



Segmentos de empresas de servicios pequeña



Empresas de Servicios de tamaño pequeño, con impacto grande.

Las empresas de Servicios, con un rango de 11 a 50 empleados clasificadas como pequeñas, desempeñan roles cruciales en la economía del país. Dentro del Distintivo ESR® estas se desarrollan en industrias variadas, desde servicios de alojamiento y preparación de alimentos hasta algunas actividades legislativas y profesionales, en un total de 11 industrias. En este círculo, las empresas de este segmento son un grupo grande, aproximadamente 1 de cada 4 empresas Pymes (Micro, Pequeña y Mediana Empresa).

Estas entidades, enfrentan desafíos específicos, destacan por su agilidad y proximidad a la comunidad. En este contexto, exploraremos los obstáculos que superan, las ventajas que poseen y su compromiso con la Responsabilidad Social Empresarial (RSE). Desde la salud hasta la cultura, estas empresas no solo impulsan la economía, sino que también tejen la estructura esencial de servicios que sostiene a México. Los indicadores de los criterios “Social” y de “Gobernanza” en estas empresas a menudo implica un compromiso activo con la RSE, reflejando un enfoque ético y sostenible en sus operaciones y relaciones con la comunidad.

Este documento es una propuesta de valor para el segmento de empresas de Servicios de tamaño pequeño.

Criterios para la construcción del segmento

El fundamento principal para la formación de este grupo reside el dominio que tiene este segmento dentro del grupo de Pymes.

De las 1,310 Pymes que participan por el Distintivo ESR®, 441 de las empresas pertenecen al sector Servicios (33.7%), de las cuales 320 de las empresas pertenecen a este segmento (24.4%). En otras palabras, 1 de cada 4 empresas Pymes pertenecen al sector.

Por lo que requiere un análisis específico para un grupo tan amplio y diverso, ya que abarca 11 tipos de industrias.

En términos generales, estas empresas se destacan por su versatilidad, mostrando una agilidad única para adaptarse a las demandas específicas de la comunidad. Suelen enfrentar desafíos relacionados con la estructuración interna y la toma de decisiones, dada su escala más modesta, a menudo adoptan estructuras organizativas flexibles. La toma de decisiones puede ser más descentralizada, permitiendo respuestas rápidas a las demandas del mercado local.

Las prácticas de RSE pueden tener un impacto positivo y significativo en las empresas de servicios de tamaño pequeño. Estas prácticas pueden ayudar a las empresas a mejorar su reputación, atraer y retener a los empleados, reducir costos a través de la eficiencia energética, la reducción de residuos y otras medidas.

Índice

4

Retos en Implementar RSE:

Aquí comienza la oferta de valor al plantear cuestiones relevantes sobre el proceso y desarrollo de la Responsabilidad Social (RS) en las empresas del segmento analizado. De aquí se pueden tomar ideas para desarrollar planes de políticas de RSE.

9

Proceso de Evaluación:

Plantea los fundamentos del proceso de evaluación del Distintivo ESR®. Toda empresa debe comprender en su totalidad este capítulo para mejorar su proceso de postulación.

12

Perfil de segmento:

Es una descripción exhaustiva en términos de RSE sobre cada una de las industrias en el segmento. Nuevamente, son elementos donde la empresa puede tomar ideas para desarrollar planes de políticas de RSE. Del mismo modo, se explica la distribución del segmento en las entidades de México. Aquí se encuentran los Aliados Regionales.

21

Resultados de la evaluación de las empresas de servicios de tamaño pequeña:

Esta sección corresponde a un proceso de retroalimentación gratuito. Las empresas podrán saber su posición en RSE en su segmento y en contraste contra el resto de segmentos.

28

Conclusiones y recomendaciones:

Recomendaciones por Nivel de desarrollo y criterios del Distintivo ESR®, que la empresa podrá utilizar para mejorar su proceso de postulación. Varias de estas conclusiones funcionan como guía rápida para temas fundamentales del Distintivo ESR®.

Cuadros:

A lo largo del texto se incluyen Cuadros de ayuda para atender dudas generales sobre los Niveles de desarrollo, Aliados Regionales y porque una empresa queda condicionada dentro del Distintivo ESR®.

Retos en Implementar RSE

Las empresas se enfrentan a constantes retos para poder desempeñar sus actividades. Cuando se habla de RSE se considera que son retos ajenos a las actividades principales de la empresa como los operativos, de producción, financieros entre otros. La responsabilidad social se ha vuelto un eje central de las empresas que desean un desarrollo sostenido en el mercado, resaltando su competitividad y posición. A continuación, se presentan los desafíos de la implementación de la RSE en las empresas de servicios de tamaño pequeño, donde muchos de estos interceptan en retos que las empresas deben de enfrentar aun si se mantienen ajenas a la RSE, por lo que muchas empresas prefieren apegarse del todo a la RS para obtener la totalidad de sus beneficios.

Estos retos son los que deben de considerarse al momento de realizar un plan inicial de política. Si se identifica la naturaleza de ellos dentro de la empresa y se atiende de forma efectiva, la responsabilidad social será la herramienta de atención al riesgo.

■ Recursos limitados y la presión competitiva.

