



Responsabilidad Social Empresarial

APUNTES

Dr. Orlando López Báez

**UNIVERSIDAD AUTONOMA DE CHIAPAS
CENTRO UNIVERSIDAD EMPRESA
TUXTLA GUTIERREZ, CHIAPAS 2021**

Presentación

La denominación de micro, pequeña o mediana empresa está muy difundida en el mundo; y el concepto y sus criterios pueden variar de un país u otro; indistintamente de la denominación, la Responsabilidad Social Empresarial abreviada como **RSE** es importante en tanto constituye un modo para las empresas de generar negocios sustentables, con medidas, cultura y valores que les permitan perdurar a largo plazo. Pero, además, la **RSE** contribuye a mejorar las condiciones del mercado laboral, y en el caso de la producción de bienes, ayuda a cuidar y mejorar el medio ambiente.

En la actualidad la **RSE** se entiende como la obligación de las empresas para seguir políticas, tomar decisiones o adaptar líneas de acción deseables en términos de objetivos y valores sociales, culturales y ambientales.

Las empresas que incorporan la **RSE** pueden acceder a un sello distintivo de calidad, lo que indica que la organización o empresa se preocupa por desempeñar mejores prácticas y se compromete con el medio ambiente, la cultura laboral y la promoción de valores positivos. Con esas prácticas, las empresas además de mejorar sus procesos de producción, generan una buena imagen y reputación que influye en el consumidor y aumentan su oportunidad de posicionarse en el mercado.

Los alumnos que cursan la “Licenciatura de Gestión de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa” que se imparte en el Centro Universidad Empresa de la Universidad Autónoma de Chiapas, cursan en el Quinto Semestre la Unidad de Competencia “Responsabilidad Social Empresarial” la cual comprende tres subcompetencias en las que se abordan el marco conceptual, la legislación y las dimensiones de la Responsabilidad Social Empresarial.

Los Apuntes de Responsabilidad Social Empresarial contienen Material Didáctico de Apoyo, actualizado, para fortalecer los conocimientos que los alumnos aprenden a raves de las tres subcompetencias que integran la Unidad de Competencia.

Contenido

Unidad		pág.
1	La responsabilidad social empresarial	1
1.1.	Origen	1
1.2.	El concepto actual de responsabilidad social empresarial	1
2	Responsabilidad social empresarial: razones y objetivos	5
3	Los pilares de la responsabilidad social empresarial	7
4	El papel de las empresas en la sociedad	8
5	La responsabilidad social empresarial y la participación de las comunidades	9
6	La Pirámide de la Responsabilidad Social Empresarial	9
7	Ejemplos de responsabilidad social empresarial	12
8	La responsabilidad social empresarial en México	13
9	El Distintivo ESR®	16
9.1.	¿Qué es el distintivo ERS?	16
9.2.	¿Qué se evalúa?	17
9.3.	¿Cómo obtener el distintivo ESR?	18
9.4.	Proceso para obtener el Distintivo ESR	19
10	Referencias bibliográficas	20

1. La Responsabilidad Social Empresarial

1.1. Origen

Según investigadores académicos y analistas, el concepto de “Responsabilidad Social Empresarial” abreviado como **RSE** fue propuesto por Howard R. Bowen, quien en 1953 publicó la obra “Social Responsibilities of the Businessman” en el cual establece un análisis de la relación entre la empresa y la sociedad (Bowen, 2013).

La obra de Bowen fijó las bases de lo que hoy entendemos como responsabilidad social empresarial (RSE). En su libro, Bowen habla sobre la relación entre la empresa y la sociedad y define por primera vez, a la responsabilidad social como:

“las obligaciones de los empresarios para impulsar políticas corporativas para tomar decisiones o para seguir líneas de acción que son deseables en términos de los objetivos y valores de la sociedad”.

Bowen señala que la responsabilidad social se trata acerca de la idea de que su aceptación voluntaria por parte de los empresarios en el largo plazo, pueda repercutir en una disminución de los problemas económicos y una mayor posibilidad de alcanzar los objetivos de una organización empresarial (Antelo-González y Alfonso-Robaina, 2015; Aguilera y Puerto, 2012; Bowen, 2013).

1.2. El concepto actual de responsabilidad social empresarial

Dados los impactos que las empresas, grandes, medianas y pequeñas, tienen en el mundo, tanto desde una perspectiva social como ambiental (Pérez-Sánchez, 2020; Tamayo, 2017; Mozas y Puentes, 2010) surge lo que hoy se denomina como **Responsabilidad Social Empresarial** o **Responsabilidad Social Corporativa**, que no es otra cosa que:

“el conjunto de acciones llevadas a cabo por una empresa para mejorar el mundo a través de su actividad, ya sea directa o indirectamente”.

