entorno vital, donde interactúan elementos socioculturales, económicos y biológicos, buscando permanecer en equilibrio sin afectarse entre ellos, sobre todo el ser humano quien ha modificado a su beneficio todo aquello que lo rodea, satisfaciendo sus necesidades, por lo que debe limitarse para no afectar el Medio Ambiente en el que se encuentra.

-Impacto Ambiental: Cuando se dice impacto es fácil caer en el gran error de creer que es algo malo, cuando impactó es cuando algún hecho puede provocar un cambio significativo sea negativo o positivo y este se conduce sobre el Medio Ambiente.

-Contaminantes: Químicos o cualquier sustancia, materiales no biodegradables de envolturas, humo negro, etc. Todo aquello que produce un efecto negativo para la naturaleza y la vida del ser humano.

3.2 Desarrollo Sustentable

El ser humano por medio de sus actividades cotidianas ha fomentado el incremento de la contaminación, provocando un desequilibrio en la naturaleza, algunos factores que tuvieron gran impacto en ese desequilibrio fueron: los problemas sociales, como la economía inestable provocando la pobreza y el hambre, influyendo así en la calidad de vida y aumentando la delincuencia.

Los problemas ambientales a largo plazo provocan los cambios climáticos, destrucción de ecosistemas naturales, fomentando los problemas del calentamiento global, el ser humano manifiesta directamente problemas respiratorios y extinción de algunos animales.

Ya basta de terminar con nuestro planeta, es lo que todos piensan, pero no se hace porque el cambio es compromiso, acciones y resultados.

Las empresas cuentan con normas regulatorias que minimizan el daño causado al ambiente, pero aún no es suficiente ya que, al crecer la población, requiere un incremento en la producción y por lo tanto también la contaminación una posible solución a estos problemas ambientales, es desarrollar estrategias para mantener el ritmo de producción, pero de forma responsable y sustentable.

Una respuesta a este desafío es la incorporación del concepto de Sustentabilidad entendido como una forma de desarrollo que tiende al bienestar humano sin comprometer el acceso futuro de quienes no han nacido, con el objeto de que puedan disfrutar del ambiente y sus recursos naturales.(RSE, 2007)

La Sustentabilidad es un proceso, no un estado, que permite robustecer decisiones, conductas, pautas u opciones de los seres humanos en su relación con el entorno(RSE, 2007).

Para fomentar un pensamiento de cooperación para un Desarrollo Sustentable, se requiere compromiso y dedicación, buscar el crecimiento corporativo al mismo tiempo que pensar en mantener en buen estado la naturaleza que nos proporciona lo necesario para trabajar y lo más importante para vivir, requiere de actuar como comunidad y no solo pensar en el bien individual.

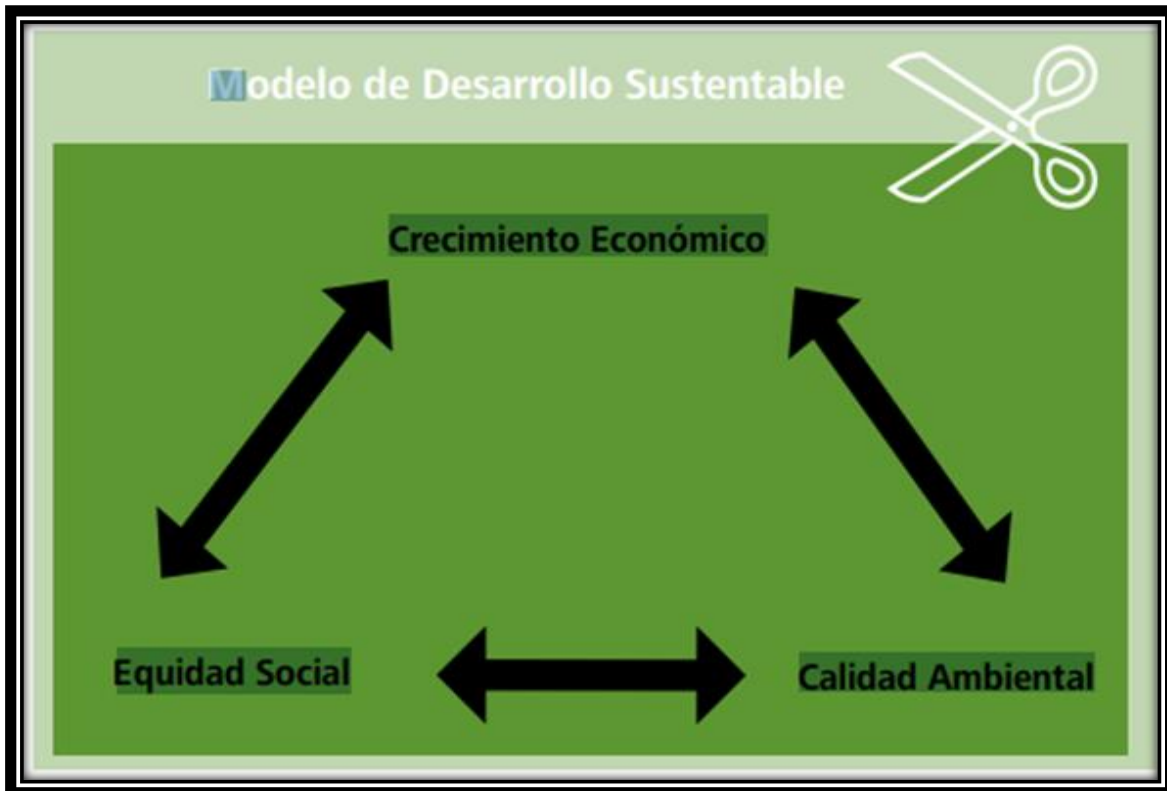
El desarrollo económico debe favorecer la expansión de los mercados y el aumento de los ingresos de manera sostenida, proteger el entorno natural, invertir en este sector para que pueda seguir creciendo y esto permitirá al mismo tiempo mejorar la economía, gracias a esta inversión podrá seguir produciendo y obteniendo la materia prima necesaria para abastecer la demanda.