Las empresas de servicios de tamaño pequeño suelen tener recursos limitados, lo que puede dificultarles la implementación de prácticas de RSE. Esto puede incluir la falta de recursos financieros, de tiempo y de personal. En un mercado competitivo, las empresas de servicios de tamaño pequeño pueden sentir presión para centrarse en sus resultados financieros y descuidar la RSE. Esto puede dificultarles el compromiso con la RSE a largo plazo.

La falta de recursos para investigación y desarrollo puede limitar la capacidad de las empresas para innovar y adoptar tecnologías sostenibles. Esto produce reducción de la eficiencia operativa y la capacidad de ofrecer productos o servicios más sostenibles.

■ Falta de conocimiento o la falta de compromiso.

Si las empresas de este segmento carecen de conocimientos puntuales sobre la RSE y cómo implementarla puede dificultarles el desarrollo de estrategias eficaces. La obtención del Distintivo ESR® no solo permite el desarrollo de buenas prácticas, además da acceso al acompañamiento de personal certificado y especializado que puede orientar a las empresas participantes.

El compromiso del director o de la persona de mayor jerarquía es esencial para el éxito de la RSE, puesto que, si no está comprometido es casi imposible implementar prácticas de RSE de manera efectiva. Así mismo, el mensaje se debe de unificar con los empleados, convirtiendo el propósito en el cimiento central de la empresa. Este propósito debe transmitir la visión y los valores fundamentales, proporcionando una razón clara tanto para los clientes como para otras partes interesadas. Se debe de involucrar activamente a los empleados y partes interesadas en la definición de este propósito, y luego comunicarlo de manera amplia y constante.

Para lograr un compromiso total, es esencial que los empleados comprendan el significado detrás de su trabajo, y esto va más allá de simplemente obtener ganancias. Este propósito es mayor cuando la empresa se compromete con su personal al invertir en el crecimiento profesional de sus empleados y garantizar salarios competitivos.

Necesidad de enfoque local

Adoptar un enfoque local en responsabilidad social es fundamental para fomentar prácticas sostenibles y generar un impacto social positivo. Estas empresas, al estar más arraigadas en sus comunidades locales, pueden beneficiarse significativamente al centrarse en soluciones adaptadas a contextos específicos.

El enfoque local en la responsabilidad social implica comprender las necesidades particulares de la comunidad en la que operan. Esto puede traducirse en iniciativas que aborden problemas específicos, como la creación de empleo local, el apoyo a la educación o la implementación de programas de capacitación que fortalezcan las habilidades de los residentes. Al ajustar sus estrategias de responsabilidad social a las circunstancias y desafíos específicos de la comunidad, las empresas pequeñas pueden establecer un vínculo más estrecho con la población local.

La adopción de enfoques de sostenibilidad centrados en lo local también puede traducirse en una mayor aceptación y apoyo de la comunidad. Al alinearse con las necesidades y valores locales, estas empresas pueden fortalecer su reputación y relaciones con los líderes locales. Esto, a su vez, contribuye a la construcción de un capital social sólido, donde la empresa es percibida como un miembro integral de la comunidad que busca el beneficio mutuo.

En resumen, para las empresas de tamaño pequeño en la industria de servicios, la implementación de enfoques de responsabilidad social basados en lo local no solo es una estrategia ética, sino también una vía efectiva para generar un impacto social positivo y construir relaciones sólidas con las comunidades a las que sirven.

Competencia con empresas grandes y medianas

Competir con empresas más grandes puede representar un desafío significativo. A menudo, este segmento se encuentra en desventaja en términos de recursos financieros y operativos en comparación con las corporaciones más grandes. La falta de recursos puede dificultar la capacidad de destacar y diferenciarse en el mercado, lo que a su vez impacta negativamente las oportunidades de crecimiento para estas empresas.

Aquí es donde la RS juega un papel clave, porque se convierte en el diferenciador para las empresas pequeñas que buscan superar estas limitaciones y competir de manera efectiva. La implementación de prácticas socialmente responsables no solo cumple con imperativos éticos, sino que también puede actuar como un diferenciador distintivo en un mercado saturado. Al centrarse en iniciativas que impacten positivamente a la comunidad local, como programas de responsabilidad ambiental, inclusión laboral o contribuciones a proyectos comunitarios, estas empresas pueden construir una identidad única y fortalecer su posición competitiva.

Esto puede convertirse en un motor de crecimiento al mejorar la percepción de la marca y la lealtad del cliente. Los consumidores modernos valoran cada vez más las empresas que demuestran un compromiso auténtico con prácticas sostenibles y sociales. Las empresas pequeñas que adoptan enfoques responsables no solo ganan la confianza de los clientes, sino que también pueden atraer y retener a empleados talentosos que comparten valores similares. Esto, a su vez, contribuye al desarrollo sostenible de la empresa a largo plazo, incluso en un entorno competitivo dominado por empresas más grandes.

En conclusión, la responsabilidad social en empresas de tamaño pequeño en la industria de servicios no solo es una cuestión ética, sino también una estrategia inteligente para diferenciarse en el mercado y aprovechar oportunidades de crecimiento.

