

# UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS



“LA IMPLEMENTACIÓN DE LAS ACCIONES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL Y SU IMPACTO ORGANIZACIONAL EN LAS MICROEMPRESAS DE MEXICALI, BAJA CALIFORNIA”.

**PRESENTA:**

SABDY EDREHI ESCALANTE ZAVALA

**PARA OBTENER EL DIPLOMA DE:**

ESPECIALIDAD EN DIRECCIÓN FINANCIERA

**DIRECTOR DE TESIS:**

DRA. ZULEMA CÓRDOVA RUIZ

Mexicali, Baja California;

Octubre de 2024

## **DEDICATORIAS**

Le dedico con mucho cariño esta tesis a:

Dios

por darle un propósito y un motivo a mi vida.

Mi novio

por brindarme su apoyo y motivación

en esta larga carrera de la vida.

Mis amigas

Por extender su mano en los momentos difíciles y

Apoyarme cuando más lo necesito.

## **AGRADECIMIENTOS**

**A Dios**

por darme las fuerzas y acompañarme en cada momento de mi vida.

A mi novio Rubén

Por brindarme su amor y apoyo incondicional en cada proyecto que comienzo.

A mis padres y hermanos,

por darme la motivación para creer en mí.

A los maestros,

Que compartieron sus conocimientos

Y su experiencia.

A todas aquellas personas que han dejado huella en mi vida

y que forman parte de lo que ahora soy.

## **RESUMEN**

En los últimos años ha aumentado la importancia de la Responsabilidad Social en las organizaciones, debido a su repercusión en el desarrollo económico de los países donde operan, y que, según Calderón, J. F. C. (2022) lo define como 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 ambiental. El propósito de esta investigación es identificar y establecer en qué medida la Responsabilidad Social, asumida de manera positiva por las microempresas, contribuye al desarrollo empresarial, utilizando el método de investigación cuantitativa de corte transversal no experimental. Debido a que las muestras y resultados que se desean obtener se llevarán a cabo con un cuestionario de sola aplicación, ello con el fin de verificar si conocen y/o en todas ellas se aplican Acciones de Responsabilidad Social y finalmente comprobar si estos factores se relacionan directamente con el desarrollo empresarial de las mismas.

**PALABRAS CLAVE: Implementación, Responsabilidad social empresarial, Micro y Pequeñas empresas.**

## ÍNDICE

<b>CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN</b> .....	7
<b>CAPÍTULO I</b> .....	8
<b>1.1 ANTECEDENTES</b> .....	8
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	9
1.3 OBJETIVOS. ....	9
1.4 PREGUNTA. ....	9
1.5 JUSTIFICACIÓN .....	10
1.6 DEFINICIÓN DE TÉRMINOS .....	10
<b>CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO</b> .....	10
2.1 Definición de Responsabilidad Social.....	15
2.3 Tipos de responsabilidad social.....	20
2.3.1 Responsabilidad social corporativa interna.....	21
2.3.2 Responsabilidad social corporativa externa .....	21
2.4 ¿Cuáles son los Principios básicos de la Responsabilidad Social Empresarial? .....	22
2.5 ¿Cómo se obtiene el título de Empresa Socialmente Responsable?.....	24
2.6 ¿Por qué es necesario que las PYMES las implementen y cual sería su impacto organizacional? .....	24
<b>III. METODOLOGÍA</b> .....	28
3.1 Diseño de Investigación .....	28
3.2 Población sujeta de estudio .....	28
<b>IV. RESULTADOS</b> .....	28
<b>V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b> .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
<b>FUENTES CONSULTADAS</b> .....	31



## **CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN**

# CAPÍTULO I INTRODUCCIÓN

## 1.1 ANTECEDENTES

A nivel mundial coexisten diversas definiciones que dan una idea bastante amplia del concepto de Responsabilidad Social Empresarial, y que según Calderón, J. F. C. (2022) lo define como 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 ambiental, reconociendo además 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 con una visión de negocios que integra el respeto por las personas, los valores éticos, la comunidad y el medioambiente 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.

Pese lo anterior, de acuerdo a Iturbide, J. R. (2016, enero 5) Para muchas micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes) la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es un tema desconocido, lejano o exclusivo de los grandes corporativos.

Sin embargo, como es en esta ocasión las Microempresas también pueden involucrarse en el tema; la diferencia es simplemente el alcance y la escala de los programas y actividades a implementarse.

El primer paso para ello es reconocer que sea cual sea el tamaño de la empresa, ésta repercute económica y ambientalmente a la sociedad y que, frente a ello, las mipymes tienen una responsabilidad.

Según los Censos Económicos INEGI 2019. (2020). indican que las mipymes representan a nivel mundial el segmento de la economía que aporta el mayor número de unidades económicas y personal ocupado; de ahí la relevancia que reviste este tipo de empresas y la necesidad de fortalecer su desempeño, al incidir sustancialmente en el comportamiento global de las economías nacionales; es así que, en el contexto internacional, se puede afirmar que 90% o un porcentaje superior de las unidades económicas totales, está conformado por estas empresas.

Es por ello, que se considera trascendental reconocer el impacto económico, ambiental, organizacional y social que esto implicaría si por lo menos un pequeño porcentaje de este sector conociera y pudiera poner en marcha las Acciones de Responsabilidad Social.

## **1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

Ante la falta de implementación de estrategias y/o técnicas en las microempresas de la ciudad de Mexicali, Baja California, que posibiliten generar negocios sustentables con cultura, acciones y valores que les permitan perdurar durante un largo tiempo; se considera indispensable que conozcan y logren implementar las Acciones de Responsabilidad Social dentro de sus organizaciones, lo cual coadyuve a tener un beneficio económico, administrativo y social a un corto, mediano y largo plazo. (Berruezo et al., s. f.)

## **1.3 OBJETIVOS.**

### **Objetivo General:**

Identificar y establecer en qué medida la Responsabilidad Social, asumida de manera positiva por las Microempresas, contribuye al desarrollo empresarial.

### **Objetivos específicos:**

- 1) Examinar los factores claves de los cuales depende el desarrollo empresarial de las Microempresas.
- 2) Definir cómo estos factores se relacionan directamente con el tema de la Responsabilidad Social.

## **1.4 PREGUNTA.**

¿Qué impacto organizacional representaría en un futuro que las Microempresas que radican en la ciudad de Mexicali, Baja California conozcan y apliquen actualmente las Acciones de Responsabilidad Social en su entorno organizacional?