La responsabilidad social empresarial comprende un conjunto de **acciones voluntarias llevadas a cabo por una empresa** para mejorar el mundo, especialmente desde una **perspectiva social y medioambiental** (Pérez-Sánchez, 2020; Tamayo, 2017; Mozas

y Puentes, 2010; Carroll, 1999; Daniel *et al.*, 2019). Es muy importante remarcar que se trata de acciones que son llevadas a cabo de forma voluntaria. Es decir, **van más allá de los lineamientos exigidos por la ley**. No obstante, en casi todos los países existen leyes que obligan a las empresas a realizar acciones para mejorar el mundo.

Por ejemplo, las empresas están obligadas por ley a pagar determinados impuestos con los que se financian los servicios públicos. Sin embargo, el acto de pagar impuestos no puede ser considerado como una acción de responsabilidad social empresarial, ya que esta es una obligación establecida por las leyes.

Por el contrario, si una empresa lleva a cabo **acciones positivas para la sociedad o el medioambiente** como un añadido más al cumplimiento obligatorio de la ley, entonces sí podrá considerarse como una **acción de responsabilidad social empresarial**.

Como ejemplo, estaríamos hablando de acciones de responsabilidad social empresarial en los casos de una empresa que destine **parte de sus beneficios a reforestar** áreas afectadas por incendios, o en el caso de una empresa que destine parte de sus beneficios a la **prestación de becas de estudio** para personas sin recursos. En ambos casos, se trataría de dos acciones que van más allá de la obligación legal de la ley, es decir, constituyen una **acción social añadida**, lo que contribuye a mejorar el valor añadido de la empresa en particular (Aguilera y Puerto, 2012; Camacho, 2015; Carroll, 1999;

¿Es la Responsabilidad social empresarial una acción de filantropía?

La respuesta a esta pregunta es No; esto se debe a que los actos de filantropía generalmente están asociados a la donación de recursos económicos para financiar acciones humanitarias o grupos sociales específicos a través de organizaciones no gubernamentales o no lucrativas.

La Responsabilidad Social Empresarial no busca que las empresas se transformen en una organización de obras benéficas, más bien se pretende que las empresas sean cada vez más rentables; busca más bien, que las empresas adopten una postura responsable y activa en torno a los resultados de sus operaciones.

Es decir, contribuir a lograr en la sociedad un equilibrio económico, social y ambiental que va a beneficiar a las empresas y a las personas al momento de tener un entorno más estable y de calidad.

En conclusión:

“La RSE debe ser una actividad sustentada principalmente por los valores éticos de la empresa, apoyándose en las políticas, prácticas y programas institucionales y sociales”.

2. Responsabilidad social empresarial: razones y objetivos

Las acciones emprendidas por una empresa mediante la responsabilidad social empresarial (RSE) probablemente no resolverán todos los problemas que hay en su entorno o en el mundo. Sin embargo, la RSE es una forma en que las empresas reciban un beneficio para sí mismas a la vez brinden un beneficio a la sociedad.

Camacho (2015) y Pérez-Sánchez (2020) señalan que existen diferentes motivos por lo que las empresas pueden optar por realizar acciones de responsabilidad social empresarial. Por lo general, cabe destacar dos motivos fundamentales:

a. La empresa como motor social

El primero, y el más importante de todos, es que la **empresa contribuye a mejorar el mundo** en uno de los aspectos específicos en los que colabora de esa acción social. Esto se debe a que, aunque el motivo original de cualquier empresa sea la obtención de beneficios, las empresas también constituyen agentes sociales capaces de promover cambios positivos o negativos en la sociedad y el medio ambiente. De este modo, determinadas empresas se conciben a sí mismas como “**motores sociales para el cambio**” (Daniel *et al.*, 2019).

Lo anterior parte de la premisa de que, cada empresa, además de buscar el beneficio, también se identifica con determinados valores, principios morales o ideas que van más allá de la dimensión económica de la esfera de la acción empresarial.

Así, por ejemplo, una empresa que fabrique ropa, podrá implementar determinadas acciones que estén relacionadas con su actividad y con los valores en los que cree como compañía. Puede tomar la iniciativa de realizar campañas de recogida de ropa usada para ayudar a las personas necesitadas. O también podría llevar a cabo campañas de recogida de ropa usada con el objetivo de reciclar estos tejidos para minimizar su impacto medioambiental en la fabricación de sus productos.

b. La estrategia de fidelización

Definida como la capacidad que este tipo de acciones tienen para **fidelizar a determinados públicos**, como consumidores, cada persona también se identifica con determinados valores, principios morales o ideas. De este modo, al saber que las acciones como consumidores afectan al mundo que nos rodea, dirigimos nuestro consumo a aquellos **productos que más se identifican con nuestros valores**. Por ejemplo, una persona que esté concienciada con la lucha contra el maltrato animal, es

muy probable que busque productos de alimentación y ropa que no afecten negativamente a los animales. De esta forma, es muy probable que evite el consumo de ropa y complementos fabricados con cuero, o también es probable que, al hacer la compra, seleccione productos vegetarianos o veganos o evite comprar huevos de gallina que sabe que han estado enjauladas (Daniel *et al.*, 2019; Fong *et al.*, 2020; Ooreka 2021).