Rivalizar o colaborar

La colaboración a través de la red del Distintivo ESR® se posiciona como un facilitador fundamental para la RS en empresas de tamaño pequeño en la industria de servicios. Estas colaboraciones no solo optimizan el uso de recursos, sino que también fomentan el desarrollo sostenible al permitir la adopción de iniciativas más ambiciosas y el intercambio continuo de conocimientos dentro de una comunidad comprometida con la RSE.

La incorporación de proveedores y socios en prácticas sostenibles representa un enfoque viable y estratégico para las empresas de tamaño pequeño en la industria de servicios. Este enfoque no solo fortalece la posición de la empresa en términos de responsabilidad social, sino que también contribuye al desarrollo sostenible de toda la cadena de valor.

Al establecer un entorno de colaboración basado en prácticas éticas y sostenibles, estas empresas se posicionan como líderes responsables en su sector.

Alianzas Estratégicas

La participación en colaboraciones a través de la red proporcionada por el Distintivo ESR® se revela como un componente esencial para fortalecer las prácticas de RSE. Estas colaboraciones estratégicas, ya sea con otras empresas de tamaño similar o con empresas más grandes, se configuran como clave para compartir recursos y conocimientos en el ámbito de la sostenibilidad. Este intercambio no solo promueve la eficiencia en el uso de recursos limitados, sino que también facilita el acceso a experiencias y perspectivas diversas que enriquecen las estrategias de RSE.

La colaboración entre empresas de tamaño pequeño dentro de la red del Distintivo ESR® crea una sinergia valiosa. Al compartir buenas prácticas, desafíos comunes y soluciones innovadoras, estas empresas pueden aprender unas de otras y adaptar estrategias de RSE de manera más efectiva a sus respectivos contextos. Este intercambio horizontal de conocimientos contribuye al desarrollo sostenible a nivel local y sectorial, fortaleciendo la capacidad de estas empresas para enfrentar desafíos y aprovechar oportunidades de manera colectiva.

Por otro lado, la posibilidad de colaborar con empresas más grandes en la misma red ofrece a las empresas de tamaño pequeño una plataforma para acceder a recursos adicionales y experiencias consolidadas. Estas asociaciones estratégicas permiten que las empresas pequeñas adopten iniciativas más ambiciosas de RSE, ya que pueden beneficiarse de la experiencia y la capacidad financiera de sus contrapartes más grandes. Esta dinámica colaborativa impulsa el desarrollo sostenible al permitir la implementación de proyectos más impactantes y la adopción de prácticas empresariales responsables a mayor escala.

Inclusión de la Cadena de Valor

La incorporación de proveedores y socios en prácticas sostenibles emerge como un enfoque estratégico que va más allá de las operaciones internas. Al establecer colaboraciones con proveedores comprometidos con la sostenibilidad, estas empresas pueden construir una cadena de valor responsable, destacando así su compromiso con la responsabilidad social empresarial (RSE). Esta colaboración no solo impacta positivamente en la empresa misma, sino que también contribuye al desarrollo sostenible de toda la cadena.

La inclusión de proveedores y socios en prácticas sostenibles implica establecer estándares éticos y medioambientales en la cadena de suministro. Desde la selección de materiales hasta la prestación de servi-

cios, las empresas de tamaño pequeño pueden influir en sus socios para adoptar prácticas responsables. Esto no solo beneficia al entorno, reduciendo el impacto ambiental y promoviendo el uso sostenible de recursos, sino que también contribuye a mejorar las condiciones laborales y promover prácticas comerciales éticas en toda la cadena de valor.

Colaboración con empresas de mayor tamaño

Anteriormente se planteó el reto de competir contra empresas más grandes, sin embargo, no se tiene que rivalizar si se busca colaborar con ellas. Las empresas más grandes cuidan con mayor atención su imagen corporativa, por lo que mantener el Distintivo ESR® es fundamental para mostrar al público su participación en la RS. Del mismo modo se busca que todos sus proveedores o colaboradores también sean ESR. Por lo tanto, el Distintivo ESR® funge como la herramienta de colaboración con empresas de mayor tamaño y la ausencia del mismo puede hacer que las empresas pequeñas pierdan oportunidades importantes de colaboración.

Esta estrategia no solo fomenta la sostenibilidad ambiental y social, sino que también mejora la reputación de la empresa. Los consumidores modernos valoran cada vez más la transparencia y la ética en la cadena de suministro, y las empresas que demuestran un compromiso genuino con prácticas sostenibles ganan la confianza del público. La mejora de la reputación, a su vez, puede traducirse en una mayor lealtad del cliente y en la atracción de nuevos negocios.

Desconocer sobre sostenibilidad

La sostenibilidad no significa reducir algunos gastos o aumentar utilidades, sino asegurar la supervivencia y el crecimiento aun cuando haya cambios en las sociedades, las tecnologías y los recursos naturales. La sostenibilidad conlleva satisfacer sus necesidades presentes, sin arriesgar su capacidad de satisfacer las futuras. La sostenibilidad no contradice la rentabilidad, pero si una empresa sólo tiene el objetivo de ser rentable, muy posiblemente no será sostenible.