Dentro del desarrollo social entra el actuar de manera equitativa, respetuosa y democrática, donde exista la oportunidad de participar en la toma de decisiones que le puedan afectar directa o indirectamente, sean asuntos sociales o económicos.

Otro tipo de desarrollo y uno muy importante es el Ambiental, donde se busca fomentar la participación sobre el cuidado de la naturaleza y el ambiente de manera continua, para evitar una sobreexplotación, promover la utilización de tecnología que nos permita aprovechar por completo la materia sin dañar las tierras de cultivo.

La tierra sino es cuidadosamente cultivada va perdiendo vitaminas y propiedades que le permiten seguir siendo fértil, los bosques también tienen gran importancia aun cuando se plantan 10 árboles por cada uno que se corte, la tala de árboles es perjudicial para la salud del ser humano y de los animales, tardan años en crecer y mientras sean pequeños no proporcionan oxígeno, sino dióxido de carbono.

El estado es encargado de representar la opinión de la comunidad y convertirla en acciones que sean funcionales para todos, garantizando un modo de vida digno y de calidad, esto incluye aire limpio para respirar, suficiente alimento, viviendas dignas y salud, cuando esto no se cumple el estado funciona para cumplir sus propios objetivos.



Véase Imagen 3.1 Se muestra que debe haber un Equilibrio entre estos Tres Factores de Desarrollo.

Fuente: Tomado de http://www.centroscomunitariosdeaprendizaje.org.mx/sites/default/files/guia_para_la_empresa_ambientalmente_sustentable.pdf

3.3 Avance del Desarrollo Sustentable a Nivel Mundial

La preocupación por el nivel de contaminación ambiental dejó de ser sólo nacional, se volvió un asunto mundial, programaron conferencias para crear políticas, estrategias, planes de acción inmediata, etc.

En los años setenta se materializó la preocupación por los problemas ambientales, una de las primeras reuniones para acordar posiciones comunes fue la conferencia sobre Medio Ambiente de Estocolmo desarrollada en 1972, la cual impulsó la creación del Programa de las Organizaciones Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PONUMA), aparece la idea de hacer las cosas de una manera distinta y comienzan a surgir con frecuencia los términos Desarrollo Sustentable y crecimiento sostenible. (RSE, 2007)

La gestión ambiental de las empresas nace en 1984 a partir del Programa Responsible Care (o Programa RC) de la industria química mundial, el cual comprometía al sector con la protección del Medio Ambiente.

En 1987 la comisión mundial para el desarrollo ambiental, un grupo de notables convocados por Naciones Unidas para desarrollar una propuesta para abordar el tema acuñó la definición más utilizada de Desarrollo Sustentable: la capacidad para satisfacer las necesidades del presente sin comprometer la habilidad de las futuras generaciones de satisfacer sus propias necesidades, el concepto fue presentado en el reporte Nuestro Futuro Común, más conocido como informe Brundtland, en honor a la Jefa Noruega Gro Harlem Brundtland, quien presidió la comisión.

La Cámara de Comercio Internacional (ICC) publicó en 1991 la carta de las empresas para el Desarrollo Sustentable, con diversos principios para la gestión medioambiental. En esa publicación se indican las bases de gestión que más tarde se traducirán en la forma de actuar ambiental de las empresas para aportar al Desarrollo Sustentable. El imperativo de promover el Desarrollo Sustentable a nivel global fue relevado en la Cumbre de la Tierra en Río de Janeiro en 1992. De esta reunión surgieron documentos que han sido de gran relevancia en la gestión ambiental de los gobiernos, como: la Declaración de Río sobre Medio Ambiente y el Desarrollo, el Convenio sobre Diversidad Biológica, la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre Cambio Climático, los Principios Globales de Bosques Sostenibles y la Agenda 21 para el Desarrollo Sustentable. Estos acuerdos fueron suscritos por representantes de 173 gobiernos, Chile entre ellos. La Agenda 21 amplía la definición de Desarrollo Sustentable como un sistema que busca un equilibrio entre tres procesos de desarrollo que coexisten: el económico, el social y el ambiental.

En 1992 se publicó en el Reino Unido la Norma BS 7750 de sistema de gestión ambiental, a partir de la cual se han desarrollado la mayoría de las pautas en la actualidad existentes, posteriormente, la Unión Europea publicó su Reglamento Eco-Management and Audit Scheme (EMAS) e indicó los criterios y líneas generales a seguir en materia de Medio Ambiente, y en 1996, la Organización Internacional de

Normalización (ISO) publicó las normas fundamentales para la adhesión voluntaria de las empresas e industrias a un sistema de gestión ambiental, ISO 14.000, la propuesta acordada en el contexto de la cumbre de Río, refrendada en Johannesburgo en 2002, establece que las estrategias nacionales de Desarrollo Sustentable deben armonizar el desarrollo económico, social y ambiental en un solo plan, de acuerdo con la visión de naciones unidas, los acuerdos que conducen al desarrollo deben incorporar perspectivas tanto nacionales como locales.

