



CENTRO MEXICANO  
PARA LA FILANTROPIA



ITESM

MIC  
f  
52

**Los Factores que Impactan  
a las Empresas  
para el Desarrollo de la  
Filantropía Corporativa**

**1999**

## **Centro Mexicano para la Filantropía, A.C.**

### **Comité Ejecutivo**

Ma. Luisa Barrera de Serna, Presidenta del Consejo

Rubén Aguilar Monteverde, Tesorero

José Manuel Muradás, Secretario

Vicepresidentes:

Manuel Arango Arias, MIRA Por los demás

Emilio Carrillo Gamboa, Nominaciones

Fernando Castro y Castro, Orden Jurídico

Julienne Gallardo Thurlow, Relaciones Internacionales

Julio Gutiérrez Trujillo, Investigación

Marcela Orvañanos de Rovzar, Membresías y Profesionalización

Clemente Serna Alvear, Comunicación

Pilar Servitje de Mariscal, Desarrollo Institucional

Martha Smith, Responsabilidad Social Empresarial

Javier Pérez Rocha, Vocal

Samuel G. Kalisch Valdéz, Vocal

Jorge Villalobos Grzybowicz, Presidente Ejecutivo

### **Equipo Profesional**

Jorge Villalobos Grzybowicz, Presidente Ejecutivo

Mauricio Guerrero Martínez, Promoción

Marcela Orozco Ramírez, Coordinación

Judith Arredondo Safa, Responsabilidad Social Empresarial

## **Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey**

Ing. Carlos Enrique González Negrete

Director General del ITESM, Campus Ciudad de México

Dr. Francisco Medina Gómez

Director de Investigación y Estudios Estratégicos

Ing. Guillermo Granados Ruíz

Director del Centro de Desarrollo de Calidad y

Competitividad

Ing. Héctor Rodolfo Sánchez Martínez

Coordinador del Centro de Estudios Estratégicos

Lic. Oscar Pineda Catalan

Coordinador del Centro de Estudios Estratégicos



CENTRO MEXICANO  
PARA LA FILANTROPIA

***El Centro Mexicano para la Filantropía, es una Asociación Civil sin fines de lucro, sin filiación de partido, raza o religión fundada en diciembre de 1988. Cuenta con permiso de la Secretaria de Hacienda y Crédito Público para emitir recibos de donativos deducibles de impuestos. Su sede se encuentra en la Ciudad de México y su ámbito de acción abarca todo el país.***

***Su misión es promover cultura filantrópica en México, y fortalecer la participación organizada de la sociedad, en su desarrollo integral y en la solución de los problemas comunitarios***



**ITESM**

***El Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM) fue fundado en 1943 por un grupo de empresarios mexicanos. Es una institución particular independiente de grupos políticos y religiosos. Su misión es formar personas comprometidas con el desarrollo de su comunidad para mejorarla en lo social, en lo económico y en lo político y hacer investigación y extensión relevantes para el desarrollo sostenible del país.***

## INTRODUCCIÓN

La problemática social se ha agravado considerablemente en los últimos años, desbordando en muchos casos la capacidad de los gobiernos para responder a sus demandas. Afortunadamente en las últimas décadas ha crecido también, en forma importante, la participación de organizaciones de ciudadanos para atender estas problemáticas.

Estas organizaciones tienen como características principales el ser independientes y no perseguir fines de lucro. Su naturaleza les hace difícil tener su propio patrimonio o rendir algún servicio y por esta razón la mayor limitación que tienen en el cumplimiento de sus objetivos son los escasos recursos que se manejan. Las necesidades sociales son siempre mayores a sus posibilidades económicas. Usualmente sus recursos provienen de empresas, de fundaciones o bien por contribución directa de particulares.

Se ha encontrado que cada vez son más las acciones filantrópicas que realizan las empresas privadas, sin embargo sus aportaciones son aún insuficientes frente a las necesidades tan imperiosas que tiene buena parte de la sociedad mexicana. Es así que la iniciativa privada puede convertirse en el mayor agente de ayuda a la cultura filantrópica. Esto debido al número considerable de empresas que hay en el país y a su constante flujo de utilidades que puede permitir la canalización de fondos, talento y trabajo a instituciones filantrópicas.

## ANTECEDENTES

En el año de 1993, el Centro Mexicano para la Filantropía, A.C. realizó una investigación entre las principales empresas de México con el objeto de conocer sus prácticas filantrópicas y motivaciones para invertir en la comunidad. La encuesta se aplicó a 300 empresas en toda la República Mexicana y obtuvimos una respuesta sorprendente del 50%.

Ahora, 5 años después, nuestro interés es realizar un estudio comparativo en conjunto con el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM)- Campus Ciudad de México, que indique qué ha cambiado, cuáles son las tendencias de la inversión social corporativa en vísperas del S. XXI y de que manera podemos apoyar el liderazgo de la empresa frente al desarrollo social.



# EL ESTUDIO

## Objetivo

*El interés principal de este trabajo de investigación fue conocer los factores que motivan a las empresas establecidas en México a realizar acciones de tipo filantrópico y comparar los resultados obtenidos con la investigación realizada por el CEMEFI durante 1993.*

## Alcances

- Impulsar una nueva cultura empresarial atenta a la responsabilidad o participación social y en especial a la filantropía, a través del proceso mismo de la investigación y de la divulgación de los resultados.
- Obtener una información reciente sobre actitudes respecto de la responsabilidad social como un concepto más amplio y que engloba a la Filantropía Corporativa.
- Desarrollar una mayor calidad y efectividad en el trabajo de las Organizaciones Filantrópicas dedicadas a la promoción de la filantropía en la sociedad mexicana y de las empresas que la practican.
- Generar compromisos y colaboraciones de las empresas con la sociedad.

## Marco Teórico

La perspectiva directriz de este estudio se perfila básicamente desde el concepto de "Filantropía Corporativa". Se define como tal a la actitud empresarial que consiste en el involucramiento del productor con la sociedad a través de acciones de interés colectivo.

Este marco de referencia, además de que centra claramente el horizonte del estudio y observa nuestros planteamientos originales y los alcances que se pretenden, también inspira una relativamente nueva línea de investigación, importante y poco explorada en México.

## Metodología

La fuente primaria de información es nuestro objeto de estudio: las empresas establecidas en México. En este sentido los métodos de recopilación de información fueron los siguientes:

- Cuestionario a directivos de 320 empresas, de las cuales 133 fueron las mismas que participaron en la investigación de 1993 y el resto fueron seleccionadas de la lista de 500 empresas más importantes de México que publica año con año la revista Expansión.
- Sesiones interactivas con funcionarios corporativos de nivel directivo

La fuente secundaria de información se basa en la literatura relacionada con esta área de estudio. Para ello se consultó bibliografía nacional y extranjera (libros, resúmenes, compilaciones etc.), sobre estudios previos.