Una empresa que sólo quiere ser rentable se concentra en obtener resultados favorables, busca recursos naturales a precios ventajosos y mantiene su información bien resguardada. En contraste, una empresa sostenible planea a largo plazo porque sabe que la energía y los recursos pueden variar, que la población envejece, que las tendencias cambian y que debe estar preparada. La empresa sostenible apuesta por la transparencia y el intercambio de información. Se conecta con las comunidades que están fuera de la compañía, desde organizaciones civiles hasta competidores.

Para encaminar su organización hacia la sostenibilidad, es esencial reflexionar sobre cómo los cambios sociales influirán en su operación, considerando aspectos como regulaciones, preferencias de los clientes y tendencias emergentes. Además, debe evaluar la integración de tecnologías innovadoras, determinando si es posible adaptarlas internamente o si sería más efectivo establecer alianzas estratégicas con otras entidades.

Evaluar tendencias de mercado

Se debe considerar evaluar tendencias de mercado y fomentar liderazgo social y medioambiental. La filantropía corporativa, la participación en comunidades y la mejora de las condiciones laborales en la cadena de suministro son pasos iniciales clave. También es fundamental integrar el propósito en la cultura empresarial para garantizar coherencia.

Hoy en día, los consumidores asignan gran importancia a cuestiones significativas. Por ejemplo, una proporción considerable evalúa el historial medioambiental de las empresas antes de realizar transacciones. Muchos adquieren productos identificándose con la postura de la empresa en temas relevantes, y esperan que las empresas adopten una gestión medioambiental digna. La preferencia por organizaciones con conciencia social también se refleja en los trabajadores jóvenes, quienes muestran compromiso con marcas que abordan asuntos sociales y medioambientales. La consideración de los efectos medioambientales de los productos es una expectativa común entre los consumidores.

Estos indicadores destacan la importancia de que las empresas integren prácticas sostenibles y responsabilidad social para atraer y retener tanto a consumidores como empleados.

Atender los retos con RS

Las empresas de servicios de tamaño pequeño pueden superar estos desafíos al tener como herramienta principal la implementación de la RSE. Para ello, las empresas deben considerar lo siguiente en sus políticas de Nivel 1 (plan inicial), de Nivel 2 (gestión de políticas) y de Nivel 3 (implementación):

- 1. Plantear beneficios:** Las empresas de servicios de tamaño pequeño que implementan la RSE de manera efectiva pueden mejorar su reputación, atraer y retener empleados talentosos con el objetivo de reducir costos en la producción y en la administración. Estas empresas encuentran una ventaja en su tamaño, por lo que se puede arraigar más fácilmente a la comunidad.
- 2. Desarrollar una estrategia:** Las empresas deben desarrollar una estrategia de RSE que se ajuste a sus objetivos y recursos. La estrategia debe ser específica, medible, alcanzable, relevante y oportuna.
- 3. Establecer prioridades:** Las empresas deben establecer prioridades para sus esfuerzos de RSE. Esto ayudará a garantizar que los recursos se utilicen de manera efectiva.
- 4. Objetivos similares:** Las empresas deben comunicar su estrategia de RSE a todas las partes interesadas. Esto ayudará a garantizar que todos estén en la misma página y trabajando hacia los mismos objetivos.
- 5. Medir el progreso:** Las empresas deben medir el progreso de sus esfuerzos de RSE. Esto ayudará a garantizar que las prácticas de RSE sean efectivas y que se estén logrando los objetivos.

Este segmento en México enfrenta retos significativos tanto en la implementación de RSE como en el crecimiento empresarial. Superar estas barreras requiere un enfoque integral que involucre la educación, el acceso a recursos financieros y la colaboración entre empresas. Además, adoptar prácticas sostenibles y centradas en ASG (Ambiental, Social y Gobernanza) puede no solo abordar los desafíos actuales, sino también posicionar a estas empresas para un crecimiento más sostenible en el futuro.

Proceso de Evaluación: Estrategias para medir y mejorar los Indicadores en las ESR

Las empresas que participan por el Distintivo ESR®, sus evidencias son calificadas en una escala del 1 al 5, que muestra el nivel de desarrollo en cada uno de los indicadores. A continuación, se presenta el detalle de los niveles de desarrollo:

1) Compromiso inicial: Este nivel se refleja en un plan o programa de RSE que abarca el marco y las acciones a llevar a cabo por la empresa en un ámbito específico. Aquí, la empresa inicia su concienciación sobre el origen del problema en un aspecto particular de la RSE y sus impactos en los grupos de interés.

2) Sistema de gestión: Se definen, desarrollan e implementan procesos que fomentan el diálogo con los grupos de interés, gestionan riesgos y abordan aspectos relevantes en las dimensiones social, económica y medioambiental. Al mismo tiempo, avanzan en la gestión ética, transparencia y comunicación. Este nivel es fácilmente integrable con otros sistemas de gestión, pero requiere aún su implementación.

3) Implementación: Aquí, la empresa lleva a cabo el sistema de gestión en un ámbito específico de la Responsabilidad Social. Debe contar con un registro que demuestre la puesta en marcha del plan y programa propuesto en el nivel uno, y dicha implementación debe ser coherente con el sistema de gestión. Las acciones se centran en cumplir requisitos legales y mejorar la imagen de la marca, pero aún no impactan mediblemente en el problema inicial.