CAPÍTULO 4. ESTUDIO DE CASO: “CHEDRAUI”

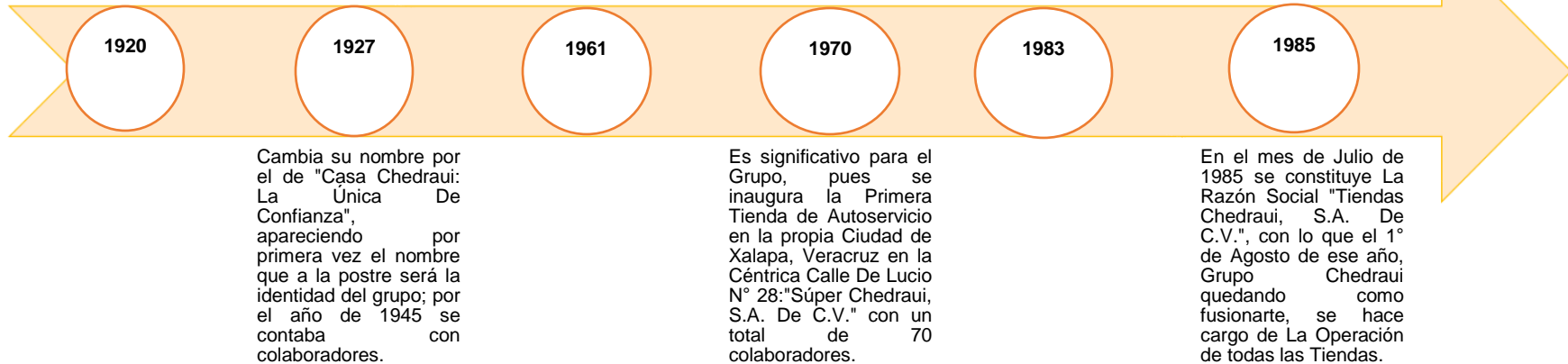
4.1 Antecedentes: Línea del Tiempo de Chedraui

(Chedraui, 2020)

El Grupo Comercial Chedraui tiene su origen en la Ciudad de Xalapa, Veracruz en 1920 en un negocio denominado el Puerto de Bayreuth el cual era dirigido y Administrado por sus Fundadores: El Sr. Lázaro Chedraui Chaya Y Doña Anita Caram de Chedraui.

El nivel de operaciones fue en aumento y, por ello, transformándose nuevamente su nombre por el que actualmente prevalece: "Almacenes Chedraui", con un total de 80 colaboradores.

Paralelamente a la creación de Tiendas de Autoservicio, se incursiona en el ramo de Tiendas Departamentales: "Comercial Las Galas, S.A. de C.V.", siendo la primera de ellas inaugurada en julio de 1983.

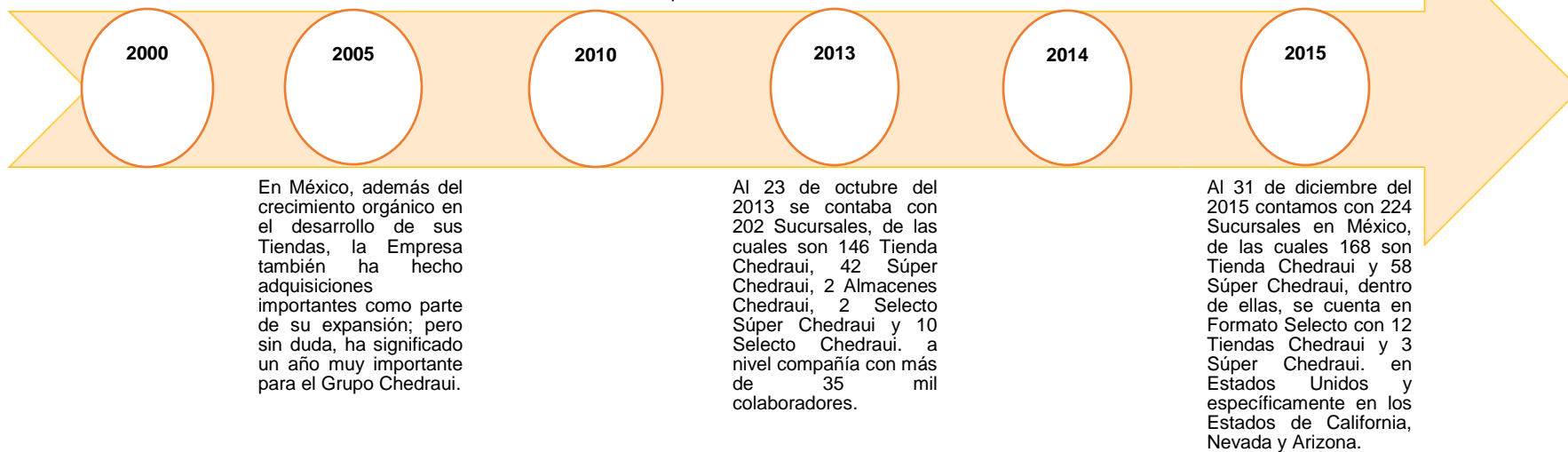


(Chedraui, 2020)

Consciente de su Responsabilidad Social y Económica, El Grupo ha promovido diversos Centros Comerciales llamados "Plaza Crystal" en diferentes Ciudades. de estos Centros Comerciales, sobresale "Plazas Américas" en la Ciudad de Boca del Río, Ver.

Chedraui cotiza en la bolsa mexicana desde abril de 2010 y la única además de WALMEX con operaciones fuera del País, mismas que generan aproximadamente el 40% de los ingresos. el origen de la Empresa en la Ciudad de Xalapa.

Al 01 de abril del 2014 se cuenta con 212 Sucursales, de las cuales 152 son Tienda Chedraui, 46 Súper Chedraui, 2 Almacenes Chedraui, 10 Tiendas en Formato Selecto y 2 Súper Chedraui en Formato Selecto, se cuenta con más de 35,000 colaboradores.