## 1.5 JUSTIFICACIÓN

Derivado de que las Microempresas que forman parte del padrón de Empresas Socialmente Responsables en México son muy pocas en comparación con las que realmente operan, según datos emitidos por el Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi) y la Alianza por la Responsabilidad Social Empresarial (AliaRSE), apenas 830 empresas grandes y 699 Pymes recibieron el distintivo de Empresa Socialmente Responsable en 2017 (ESR 2017) cabe señalar que de acuerdo con los últimos censos económicos del INEGI, del total de unidades económicas que operaron en el país en el 2018, el 94.9% (4.6 millones) eran microempresas, el 4.9% (234 mil 247) pequeñas y medianas empresas, mientras que apenas el 0.2% (10 mil 647) lo conformaron las empresas grandes.

El presente trabajo tiene como finalidad proveer una esfera de conocimiento hacia las Microempresas que radican en la ciudad de Mexicali, Baja California sobre el impacto que representaría en un futuro si se implementan las Acciones de Responsabilidad Social, y que ésta es una gestión consciente, voluntaria y congruente, más allá de lo que marca la ley, la cual podría traer innumerables beneficios para su desarrollo económico, social y el medio ambiente.

## 1.6 DEFINICIÓN DE TÉRMINOS

**PYME:** *“Pyme es el acrónimo utilizado a la hora de hablar de pequeñas y medianas empresas. Estas, generalmente suelen contar con un bajo número de trabajadores y de un volumen de negocio e ingresos moderados en comparación con grandes corporaciones industriales o mercantiles”* (Westreicher, 2015)

**Empresa Socialmente Responsable.** *“Una empresa socialmente responsable es una organización consciente del impacto social, económico y ambiental que hay en su entorno, que impulsa su productividad con base en estándares de calidad ética y moral. Está comprometida con generar un cambio positivo al interior y al exterior.”* (Pursell, 2021)

**Bonos verdes:** *“Los bonos verdes se destinan a la financiación o refinanciación de proyectos verdes, es decir, a la inversión en activos sostenibles y socialmente responsables en áreas tan diversas como las energías renovables, la eficiencia energética, el transporte limpio o la gestión responsable de los residuos”* (Iberdrola, 2022)

**Código de Conducta:** *“Un código de conducta es una declaración formal de principios en el que se recogen los valores y estándares éticos por los que se rige una organización a través de reglas concretas. Es el primer paso para diseñar y establecer el tipo de normas de comportamiento en términos de Responsabilidad Social Corporativa”* (ISO Expertise, 2021)

**Desarrollo local:** *“El desarrollo local consiste en una estrategia dirigida a mejorar la calidad de vida y el bienestar de las comunidades en las que se implementan. Se trata de una estrategia multidimensional, ya que incide y tienen en cuenta una amplia diversidad de elementos sociales, económicos y ambientales.”* (Selva, 2021)

**Desarrollo sostenible:** *“La sostenibilidad es el desarrollo que satisface las necesidades del presente si comprometer la capacidad de las generaciones futuras, garantizando el equilibrio entre el crecimiento económico, el cuidado del medio ambiente y el bienestar social.”* (ACCIONA, 2020)

**Diversidad:** *“Se trata de una noción que hace referencia a la diferencia, la variedad, la abundancia de cosas distintas o la desemejanza.”* (J. Pérez Porto., 2009)

**Eficiencia:** *“Capacidad de lograr los resultados deseados con el mínimo posible de recursos.”* (Real Academia Española, 2022)

**Estrategia empresarial:** *“Una estrategia empresarial es una metodología que busca alcanzar un objetivo por medio de un plan de acción que se descompone en objetivos estratégicos para cada área funcional de la organización.”* (Nirian, 2022)

**Ética de la empresa:** *“Conjunto de valores, normas y principios reflejados en la cultura de la empresa, cuyo objetivo es alcanzar una mayor armonía con la sociedad y permitir una mejor adaptación de los trabajadores en el entorno laboral, respetando los derechos de los mismos en su doble papel de empresarios y de personas.”* (Miranda, 2022)

**Excelencia:** *“Tratamiento de respeto y cortesía que se da a algunas personas por su dignidad o empleo.”* (Real Academia Española, 2022)

**Gestión de la Responsabilidad Social Empresarial:** *“Integración en la gestión general de la empresa de las preocupaciones éticas, sociales, laborales, de respeto a los derechos humanos y ambientales. Se sustenta, principalmente, en políticas, estrategias, actuaciones o*

*procedimientos, y las relaciones con sus grupos de interés”(Asociación Española para la Calidad, 2019)*

**Gestión Responsable de la cadena de proveedores:** *“es la rama de la Responsabilidad Social Empresarial que se ocupa de garantizar los estándares éticos y medioambientales en cada uno de los eslabones de la cadena de suministro, a partir de la concienciación sobre el hecho de que la organización ya no sólo es responsable de sus actos, sino también de las acciones de sus proveedores (y de sus distribuidores, contratistas, subcontratistas, etc.). (Fundación Factor Huma, 2011)*

**Gestión responsable de la relación con los clientes:** *“es una estrategia para gestionar todas las relaciones e interacciones de una empresa con sus clientes potenciales y existentes. Un sistema CRM ayuda a las empresas a mantenerse en contacto con los clientes, agilizar los procesos y mejorar la rentabilidad.” (SalesForce, 2022)*

**Grupos de interés (Stakeholders):** *“Un stakeholder es el público de interés para una empresa que permite su completo funcionamiento. Todas las personas u organizaciones que se relacionan con las actividades y decisiones de una empresa como: empleados, proveedores, clientes, gobierno, entre otros.” (Rockcontent, 2021)*

**Imagen corporativa:** *“La imagen corporativa es el cúmulo de creencias y actitudes que tienen los consumidores y el público en general sobre una marca o corporativo, es decir, la percepción que se han formado a partir de los productos, servicios y comunicación externa de una empresa. En pocas palabras: la imagen corporativa es el significado que adquiere una empresa ante la sociedad.” (Sordo, 2022)*

**Inversión socialmente responsable, inversión RSE:** *“combinación de criterios económicos y no económicos para la compra o disposición de títulos financieros y la canalización de fondos a proyectos productivos; es decir, son fórmulas financieras que buscan, además de tener en cuenta criterios como la liquidez, la rentabilidad y el riesgo, incorporar premisas vinculadas al desarrollo sostenible, el medio ambiente y la justicia social.” (Monex, 2018)*

**Inversiones en la comunidad:** *“herramientas de inversión comunitaria que crean valor tanto para el negocio como para las comunidades. Impulsan la eficiencia, concentran*

*presupuestos reducidos, reducen el riesgo social y mantienen compromisos importantes.”*  
(Colwell, 2021)

**Licencia social para operar:** *“se basa en el grado en que una organización y sus actividades cumplen con las expectativas de las comunidades locales, la sociedad en su conjunto y los diversos grupos que la componen”* (Thompson & Boutilier, 2017)

**Mercadotecnia (Marketig) con causa:** *“Es un tipo de estrategia de comercialización que consiste en un doble propósito por parte de las empresas: posicionar la marca dentro de una plaza en específico y ayudar a la sociedad en una problemática.”* (SendPulse, 2022)

**Memorias de sostenibilidad:** *“documento que contiene información sobre el desempeño ambiental, económico, social y de gobierno de una empresa. Es decir, las bases que constituyen su responsabilidad social.”* (Equipo de Docunecta, 2022)

**Norma ISO 14001:** *“es una norma internacional que permite a las empresas demostrar el compromiso asumido con la protección del medio ambiente a través de la gestión de los riesgos medioambientales asociados a la actividad desarrollada.”*(eurofins, 2020)

**Pacto mundial (Global compact):** *“Un llamamiento a las empresas y organizaciones a que alineen sus estrategias y operaciones con Diez Principios universales sobre derechos humanos, normas laborales, medioambiente y lucha contra la corrupción. Con el mandato de la ONU para promover los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) en el sector empresarial.”* (Pacto Mundial, s.f.)