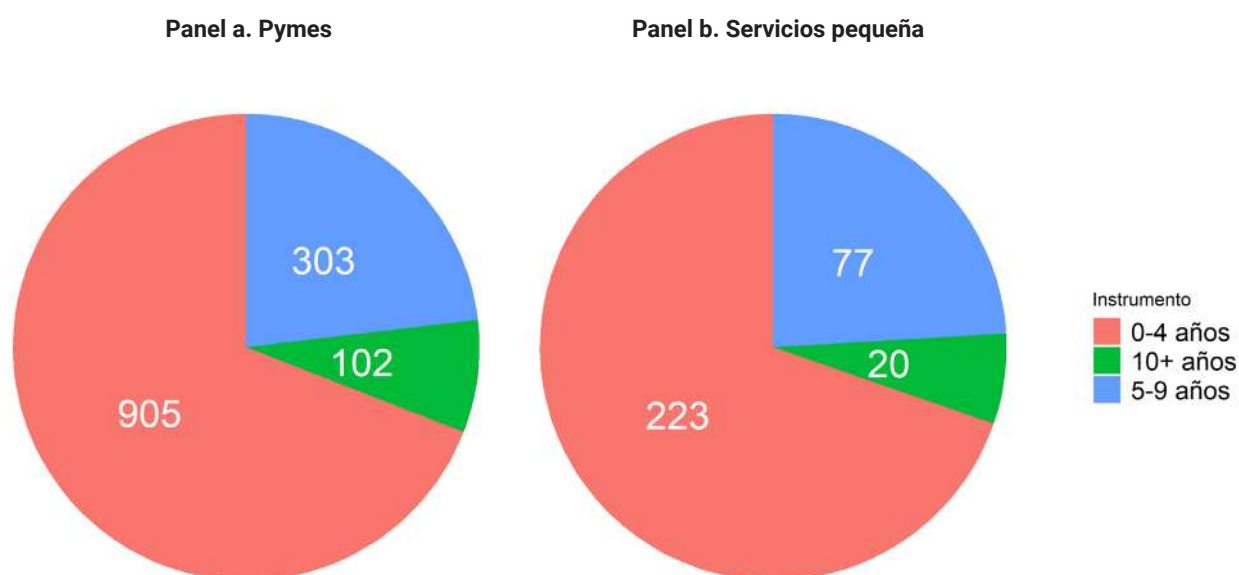
4) Consolidación: En este nivel, la RSE se aplica en un indicador o ámbito específico con el objetivo de impactar en el problema, ya sea previniéndolo, mitigándolo, reduciéndolo, solucionándolo o reconstruyendo los daños causados por las operaciones. Se requiere comprobar el impacto durante al menos dos años y establecer metas demostrando avances en el indicador.

5) Innovación: La Innovación se alcanza cuando se integran procesos, personas y tecnología para aplicar la RSE en acciones estratégicas que impactan en los grupos de interés, impulsando la ventaja competitiva a través de la sostenibilidad. En este nivel, la empresa incorpora la RSE en su estrategia empresarial, manteniendo un diálogo constante con los grupos de interés, gestionando alianzas y comunicando impactos y riesgos de manera efectiva. Además, se establecen políticas y prácticas sólidas en RSE.

Instrumento de evaluación

El número de indicadores que debe de responder cada empresa depende del número de años con el que postulan por el Distintivo. De las 1,310 empresas, 69.1% de las Pymes responden el Instrumento o cuestionario de 37 indicadores, que son para empresas que postulan con 4 años o menos. El 23.1% participan en el Instrumento de 55 indicadores (de 5 a 9 años) y el 7.8% en el Instrumento de 97 indicadores (Gráfica 1, panel a). Para el segmento que analiza este documento la distribución es bastante similar, donde casi 7 de cada 10 responde el instrumento de 37 indicadores (Gráfica 1, panel b). Las preguntas con las que cuentan los instrumentos (cuestionario) se clasifican en cuatro criterios: 1) ambiente, 2) gobernanza, 3) social y 4) contexto global.

Gráfica 1. Empresas por años con el Distintivo ESR®. Instrumento que responden.



Fuente: Elaboración propia con datos de empresas Pymes participantes por el Distintivo ESR®.
Corresponde a los años con que postulan las empresas en la convocatoria vigente.

Cuadro 1. ¿Qué hacer cuando no se tiene claridad de que evidencia presentar y que puntación darse?

Comenzar con el plan: eso es nivel 1

En caso de no contar con evidencia para algún indicador, se puede comenzar con un plan por ámbito. La empresa puede presentar el mismo documento para todos los indicadores del mismo ámbito. Hay que recordar que solo son 9 ámbitos, por lo que, si se opta por esta opción, la empresa deberá presentar un documento sólido que justifique este formato.

Se espera que al menos el plan contenga las estrategias a implementar a futuro, cuáles serán los indicadores en los que se especializarán y cuales mantendrán estratégicamente en un nivel más bajo, justificando cada detalle.

Esta estrategia, de nivel 1, es para comenzar a desarrollar el ámbito, pero abusar de esto daría como resultado una calificación global baja o de nivel 1, por lo que ponen en riesgo la obtención del Distintivo ESR® o quedar condicionada.

Si la empresa está comenzando a implementar, posiblemente el nivel sea 2.