4.2 Situación Actual

Chedraui ha tenido un desempeño modesto en estos años recientes derivado de la problemática de la región del Golfo de México, en una zona cuyo desarrollo económico depende en gran medida de PEMEX, sujeta a variaciones del precio del petróleo; su exposición es 32% de sus ingresos.

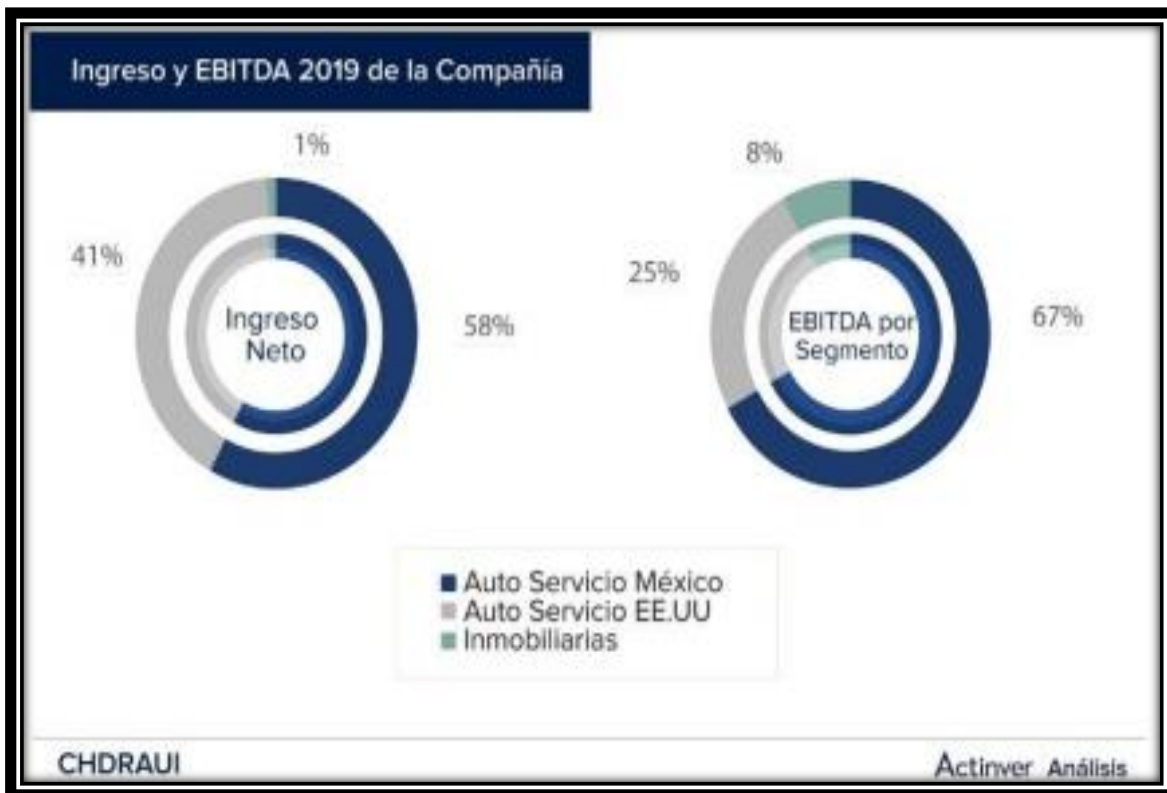
Ya habiendo superado los pagos de impuestos diferidos derivados de la reforma fiscal de 2014, y con una economía de petróleo recuperándose, las metas de crecimiento orgánico hacia 2020 son mayores.

Esta empresa es de crecimiento medio-alto gracias a su renovado plan, sentado sobre bases sólidas y en congruencia con oportunidades de mercado, un distintivo de ellos han sido su agresividad en precios.

La empresa usualmente iguala o mejora niveles en artículos clave a fin de ganar mercado, esto le da cierta facilidad para extender su presencia geográfica, pero también tiene como consecuencia que sea una de las empresas con márgenes más bajos entre sus competidores.

Es una empresa de rentabilidad media, su margen EBITDA en 2018 (5.6%) fue tres puntos porcentuales por debajo del promedio de su competencia, y su retorno sobre capital es similar a empresas comerciales de tamaño parecido, pero menor al líder de la industria.

Es de salud financiera elevada, producto de su estrategia tradicionalmente conservadora, el apalancamiento de los últimos 12 meses sin arrendamientos es de 1.4X, (considerando arrendamientos) es de 4.0X deuda neta a EBITDA, y el perfil de vencimientos en los siguientes cuatro años apenas supera el 10% de la deuda total en cada uno de éstos; la mitad de su deuda vence en más de cinco años.



Véase Imagen 4.1: Ingreso y EBITDA 2019 de la Empresa Chedraui.

Fuente: Tomado de www.actinver.com/static/actinverday2018/assets/pdf/2019/vistazochedraui.pdf

Chedraui presentó resultados neutrales en el 3T19, las ventas mismas tiendas (VMT) incrementaron 0.5% ASA, mientras las ventas totales aumentaron 5.4% ASA, el EBITDA creció 0.9% ASA, y la utilidad neta registró una caída de 38.3% ASA, principalmente afectada por una mayor tasa impositiva de 43.5% vs. 35.7% del año pasado.

Último Reporte Trimestral			
	3T18	3T19	Variación
Ingresos	30,266	31,901	5.4%
EBITDA	2,200	2,220	0.9%
Utilidad Neta	514	318	-38.3%
UPA	0.534	0.329	-38.3%
Margen EBITDA	7.3%	7.0%	
Margen Neto	1.7%	1.0%	
Cifras en millones de pesos			
*Utilidad por Acción en pesos			

Véase Imagen 4.2: Último Reporte Trimestral.