Otro ejemplo es el consumo de alimentos orgánicos que son producidos en fincas o ranchos en los cuales no se usan agroquímicos y se practica una producción agroecológica cuidando al ambiente.

De esta manera, el consumidor dirigirá su consumo hacia aquellos productos o servicios de empresas que estén en concordancia con este tipo de valores. Esto, como es natural, además de generar un impacto positivo en el mundo también genera impactos económicos en los mercados, así como para las empresas.

De este modo, las empresas pueden fidelizar a determinados clientes gracias a sus productos y/o acciones. Esto se verá **reforzado con las acciones de responsabilidad social empresarial**, que normalmente estarán en consonancia con este tipo de clientes. Continuando con el ejemplo de una empresa que fabrique ropa libre de cuero y apta para personas veganas, es muy probable que esta empresa pueda llevar acciones de responsabilidad social empresarial en este ámbito, por ejemplo, destinando parte de sus beneficios en campañas a favor del bienestar animal, o llevando a cabo campañas de adopción de animales que han sufrido maltrato (Arriols, 2018).

3. Los pilares de la responsabilidad social empresarial

Las empresas actualmente han dejado de lado la idea de que su función es únicamente comercializar productos y servicios para consumo de las personas. Si bien es cierto que este es el motor principal de las organizaciones, éstas deben tener en cuenta una serie de acciones que estén enfocadas en generar valor social, medioambiental y económico tanto en sus colaboradores como en el entorno.

Estas acciones convergen todas en el concepto de “**Responsabilidad Social Empresarial**” (RSE), un concepto sumamente importante para cualquier sector empresarial del mundo (Aguilera y Puerto, 2012; Daniel *et al.*, 2019; Fong *et al.*, 2020; Ooreka 2021).

¿En qué se basa la RSE?

Como cualquier práctica, la Responsabilidad Social Empresarial debe basarse y respaldarse en ciertos ejes o principios, siendo los principales:

- ❖ **Gobernabilidad:** Este principio se enfoca en la dirección de la empresa, basada en la transparencia, equidad colaborativa, rendición de cuentas y aspectos sociales, ambientales y económicos.
- ❖ **Público Interno:** Este principio toma en cuenta el capital humano de la empresa, está motivado por políticas y prácticas totalmente responsables que generen condiciones laborales estables, productivas y de bienestar familiar.
- ❖ **Mercadeo Responsable:** El mercadeo responsable se cumple a través del desarrollo de una relación de confianza entre la empresa y sus clientes.
- ❖ **Medio Ambiente:** La empresa debe estar comprometida con mantener y desarrollar acciones conscientes con el medio ambiente, utilizar los recursos económicos adecuadamente y evitar impactos negativos en el planeta.
- ❖ **Comunidad:** Las organizaciones deben tener pleno compromiso con el desarrollo social, económico y ambiental del área en donde estén situadas, involucrando a las comunidades y a los pobladores.

- ❖ **Proveedores:** Los proveedores de los productos y servicios de la empresa deben construir relaciones transparentes y duraderas, basadas en la cooperación mutua, respeto, pagar precios justos y un trato adecuado.
- ❖ **Política Pública:** La empresa debe generar interés empresarial e interés público para fomentar el desarrollo social, económico y ambiental del territorio o país en donde opera.

4. El papel de las empresas en la sociedad

Una empresa, además de ser una célula económica, es una célula social, dado que está integrada por personas y para personas.

El primer ámbito de actuación de la empresa es el mercado, que es el modo en que la sociedad decide responder a las preguntas de qué bienes producir, cómo producir dichos bienes y para quién producirlos (Tamayo, 2017).

Es una realidad que una empresa, sea cual sea su definición, se está convirtiendo en un actor clave en el desarrollo y desempeño dentro de cualquier sociedad, y no solamente en el aspecto económico.

Es evidente que, en cualquier comunidad, la llegada o creación de una empresa tiene un impacto importante, inicialmente en lo económico, pero más adelante sus impactos se amplían a lo ambiental, social, cultural, etc...

En la actualidad, la empresa se ha convertido en una organización con una fuerza social, económica, cultural y ambiental, entre otras, ubicándose algunas veces por encima de las acciones del gobierno. Algunos autores afirman que en la actualidad está justificada una mayor atención a los resultados sociales de las empresas por encima de los resultados financieros (Daniel *et al.*, 2019; Fong *et al.*, 2020; Ooreka 2021).

5. La responsabilidad social empresarial y la participación de las comunidades

La Responsabilidad Social Empresarial está completamente comprometida con la participación y el impacto en las comunidades en las que operan. Esta relación crea lazos de involucramiento con el fin de construir un desarrollo uniforme (Pineda-Escobar, 2015). Algunos de los criterios que la RSE considera para el desarrollo comunitario son:

- Educación
- Cultura
- Ambiente
- Creación de empleo y desarrollo de habilidades
- Desarrollo y acceso a la tecnología
- Generación de riqueza e ingresos
- Salud
- Inversión social

La RSE es probablemente una de las prácticas con mayor beneficio a corto, mediano y largo plazo, tanto en las empresas, como en la sociedad. Sin embargo, es importante tener en cuenta que es primordial que los procesos de responsabilidad empresarial se lleven a cabo de forma interna para fomentar en los colaboradores bienestar, satisfacción y motivación (Mozas y Puentes, 2010).

