



# Estrategia de difusión

Distinción al **Registro Único de Vivienda**  
como Empresa Socialmente Responsable

Servicios Digitales

CDMX, Febrero 2017

## Introducción

El 3 de marzo del año en curso, el Registro Único de Vivienda recibirá la estatuilla que le distingue como Empresa Socialmente Responsable en el marco del Primer Foro Internacional PyMES Socialmente Responsables, donde se dará cita a más de 600 empresas PyMES y Promotoras de México y América Latina.

Dada la importancia del suceso, el área de Servicios Digitales propone una estrategia para generar expectativa, informar, anunciar esta distinción y mantener una campaña constante que refleje los valores que promueve este reconocimiento.

La estrategia en redes se basa en siete segmentos:

- **Campaña preventiva (expectación):** se introduce a la audiencia sobre el distintivo, quién lo otorga, por qué y para qué
- **Campaña informativa (documentación):** infografías sobre los 4 pilares de una ESR® (Ética Empresarial, Calidad de Vida, Vinculación con la Comunidad, Cuidado del Medio Ambiente); otras empresas destacadas que también son ESR® en México, valores y fundamentos de una ESR®
- **Campaña de lanzamiento:** se anuncia que al RUV® se le otorgará la distinción. Invitación a medios y actores del sector.
- **Campaña de mantenimiento:** Entrevistas, infografía sobre lo que se tuvo que hacer para lograr la distinción
- **Documentación** del evento, levantamiento de imagen
- **Incorporación del distintivo** en imagen de identidad, redes, papelería
- **Creación de contenido** que propicie responsabilidad social, anuncio de proyectos que contribuyen al entorno y reflejar valores de la organización.



## ¿Qué es el Distintivo ESR®?

El Distintivo ESR® es un reconocimiento otorgado anualmente en México por el Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi) y AliaRSE, el cual acredita a las empresas ante sus empleados, inversionistas, clientes, autoridades y sociedad en general, como una organización comprometida voluntaria y públicamente con una gestión socialmente responsable como parte de su cultura y estrategia de negocio, agregando valor a la marca y rentabilidad.

El Distintivo ESR® marca el compromiso de renovarse año con año para mantener vigente la cultura de la responsabilidad social.

Una ESR® es aquella que fundamenta su visión y compromiso en políticas, programas, toma de decisiones y acciones que benefician al sector e inciden positivamente en la gente, el medio ambiente y las comunidades en que operan, más allá de sus obligaciones, atendiendo sus expectativas.

También, cumple con un conjunto de normas y principios referentes a la realidad social, económica y ambiental basada en valores, ya que establece como principales estándares en su cultura organizacional, la ética, la justicia, la inclusión y la moral.

El cumplimiento de las leyes y de las normas es una obligación de cualquier empresa que presta un servicio y, por ello, el respeto cabal de las normativas es un ingrediente fundamental de la Responsabilidad Social de las empresas. La Responsabilidad Social implica un conjunto de prácticas, de estrategias y de sistemas de gestión empresariales que persiguen un nuevo equilibrio entre las dimensiones económica, social y ambiental. Por ello, como punto de partida, suelen poner énfasis en la legislación laboral y en las normas relacionadas con el medio ambiente y el desarrollo sostenible.



Las prácticas relacionadas con el buen gobierno de las compañías, como la democracia corporativa, el espíritu de cooperación de la empresa con sus clientes, proveedores, competidores y gobiernos son características esenciales de la Responsabilidad Social. Son básicos los compromisos de transparencia que adquieren las empresas con la sociedad y que se hacen efectivos a través de la rendición de cuentas en forma de informes o memorias anuales verificables por organismos externos, así como la ciudadanía corporativa entendida como los derechos y las obligaciones de la empresa dentro de la comunidad a la que pertenece.

Por todo lo anterior, toda ESR® debe orientarse a mejorar:

- La calidad de vida laboral
- El medio ambiente
- La ética empresarial

La Responsabilidad Social Empresarial responde a principios empresariales fundamentales, los cuales hacen que con el conocimiento de los mismos y su profundización conlleven a su implementación exitosa.

Estas directrices de la Empresa Socialmente Responsable como base de acción pueden ser:

- Respeto a la dignidad de la persona
- Empleo digno
- Solidaridad
- Contribución al bien común
- Corresponsabilidad



- Confianza
- Ética en los negocios
- Prevención de negocios ilícitos
- Vinculación con la comunidad
- Transparencia
- Honestidad y legalidad
- Justicia y equidad
- Empresarialidad
- Desarrollo social
- Calidad de Vida
- Cuidado del Medio Ambiente



La responsabilidad social de la empresa es una combinación de aspectos legales, éticos, morales y ambientales, y es una decisión voluntaria, no impuesta, aunque exista cierta normatividad frente al tema.

Una empresa es realmente mejor cuando además de lograr sus objetivos empresariales, aporta beneficios a sus colaboradores, a sus proveedores, a las familias de sus trabajadores, a su entorno, al medio ambiente. Por esta razón es tan importante ser una Empresa Socialmente Responsable.

En México, alrededor de 1126 empresas son ESR®: Wal-Mart, Cemex, Coca-Cola FEMSA, Cervecería Cuauhtémoc Moctezuma, Vitro, Bimbo, 3M, Grupo URBI, Casas GEO, ADO, entre muchas otras, han descubierto los beneficios de ser socialmente responsables a través de la obtención del Distintivo ESR® y obviamente de su administración. Cabe señalar que dicho distintivo puede ser alcanzado por PyMES, empresas y corporativos.

El Distintivo ESR®, como símbolo, puede ser utilizado, una vez obtenido, en todos los comunicados de la empresa, haciendo pública su distinción claro, pero también su compromiso hacia la Responsabilidad Social.

Hoy en día, las instituciones financieras recurren cada vez más a listas de Empresas Socialmente Responsables, ESR®, para evaluar los riesgos de sus préstamos o inversiones.

Publicaciones como Industry Week han mostrado que la mitad del rendimiento superior a la media de una empresa socialmente responsable, puede atribuirse a esa característica, mientras que el resto, a los resultados del sector.

Asímismo está demostrado que cuando se elige entre dos marcas de la misma calidad y precio, la cuestión de responsabilidad social es la que más afecta en la decisión de compra 41%; ello por encima del diseño e innovación (32%) y la lealtad de la marca (26%).

Por si fuera poco, el 70% de los consumidores dice estar dispuesto a pagar más por una marca que apoya causas sociales o medioambientales.

En síntesis, es un hecho que las empresas socialmente responsables tienen y tendrán beneficios por encima de la media en el corto plazo, al ser percibidas por sus asociados y consumidores como superiores en sus procesos de gestión y comercialización.