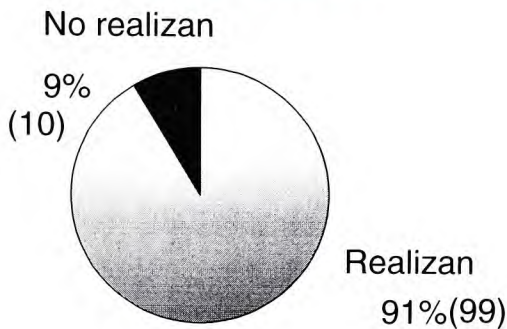
***"La empresa cobra cada día una relevancia mayor en la vida social y no puede rehuir su contribución a la solución de los innumerables problemas que agobian a la sociedad. La historia nos dice que cuando existe un vacío alguien lo llena. Si la empresa, ante esos problemas permanece inactiva, otras fuerzas - probablemente menos calificadas y muchas veces hostiles - tomarán la iniciativa."***

***Lorenzo Servitje***

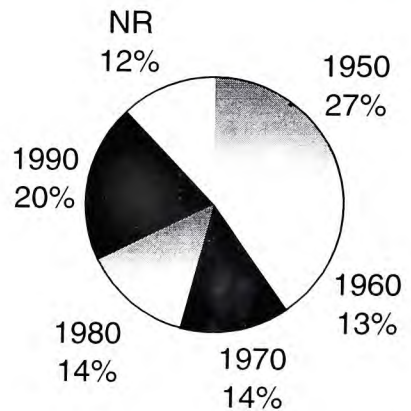
# RESULTADO DEL ESTUDIO CUANTITATIVO

La encuesta fue enviada a 320 empresas y obtuvimos una respuesta del 34%, es decir, un total de 109 cuestionarios de los cuales, 57 son empresas que participaron en la investigación de 1993 y 52 son de reciente incorporación. Es importante mencionar que todas las afirmaciones que se hacen acerca de las empresas que realizan o no acciones filantrópicas se refieren exclusivamente a las empresas que contestaron la encuesta. Las gráficas que no indiquen un porcentaje se refieren al número de empresas que respondieron en un determinado sentido. (NR = No respondió)

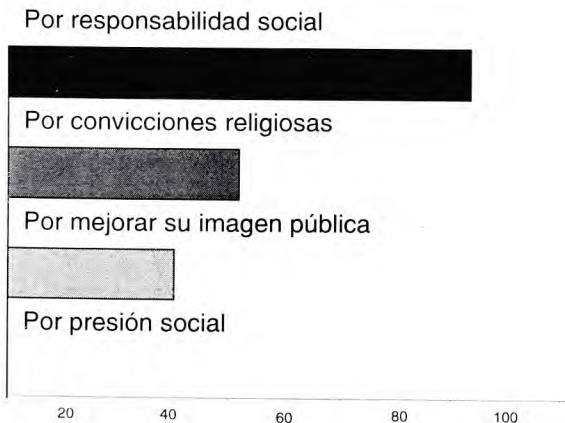
## NUMERO DE EMPRESAS QUE REALIZAN ACCIONES FILANTROPICAS



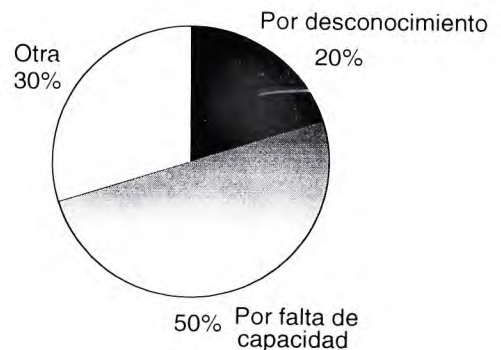
## ¿DESDE CUANDO REALIZAN ACCIONES FILANTROPICAS?