6. La Pirámide de la Responsabilidad Social Empresarial

La responsabilidad económica es la responsabilidad fundamental de una empresa, antes que nada, la institución empresarial es la unidad económica básica de nuestra sociedad y como tal es responsable de la producción de los bienes y de los servicios requeridos por esa misma sociedad (Josephson, 2021). Las empresas deben estar orientadas a producir bienes y servicios que la sociedad desee, y venderlos a la misma a un precio justo. Responsabilidad legal conlleva al cumplimiento de todas las leyes y regulaciones así de la misma manera que la sociedad permite a las empresas asumir su rol productivo.

Se han creado leyes y reglamentos bajo los cuales las empresas como integrantes de esta sociedad, desarrollen sus actividades correctamente dentro del marco de los requerimientos legales pertinentes (Mozas y Puentes, 2010).

La Responsabilidad Social Empresarial para su correcta aplicación plantea un orden específico basado en dos puntos clave:

- a) Dimensión Interna: implica cumplir con los criterios legislativos empresariales del país, establecer una guía de procesos éticos y transparentes, contar con procesos responsables con sus colaboradores para desarrollar el máximo potencial del capital humano (Josephson, 2021).
- b) Dimensión Externa: en este punto es sumamente importante tener presente el bienestar de las familias de los colaboradores de la empresa, las comunidades cercanas y con el estado del país (Josephson, 2021).

Carroll (1999) diseñó una herramienta que permite integrar todas las dimensiones comprendidas dentro del concepto de RSE, en la gestión de una empresa. Presenta dimensiones, para analizar el acercamiento de las empresas al concepto de RSE.

El Modelo propuesto por Carrol según Mozas y Puentes (2010) plantea que las empresas contribuyen al bienestar de la sociedad, porque tienen responsabilidades que van más allá de la maximización de los beneficios a corto plazo. Esta teoría considera que la empresa es responsable si cumplen con los parámetros que la aproximan a un modelo de sociedad de Justicia libertad y Derechos Humanos, desde esta Nueva Visión los directivos valoran el beneficio o coste neto que supone a la compañía el ejercicio de la RSE.

En la Figura 1 se presenta la pirámide de la responsabilidad social en la que se integran diversas acciones. Los primeros niveles de la base corresponden a factores internos de la empresa; los otros de nivel superior son factores externos.

En la base de la pirámide está la responsabilidad económica de las empresas de ser un elemento productivo de la sociedad y contribuir al bienestar financiero de la organización; esto implica respetar y cumplir con el pago de los impuestos de acuerdo al régimen fiscal del país. Es decir, se refiere a la responsabilidad legal de una empresa de respetar las normas y reglamentos de las sociedades en las que opera.

El siguiente nivel de la pirámide se refiere a la responsabilidad en el desarrollo del personal relacionado a la empresa como empleados, obreros, proveedores, clientes consumidores, etc...que corresponde a valores y ética de la empresa.

A diferencia de las etapas de la pirámide de la RSE, que inicialmente solían estar orientadas a la industria, el hecho de que las empresas se extiendan más allá de su ámbito de competencia para demostrar que son dignas contribuyentes a la sociedad en general (en lugar de racionalizar los esfuerzos hacia las partes interesadas principales) es desconcertante para los accionistas y distrae a los empresarios en potencia (Mozas y Puentes, 2010).

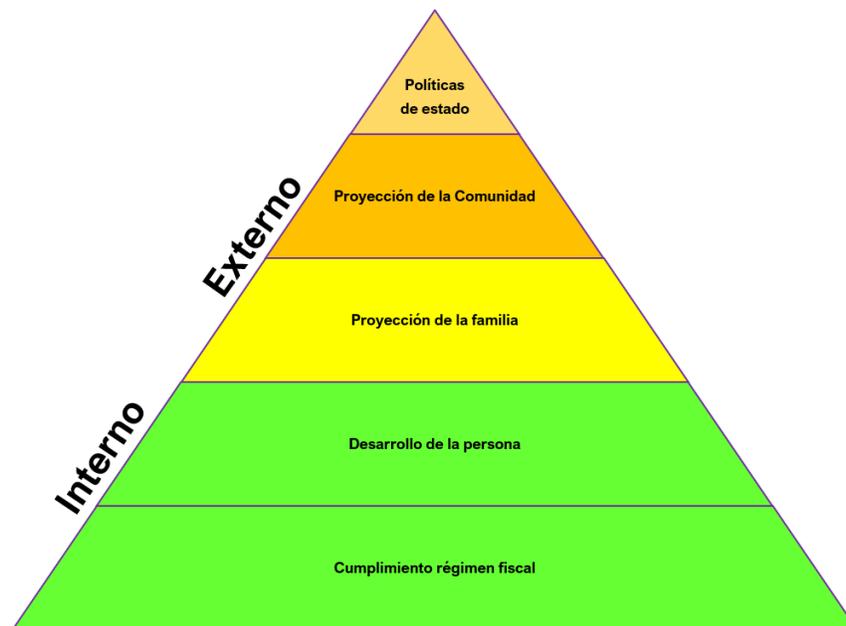


Figura 1. Pirámide de la Responsabilidad Social Empresarial.
Adaptado de Josephson (2021).