Con el modelo anterior se presentaba la evidencia sin estar al tanto del nivel de desarrollo que se tenía en cada indicador. Ante el cambio de modelo, muchas empresas se dieron cuenta que su nivel de desarrollo de sus indicadores se encontraba en 2, es decir, están en un proceso de gestión de la política.

La empresa debe considerar que, si la evidencia son reconocimientos o premios a los planes de implementación, son de nivel 2. En general, si la empresa tiene duda sobre qué valor asignar a un indicador posiblemente sea porque el nivel de desarrollo sea 1 o 2.

Por otro lado, si la empresa no tiene dudas es porque es muy claro cuál es la política, porque ya está en marcha y tiene resultados de la misma, en ese caso el nivel posiblemente sea 3.

Si no es una acción implementada, no corresponde a nivel 3.

Recordar que la clave del nivel de desarrollo 3 es implementación. Aunque la política sea muy clara y tenga reconocimiento por otras instituciones, si no está implementada y medida no se encuentra en un nivel 3. Actualmente son muy pocas las empresas con indicadores en nivel 4 y 5. Entonces al menos que la empresa tenga muy claro de que van las evidencias de estos niveles y cuente con la documentación que lo sustente no deberían optar por postular a una calificación 4 y 5, debido a que podría ser condicionada al evidenciar que no tiene conocimiento sobre las evidencias requeridos para este nivel.

Perfil de segmento

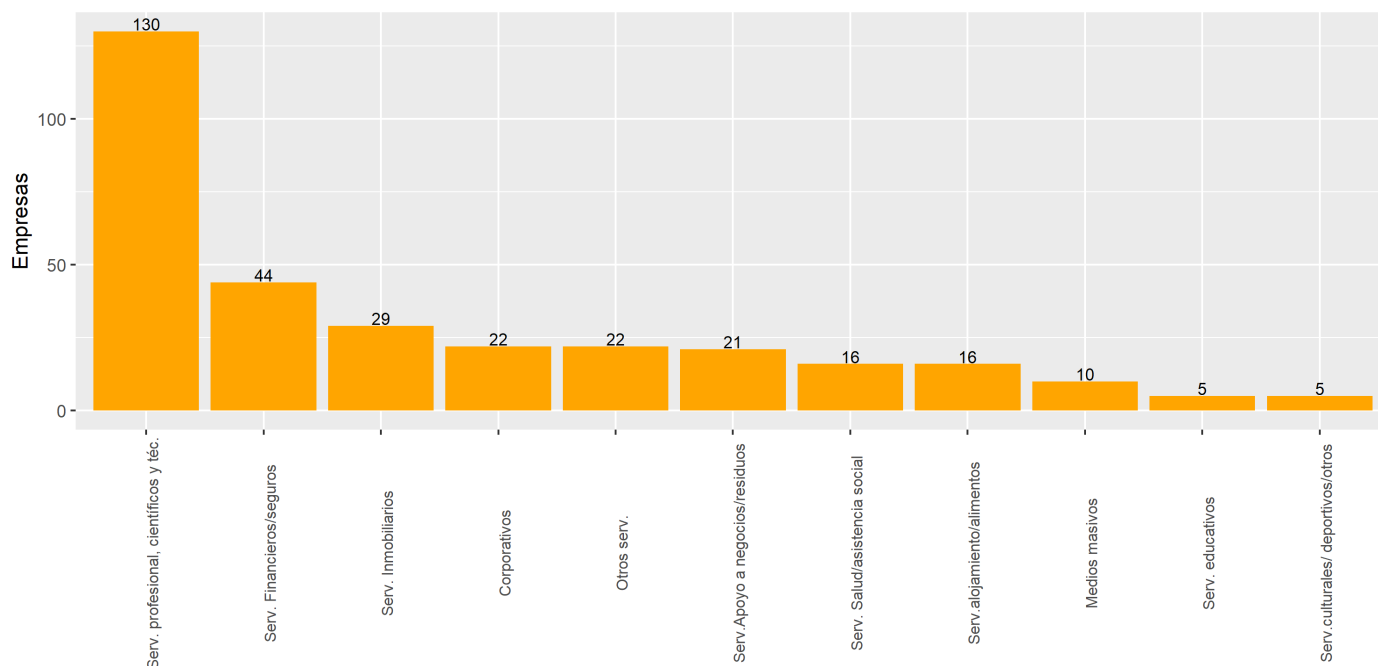
Industrias del segmento

Dentro del Distintivo ESR®, este es un segmento diverso con 11 industrias. La industria que predomina con 40.6% es Servicios profesionales, científicos y técnicos (SPCT) (Gráfica 2).

La industria de SPCT se desarrolla principalmente en el segmento de empresas pequeñas. De las empresas 213 empresas Pymes de SPCT, 61.0% son de tamaño pequeñas, el resto son micro y medianas con 17.4% y 21.6% respectivamente.

Otras industrias predominantes del segmento son los servicios financieros, inmobiliarios y corporativos, en conjunto representa 29.6% del segmento.

Gráfica 2. Empresas del segmento por industria, participantes por el Distintivo ESR®.



Fuente: Elaboración propia con datos de empresas Pymes participantes por el Distintivo ESR®.