**Plan estratégico ambiental:** *“instrumento para implementar los lineamientos de una planificación en el largo plazo de objetivos ambientales y sustentables en el territorio, considerando tanto las iniciativas privadas como de gobierno.”* (GRN Gestion de Recursos Naturales, 2021)

**Política ambiental:** *“es la preocupación por ayudar a mejorar y cuidar el medio ambiente, conservar los principios naturales de los humanos y fomentar el desarrollo sostenible, a través de plantearse objetivos claros a corto y largo plazo relacionados con todo esto en conjunto.”* (Zarza, 2022)

**Reputación corporativa:** *“imagen que proyecta la empresa y la percepción de esta que tienen sus grupos de interés o stakeholders (tanto internos como externos), en base a las acciones internas y externas que realiza.”* (Grupo ATICO34, 2022)

**Sistema de gestión ambiental:** *“marco formal para mejorar el desempeño ambiental y desarrollar su trabajo de forma más eficiente en líneas generales. Un sistema de gestión ambiental es una poderosa herramienta para reducir los residuos y mejorar la eficiencia, sin sacrificar los beneficios.”* (nqa. ORGANISMO DE CERTIFICACION GLOBAL, 2022)

**Sistema de gestión de RSE:** *“definir, desarrollar e implantar los procesos que te permiten fomentar el diálogo con los grupos de interés, la gestión de sus riesgos y los aspectos relevantes en las dimensiones social, económica y medioambiental”* (MAINJOBS Innovación tecnológica y educativa, 2022)

**Sostenible:** *“Especialmente en ecología y economía, que se puede mantener durante largo tiempo sin agotar los recursos o causar grave daño al medio ambiente.”* (Real Academia Española, 2022)

**Triple balance:** *“es la forma de presentar los resultados en una organización cuando añade a sus cuentas financieras y económicas, las ambientales y sociales.”* (Fundación Corresponsables, 2022)

**Ventajas competitivas:** *“Una ventaja competitiva es cualquier característica de una empresa, país o persona que la diferencia de otras colocándole en una posición relativa superior para competir. Es decir, cualquier atributo que la haga más competitiva que las demás.”* (Sevilla Arias, 2022)

**Verificación RSE:** *“representa un proceso de revisión de la información limitada de aspectos ambientales, económicos y sociales reportados en el informe anual de responsabilidad social o sostenibilidad de las organizaciones, con la finalidad de evidenciar que el informe este exento de errores materiales de acuerdo con los principios de precisión, equilibrio, claridad, fiabilidad comparabilidad y puntualidad establecido por los estándares internacionales.”* (KPMG, 2020)

**Voluntariado de empleados:** *“suma de actividades promovidas y apoyadas por una empresa que tiene como objetivo involucrar de forma libre a sus empleados para apoyar causas, proyectos y organizaciones sin ánimo de lucro.”* (Monex, 2018)

## CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

### 2.1 Definición de Responsabilidad Social.

Es necesario comenzar por definir a la Responsabilidad Social como “(...) *una herramienta enfocada a todas las áreas de una empresa, independientemente de su tamaño, naturaleza y actividad, que analiza el impacto generado mediante su actividad de forma directa o indirecta en el entorno, los derechos humanos de los grupos de interés, la ética empresarial, la calidad impacto medioambiental, y productividad.* (...) según Cantos, J. C., & Kamarova, S. R. (Eds.). (2018) Lo anterior hace alusión a que la responsabilidad social es una herramienta que se pudiera aplicar en una empresa de cualquier tamaño y dentro de las distintas áreas que la componen, y con ello generar un impacto positivo y significativo en su entorno socioeconómico.

El mundo moderno exige a las empresas e instituciones ser entes corporativos desarrollados, dinámicos, modernos, con ideas progresistas, y con ello se busca crear un ambiente más competitivo en aspectos económicos, sustentables y sociales.

La Organización de Normalización Internacional (ISO) vincula a la RSE con base en la sostenibilidad en tres dimensiones que son: **la económica, medioambiental y social.** (ISO, 2017).

### 2.2 Ahora bien, ¿Cómo nació y de dónde provienen las Acciones de Responsabilidad Social?

El concepto de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) fue hablado por primera vez por el economista Howard R. Bowen a mediados del siglo XX en su obra "*Social Responsibilities of the Businessmen*" donde invita y les manifiesta a las empresas, la responsabilidad de devolver a la sociedad lo que la misma les facilitó.

Así mismo, las primeras manifestaciones de la RSE surgieron en el año 1906, pero no tuvieron gran impacto hasta el año 1953 donde en Estados Unidos se consideraron como tal. Cabe señalar que en esa misma época en Estados Unidos se incentivaba a las empresas a poner en marcha dichas Acciones de Responsabilidad Social permitiéndoles obtener a cambio ciertos beneficios fiscales.

Fue en época de los años 50's y 60's en la que se remonta el origen de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) esto en Estados Unidos y viene a afianzarse en Europa en década de los 90's, cuando la Comisión Europea utilizó el concepto con la intención de involucrar a los empresarios en una estrategia de empleo que diera como resultado una cohesión social. Esta acción que buscó incluir a los dueños de las empresas en las soluciones de tipo social generó una reconciliación entre las empresas y comunidad; estos actos dieron como resultado una cohesión de aspectos sociales, se reforzó la solidaridad y el respeto hacia el medio ambiente (Publicaciones Vértice, 2009).

En el siglo XXI, un mayor interés despierta en el “sector empresarial, las escuelas de negocio, los inversores e incluso algunos gobiernos” (De la Cuesta, 2004), dadas las expectativas y exigencias puestas en las empresas para asumir la responsabilidad de los problemas sociales y las metas políticas (Drucker, 2000), y por la ventaja estratégica que representa la RSE si se incorpora en la gestión organizacional, al considerar su contribución en la reputación e imagen empresarial (Porter & Kramer, 2002, 2006).