En la cúspide de la pirámide se consideran acciones de la responsabilidad en la que la empresa "devuelve", y esta responsabilidad se postuló como "deseada" por la sociedad en lugar de exigida.

La pirámide de la RSE sigue siendo ampliamente referenciada y es considerada un marco útil para la toma de decisiones de los directivos. Sin embargo, con el tiempo, las expectativas de los dos niveles superiores de la pirámide se han ampliado, e incluso lo que constituye un comportamiento ético ha evolucionado.

7. Ejemplos de responsabilidad social empresarial

De acuerdo con Arriols (2018) las acciones se adecuarán a cada uno de los valores de cada empresa, que normalmente irán en consonancia con el producto o servicio que prestan; esto hace que los **ejemplos de responsabilidad social empresarial** sean tan amplios como las empresas, entre las acciones más comunes destacan:

1. Comercializar un producto de calidad.
2. Ofrecer un excelente servicio al cliente.
3. Equidad salarial, capacitación laboral para personas con deficiencia, programas de reinserción social para personas privadas de libertad.
4. Garantizar la diversidad en la fuerza laboral según la raza, el género y la orientación sexual.
5. Adopción de programas de reciclaje
6. Implementación de energía renovable
7. Reutilización del agua,
8. Optimización de cadenas de suministro.
9. Acciones destinadas a restaurar el medio ambiente dañado.
10. Acciones destinadas a proteger y conservar el medio ambiente amenazado.
11. Acciones destinadas a proteger y ayudar a personas o colectivos en peligro o riesgo de exclusión.
12. Acciones destinadas a educar y concienciar a la sociedad en determinados valores.
13. Acciones destinadas a destinar recursos económicos a otros agentes sociales.
14. Acciones destinadas a fomentar la investigación en forma de I+D+I.
15. Acciones destinadas a actuar de mecenazgo de proyectos artísticos y culturales.
16. Acciones destinadas a fomentar el comercio justo.

8. La responsabilidad social empresarial en México

En México, la entidad responsable de la implementación de acciones de RSE es la **Secretaría de Economía**, la cual define la responsabilidad social empresarial (RSE), se define como la contribución activa y voluntaria al mejoramiento social, económico y ambiental por parte de las empresas, con el objetivo de mejorar su situación competitiva, valorativa y su valor añadido (México, 2016; Mendizábal, 2013; Fong *et al.*, 2020).

La Secretaría de Economía tiene como misión promover la responsabilidad social empresarial, por medio de las Directrices para Empresas Multinacionales de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE, 2021).

Estas directrices son una serie de principios y estándares que buscan garantizar que las operaciones de las empresas multinacionales: se desarrollen en armonía con las políticas públicas, fortalezcan la confianza entre empresa y sociedad, mejoren el clima para la inversión extranjera, y aumente la contribución de las empresas multinacionales al desarrollo sostenible.

Los países miembros de la OCDE revisan periódicamente las directrices para asegurar que su contenido se encuentre actualizado y refleje los cambios globales.

En el mismo sentido, el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI) hace mención que aunque la RSE es inherente a la empresa, recientemente se ha convertido en una nueva forma de gestión y de hacer negocios, en la cual la empresa se ocupa de que sus operaciones sean sustentables en lo económico, lo social y lo ambiental, reconociendo los intereses de los distintos grupos con los que se relaciona y buscando la preservación del medio ambiente y la sustentabilidad de las generaciones futuras.

Además, se trata de “una visión de negocios que integra el respeto por las personas, los valores éticos, la comunidad y el **medio ambiente** con la gestión misma de la empresa, independientemente de los productos o servicios que ésta ofrece, del sector al que pertenece, de su tamaño o nacionalidad (Arista 35).

La Secretaría de Economía destaca la importancia de la RSE al considerar que el **desarrollo económico y social** mejora las condiciones de vida de las comunidades. En el caso de México, es claro que aún existen innumerables asuntos por resolver para construir un entorno que ofrezca a toda la sociedad los satisfactores que necesita.

El Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi) y la Alianza por la Responsabilidad Social Empresarial en **México** (AliaRSE) **otorgan el distintivo ESR (Empresa Socialmente Responsable)** para acreditar y reconocer a compañías líderes en su compromiso de aportar valor social a todos los niveles de su operación.