Fuente: Tomado de www.actinver.com/static/actinverday2018/assets/pdf/2019/vistazochedraui.pdf

En el 2020, llegará a la Ciudad De Oaxaca con su Formato “Selecto”, el cual ofrece productos gourmet y delicatessen, nacionales e importados y va dirigido a un shopper más exigente.

Se espera que la inauguración sea a finales del siguiente año con una inversión superior a los 100 millones de pesos y que genere miles de empleos de manera directa.

Sin duda las Tiendas físicas seguirán siendo relevantes en el 2020, sin embargo es fundamental que los Retailers ofrezcan una gran experiencia de compra al shopper, porque eso será lo que marcará la diferencia, y para lograrlo será necesario que cuenten con una buena ejecución en el punto de venta. (Storecheck, 2020)

4.3 Entidades Donde Participa Chedraui

Actualmente, Chedraui opera 426 Tiendas en sus diferentes formatos, incluyendo 125 de ellas en Estados Unidos (en los Estados de California, Nevada, Nuevo México, Texas y Arizona).

En México la cobertura todavía no es total; Chedraui tiene presencia en 25 Estados, con una concentración importante en el Sureste (37%), El Centro (18%) y la zona Metropolitana de CDMX (25%) y muy escasa presencia en el Norte del País.

Este segmento opera 224 Tiendas, lo que nos coloca como la tercera cadena de autoservicios más grande de México. contamos con dos formatos de Hipermercado que se diferencian por tamaño y profundidad de surtido: 168 Tiendas Chedraui y 56 Súper Chedraui, el concepto Selecto, presente en ambos formatos, se dirige hacia clientes con mayor poder adquisitivo y cuenta con una amplia variedad de productos de la más alta calidad. nuestros autoservicios en México registraron durante 2015 un aumento de 6.0% en ventas en comparación con 2014, y aportaron 73.5% de los ingresos consolidados del grupo sus diferentes formatos le permiten ajustarse a distintos nichos socioeconómicos y geográficos, Chedraui cuenta con seis centros de distribución para asegurar el abastecimiento de sus tiendas, a través de ellos manejamos 80% de la mercancía seca y 50% de los perecederos que adquirimos, razón por la cual juegan un papel fundamental en la operación de Chedraui.

En Estados Unidos tiene un sólo CEDIS, tenemos una importante presencia en la región Suroeste de Estados Unidos, a través de una red de 54 Tiendas en los estados de California, Nevada Y Arizona. estas Tiendas dan servicio a clientes Mexicoamericanos de Primera, Segunda y Tercera generación y cuentan con una variada oferta de perecederos y abarrotes comestibles y no comestibles.

Las ventas de este segmento aumentaron 24.4% en 2015, su segundo crecimiento de doble dígito consecutivo, y significaron 25.6% de los ingresos consolidados de Chedraui.



Véase Imagen 4.3: Presencia de la Empresa Chedraui en México y Estados Unidos.

Fuente: Tomado de www.actinver.com/static/actinverday2018/assets/pdf/2019/vistazochedraui.pdf

4.4 La Estrategia Comercial de Tres Pilares

La estrategia comercial se basa en tres pilares que la administración de la empresa define como precios bajos, surtido, y experiencia de compra:

-Precios Bajos: Parte fundamental de la estrategia de Chedraui, es la estrategia basada en precios, por lo cual la emisora realiza un chequeo de mercado diario, comprando una amplia canasta de productos en las tiendas de los competidores con el fin de comparar sus precios, primero de manera central y luego de manera local, lo anterior, para asignar el menor precio observado a los productos que venden en sus unidades, y así asegurarse de que cuentan con el mejor precio en cada una de sus tiendas, en comparación con sus competidores locales, derivado de ello, la empresa no determina sus precios con base en márgenes objetivos, si no que los fijan de acuerdo con sus comparaciones diarias.

-Surtido:De acuerdo con la preferencia de sus clientes, la compañía ofrece un cierto surtido de productos, que se va adaptando de acuerdo con las necesidades de cada perfil de consumidores que atiende cada sucursal, en relación con lo anterior, Chedraui lanzó su concepto “selecto” en zonas en las que los clientes pertenecen al segmento poblacional A+ o superior; haciendo adecuaciones tanto en el surtido, como en la apariencia de la tienda, para ofrecer una mejor selección de productos.

-Experiencia de Compra: La empresa busca que en sus tiendas siempre existan pasillos limpios, amplios, bien iluminados y con buena señalización, además, el estacionamiento debe contar con espacio suficiente para todos los clientes y con una buena apariencia.

Chedraui se esfuerza en ofrecer los precios más bajos sobre una amplia oferta de productos acompañada de una experiencia de compra excelente, aceptando márgenes que en promedio suelen estar por debajo del líder del mercado, WALMEX, esta estrategia le ha permitido ganar participación de mercado conforme expande su huella geográfica, pero también limita la rentabilidad operativa cuando se compara con su competencia.

4.5 Programas de Chedraui

4.5.1 Fundación Chedraui



Véase Imagen 4.4: Fundación Chedraui.

Fuente: Tomado de grupochedraui.com.mx/historia/

Misión

Contribuir al desarrollo de los mexicanos, mediante la decisiva participación en educación, salud y bienestar social.

Visión

Ser una institución que promueve el desarrollo humano y el bienestar social.

Como nuestro mecanismo de vinculación comunitaria, las acciones de Fundación Chedraui en materia de educación, salud, vivienda, nutrición, asistencia social y atención a damnificados en caso de desastres naturales son de gran importancia para las comunidades beneficiadas.