Es de destacarse que, en sus inicios, el concepto de RSE no tenía una definición clara tal como lo manifiesta Crespo (2010), pero si relacionaba con los diferentes términos como RSC (Responsabilidad Social Corporativa), RS (Responsabilidad Social), y hasta RSEC (Responsabilidad Social Empresarial y Corporativa), entre otros. Del mismo modo se recalca el hecho de que para algunos autores, estos términos pueden significar lo mismo, pero se debe tener presente que si existen diferencias importantes entre ellos los cuales hay que tener en cuenta, sobre todo, al momento de determinar cuál es el alcance de los compromisos sociales que atañen a cualquier empresa o corporación (Malvarez & González, 2011).

Es imprescindible mencionar que la responsabilidad social se encuentra plasmada en acuerdos internacionales como la “*Declaración Universal Biótica y Derechos Humanos.*”.

Desde sus primeros indicios y hasta hoy en día se sabe que las Acciones de Responsabilidad Social son una parte clave para el crecimiento y desarrollo de la empresa, sin importar el tamaño de la misma.

Cabe resaltar que, así como la calidad nos lleva a obtener ganancias, la responsabilidad social también nos conduce a obtener ganancias más sostenibles y una mayor rentabilidad en las empresas que la lleven a cabo.

Así como las empresas se preocupan por mantener estándares altos de calidad que no pueden permitir disminuir debido a la existencia de un acuerdo previo sobre los parámetros y especificaciones que el cliente exige en sus productos, de igual manera la sostenibilidad debe ser un estado continuo y permanente.

### **2.2.1 Niveles de la RSE.**

Existen diversos tipos o niveles de expectativas que la sociedad tiene sobre los negocios o empresas, en cuestión de RSE se pueden abarcar las expectativas económicas, legales, éticas y discrecionales que la sociedad tiene con respecto a las organizaciones en un momento determinado.

De este modo la RSE va más allá de las responsabilidades económicas y sociales, e incluye responsabilidades discrecionales y éticas. Cada una de estas responsabilidades tiene diferentes magnitudes, como se puede ver en Figura 1. En general, estas distinciones colocan la noción de responsabilidad social basada en la concepción A en el nivel más bajo, apenas arriba del comportamiento irresponsable e ilegal. Las nociones basadas en la concepción B son superiores, en el sentido de que reconocen que las obligaciones éticas y morales van más allá del simple cumplimiento de las “reglas del juego”.

Partiendo de lo anterior, la primera y considerada más importante de las responsabilidades sociales empresariales es la que abarca el desempeño económico. La organización empresarial es la unidad económica básica en la sociedad y debe ser eficiente en la producción de bienes y servicios. La sociedad ha establecido las reglas básicas (leyes y regulaciones) bajo las cuales se espera que opere una empresa.

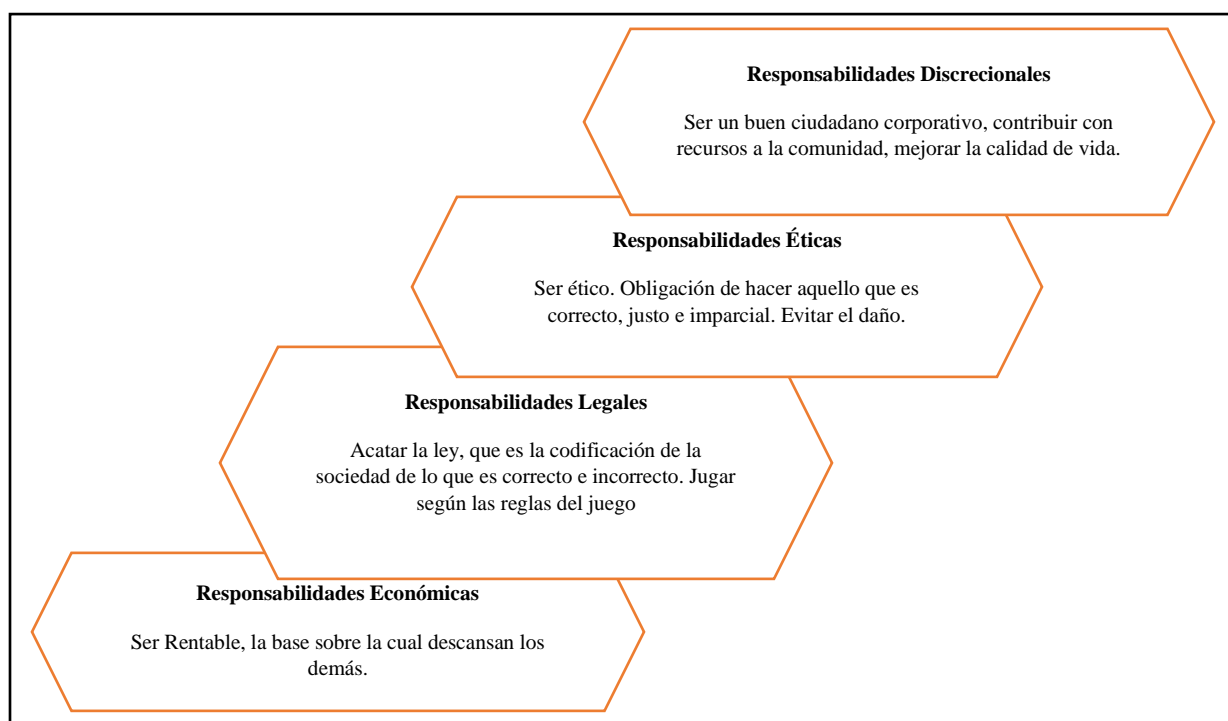
La sociedad espera que la empresa cumpla con su misión económica dentro del marco de requerimientos legales. La sociedad espera también que la empresa tenga responsabilidades éticas. Estas son formas de comportamiento que no están previstas por la

ley pero que se espera que las cumpla la empresa. La justicia con sus clientes y empleados y la honestidad en sus tratos son responsabilidades éticas.

Las responsabilidades discrecionales se refieren a áreas en las que la sociedad desea que la empresa asuma cierta responsabilidad social, como, por ejemplo, apoyar programas filantrópicos de la comunidad, ayudar a corregir degradaciones ambientales o participar en la renovación urbana.

La RSE incluye todas estas responsabilidades simultáneamente. Al parecer hay pocos desacuerdos en relación a las responsabilidades legales y económicas. En cambio, con respecto a las responsabilidades éticas y discrecionales, así como cuáles son los grupos de interés hacia los que la empresa debe tener responsabilidad, no se tiene muy claro cuáles son.

Figura 1. Niveles de responsabilidad social empresarial



Fuente: Elaboración propia.