## LAS RAZONES QUE MOTIVAN A UNA EMPRESA A REALIZAR ACCIONES FILANTROPICAS

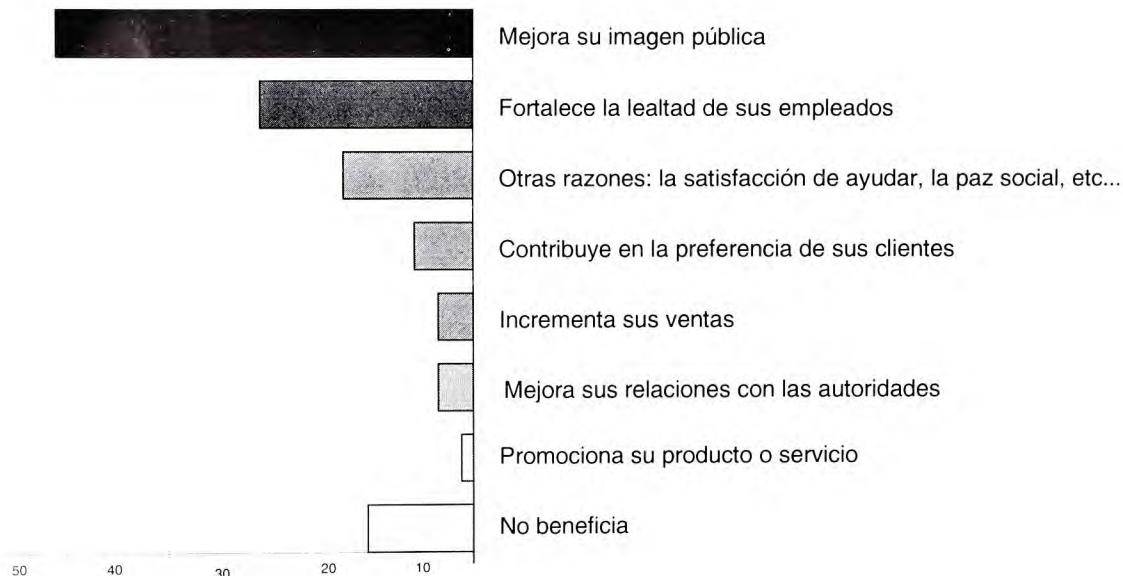


## RAZONES POR LAS CUALES LAS EMPRESAS NO REALIZAN DONATIVOS

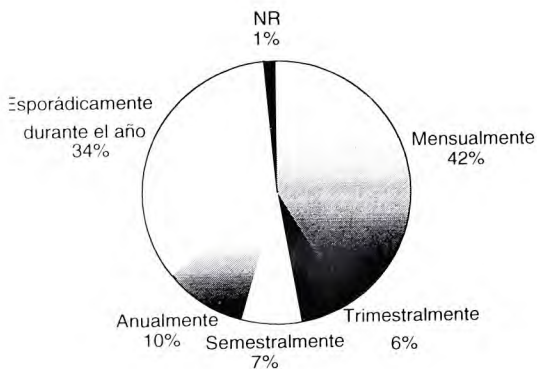


## BENEFICIOS QUE RECIBEN LAS EMPRESAS POR REALIZAR ACCIONES FILANTRÓPICAS

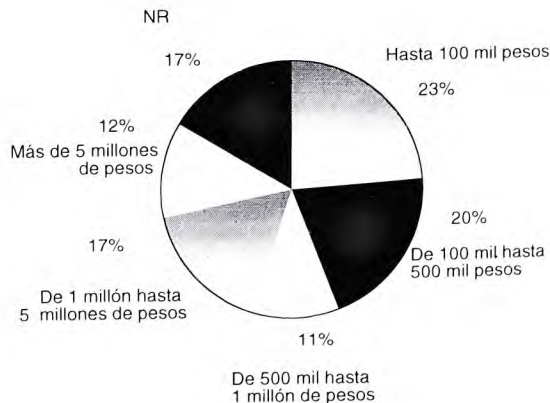
Nivel de importancia de los siguientes factores



## FRECUENCIA CON QUE REALIZAN ACTIVIDADES FILANTRÓPICAS

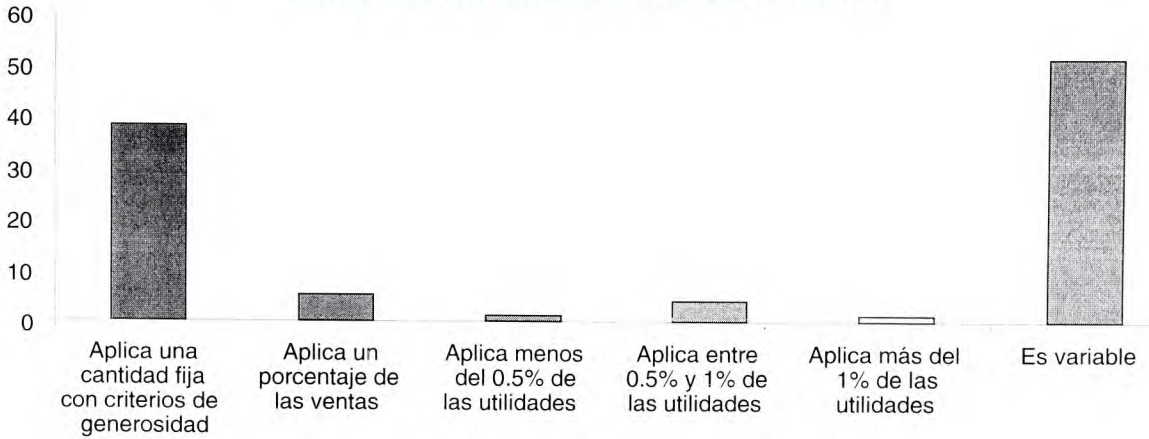


## MONTO ANUAL DESTINADO A LAS ACCIONES FILANTRÓPICAS





















## CRITERIOS QUE UTILIZAN LAS EMPRESAS PARA ASIGNAR RECURSOS PARA LAS ACTIVIDADES FILANTROPICAS



## CAUSAS SOCIALES QUE RECIBEN INVERSION EMPRESARIAL

	Educación	32%
	Salud	24%
	Bienestar	19%
	Filantropía	7%
	Arte y Cultura	5%
	Desarrollo	4%
	Ecología	4%
	Ciencia y Tecnología	4%
	Derechos Humanos	1%

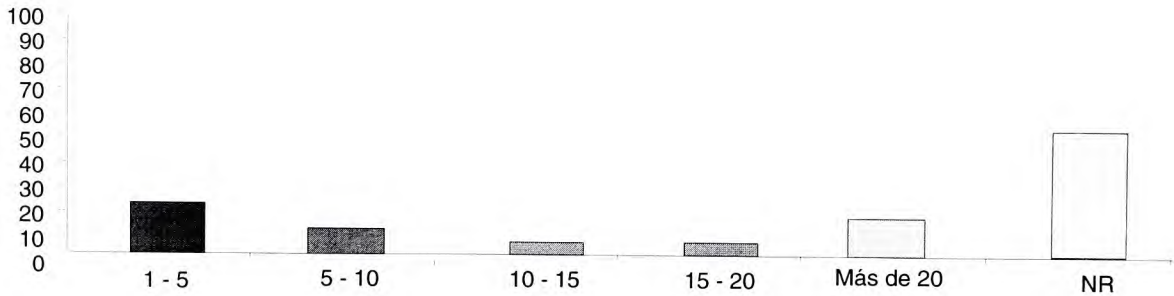
Area de Acción		Actividad Específica	
	Arte y Cultura	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Museos</li> <li>• Actividades socioculturales</li> <li>• Actividades deportivas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Arte y cultura</li> <li>• Arte sacro</li> </ul>
	Bienestar	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Albergues</li> <li>• Asilos</li> <li>• Atención a desamparados</li> <li>• Atención a personas carentes de recursos</li> <li>• Atención a niños: de la calle, huérfanos, sin recursos</li> <li>• Obras Sociales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atención y cuidado de enfermos</li> <li>• Brindar apoyo económico o en especie</li> <li>• Casas de reposo</li> <li>• Casas hogar</li> <li>• Estancias infantiles</li> <li>• Internados</li> </ul>
	Ciencia y Tecnología	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Asistencia tecnológica</li> <li>• Ciencia y tecnología</li> <li>• Ciencias básicas, biológicas o sociales</li> <li>• Generación de tecnología</li> </ul>	
	Derechos Humanos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Asesoría legal</li> <li>• Derechos humanos</li> <li>• Desaparecidos</li> <li>• Homosexuales</li> <li>• Tortura</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Migrantes</li> <li>• Presos Políticos</li> <li>• Reclusos</li> <li>• Refugiados</li> </ul>
	Desarrollo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Asistencia administrativa o técnica</li> <li>• Asociaciones de colonos</li> <li>• Bolsa de trabajo</li> <li>• Cajas de ahorro</li> <li>• Construcción y vivienda</li> <li>• Jubilados</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cooperativas</li> <li>• Desarrollo comunitario</li> <li>• Desarrollo industrial</li> <li>• Formación política</li> <li>• Integración de la mujer</li> </ul>
	Ecología	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Agua</li> <li>• Aire</li> <li>• Contaminación</li> <li>• Educación ecológica</li> <li>• Fauna</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Flora</li> <li>• Manejo de deshechos</li> <li>• Manejo de recursos</li> <li>• Medio ambiente</li> <li>• Parques</li> </ul>
	Educación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alfabetización</li> <li>• Becas y apoyos</li> <li>• Capacitación</li> <li>• Centros de documentación</li> <li>• Cursos y talleres</li> <li>• Educación especial</li> <li>• Métodos de aprendizaje</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Educación religiosa</li> <li>• Educación técnica</li> <li>• Formación integral</li> <li>• Intercambio cultural</li> <li>• Educación preescolar, primaria, secundaria, preparatoria y superior</li> </ul>
	Salud	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Adicciones: drogas o alcoholismo</li> <li>• Alteraciones motoras</li> <li>• Cirugía</li> <li>• Cuidado intensivo</li> <li>• Discapacitados</li> <li>• Especialidades médicas</li> <li>• Hospitales</li> <li>• Invidentes</li> <li>• Retraso mental</li> <li>• Sordomudos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Medicina familiar</li> <li>• Medicina física y rehabilitación</li> <li>• Medicina general</li> <li>• Medicina preventiva</li> <li>• Nutrición e higiene</li> <li>• Planificación familiar</li> <li>• Primeros auxilios</li> <li>• Sida</li> <li>• Síndrome de Down</li> </ul>