A través de Fundación Chedraui se realizan las actividades de responsabilidad social de grupo Chedraui, en las áreas de educación, salud, nutrición, vivienda, asistencia social y atención a damnificados por desastres naturales.

4.5.2 Resumen

En total, englobando las diferentes acciones por parte de Fundación Chedraui, a favor de la educación, salud, nutrición, vivienda, asistencia social y atención a damnificados en caso de desastres naturales, la ayuda brindada sumó en 2018 un total de \$ 80'125,610 pesos en apoyos entregados.

4.5.3 Educación

Proveer una educación de calidad a jóvenes mexicanos es un eje fundamental dentro de nuestra estrategia de responsabilidad social a través de nuestras tres escuelas: Liceos de Artes y Oficios, A C., ubicados en las Ciudades de Xalapa, Veracruz-Puerto y Villahermosa, los cuales ofrecen una enseñanza en materia de bachillerato, carreras técnicas y cursos intensivos.



Véase Imagen 4.5: Liceo De Artes y Oficios Xalapa.

Fuente: Tomado de grupochedraui.com.mx/historia/



Véase Imagen 4.6: Liceo de Artes y Oficios Veracruz.

Fuente: Tomado de grupochedraui.com.mx/historia/



Véase Imagen 4.7: Liceo de Artes y Oficios Villahermosa.

Fuente: Tomado de grupochedraui.com.mx/historia/

Adicionalmente otorgamos becas a los alumnos egresados de los liceos más destacados que no cuentan con recursos para continuar con sus estudios universitarios; así como a alumnos destacados de escasos recursos de la universidad veracruzana a través de Fundación U.V.

En nuestras Tiendas El Súper en Estados Unidos en el 2018, se apoyó a estudiantes con becas por un total \$ 16,000 US DLLS.

4.5.4 Salud

Apoyamos a diversas instituciones médicas como hospitales, sanatorios y clínicas donde se atiende a personas con diversas enfermedades y padecimientos, en especial aquellos que no cuentan con los recursos económicos para recibir una atención médica adecuada y acorde a sus necesidades.

Entre las Instituciones apoyadas se encuentran: Ahteca (Ayúdame Hermano, Tengo Cáncer); El Hospital Infantil de México, Federico Gómez; El Hospital Civil Regional de Xalapa Dr. Luis F. Nachón a través de su patronato, Fundación Casa Nueva que atiende a personas con adicciones y Fundación CIMABen la Concientización y Prevención de Cáncer de Mama.

Reconocemos el apoyo y participación de diversas empresas que coadyuvan en nuestra misión. en salud destaca el apoyo que recibimos de Nadro, Distribuidora de Productos Farmacéuticos y de Higiene Personal.



Véase Imagen 4.8:Ahteca: Ayúdame Hermano Tengo Cáncer, A.C.

Fuente: Tomado de grupochedraui.com.mx/historia/



Véase Imagen 4.9: Hospital Infantil de México Federico Gómez.

Fuente: Tomado de grupochedraui.com.mx/historia/

4.5.5 Alimentación

Gracias al trabajo y concientización de nuestros colaboradores mediante un programa de voluntariado en todas las Tiendas de Grupo Chedraui, se dona alimento que no cumple los estándares de alta calidad para su venta pero que están en buen estado para su consumo; para esto contamos con el apoyo y participación de más de 1800 colaboradores en la separación, selección y entrega del alimento que se encuentra en buen estado para donar, en el 2018 donamos 7'840,354 kilos que se entregaron directamente a bancos de alimentos y otras instituciones como Fundación Emmanuel, que dirige sus esfuerzos a asistir a personas privadas de su libertad y sus familias, niños de la calle, personas en extrema pobreza, y la Asociación Vida y Familia (VIFAC) que atiende mujeres embarazadas en riesgo, todas con el propósito de ayudar a las familias mexicanas de escasos recursos.



Véase Imagen 4.10: Banco De Alimentos Cáritas Quintana Roo.

Fuente: Tomado de grupochedraui.com.mx/historia/

4.5.6 Vivienda

Participamos con el Fideicomiso PROVIVAH para la construcción de vivienda digna destinada a familias de escasos recursos que no tienen acceso a un crédito y por este motivo no pueden tener acceso a una casa y a un patrimonio para sus hijos.

En el 2018 los recursos se destinaron para la reconstrucción de departamentos en la Ciudad de Taxco Guerrero y para casas en la Zona de Iztapalapa en la Ciudad de México.

4.5.7 Asistencia Social

A través de diversas instituciones, brindamos apoyos para que personas de escasos recursos logren una mejor calidad de vida, entre ellas destacan Caritas Mexicanas, Cáritas Regionales, y otras varias Instituciones que, además promueven los valores

universales, la formación integral, la caridad y el voluntariado, en la ayuda, asistencia y soporte de personas y comunidades vulnerables y necesitadas.

4.5.8 Atención a Damnificados por Desastres Naturales

Canalizamos importantes esfuerzos en la atención y ayuda a damnificados y a sus familiares, que se ven afectados por un desastre o fenómeno natural, brindando diversos tipos de apoyo, que van desde alimento, medicamento, artículos de higiene personal, limpieza, la reparación o reconstrucción de vivienda, incluyendo mobiliario y artículos de primera necesidad para el hogar.

4.5.9 Campañas de Redondeo

En todas nuestras Tiendas Chedraui, realizamos campañas de redondeo a favor de diversas Instituciones, gracias a la participación, confianza y buena voluntad de nuestros clientes en el 2018 se logró recaudar \$ 3'514,739 pesos, que íntegramente se entregan a cada una de las Instituciones Beneficiadas.



Véase Imagen 4.11: Cajeras De Tiendas Chedraui.