Fuente: Carroll, B. (1979), “La Responsabilidad Social de las Empresas y los nuevos desafíos de la gestión empresarial (Tomás G. Perdiguero; Andrés García Reche)”

En la actualidad han surgido iniciativas mundiales y regionales que han impulsado la incorporación de la responsabilidad social empresarial en la estrategia empresarial con la finalidad de promover la cooperación de las empresas al desarrollo sostenible, así como fomentar las actuaciones responsables de estas empresas en las comunidades que operan. La práctica de la responsabilidad social empresarial es una pieza clave, en la medida que ello afecte a las estrategias de comunicación de las empresas sobre su compromiso en los consumidores y tener una influencia positiva sobre las actividades hacia la empresa, su imagen y su reputación.

Los consumidores esperan de las empresas que demuestren los valores sociales, así como la evaluación de las alternativas que se ofrecen en el bienestar de la sociedad y la comunidad.

Las dimensiones medio ambientales se concretan en los términos de investigación y desarrollo para hacer un proceso productivo más compatible con el medio ambiente; la reducción del uso exagerado de recursos, tener un código de ética de conducta, publicar un informe anual del medio ambiente, entre otras más.

### **2.2.2 Indicadores de Responsabilidad Social Empresarial**

Un aspecto relevante para las empresas es analizar y caracterizar las políticas de RSE adoptadas por éstas. La matriz de análisis de la sección anterior es una herramienta útil que apunta en esa dirección. Pero, por otro lado, las microempresas requieren conocer su posición frente a las demás de su propio sector y aún fuera de él. Esta necesidad podría tener distintas motivaciones como: compromiso con la ciudadanía corporativa, alcanzar o superar los estándares establecidos en su giro, mejoramiento de su imagen corporativa, motivaciones estratégicas, etc. En este caso, la herramienta que puede proveer de dicha información es la utilización de indicadores de RSE.

Los indicadores permiten efectuar un diagnóstico del grado de Responsabilidad Social que pone en práctica cada empresa en sus acciones cotidianas. Permiten a la empresa evaluar el grado de desarrollo de sus estrategias, políticas y prácticas en los distintos ámbitos que involucra la RSE. Estos indicadores, además, conforman un instrumento que permite el

diseño de una planificación de las prácticas vinculadas a la Responsabilidad Social de la empresa y, por lo tanto, es posible generar procesos de mejora continua en esta temática aun y cuando el tamaño de la empresa sea pequeño. En este sentido, los indicadores pueden ser utilizados para gestión y planeamiento, así como una fuente de ideas para diseñar estrategias y acciones futuras en aquellos ámbitos de la RSE en los que se requiera una mejora en el desempeño, alineada a la estrategia general del negocio (podría complementar a la matriz de análisis de implementación de RSE).

Otro aspecto de importancia es la utilización de indicadores de RSE como estructura de evaluación para el otorgamiento a las empresas de certificación de “empresa socialmente responsable”. En la elaboración de los indicadores deben incluirse todos los aspectos significativos que conforman la RSE, pero más como una estructura conceptual que como un índice exageradamente riguroso y detallado. En este sentido, se debe intentar alcanzar un equilibrio adecuado entre el objetivo de contar con una estructura de evaluación completa y clara que permita a las empresas saber de qué se está hablando cuando se hace referencia a la RSE, y el objetivo de brindar a los equipos técnicos evaluadores razonables niveles de flexibilidad que les permitan, al efectuar su trabajo, adaptar y especificar el indicador a las características de cada empresa.

Esta herramienta estará ordenada siguiendo las grandes dimensiones de la RSE. Dada su amplitud, algunas de estas dimensiones contendrán categorías, algunas de las cuales, a su vez, contendrán diversos aspectos, que estarán conformados por un conjunto de indicadores, los elementos finales a tener en cuenta en la concreción de las evaluaciones.

El indicador debe contener componentes globales, que serán aquellos que se aplican de igual forma a todas las empresas, como el cumplimiento o no de las leyes; mientras que otros componentes del indicador requerirán una especificación sectorial. Por otro lado, puede ser necesaria la corrección de los indicadores cuantitativos según tamaño de la firma.

### **2.3 Tipos de responsabilidad social**

En adición a lo anterior, existen diversos tipos de Responsabilidad Social y que según Juny, R. (2016, marzo 29). Menciona que “...*ser socialmente responsable no significa*

*solamente cumplir plenamente las obligaciones jurídicas, sino también ir más allá de su cumplimiento invirtiendo más en el capital humano, el entorno y las relaciones con los interlocutores...”.*

Como se ha venido comentando, la responsabilidad social en las empresas es un concepto que plasma la decisión **voluntaria** de las grandes o pequeñas compañías de contribuir en el desarrollo social de sus trabajadores, mejorando la calidad de vida y la sociedad, tomando como prioridad la protección del medio ambiente.

La responsabilidad social de las empresas se manifiesta en relación con los distintos participantes de las relaciones empresariales, tanto con los empleados de la empresa como con sus proveedores, el Estado o la sociedad en su conjunto.

Según el libro verde de la unión europea divide las diferentes áreas de la responsabilidad social en **dos** figuras que se verán a continuación.

### **2.3.1 Responsabilidad social corporativa interna**

Es cualquier práctica responsable que efectúen las empresas sea cual sea su tamaño; impacta primordialmente a los trabajadores y trabajadoras de la que forman parte; y generalmente se encuentran relacionadas con el bienestar y los beneficios que se les otorgan a los empleados, siendo algunos de ellos: capacitación continua, igualdad de retribución entre hombres y mujeres, tiempo de calidad con sus familias, seguridad e higiene dentro y fuera de la empresa; fomento del ahorro y optimización de recursos dentro de la compañía, por mencionar algunos de ellos; ya que no se limitan únicamente a los mencionadas en este párrafo. (Admin, 2017)

### **2.3.2 Responsabilidad social corporativa externa**

A diferencia de la responsabilidad social interna, ésta no se limita únicamente dentro del perímetro de las empresas, sino que se extiende a las entidades o locaciones con los que se relaciona directa o indirectamente, ya que además de los trabajadores se pueden encontrar

dentro de este círculo a proveedores, inversionistas, socios, prestadores de servicios y la misma sociedad en la que se desenvuelve.

Asimismo, cabe señalar que en el caso específico de las microempresas en su mayoría sus clientes se encuentran en las zonas circundantes o aledañas a las mismas.

Así pues, de lo anterior deriva la importancia de la implementación de las medidas de responsabilidad social en un ámbito externo como una herramienta positiva para el negocio, ya que influye directamente en la imagen que los clientes perciben de la empresa, obteniendo una ventaja competitiva frente a las demás. (Admin Gestion-Calidad.com, 2016)

## **2.4 Principios básicos de la Responsabilidad Social Empresarial.**

Según las investigaciones realizadas por Calderón, J. F. C. (2020) respecto a este profundo e importante tema nos dice que los ámbitos de la Responsabilidad Social Empresarial se relacionan con principios empresariales universales, por lo que el conocimiento y el desarrollo de estos principios asegura su implementación exitosa.