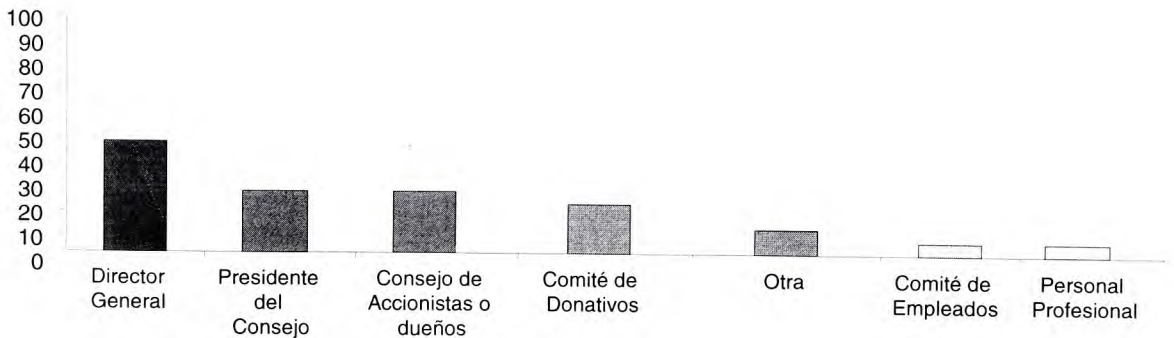
## PERFIL DE LAS INSTITUCIONES QUE RECIBEN APOYO EMPRESARIAL



## NUMERO DE ORGANIZACIONES QUE APOYAN LAS EMPRESAS ANUALMENTE



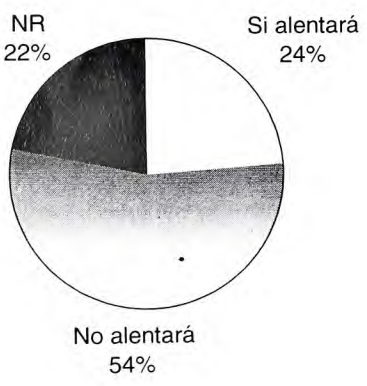
## ENTIDAD QUE TOMA LAS DECISIONES SOBRE EL DESTINO Y LOS MONTOS DE LA INVERSIÓN SOCIAL EN LA EMPRESA