Industrias del segmento en un contexto de la RSE

A continuación, se describe cada una de las industrias del segmento en un contexto de la RSE. Se menciona sus mejores prácticas de RSE, sus alcances y como interactúan con otras industrias.

1. Servicios profesionales, científicos y técnicos.

Esta industria incluye profesionales de diversos campos, como consultoría, servicios legales, contabilidad, investigación, publicidad, y otros servicios técnicos y científicos. En resumen, engloba aquellas actividades donde el conocimiento especializado, la experiencia técnica o científica, y la prestación de servi-

cios profesionales son fundamentales. Estas empresas desempeñan un papel clave en el apoyo a otras industrias y contribuyen significativamente al desarrollo económico mediante la aplicación de habilidades altamente especializadas.

La industria tiene diversas formas de contribuir a la RSE, principalmente con la integridad y la transparencia en sus operaciones. Así mismo puede facilitar oportunidades de capacitación y desarrollo para su personal lo cual demuestra un compromiso con el crecimiento y bienestar de los empleados, promoviendo la igualdad de oportunidades y la equidad en la empresa.

Al utilizar su experiencia técnica y científica, estas empresas pueden liderar iniciativas innovadoras que aborden problemas sociales o medioambientales, contribuyendo así al bienestar general. Contribuir a la comunidad local mediante programas de RS, patrocinios o servicios pro-bono puede ser una forma efectiva de impactar positivamente en la sociedad.

En conjunto, estas prácticas no solo benefician directamente a las comunidades y al medio ambiente, sino que también fortalecen la reputación de la empresa y generan una cultura organizacional basada en valores éticos y responsables.

2. Servicios financieros y de seguros

La industria en México desempeña un papel clave en el desarrollo económico y la gestión de riesgos. En el contexto de la RSE, las empresas de este sector buscan equilibrar la maximización de beneficios con prácticas éticas y sostenibles. Entre las mejores prácticas de RSE se destacan la transparencia en la gestión financiera, la promoción de la inclusión financiera y la participación en iniciativas que fomenten la educación financiera y la protección del consumidor.

Los alcances de la RSE en la industria de servicios financieros y seguros abarcan desde la implementación de políticas de privacidad de datos hasta la creación de productos financieros responsables y accesibles. La promoción de la inclusión financiera, especialmente en comunidades desatendidas, es esencial para garantizar que un mayor segmento de la población tenga acceso a servicios financieros básicos. Además, la RSE en seguros puede manifestarse a través de programas que fomenten la prevención y mitigación de riesgos, y la rápida respuesta a situaciones de emergencia.

La interacción con otras industrias se evidencia en asociaciones estratégicas y la integración de servicios. Por ejemplo, la colaboración con la industria tecnológica puede impulsar la innovación en servicios financieros, incluyendo la adopción de tecnologías de pago sostenibles y soluciones Fintech. Asimismo, la interacción con la industria de bienes raíces puede dar lugar a seguros adaptados a las necesidades específicas de propietarios y arrendatarios.

Para los empresarios interesados en implementar RSE en la industria de “Servicios financieros y de seguros” en México, es crucial priorizar la ética y la transparencia en todas las operaciones. La RSE no solo fortalece la confianza de los clientes, sino que también contribuye al desarrollo de una sociedad más inclusiva y resiliente. La adopción de prácticas sostenibles en la gestión financiera y la protección del consumidor son elementos fundamentales para construir una reputación sólida y duradera en este sector.

3. Servicios inmobiliarios y de alquiler de bienes muebles e intangibles

La industria en México desempeña un papel fundamental en el sector económico, abarcando desde la

compra y venta de propiedades hasta el alquiler de bienes muebles e intangibles. En el contexto de la RSE, las empresas en este sector buscan adoptar prácticas que promuevan la sostenibilidad, la transparencia y el bienestar de las comunidades locales. Entre las mejores prácticas de RSE se destacan la promoción de prácticas de construcción sostenibles, la participación en proyectos de desarrollo comunitario y la adopción de estándares éticos en la gestión de propiedades.

Los alcances de la RSE en esta industria abarcan desde la promoción de la eficiencia energética en edificaciones hasta la gestión responsable de residuos y la mejora de la accesibilidad en desarrollos inmobiliarios. La inclusión de criterios sostenibles en el diseño y construcción de proyectos inmobiliarios refleja un compromiso con la protección del medio ambiente. Además, la RSE puede manifestarse en prácticas de alquiler éticas, asegurando precios justos y condiciones favorables para los inquilinos.

La interacción con otras industrias se evidencia en la colaboración con sectores como la construcción y el urbanismo. La implementación de proyectos inmobiliarios sostenibles puede requerir la colaboración con empresas de construcción que compartan el compromiso con prácticas respetuosas con el medio ambiente. Asimismo, la interacción con la industria financiera es esencial para desarrollar soluciones de financiamiento que apoyen la adopción de estándares de construcción más sostenibles.

Para los empresarios interesados en implementar RSE en la industria de “Servicios inmobiliarios y de alquiler de bienes muebles e intangibles” en México, es esencial considerar prácticas que vayan más allá de la rentabilidad financiera. La RSE no solo contribuye a la creación de comunidades sostenibles y habitables, sino que también fortalece la reputación de la empresa y fomenta la lealtad de los clientes. Adoptar enfoques éticos en todas las operaciones, desde la construcción hasta la gestión de propiedades, es clave para el éxito sostenible en esta industria.