A continuación, se mencionan los siguientes:

1. Respeto a la dignidad de la persona
2. Empleo digno.
3. Solidaridad.
4. Subsidiariedad.
5. Contribución al bien común.
6. Corresponsabilidad.
7. Confianza.
8. Ética en los negocios.
9. Prevención de negocios ilícitos.
10. Vinculación con la comunidad.

11. Transparencia.
12. Honestidad y legalidad.
13. Justicia y equidad.
14. Desarrollo social.

En base a lo anterior, se infiere que para que una microempresa se considere socialmente responsable esta debe actuar conforme a los valores éticos universales, toda vez que la ética empresarial es la base para que sus relaciones subyacentes también sean sanas. Lo anterior resultará beneficioso en todo el proceso que lleve a cabo la empresa, ya sea con empleados, clientes, proveedores y futuros accionistas.

El objetivo es involucrarse con la sociedad y los problemas que afecten a esta, promover una cultura sana dentro y fuera de ella, salvaguardar los derechos de sus colaboradores y proteger al necesitado. Estas acciones son las que harán una diferencia en el entorno social y por lo tanto también en lo económico.

Sin embargo, es un reto para algunas empresas de este tamaño (microempresas) debido que, usualmente se cuenta con un capital menor en comparación con las grandes compañías del sector, no obstante, como bien se ha mencionado en el presente trabajo las microempresas conforman el 94.9% de las unidades económicas totales, basta con imaginar el impacto que tendría que todas ellas pudieran aportar positivamente a los recursos naturales de nuestro país y a la sociedad en la que vivimos hoy en día.

Estas importantes acciones pueden fomentar un crecimiento y reconocimiento de las microempresas en la zona donde estas operen, cumpliendo así el objetivo para el que fueron creadas.

Lo anterior actúa en correlación con la finalidad de este trabajo mismo que es el de fomentar e inculcar a los microempresarios sobre las ventajas y beneficios que tendrían con la puesta en marcha de estas magnificas acciones que ayudarán insaciablemente a la sociedad donde día a día nos desenvolvemos, de lo cual podría surgir la siguiente pregunta: ¿Qué es y cómo se obtiene el distintivo de Empresa Socialmente Responsable?

## **2.5 ¿Qué es y cómo se obtiene el distintivo de Empresa Socialmente Responsable ESR®?**

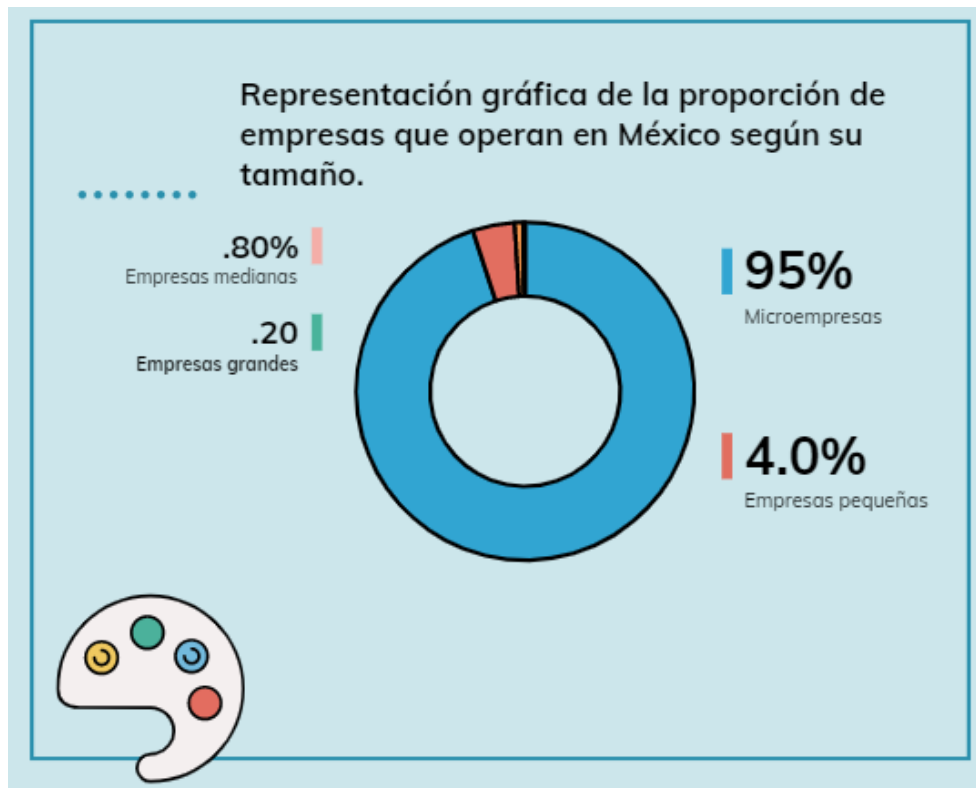
De acuerdo con la convocatoria lanzada en el año 2022 *DISTINTIVO ESR® MIPYMES EMPRESAS SOCIALMENTE RESPONSABLES* el Centro Mexicano para la Filantropía (Cenefa) y la Alianza por la Responsabilidad Social Empresarial en México (AliaRSE), menciona que: *“El distintivo de ser una Empresa Socialmente Responsable es un proceso que mide y compara el nivel de madurez de las buenas prácticas de responsabilidad social a través de diferentes indicadores en los ámbitos ambiental, social y de gobernanza en las empresas. Cuya base y fundamento proviene de la legislación nacional y normativa internacional, así como contempla la revisión de evidencias para soportar el grado de cumplimiento de la responsabilidad social y sostenibilidad de las organizaciones, acreditándolas con un ícono de valor (ESR) que avala su ventaja competitiva entre las empresas que operan en México y América Latina”.*

## **2.6 Importancia de la implementación de las Acciones de Responsabilidad Social en las Microempresas en México y su impacto organizacional.**

*Según una nueva investigación... (ESTADÍSTICAS A PROPÓSITO DEL DÍA DE LAS MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS (27 DE JUNIO) DATOS NACIONALES, 2020)*

- 1.- *“Del total de establecimientos en nuestro país, 95.0% son tamaño micro (0 a 10 personas ocupadas); 4.0% son pequeños (11 a 50 personas) y 0.8% medianos (51 a 250 personas). Las MIPYME (los tres grupos anteriores) representan el 99.8% del total nacional.” Véase Figura número 2.*
- 2.- *“El 68.4% del personal ocupado total labora en las micro, pequeñas y medianas empresas.”*
- 3.- *“Las micro, pequeñas y medianas empresas generan el 52.2% de los ingresos.”*

Gráfica número 1.



Gráfica propia.

En este sentido, sabemos que **las microempresas representan el 95% de la economía total en México** y según la misma fuente de información citada previamente, el 52.2% de los ingresos percibidos en México provienen de las actividades económicas generados por las Pymes.