Fuente: Tomado de grupochedraui.com.mx/historia/

4.5.10 Principales Actividades al Interior del Grupo Chedraui

Valores: Programa en el cual difunde los conocimientos y valores entre los colaboradores del grupo.

Convenio de Empacadores Voluntarios y Trabajo a Personas de la Tercera Edad: En todas nuestras tiendas este programa permite a adultos mayores, tener un ingreso digno, sentirse útiles y prestar un servicio a la comunidad.

Empacadores Voluntarios Niños y Jóvenes: Quienes acuden en otro horario para que puedan asistir a la escuela.

Programas Calidad de Vida: Durante este último año hemos lanzado nuevos programas que buscan favorecer el equilibrio en la calidad de vida personal y profesional de nuestros colaboradores. 4.5.11

Liceo de Artes y Oficios A.C.



Véase Imagen 4.12: Liceo de Artes y Oficios A. C.

Fuente: Tomado de grupochedraui.com.mx/historia/

Misión

Ofrecer servicios educativos y capacitación a jóvenes y adultos de escasos recursos; con el fin de desarrollar en ellos aptitudes, actitudes, valores y principios que les permitan un desempeño humano y profesional exitoso.

Visión

Ser una institución libre, con elevado compromiso social y académico que integre, en un corto plazo, al sector productivo a personas con calidad humana y competencia en las normas de calidad vigentes.

Valores

Afán De Servicio, Responsabilidad, Respeto, Honestidad, Lealtad y Compromiso.

Proveer una educación de calidad a jóvenes mexicanos es también un eje fundamental dentro de nuestra estrategia de responsabilidad social a través de nuestras tres escuelas: Liceos De Artes Y Oficios, A C., ubicados en las Ciudades De Xalapa, Veracruz-Puerto y Villahermosa, los cuales ofrecen una enseñanza en materia de bachillerato, carreras técnicas y cursos intensivos.

El objetivo de los liceos es que sus estudiantes estén mejor preparados para continuar sus estudios universitarios, encontrar mejores empleos, o bien abrir un negocio propio, elevando de esa forma su nivel y calidad de vida.

En 2018 este proyecto educativo cumplió 31 años, tiempo en el que los liceos han capacitado a más de 43 mil estudiantes, cabe mencionar que la formación que reciben no es únicamente académica, sino también en valores y principios éticos, de tal manera que contribuimos a formar personas íntegras, durante el año 2018 los liceos recibieron a más de 1,850 alumnos, el objetivo para 2019 es ampliar el número de alumnos, al ofrecer cursos de educación en línea, de tal forma que las personas que quieran capacitarse pero que no puedan acudir a alguno de los planteles, no se queden fuera de esta posibilidad de crecimiento personal y laboral.

4.6 Programa de Sustentabilidad o Cuidado del Medio Ambiente de Chedraui

En Chedraui, desde hace tiempo trabajamos con la convicción de que, si bien la rentabilidad económica es el propósito de toda empresa, nuestro desempeño social y ambiental debe ser igualmente exitoso, sabemos que la sustentabilidad es la única manera en que podamos garantizar nuestra permanencia en el largo plazo y contribuir a dejar un mejor planeta para las generaciones futuras.

Convencidos de esto tenemos un comité de Sustentabilidad integrado por las principales direcciones de la compañía presidido por el director de Sustentabilidad con reuniones periódicas.



Véase Imagen 4.13: Energía Eólica.

Fuente: Tomado de grupochedraui.com.mx/historia/

Los objetivos principales de Chedraui en materia Ambiental están enfocados en disminuir al máximo posible nuestra huella de carbono, mediante un uso eficiente de recursos energéticos, hídricos, y el reciclaje de materiales tales como cartón, papel y plásticos.

Durante 2018 continuamos fortaleciendo las iniciativas tendientes a mitigar nuestra huella de carbono, a través de una reducción anual de 223,310 toneladas de CO2 que son equivalentes a plantar un total de 11,165,528 árboles, o que dejen de circular 93,046 autos, o bien dejar de utilizar 108,932 barriles de petróleo, esta disminución se logró gracias las iniciativas puestas en marcha para sustituir las fuentes de energía tradicionales por fuentes limpias, como la eólica, con la cual se abasteció el 80% de la energía de nuestras sucursales.



Véase Imagen 4.14: Chedraui Sustentable.

Fuente: Tomado de grupochedraui.com.mx/historia/

En este año en materia de cuidado del agua, logramos ahorrar más de 158 millones de litros gracias a servicios sanitarios ahorradores, campañas de educación hídrica, y la operación de nuestras plantas de tratamiento.

En el 2018 reciclamos 31,115 toneladas de cartón y 1,905 toneladas de plástico playo, estas acciones fueron equivalentes a conservar 529 mil árboles, o dejar de consumir más de 124,460 millones de litros de agua o ahorrar cerca de 18 millones de KW de electricidad, suficientes para satisfacer las necesidades de 4 mil familias

mexicanas en un año y ahorrar 9 mil barriles de petróleo que equivalen al consumo promedio de combustible de 420 familias integradas de 4 personas con un vehículo por familia.

Además, en todas nuestras Tiendas en México y Estados Unidos separamos los residuos de forma adecuada y manejamos bolsas reciclables/reusables con tecnología oxo-biodegradable.

Grupo Comercial Chedraui está comprometido con llevar a cabo proyectos Sustentables que preservan la biodiversidad de los entornos donde se planean las nuevas tiendas de autoservicio, previo a la construcción de las mismas, se elaboran estudios y sondeos para evaluar el potencial económico, el beneficio social conocer impactos que la construcción y su operación ocasionarán, implementando en la totalidad de los casos medidas preventivas y/o de mitigación que mejoren las condiciones originales en el entorno del predio seleccionado.