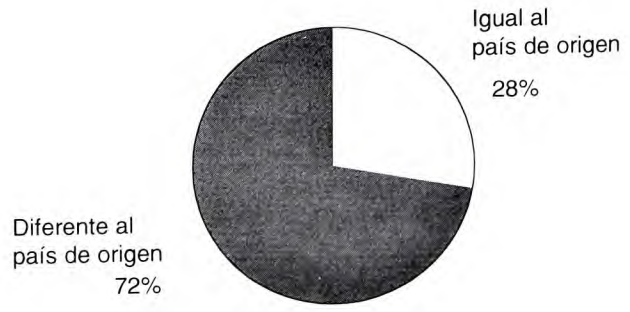
### QUIEN ORGANIZA Y DA SEGUIMIENTO A LAS ACCIONES FILANTROPICAS



### IMPACTO DEL CONVENIO PARA EVITAR LA DOBLE TRIBUTACION COMO UN MECANISMO DE ALIENTO A LA INVERSIÓN SOCIAL CORPORATIVA

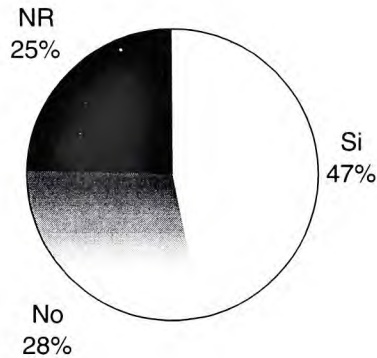


### EQUIVALENCIA DE LA INVERSIÓN SOCIAL DE LAS EMPRESAS EXTRANJERAS QUE OPERAN EN MEXICO

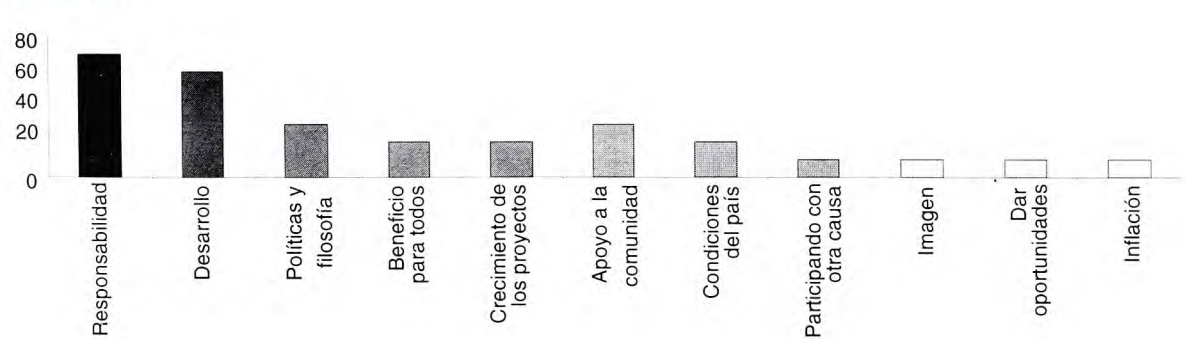


# TENDENCIAS DE LA INVERSION SOCIAL EMPRESARIAL

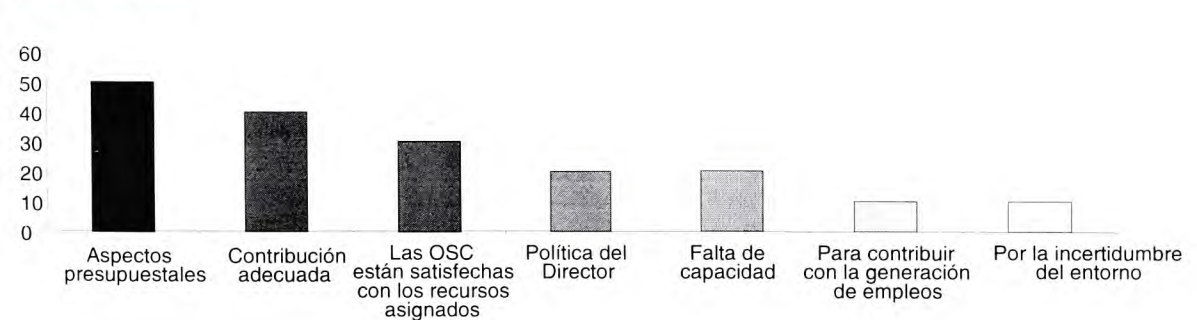
## DECISION DE INCREMENTAR SUS ACCIONES FILANTROPICAS



### A FAVOR



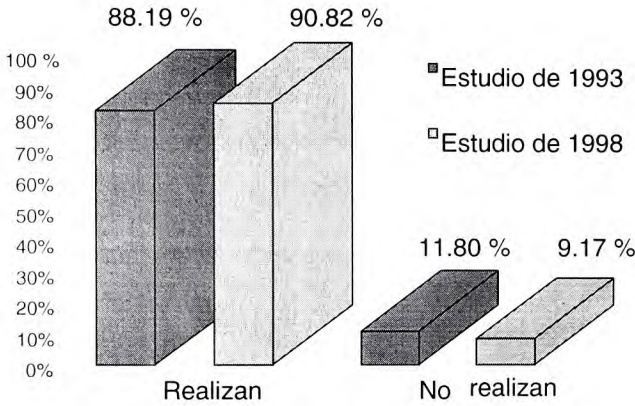
### EN CONTRA



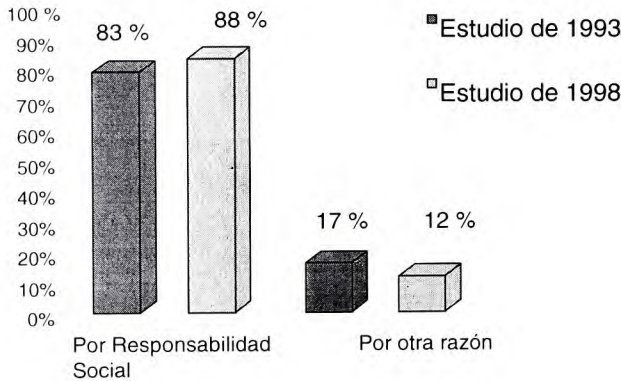


# COMPARACION DE RESULTADOS 1993-1998

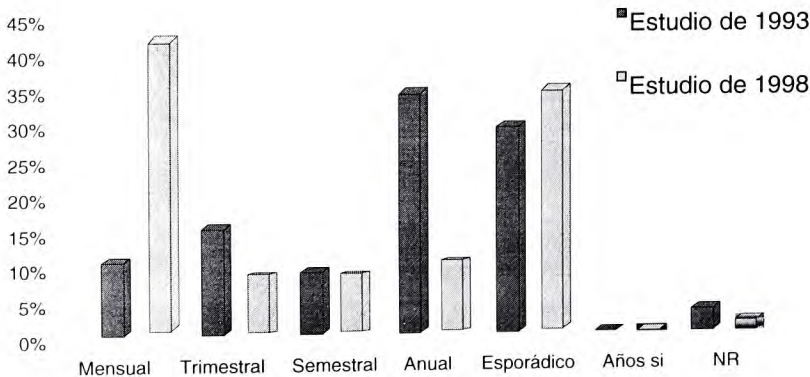
**EMPRESAS QUE REALIZAN ACTIVIDADES FILANTROPICAS AL MENOS UNA VEZ AL AÑO**



**RAZON PRIMORDIAL POR LA QUE LAS EMPRESAS REALIZAN ACTIVIDADES FILANTROPICAS**



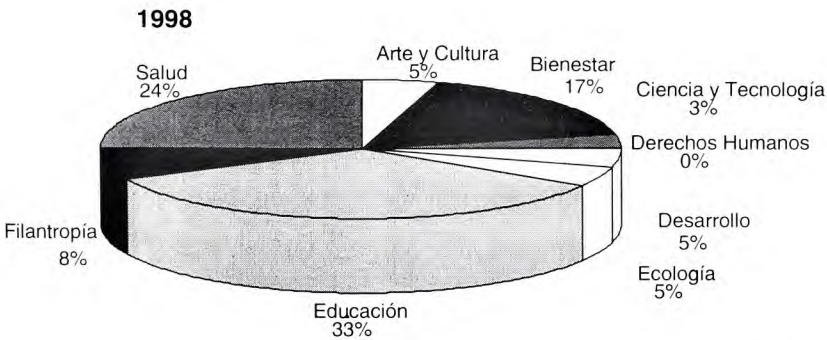
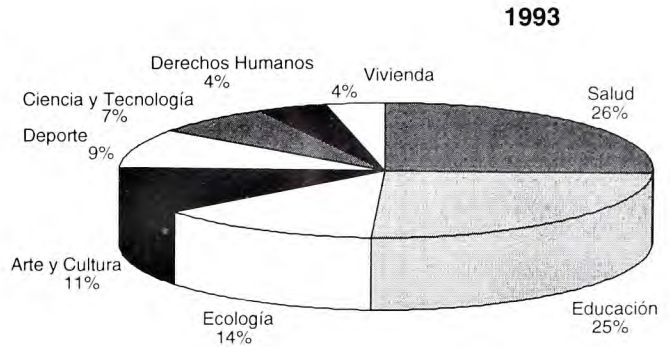
**FRECUENCIA CON QUE REALIZAN ACTIVIDADES FILANTROPICAS LAS EMPRESAS**