En adición a lo anterior, según (ESTADÍSTICAS A PROPÓSITO DEL DÍA DE LAS MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS (27 DE JUNIO) DATOS NACIONALES, 2020) menciona lo siguiente:

*“Del total de ingresos que generan las empresas y los establecimientos en el país, 14.2% fueron producidos por los micro negocios (0 a 10 personas ocupadas), 16.1% por los pequeños (11 a 50 personas), 21.9% los negocios medianos y 47.8% por los grandes (251 y más personas).”*

De ahí la importancia de que las microempresas que operan en la ciudad de Mexicali, Baja California conozcan del impacto económico y social que representan en la sociedad

mexicana y cómo de ahí surge actualmente la necesidad de que ellas implementen las Acciones de Responsabilidad Social mismas para que contribuya a su desarrollo empresarial.

De la misma manera, El Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi) y la Alianza por la Responsabilidad Social Empresarial en México (AliaRSE), menciona que la implementación de las Acciones de Responsabilidad Social y su comprobación ante las instancias correspondientes, pueden fortalecer diversas áreas específicas en una **Micro**, Pequeña y Mediana empresa.

**Estos son algunos de los factores claves para su desarrollo empresarial.**

*“...Comercial. Aumenta las ventas al diferenciar sus productos y servicios de la competencia, anticipa las tendencias y facilita el acceso a mercados globales.*

***Laboral.** Facilita el reclutamiento de personal de primer nivel y la retención de talentos, genera relaciones de largo plazo con el personal y alinea sus expectativas individuales con los objetivos de las empresas.*

***Legal.** Mejora el entendimiento de requerimientos legales, exigencias de reguladores y reduce la presión de agencias fiscalizadoras, permite el cumplimiento de normas y suplementos sectoriales.*

***Financiero.** Incrementa la confianza de accionistas, mejora la percepción de riesgo, facilita el acceso a financiamiento, favorece la obtención de socios estratégicos y la atracción de inversiones.*

***Reputación.** Mejora la imagen pública frente a sus grupos de interés y aumenta la fidelidad de los clientes.*

***Gestión.** Contar con la RSE como un modelo de negocio que permite identificar áreas de mejora potencial, medir la evolución de sus resultados, frente a sí misma y al sector al que pertenece*

***Impacto.** Medir la evolución de sus resultados basados en sus buenas prácticas de RSE con enfoque de versión social...”*

Mientras que el desarrollo económico y social continúa mejorando las vidas de algunos en nuestro país, todavía hay trabajo considerable que hacer en México, específicamente en Mexicali, Baja California.

El sitio Enupal menciona lo siguiente *“La Responsabilidad Social Empresarial es hoy un valor agregado y una ventaja competitiva para la empresa. Aquellas empresas que*

*desde hoy incorporen o refuercen sus Acciones de Responsabilidad Social lo harán a su propio ritmo y de acuerdo a sus posibilidades; mañana tendrán la exigencia del entorno”.*

Actualmente se considera que los pilares de una estrategia exitosa de negocios son: capital adecuado, buena gerencia, productos y servicios de calidad, dominio de la tecnología, servicio al cliente y una estrategia integral de responsabilidad social. Todos estos pilares están ligados entre sí y son interdependientes.

La RSE brinda beneficios reales y tangibles para la empresa, que pueden medirse de diferentes maneras, basándose en información cuantitativa y cualitativa y que, según Manilla, H. D. G. (2019) entre ellos están:

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

Aumento en la capacidad para recibir apoyos financieros.

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

- Reducción de la supervisión regulatoria.
- Se promueve y se hace más eficiente el trabajo en equipo. Las compañías líderes en el mundo han incorporado la Responsabilidad Social Empresarial a su estrategia de negocios como elemento diferenciador y como ventaja competitiva, con resultados financieros positivos.

Cada vez más estudios, realizados en distintas partes del mundo, comprueban la correlación positiva entre los resultados económicos y financieros y el comportamiento socialmente responsable de la empresa. La opinión pública espera hoy que la empresa sea parte de un cambio positivo en la sociedad, contribuyendo de manera sustentable al desarrollo de las comunidades.

### **III. METODOLOGÍA**

#### **3.1 Diseño de Investigación**

En el presente estudio se utilizará el método de investigación cuantitativa de corte transversal no experimental. Debido a que las muestras y resultados que se desean obtener se llevarán a cabo con un cuestionario de una sola aplicación con el fin de ello con el fin de verificar si conocen y/o en todas ellas se aplican Acciones de Responsabilidad Social y finalmente comprobar si estos factores se relacionan directamente con el desarrollo empresarial de las Microempresas en la ciudad de Mexicali, Baja California.

#### **3.2 Población sujeta de estudio**

La población de estudio de la presente investigación está conformada por Microempresas cuyo domicilio fiscal se encuentre en la ciudad de Mexicali, Baja California.

### **IV. RESULTADOS, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

Se seleccionó una muestra de un total de 31,539 Microempresas que operan en la ciudad de Mexicali, Baja California según datos estadísticos del DENUE (Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas) con un nivel de confiabilidad del 95% y un

margen de error del 10, obteniendo como resultado un total de 35 encuestas aplicadas de las cuales se desprende lo siguiente.

### *Resumen de resultados*

Generalmente se intuye que las MYPYMES apenas cuentan con el recurso suficiente para llevar a cabo sus actividades básicas para continuar con sus operaciones regulares y se cree además que el implementar las Acciones de Responsabilidad Social es una iniciativa muy costosa y exclusiva de grandes corporativos. Lo anterior deriva de la falta de información respecto al tema, ya que este término de *Responsabilidad Social* no siempre indica alguna afectación monetaria en la empresa, ya que va desde principios básicos como: el respeto a la dignidad de los empleados, la prevención de negocios ilícitos, la vinculación con la sociedad, entre otros más.

Por lo cual en este trabajo investigativo se constató en qué medida las MYPYMES conocen y aplican las Acciones de Responsabilidad Social en sus empresas, a fin de corroborar si esto influye directamente en el desarrollo organizacional de las mismas.

### *Conclusiones*

Derivado de lo anterior se desprende que las MYPYMES que no aplicaban Acciones de Responsabilidad Social presentaban mayor problema de organización tales como: gran rotación de empleados, problemas de jerarquización, multas ecológicas, falta de crecimiento debido a la informalidad, entre otros problemas más, lo cual limita por completo el desarrollo de las mismas, motivo por el cual se infiere que la falta de aplicación de las medidas de responsabilidad social, conlleva a un impacto negativo en las empresas que desconocen estas importantes acciones para la sociedad o bien a quienes deciden no implementarlas.