Por otra parte, no hay que olvidar que vivimos en un mundo en el que el proceso de **globalización** ha acelerado los procesos de deslocalización y externalización de las empresas en el mundo, las comunidades de negocios disfrutan, día con día, de mayor influencia, y sus aportes son cada vez más significativos en la construcción de una **sociedad más justa** y de una economía con crecimiento sostenible que permita aminorar y **erradicar la miseria y la pobreza** que enfrenta un importante segmento de la población.

La única forma de atacar a la pobreza es generando **riqueza**. La pobreza es asunto de todos. Las empresas no podrán ser prósperas en un país que no crece y no genera empleos.

Así, la Responsabilidad Social Empresarial contribuye con el posicionamiento en el mercado e impulsa un **mejor ambiente laboral**, además de beneficiar de manera directa a la comunidad.

¿Qué es una empresa socialmente responsable?

Sin necesidad de tener un distintivo, una empresa que cuenta con Responsabilidad Social Empresarial, es aquella que se involucra y preocupa por tomar acciones con el objetivo de mejorar las condiciones de las **comunidades con las que coexisten**, el medio ambiente y también sus colaboradores

La empresa que es **socialmente responsable** fundamenta su visión y compromiso en políticas, programas, toma de decisiones y acciones que benefician a su negocio pero que también su alrededor (Expok, 2020).

En México las empresas con mayor compromiso y responsabilidad social empresarial en los últimos dos años se presentan en el Cuadro 1.

Cuadro 1. Ranking sectorial 2019-2020 de las primeras 1000 empresas en México respecto a incorporación de RSE. Adaptado de Lira (2021) <https://www.expoknews.com/las-100-empresas-con-mejor-rse-en-mexico/>

2019	2020	empresa	2019	2020	empresa
1º	1º	GRUPO BIMBO	29º	51º	NIKE
2º	2º	WALMART	22º	52º	SANTANDER
5º	3º	GRUPO MODELO	10º	53º	GRUPO DANONE
3º	4º	GOOGLE	75º	54º	HSBC
8º	5º	NESTLÉ	59º	55º	HONDA
14º	6º	CITIBANAMEX	19º	56º	LIVERPOOL
12º	7º	BBVA	*	57º	GRUPO EMPRESARIAL ÁNGELES
16º	8º	CINÉPOLIS	55º	58º	METLIFE
4º	9º	PEPSICO	44º	59º	GRUPO CARSO
6º	10º	COCA COLA DE MÉXICO	30º	60º	APPLE
28º	11º	AEROMÉXICO	*	61º	ITAM
9º	12º	HEINEKEN MÉXICO	38º	62º	COLGATE PALMOLIVE
21º	13º	UNILEVER	49º	63º	CINEMEX
20º	14º	MERCADO LIBRE	52º	64º	VOLKSWAGEN
18º	15º	PFIZER	32º	65º	GENERAL MOTORS
15º	16º	GRUPO LALA	53º	66º	AT&T
33º	17º	AMAZON	*	67º	SEGUROS MONTERREY
41º	18º	TELEFÓNICA -MOVISTAR	24º	68º	SORIANA
68º	19º	DHL	37º	69º	SAMSUNG
39º	20º	NETFLIX	58º	70º	TELCEL (AMÉRICA MÓVIL)
42º	21º	BACHOCO	57º	71º	FACEBOOK
11º	22º	P&G	67º	72º	GRUPO MÉXICO
56º	23º	ARCA CONTINENTAL	31º	73º	FORD MOTOR COMPANY
26º	24º	NISSAN	54º	74º	BANCO AZTECA
66º	25º	ROCHE	65º	75º	SIGMA
74º	26º	MAPFRE	47º	76º	TOYOTA
62º	27º	HP	*	77º	GRUPO XCARET
43º	28º	SCOTIABANK	*	78º	MONDELEZ INTERNATIONAL
*	29º	COPPEL	71º	79º	TELEVISIA
7º	30º	FEMSA	73º	80º	GRUPO SALINAS
13º	31º	GRUPO HERDEZ	90º	81º	DELOITTE
99º	32º	LA COSTEÑA	93º	82º	DUPONT
86º	33º	MARS	89º	83º	INDITEX
84º	34º	3M	88º	84º	DIAGEO
17º	35º	MICROSOFT	*	85º	SANOFI
40º	36º	SONY	83º	86º	SIEMENS
27º	37º	GRUPO JUMEX	69º	87º	GRUPO FINANCIERO BANORTE
35º	38º	NATURA	91º	88º	GE
50º	39º	KELLOGG'S	95º	89º	GRUPO BAL
34º	40º	CEMEX	*	90º	GRUPO ALEN
23º	41º	L'ORÉAL	*	91º	BIOPAPPEL
25º	42º	THE WALT DISNEY	48º	92º	ADIDAS
*	43º	KIA MOTORS	*	93º	GRUPO POSADAS
64º	44º	HUAWEI	46º	94º	BMW GROUP
51º	45º	UBER	*	95º	CHEDRAUI
60º	46º	AMERICAN EXPRESS	76º	96º	COSTCO
79º	47º	IBM	100º	97º	GRUMA
36º	48º	TECNOLÓGICO DE MONTERREY	70º	98º	TELMEX
*	49º	TESLA	80º	99º	BAYER
61º	50º	NOVARTIS	82º	100º	ALSEA

9. El Distintivo ESR® en México

9.1 ¿Qué es el distintivo ESR?