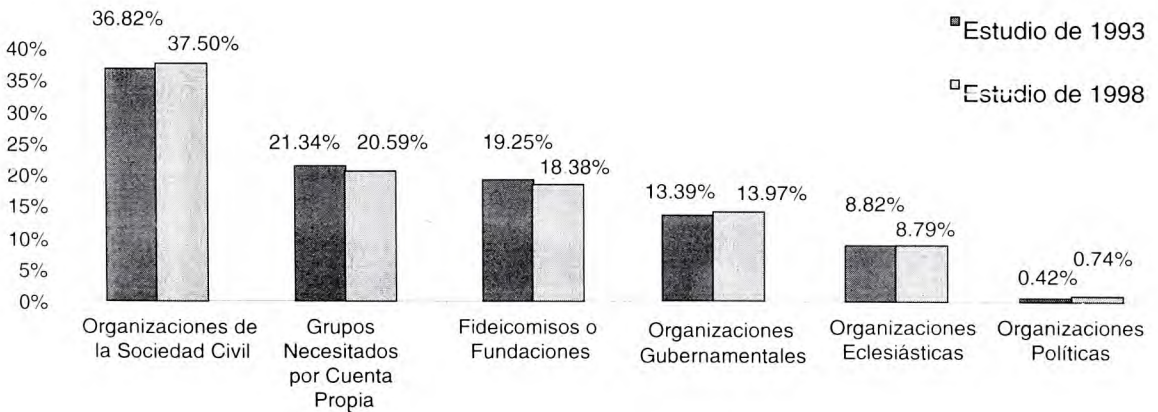
## CAUSAS SOCIALES QUE RECIBEN INVERSION EMPRESARIAL

Causas Sociales	1993	1998
Salud	26%	24%
Educación	25%	32%
Ecología	14%	4%
Arte y Cultura	11%	5%
Ciencia y Tecnología	7%	4%
Derechos Humanos	4%	1%
Bienestar	*	19%
Desarrollo	*	4%
Filantropía	*	7%
Deporte	9%	*
Vivienda	4%	*

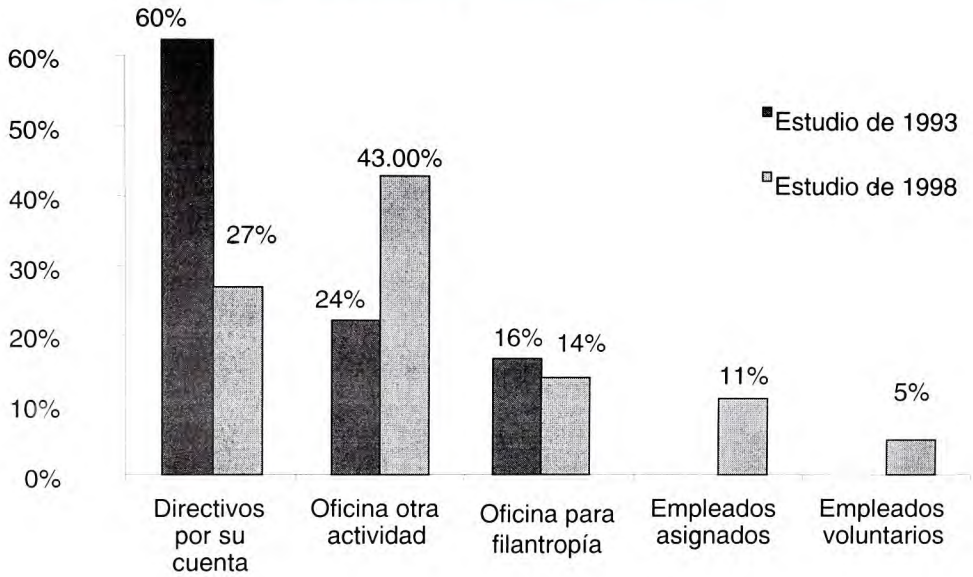
\*No se preguntó



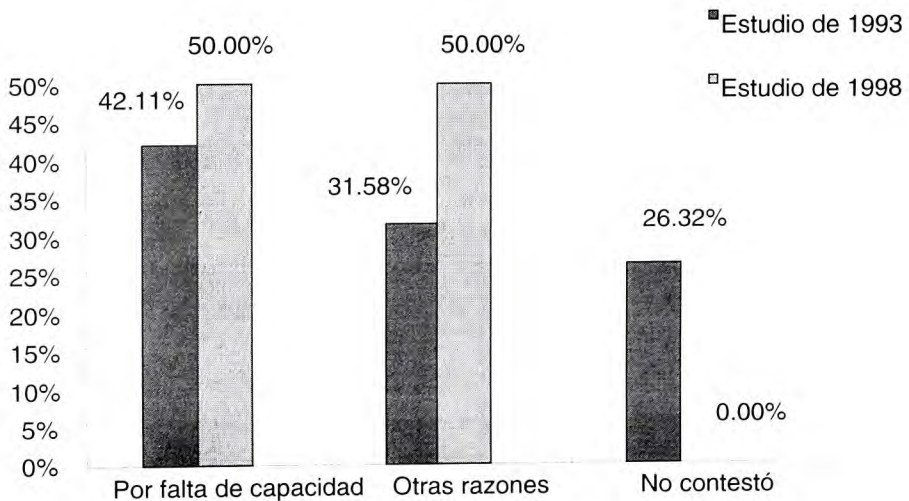
## TIPO DE INSTITUCIONES QUE APOYAN LAS EMPRESAS



## QUIEN ORGANIZA Y DA SEGUIMIENTO A LAS ACCIONES FILANTROPICAS



## RAZONES POR LAS QUE LA EMPRESA NO INVIERTE SOCIALMENTE





# RESULTADO DEL ESTUDIO CUALITATIVO

Con el afán de conocer cuales son los factores que influyen para que una empresa realice o no actividades filantrópicas, se organizaron cuatro reuniones interactivas con 41 ejecutivos de alto nivel.

Dichas sesiones interactivas basadas en computadora facilitan la solución de problemas no estructurados por un conjunto de tomadores de decisiones trabajando juntos como grupo. Este tipo de sistemas se utilizan con el objetivo de lograr la participación de un grupo de personas durante la toma de decisiones, en ambientes de anonimato y consenso.

Los directivos invitados han definido a la filantropía corporativa como:

1. La participación activa, de personas físicas o morales, en la mejora constante y definitiva de aquellos individuos pertenecientes a los sectores más desprotegidos.
2. El esfuerzo integrado por parte de la empresa de regresar a la comunidad algo de lo que la comunidad le ha dado. Es una actividad estratégica, en el sentido de que tiene también idealmente un valor para el negocio, y se compone de contribuciones en efectivo, en especie y en tiempo voluntario. También se involucran idealmente directivos, empleados, trabajadores, accionistas, y es una función como cualquier otra del negocio.

## Principales factores que influyen para que una empresa realice actividades filantrópicas

1. El liderazgo, compromiso y voluntad de la Dirección.
2. El sentido de responsabilidad con su comunidad.
3. El cumplimiento con los valores morales y sociales de la empresa.
4. La creación de un clima social estable y duradero.
5. El crear una Imagen con impacto comunitario.
6. La conciencia social del Consejo de Accionistas.
7. El desarrollo de un sentido de lealtad y pertenencia.

## Factores que influyen para que un empresa no realice actividades filantrópicas:

1. La falta de una cultura de responsabilidad social
2. La desconfianza en las instituciones.
3. La falta de conciencia, compromiso y liderazgo.
4. La falta de recursos e inestabilidad económica.
5. La insuficiencia de iniciativas sociales a las cuales apoyar
6. La falta de información de los beneficios de esta actividad.
7. No existe un equilibrio entre el costo/beneficio de estas actividades a corto plazo.
8. En la empresa se contemplan otras prioridades.
9. La empresa considera como fin único generar utilidades.
10. El desinterés en las actividades de filantropía.