Las prácticas de RSE ayudan a las empresas a una mejora de imagen corporativa, y a una mayor rentabilidad por el reconocimiento que cada vez más hacen los consumidores a las prácticas de RSE. Esto se refleja en la brecha que existe entre la inversión realizada para estas prácticas y la rentabilidad obtenida por dicha práctica, como aumento de las ventas, aumento en nuevos clientes

De esta manera, actuar socialmente responsable no es una actitud idealista que arroja beneficios sólo hacia el medio ambiente, los recursos naturales, sociales y humanos, sino que representa para la empresa una inversión que repercute en ventajas financieras.

Considerando el rol económico que desde siempre se le ha reconocido a la empresa, esto es, generar utilidades, queda demostrado que la RSE constituye por sí misma un estímulo suficiente para que las empresas se decidan a actuar con responsabilidad. No obstante, ello, considerando las múltiples ventajas que su accionar representa para la protección y reconocimiento de los derechos humanos, laborales y medio ambientales, la utilización de incentivos legales para la implementación de este tipo de políticas al interior de las empresas es un recurso de gestión que no puede ser subestimado.

### *Recomendaciones*

Informar por medio de actividades de retribución social impartidas por la Universidad Autónoma de Baja California a las Pequeñas y Medianas empresas que operan dentro de la delimitación territorial de la ciudad de Mexicali, Baja California acerca de qué son las Acciones de Responsabilidad Social, cómo podrían empezar a implementarlas y en qué medida esto impactar de manera positiva a los negocios de esta categoría, lo cual coadyuve e incentive a los empresarios a la concientización y a la correcta aplicación de las mismas.

## FUENTES CONSULTADAS.

Admin Gestion-Calidad.com. (2016, September 6). *Aspectos Externos de RSE*.

<https://gestion-calidad.com/responsabilidad-social-empresarial>

Admin. (2017, November 3). ¿Qué es la Responsabilidad Social Corporativa Interna?

Corresponsables.com España.

<https://www.corresponsables.com/actualidad/opinion/responsabilidad-social-corporativa-interna-aeca>

*Ayuda Ley Protección Datos*.

<https://ayudaleyprotecciondatos.es/2021/06/12/responsabilidad-social/>

Berruezo, Pacheco & Rolny. (s. f.). *RESPONSABILIDAD SOCIALEMPRESARIA: APLICACIÓN EN EMPRESAS SANRAFAELINAS* [Tesis]. Universidad Nacional de Cuyo.

Calderón, J. F. C. (2020). *EL CONCEPTO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL*.

Cantos, J. C., & Kamarova, S. R. (Eds.). (2018). *ESPACIOS* (Vol. 39).

Crespo R. (2010). *Entre el concepto y la práctica: responsabilidad social empresarial*. *Estudios gerenciales*, 26(117), 119-130.

De Ceupe, B. (2021). ¿Por qué es necesaria la responsabilidad social empresarial? *Ceupe*.

<https://www.ceupe.com/blog/por-que-es-necesaria-la-responsabilidad-social-empresarial.html#:~:text=La%20responsabilidad%20social%20interna%20de,la%20empresa%2C%20principalmente%20los%20empleados.>

De la Cuesta, M. (2004). *El porqué de la responsabilidad social corporativa*. *Boletín económico de ice*. 83, 45 – 58.

*ESTADÍSTICAS A PROPÓSITO DEL DÍA DE LAS MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS (27 DE JUNIO) DATOS NACIONALES*. (2020, 25 junio). [Comunicado de prensa].

<https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2020/MYPIMES20.pdf>

González, A. (2021, junio 12). *Responsabilidad social. Definición, tipos y ejemplos*.

[https://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto\\_esr.pdf](https://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf)

Iturbide, J. R. (2016, enero 5). *Responsabilidad Social Empresarial para pymes*.

*Elempresario.mx*. <https://elempresario.mx/management-mrkt/responsabilidad-social-empresarial-pymes>

Juny, R. (2016, marzo 29). *¿Qué es la Responsabilidad Social Empresarial?* Pimealdia.org. <https://www.pimealdia.org/es/que-es-la-responsabilitat-social-empresarial-2/>

Langlois, A. (2015, abril 15). *La reveladora historia de Howard Bowen, el Padre de la RSE.* Comunicarseweb.com. <https://www.comunicarseweb.com/biblioteca/la-reveladora-historia-de-howard-bowen-el-padre-de-la-rse>

Manilla, H. D. G. (2019). *Concepto y principios de la Responsabilidad Social Corporativa.* Gestipolis. <https://www.gestipolis.com/concepto-principios-la-responsabilidad-social-corporativa/>

*Micro, pequeña, mediana y gran empresa. Estratificación de los establecimientos. Censos Económicos 2019.* (2020). <https://www.inegi.org.mx/app/biblioteca/ficha.html?upc=702825198657>

Paez, M. (s/f). *DE LA INFORMALIDAD A LA COMPETITIVIDAD POLÍTICAS PÚBLICAS PARA UN ECOSISTEMA DONDE LAS PYMES CREZCAN Y SE DESARROLLEN.* Org.mx. Recuperado el 1 de junio de 2022, de [https://imco.org.mx/wpcontent/uploads/2021/02/20200217\\_Pymes-de-la-informalidad-a-la-competitividad\\_Documento.pdf](https://imco.org.mx/wpcontent/uploads/2021/02/20200217_Pymes-de-la-informalidad-a-la-competitividad_Documento.pdf)

Pérez, D. C. (2021, mayo 2). *Tipos de responsabilidad social empresarial.* Ceupe. <https://www.ceupe.com/blog/tipos-de-responsabilidad-social-empresarial.html>

Porter, M. & Kramer, M. (2006). *Strategic & society: the link between competitive advantage and corporate social responsibility.* Harvard business review, 84(12), 78-93.

Publicaciones Vértice (2009). *Responsabilidad Social Corporativa.* Málaga: Publicaciones Vértice.

*¿Qué es ser una Empresa Socialmente Responsable ESR?* (2014, junio 30). *Responsabilidad Social y Sustentabilidad; Responsabilidad Social Empresarial y Sustentabilidad.* <https://responsabilidadsocial.net/que-es-ser-una-empresa-socialmente-responsable-esr/?amp>

Santander. (2021, noviembre 16). *¿Qué son los bonos verdes?* Santander Bank. <https://www.santander.com/es/stories/que-son-los-bonos-verdes>

*Significado de Responsabilidad social.* (2015, enero 29). Significados. <https://www.significados.com/responsabilidad-social/>

Urias, T. (s/f). *Glosario de términos útiles en RSE – Responsabilidad Social Empresarial*. Elsalvador.com. Recuperado el 2 de junio de <http://rse.elsalvador.com/generales/glosario-de-terminos-utiles-en-rse/>

Web, D. (s/f). *La Responsabilidad Social Empresarial*. Desarrollo Web, Plugins para Craft CMS y Cursos. Recuperado el 2 de junio de 2022, de <https://enupal.com/es/blog/la-responsabilidad-social-empresarial>