El **Distintivo ESR®** de acuerdo con Expok (2020), es un reconocimiento otorgado anualmente en México por el **Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi)** y **AliaRSE**.



El Distintivo
ESR®

<https://www.cemefi.org/esr/media/Convocatoria%20Empresas%20MiPyMEs.pdf>

El distintivo no es una **certificación de RSE** porque no se trata de un proceso de auditoría. Se trata de un proceso autodiagnóstico que comprende varias áreas de la empresa.

El Distintivo agrega **valor a la marca y rentabilidad**, ya que acredita a la empresa ante sus empleados, inversionistas, clientes, autoridades y sociedad, como una organización comprometida públicamente con la **responsabilidad social**.

El **Distintivo ESR®** no es un compromiso de una sola vez, debe refrendarse año con año para mantener vigente la cultura de la **responsabilidad corporativa**.

Esta certificación se obtiene al participar en una convocatoria que el Cemefi lanza año con año, y en la que los aspirantes deben entregar algunos documentos, pagar los derechos de participación y contestar una serie de **cuestionarios sobre sus prácticas** en varios rubros.

Al obtener el distintivo, las empresas pueden usar el sello que las acredita como ESR en su comunicación gráfica durante un año, al término del cual deben volver a someterse al **proceso de evaluación**.

9.2. ¿Qué se evalúa?

La parte central del **proceso de certificación** consiste en contestar varios cuestionarios cuyas respuestas deben soportarse con **pruebas documentales**. Los ámbitos para evaluar la **responsabilidad social empresarial (RSE)** son:

- a. Calidad de vida en la empresa: Se refiere a lo que hace la empresa para generar un entorno laboral que beneficie el desarrollo, empoderamiento y calidad de vida de sus colaboradores.
- b. Ética empresarial: Se analizan las relaciones internas y externas de la empresa, así como sus procesos de toma de decisiones.
- c. Vinculación: Se evalúan las acciones de la empresa en pro de la comunidad.
- d. Medio ambiente: Tiene que ver con el uso sustentable y responsable de recursos, así como con la prevención y reducción del impacto ambiental de las operaciones de la empresa.
- e. Gestión de la responsabilidad social empresarial: Estudia los mecanismos de formalización de la RSE al interior de la empresa.

¿Cómo beneficia el distintivo ESR a una empresa?

Certificarse como ESR puede representar para la empresa distintos beneficios, por ejemplo:

Ventajas competitivas: El distintivo es un diferenciador que hace destacar los **productos y servicios de la empresa**.

- ❖ **Atracción de talento:** Ser una ESR atrae candidatos de primer nivel y facilita las relaciones a largo plazo con los colaboradores debido al **salario emocional** que la empresa ofrece.
- ❖ **Simplificación legal:** Facilita el cumplimiento de **exigencias regulatorias** y reduce la presión de agencias fiscalizadoras.
- ❖ **Oportunidades financieras:** Mejora la **percepción de riesgo** y puede facilitar el acceso a financiamientos e inversiones.
- ❖ **Mejor reputación:** El reconocimiento de la **responsabilidad social empresarial** mejora la percepción pública de la compañía.
- ❖ **Optimización de la gestión:** Realizar los cuestionarios y recibir la retroalimentación permite identificar **áreas de oportunidad** dentro de la organización, además de que pone a la empresa en contacto con prácticas positivas de otras compañías.

9.3. ¿Cómo obtener el distintivo ESR?

El **Distintivo ESR®**, como marca, puede ser utilizado, en todos los comunicados, transportes, productos y materiales de la compañía, haciendo pública su obtención.

Hoy en día, los beneficios de ser una empresa socialmente responsable son muchos: Las instituciones financieras recurren cada vez más a listas de **Empresas Socialmente Responsables, ESR**, para evaluar los riesgos de sus préstamos o inversiones (<https://www.distintivoesr.com/>).

La obtención del **Distintivo ESR ®** se basa en un proceso de autodiagnóstico, documentado por la empresa y verificado por el **Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi)**.

El Distintivo ESR ® es otorgado a aquellas empresas que superen el 75% del índice RSE.

9.4. Proceso para obtener el Distintivo ESR

Las empresas interesadas en obtenerlo deben cubrir un monto de inscripción ante Cemefi, que está determinado con base en el número de colaboradores y al sector al que se pertenece.

También se debe llenar un formulario y presentar algunos documentos.

¿Cuánto cuesta obtener el Distintivo ESR?

Los presupuestos varían de acuerdo al tamaño de la organización y el número de empleados.