Algunas de las principales acciones que tomamos a favor de la comunidad en zonas aledañas a las tiendas de autoservicio:

- Promover la conciencia ambiental de la comunidad,
- Apoyar a bancos de alimentos autorizados,
- Fomentar el clima de cordialidad entre vecinos,
- Buscar el bienestar social de la comunidad.



Véase Imagen 4.15: Parque Eólico En Oaxaca, México.

Fuente: Tomado de grupochedraui.com.mx/historia/

CONCLUSIÓN

Gran parte del texto es para tener mejor comprensión de que es el Desarrollo Sustentable, ¿Cómo Funciona?, ¿Qué Elementos Interfieren?, ¿Porque es tan Importante? y todo esto con la finalidad de poder identificar si efectivamente Chedraui es una organización realmente comprometida con cada factor y también saber si las medidas y programas que lleva a cabo tienen la finalidad de ayudar al Medio Ambiente.

Chedraui una empresa comprometida con la gente, tuvimos la fortuna de conocer su funcionamiento en distintas áreas, realmente se preocupan por los empleados ya que estos reciben capacitaciones constantes, pláticas motivadoras y fomentan el cuidado del medio ambiente durante los descansos, los clientes realmente reciben un trato respetuoso y satisfactorio.

Chedraui es una organización de gran éxito y expansión a nivel nacional e internacional, la cual ha tenido una gran aceptación por parte de sus clientes y gobiernos locales debido a su constante interés por mejorar sus servicios, sus distintos procesos, condiciones de vida por parte de sus trabajadores como la sociedad, lo que la ha llevado a ser una empresa socialmente responsable, ya que cuenta con programas de apoyo social, cultural y ambiental, en todo el país, así como reconocimientos que respaldan sus principios en pro de la humanidad.

Es importante que Chedraui siga manteniendo este distintivo de ESR como lo ha logrado satisfactoriamente y que nunca de ver por el futuro de las próximas generaciones, para lograr esta armonía, es primordial que el compromiso nazca desde las decisiones que tome el líder y el trabajo de todos los colaboradores, esto se evidencia claramente por los valores que establece Chedraui y que rigen el comportamiento de sus trabajadores, dichos valores son la base para que los esfuerzos se transformen en resultados fructíferos para todos sus involucrados, es decir, para sus stakeholders internos y externos.

BIBLIOGRAFÍA

- Chedraui: Inicio De Cobertura. (2020). Obtenido junio 30, 2020, de https://www.monex.com.mx/portal/download/reportes/20191114_chdraui_cobertura.pdf
- Conoce Los Planes De Wal-Mart, Soriana, La Comer, Heb Y Chedraui Para El 2020. (2020). Obtenido febrero 23, 2020, de blog.storecheck.com.mx/conoce-los-planes-de-wal-mart-soriana-la-comer-heb-y-chedraui-para-2020
- Desarrollo Sostenible. (2020). Obtenido junio 27, 2020, de <https://www.un.org/es/ga/president/65/issues/sustdev.shtml>
- Desarrollo Sostenible. (2020). Obtenido junio 27, 2020, de https://dhpedia.wikis.cc/wiki/desarrollo_sostenible
- Fortalecemos Nuestro Compromiso Con El Cliente. (2020). Obtenido junio 30, 2020, de http://grupochedraui.com.mx/wpcontent/themes/chedraui/documentos/informacion_financiera/informe_anual/informe_anual_15_esp.pdf
- Gro Harlem Brundtland. (2020). Obtenido junio 27, 2020, de https://es.wikipedia.org/wiki/gro_harlem_brundtland Informe De Brundtland. (2020). Obtenido junio 27, 2020, de https://es.wikipedia.org/wiki/informe_brundtland
- Guía Para La Empresa Ambientalmente Sustentable. (2020). Obtenido junio 29, 2020, de http://www.centroscomunitariosdeaprendizaje.org.mx/sites/default/files/guia_para_la_empresa_ambientalmente_sustentable.pdf
- Guillén Parra, M. (2005). Ética En Las Organizaciones. Construyendo Confianza. (S. A. Pearson Educación, Ed.) Prentice-Hall, Inc. Obtenido junio 28, 2020 de file:///c:/users/personal/downloads/2._guille_n_parra_manuel_e_tica_en_las_organizaciones.pdf
- Historia. (2020). Obtenido febrero 23, 2020, de grupochedraui.com.mx/historia/
- Informe De Brundtland. (2020). Obtenido junio 27, 2020, de https://es.wikipedia.org/wiki/informe_brundtland
- Informe De Brundtland. (2020). Obtenido junio 27, 2020, de https://www.construmatica.com/construpedia/informe_brundtland

La Responsabilidad Social ante Los Grupos Implicados: Los Stakeholders. (2020).
Obtenido junio 28, 2020, de
<https://jeanethsanto.wixsite.com/misitio/single-post/2017/12/20/la-responsabilidad-social-ante-los-grupos-implicados-los-stakeholders>

Nuestro Futuro Común: Informe Brundtland. (2020). Obtenido junio 27, 2020, de
<https://web.archive.org/web/20111003074433/http://worldinbalance.net/intagreements/1987-brundtland.php>

Oficina De La Directora General. (2020). Obtenido junio 27, 2020, de
<https://www.who.int/dg/brundtland/es/>

Qué Son Los Stakeholders, Qué Tipos Existen Y De Qué Manera Impactan A Una Empresa. (2020). Obtenido junio 27, 2020, de
<https://rockcontent.com/es/blog/que-es-un-stakeholder/>

Vistazo Chedraui. (2020). Obtenido febrero 23, 2020, de
www.actinver.com/static/actinverday2018/assets/pdf/2019/vistazochedraui.pdf