*"Para que el desarrollo sea efectivo y pueda considerarse progreso, éste deberá ser sostenible y equitativo, lo que implica un equilibrio entre la creación de la riqueza, su uso y distribución, asegurando a su vez su continuidad."*

*Manuel Arango*

# CONCLUSIONES FINALES

## De Tipo Metodológico

- Las conclusiones se refieren específicamente a las características de la inversión social en el sector de la gran empresa en México
- El elevado número de respuestas recibidas, 109 de las 343 encuestas enviadas que representan un 34% del total, refleja el creciente interés en nuestro país por el tema de la responsabilidad social corporativa.
- Sin embargo, cabe destacar que un número importante de encuestas no fue respondida en su totalidad. Es posible que esto se deba a que tal vez no existe una clara definición de las características (motivaciones, causas, números, etc.) de la inversión social dentro de la empresa y por mismo no se dispone de indicadores. Esto significa que hay un campo importante de apoyo a la empresa que es necesario desarrollar y por lo mismo la pertinencia del **Programa de Apoyo a la Responsabilidad Social Empresarial**.

## Características de la Inversión Social Empresarial 1993 - 1998

- En los últimos cinco años **creció el número de empresas** que realizan acciones de inversión social en la comunidad. Hay un incremento de casi un 3% (88.19% a 91%). Este número tan elevado de empresas que realizan inversiones en la comunidad, nos muestra que hacer filantropía, va formando parte de la cultura empresarial mexicana.
- La principal razón que motiva a la empresa a invertir socialmente, es ejercer su responsabilidad social. Los empresarios son muy claros al decir que la empresa debe participar en el desarrollo social, como una manera de regresar a la sociedad, parte de lo que se recibe de ella.
- Las que no invierten socialmente, explicaron no hacerlo por “falta de capacidad” que obtuvo un 50% de las respuestas. Sin embargo, la otra mitad de las indica tener otras razones, como por ejemplo, la “falta de información o conocimiento” (20%). En el estudio cualitativo los empresarios dijeron que un factor que dificulta la inversión social es la desconfianza hacia las instituciones.
- La investigación muestra que la inversión social de la empresa se viene **profesionalizando**:
  - En 1993 un 35% de las empresas realizaban donativos anuales o de manera esporádica. En 1998 el 42% lo hacen mensualmente.
  - En 1993 la mayor parte de los donativos eran decididos por los altos ejecutivos o directores y ahora en 1998 podemos ver que esta facultad está siendo delegada a ejecutivos de rangos intermedios o ubicada en órganos específicos.

- Igualmente es importante constatar que un 11% de empresas, reportó contar con un “Comité de donativos” integrado por empleados para decidir el destino de dichas inversiones.
- Con todo y estos avances, sigue apareciendo una gran dispersión en cuanto a las causas que apoya una empresa y a los procedimientos establecidos para ello, limitando tanto los beneficios para la comunidad como para la empresa.
- Han cambiado las causas sociales elegidas por la empresa para realizar inversión social. En 1993 la salud (26%) y la educación (25%) se llevaban la mayor parte de las inversiones, seguidas por ecología (14%) y el arte y la cultura (11%). Ahora en 1998, la educación es el tema principal de su interés (32%), la salud se mantuvo casi igual (24%) seguida por el bienestar (19%) y el resto se destina a las otras causas. En realidad, en todo el mundo, la educación y la salud son las causas principales en las que participa la inversión social privada, alternándose de acuerdo a diversas circunstancias.
- El “tipo de instituciones” que reciben la mayor inversión social es prácticamente el mismo en 1993 y en 1998. Las Asociaciones Privadas no lucrativas están por encima de los grupos religiosos o gubernamentales.
- En cuanto a la tendencia de la inversión social empresarial, el 47% de las empresas indica que “piensan incrementar o iniciar actividades de inversión social”. Sólo un 28% declaró que no piensan hacerlo, por no disponer de presupuesto para ello. El CEMEFI ha elaborado estrategias de inversión que no implican necesariamente un desembolso en efectivo, como por ejemplo, prestar sus instalaciones, transferir el talento empresarial a las OSC, y muchas mas.
- Finalmente, como conclusión final, el estudio muestra que la gran empresa en México sí invierte socialmente y que esta tendencia está creciendo; que la inversión social se está integrando a la cultura empresarial y que sus procedimientos se están profesionalizando, pero que todavía hay camino que recorrer en la elección de causas y en las formas de realizar la inversión en la comunidad.