10. Referencias Bibliográficas

Aguilera C.A. y Puerto B.D.P. 2012. Crecimiento empresarial basado en la Responsabilidad Social. *Pensamiento & Gestión*, (32), 1-26. Retrieved September 08, 2021, from http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-62762012000100002&lng=en&tlng=es.

Antelo-González, Y.Y., Daniel Alfonso-Robaina. 2015. Análisis de la Responsabilidad Social Empresarial basado en un modelo de Lógica Difusa Compensatoria. *Ingeniería Industrial*, 36(1): 58-69. Recuperado en 08 de septiembre de 2021, de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-59362015000100007&lng=es&tlng=es.

Arriols E. 2018. Ejemplos de responsabilidad social empresarial. Responsabilidad social empresarial. *Ecología Verde*.
<https://www.ecologiaverde.com/responsabilidad-social-empresarial-ejemplos-1704.html>

Arista 35. <https://www.aristaint.com/inspire/5-cosas-que-debe-saber-sobre-la-responsabilidad-social-empresarial>

Bowen H.R. 2013. Social Responsibilities of the Businessman. Published by University of Iowa Press. 298p. <https://doi.org/10.2307/j.ctt20q1w8f>

Camacho S.J.I. 2015. Las normas de responsabilidad social. Su dimensión en el ámbito laboral de las empresas. *Revista latinoamericana de derecho social*, (20), 3-29. Recuperado en 08 de septiembre de 2021, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-46702015000100003&lng=es&tlng=es.

Carroll, A.B. 1999. Corporate social responsibility: Evolution of a definitional construct. *Business & Society*, nº 38(3): 268-295.

Daniel L.O., Alvarado-Peña, L.J., Sansores G.E.A., Navarrete M.J.E. 2019. Responsabilidad Social Empresaria: Hacia la conformación de una tipología de definiciones. *Revista Venezolana de Gerencia*, vol. 24, núm. 85.

Expok. Guía Que es el Distintivo ESR. 2020. file:///C:/Users/victo/OneDrive/ Documents/ Materiales%20de%20apoyo%20a%20cursos/Responsabilidad%20SE/Guia%20Que-es-el-Distintivo-ESR.pdf

Fong, C., Parra, Á., Soriano, L., y Teodoro, E. 2020. El estado actual de la Responsabilidad Social Empresarial en México. RAN - Revista Academia & Negocios, 6(1): 41-56. Recuperado a partir de <https://revistas.udec.cl/index.php/ran/article/view/2618>

Josephson K. 2021. Breve historia de la responsabilidad social de las empresas. La Fundación para la educación económica. https://fee.org.es/articulos/breve-historia-de-la-responsabilidad-social-de-las-empresas/?gclid=CjwKCAjwvuGJBhB1EiwACU1AieePWSGt4SJNswY-nR9ijZxbNx-4OeUlrcy78s-CQxfnKTNUx_Ly8hoCPkMQAvD_BwE

Lara M. 2018. Desarrollo sostenible: definición y ejemplos. Ecología verde. <https://www.ecologiaverde.com/desarrollo-sostenible-definicion-y-ejemplos-1106.html>

Lira A. 2021. Las 100 empresas con mejor RSE en México. Expok. <https://www.expoknews.com/las-100-empresas-con-mejor-rse-en-mexico/>

Mozas M.A., Puentes P.R. 2010. La responsabilidad social corporativa y su paralelismo con las sociedades cooperativas. REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos, núm. 103, pp. 75-100. <https://www.redalyc.org/pdf/367/36715601004.pdf>

Mendizábal B.G. 2013. Análisis de la responsabilidad empresarial en México de frente a los trabajadores. Revista Latinoamericana de Derecho Social Núm. 16, enero-junio de 2013, pp: 123-145.

México. Secretaría de Economía. 2016. Responsabilidad Social Empresarial. <https://www.gob.mx/se/articulos/responsabilidad-social-empresarial-32705>

OCDE 2021. Resultados de la Encuesta de la OCDE a Empresas sobre la Conducta Empresarial Responsable en América Latina y el Caribe. 20p. Unión Europea. <https://mneguidelines.oecd.org/resultados-de-la-encuesta-de-la-ocde-a-empresas-obre-la-conducta-empresarial-responsable-en-america-latina-y-el-caribe.pdf>

Ooreka 2021. Parties prenantes. <https://grh.ooreka.fr/astuce/voir/676223/parties-prenantes>

Pérez-Sánchez B. 2020. Responsabilidad social empresarial y grupos económicos familiares en México. Investigación Valdizana, vol. 14(2): 61-71. <https://www.redalyc.org/journal/5860/586063184001/html/>. DOI: <https://doi.org/10.33554/riv.14.2.707>.

Pineda-Escobar, M. A. 2015. Negocios y sostenibilidad en la Base de la Pirámide. Punto De Vista, 5(9). <https://doi.org/10.15765/pdv.v5i9.566>

Tamayo A. 2017. Ecología Social. La empresa y su impacto social. El Financiero. <https://www.elfinanciero.com.mx/monterrey/la-empresa-y-su-impacto-social/>