# Empresas Participantes

3COM de México, S.A. de C.V.  
 Afianzadora Insurgentes, S.A. de C.V.  
 Afore Bital, S.A. de C.V.  
 Albright & Wilson Troy de México, S.A. de C.V.  
 Alcatel  
 ALFA Corporativo, S.A de C.V  
 Almacenes Coppel S.A. de C.V.  
 American Airlines  
 American Express Company Mexico, S.A. de C.V.  
 Aon Risk Serv. Seguros y de Fianzas S.A. de C.V.  
 Arvizu, S.A.  
 Asociación de Banqueros de México A.C.  
 Asociación Filantrópica Cummins, A.C.  
 Automovilística Veracruzana, S.A. de C.V.  
 Avantel, S.A. de C.V.  
 Banco de Boston, S.A  
 BDF México, S.A. de C.V.  
 Birds Eye de México S.A. de C.V  
 BMG Entertainment México, S.A. de C.V.  
 Bozell, S.A. de C.V.  
 Café Internacional de Córdoba, S.A. de C.V.  
 Calefacción y Ventilación S.A.  
 Carlson Wagonlit Travel  
 Casa Autrey  
 Cementos de Chihuahua S.A. de C.V.  
 Cementos Mexicanos, S.A. de C.V.  
 Ceras Johnson S.A de C.V  
 Cia. Hulera Tornel, S.A. de C.V.  
 CIFRA - WAL MART  
 Cintra, S.A. de C.V.  
 Citibank México, S.A  
 Coca Cola Export México  
 Compañía Industrial de Parras S.A. de C.V.  
 Compañía Mexicana de Aviación, S.A. de C.V.  
 Compañía Nestlé, S.A de C.V  
 Consultores en Informática y Computación S.A. de C.V.  
 Corporativo Especialidades, S.A. de C.V.  
 Cummins, S de R.L de C.V  
 Daewoo Electronics Corp. de México, S.A. de C.V.  
 Danone de México S.A. de C.V.  
 Deportes Marti, S.A. de C.V.  
 Desarrolladora Metropolitana S.A. de C.V.  
 ECCA de México A.C.  
 Ediciones Larousse, S.A. de C.V.  
 EDS de México, S.A. de C.V.  
 El Asesor Comercial, S.A. de C.V.  
 Elek Moreno Valle y Asociados, S.A de C.V.  
 Eli y Cia. de México S.A. de C.V.  
 Empresas ICA Sociedad Controladora, S.A. de C.V.  
 Estafeta Mexicana S.A.  
 Farmacias Benavides, S.A. de C.V.  
 Ford Motor Company, S.A. de C.V.  
 Fundación Chrysler México, IAP  
 Fundación Clínica Médica Sur, A.C.  
 Fundación J.P. Morgan, A.C.  
 Fundación Tarahumara  
 Ganaderos Productores de Leche Pura S.A. de C.V.  
 Gigante, S.A. de C.V.  
 GIRSA, S.A. de C.V.  
 Glaxo Wellcome México, S.A. de C.V.  
 Grinell, S.A. de C.V.  
 Grupo APASCO  
 Grupo Bal  
 Grupo Bavaria, S.A. de C.V.  
 Grupo Bufete Industrial  
 Grupo Comercial Cherrauí S.A. de C.V.  
 Grupo Editorial Expansión, S.A. de C.V.  
 Grupo el Asturiano S.A de C.V  
 Grupo Financiero Bancomer, S.A.  
 Grupo Financiero BITAL, S.A.  
 Grupo Financiero Inverlat, S.A.  
 Grupo Fonsaint, S.A. de C.V.  
 Grupo ICI México, S.A. de C.V.  
 Grupo ICONSA, S.A. de C.V.  
 Grupo Industrial BIMBO  
 Grupo Lamosa S.A. de C.V.  
 Grupo Mayer, S.A.  
 Grupo Nacional Provincial, S.A.  
 Grupo Plástico Nova, S.A. de C.V.  
 Grupo Quan  
 Grupo Roche Syntex de México S.A. de C.V.  
 Hewlett Packard de México, S.A de C.V  
 House of Fuller, S.A. de C.V.  
 IBM de México S.A.  
 Impactos Exteriores y Espectaculares S.A. de C.V.  
 Industrias Peñoles  
 Infomap de México, S.A. de C.V.  
 Inmobiliaria Parque Reforma, S.A de C.V  
 Janssen - Cilag  
 Johnson and Johnson Medical, S.A. de C.V.  
 Laboratorios Liomont, S.A. de C.V.  
 Lafon y Asociados, S.C  
 Lidership Inc. International Managment  
 Magaña Sirera, S.A.  
 Manpower S.A. de C.V.  
 Maquinaria IGSA, S.A. de C.V.  
 Mexichem, S.A. de C.V.  
 MVS Multivisión S. A. de C.V.  
 Nacional Financiera, S.N.C.  
 No Sabe Fallar S.A. de C.V.  
 Núcleo Radio Mil, S.A. de C.V.  
 Omnitrition de México S.A, de C.V.  
 Organización Robert's, S.A. de C.V.  
 Organización Soriana, S.A. de C.V.  
 Orsa Lubricantes, S.A. de C.V.  
 Praxair México, S.A. de C.V.  
 Price Waterhouse Coopers. S.A. de C.V.  
 Química Sumex, S.A. de C.V.  
 RAY-O-VAC  
 Red Ambiental Juvenil  
 Reichhold Química de México S.A. de C.V.  
 Searle de México S.A. de C.V.  
 Seguros Monterrey Aetna, S.A de C. V.  
 Servicio Panamericano de Protección S.A de C.V.  
 Shell México, S.A. de C.V.  
 Siemens S.A. de C.V.  
 Sistema Argos, S.A. de C.V.  
 Teleindustria Ericsson S.A. de C.V.  
 TELMEX, S.A. de C.V.  
 Transportación Marítima Mexicana, S.A. de C.V.  
 Tubos de Acero de México, S.A de C.V.  
 Tupperware- Dart, S.A. de C.V.  
 Unión de Industriales Litógrafos, S.A. de C.V.  
 UPS  
 Volkswagen de México  
 Xerox Mexicana S.A. de C.V.  
 Zimat Consultores, S.A de C.V

# Agradecimientos

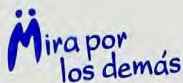
Nuestro especial agradecimiento al Sr. Manuel Arango Arias, Fundador y Presidente Honorario del Centro Mexicano para la Filantropía, A.C. y al Sr. Lorenzo Servitje Sendra, Consejero del Grupo Industrial BIMBO, S.A. de C.V. y del Centro Mexicano para la Filantropía, A.C. por el apoyo brindado a este proyecto.

## Comité Asesor del Programa de Responsabilidad Social Empresarial

Martha Smith de Rangel  
Mercedes Aragonés y Ruipérez  
Patricio Bidault  
Alfonso González Migoya  
Mauricio Guerrero Martínez  
Julio Gutiérrez Trujillo  
Samuel Kalisch Valdéz  
Steve Knaebel  
Eduardo Ortiz Tirado  
Roberto Rodríguez  
Agustín Santamarina  
Jorge Villalobos Grzybowicz  
Luis Yerenas Ruvalcaba

## Socios Empresariales

ALFA Corporativo, S.A de C.V  
Banco de Boston, S.A  
Ceras Johnson S.A de C.V  
CIFRA - WAL MART  
Citibank México, S.A  
Coca Cola Export México  
Compañía Nestlé, S.A de C.V  
Cummins, S de R.L de C.V  
Elek Moreno Valle y Asociados, S.A de C.V.  
Fundación J.P. Morgan, A.C.  
Grupo Financiero Bancomer, S.A.  
Grupo Financiero BITAL, S.A.  
Grupo Industrial BIMBO  
Hewlett Packard de México, S.A de C.V  
Inmobiliaria Parque Reforma, S.A de C.V  
Janssen - Cilag  
Lafon y Asociados, S.C  
Supermercados Internacionales HEB, S.A. de C.V.  
Tubos de Acero de México, S.A de C.V.  
Tubos de Acero de México, S.A de C.V.  
Zimat Consultores, S.A de C.V



FILANTROPIA  
CORPORATIVA

FILANTROPIA  
CORPORATIVA

FILANTROPIA  
CORPORATIVA

FILANTROPIA  
CORPORATIVA

FILANTROPIA  
CORPORATIVA

FILANTROPIA  
CORPORATIVA

Centro de Información Filantrópica



000006612



CENTRO MEXICANO  
PARA LA FILANTROPIA



**ITESM**

Cerrada de Salvador Alvarado No. 7  
Col. Escandón, 11800 México D.F.  
APARTADO POSTAL 40-278  
TEL: 52-77-6111 FAX: 55-15-5448  
cemefi@cemefi.org web: <http://www.cemefi.org>

Calle del Puente No. 222 Esq. Periférico Sur  
Tlalpan 14380 México D.F.  
Tel. 5483-1863 Fax. 5673-2500