4. Servicios corporativos

La industria en México abarca desde grandes empresas hasta conglomerados empresariales, tiene un papel crucial en la economía del país. En el contexto de la RSE, los corporativos buscan adoptar prácticas éticas y sostenibles que vayan más allá de la maximización de beneficios financieros. Entre las mejores prácticas de RSE se destacan la transparencia en la gobernanza corporativa, la promoción de la diversidad y la inclusión, así como la contribución a iniciativas sociales y medioambientales.

Los alcances de la RSE en la industria de corporativos incluyen desde la implementación de políticas internas que fomenten la ética empresarial hasta la adopción de estrategias de sostenibilidad que minimicen el impacto ambiental de las operaciones. Además, los corporativos pueden enfocarse en el bienestar de los empleados, promoviendo ambientes de trabajo saludables, programas de desarrollo profesional y beneficios que fomenten la conciliación entre la vida laboral y personal.

La interacción con otras industrias se manifiesta en asociaciones estratégicas y enfoques colaborativos que buscan abordar desafíos comunes. La colaboración con la industria tecnológica, por ejemplo, puede resultar en la implementación de soluciones innovadoras para mejorar la eficiencia operativa y reducir la huella de carbono. Asimismo, la interacción con sectores como la educación y la salud puede llevar a la creación de programas de RS que impacten positivamente a las comunidades en las que operan.

Para los empresarios interesados en implementar RSE en la industria de corporativos en México, es esencial desarrollar estrategias integrales que aborden los impactos sociales y ambientales de las operaciones

empresariales. La RSE no solo es una práctica ética, sino que también contribuye a la construcción de una reputación positiva y sostenible a largo plazo. La adopción de enfoques responsables beneficia no solo a las empresas, sino también a las comunidades y al medio ambiente en general.

5. Servicios de Apoyo a los Negocios y Manejo de Residuos

La industria de Servicios de Apoyo a los Negocios y Manejo de Residuos engloba una amplia gama de actividades destinadas a facilitar el funcionamiento eficiente de las empresas y gestionar responsablemente los desechos generados. Estas empresas son grandes promotores de la RSE y dentro de sus principales objetivos debe estar el impartir el conocimiento con el ejemplo.

La industria destaca por implementar prácticas que reduzcan la generación de residuos, promuevan el reciclaje y participen en programas de educación ambiental. La eficiencia en la gestión de residuos, la adopción de energías renovables y políticas de contratación justa son alcances importantes. La interacción con otras industrias se refleja en colaboraciones para desarrollar soluciones sostenibles y en iniciativas conjuntas para abordar desafíos ambientales y promover prácticas responsables. Para empresarios interesados en RSE, enfocarse en la gestión sostenible de residuos, transparencia y ética en las operaciones es clave, al igual que participar activamente en iniciativas para el desarrollo sostenible y cuidado ambiental.

6. Servicios de Salud y Asistencia Social

La industria tiene un compromiso fundamental con el bienestar y la equidad. Al proporcionar servicios destinados a mantener y mejorar la salud, así como brindar apoyo a aquellos que requieren asistencia social.

Dentro de sus objetivos debe de estar garantizar que los servicios de salud estén disponibles para todas las personas, independientemente de su condición socioeconómica. Promover programas de prevención de enfermedades y educación en salud contribuye a una sociedad más informada y empoderada, destacando la RS en la promoción de estilos de vida saludables. Así como proporcionar servicios de asistencia social dirigidos a comunidades vulnerables refleja una conciencia social y un esfuerzo por abordar desafíos sociales más amplios.

En el ámbito ambiental, se debe de adoptar prácticas sostenibles en la gestión de residuos médicos y en la operación general de las instalaciones de salud. También, apearse a altos estándares éticos en la investigación médica y en la práctica clínica asegura la integridad y la confianza de la sociedad en los servicios de salud.

7. Servicios de alojamiento y alimentos

Al incorporar algunos principios de RS, la industria de servicios de alojamiento y alimentos puede desempeñar un papel positivo en la sociedad y el medio ambiente, al tiempo que fortalece su reputación y relaciones con clientes, empleados y comunidades locales.

En el ámbito laboral tiene la obligación de proporcionar un entorno de trabajo justo, respetuoso y seguro para los empleados, así como ofrecer programas de capacitación y oportunidades de desarrollo. Hoy en día este tema ha impactado en las redes social al dejar en evidencia a empresas que realizan mala praxis al momento de firma de contrato de personal operativo, principalmente de meseros. Así mismo debe de fomentar un entorno inclusivo y diverso tanto en la contratación como en la prestación de servicios para demostrar un compromiso con la igualdad de oportunidades.

En lo ambiental es prioritario adoptar prácticas sostenibles en la gestión de residuos, el consumo de energía y la elección de ingredientes contribuye a la conservación del medio ambiente. También tener ética en la cadena de suministro al asegurar que los proveedores cumplan con estándares éticos en la producción de alimentos y otros productos es esencial para mantener una cadena de suministro responsable.

Las empresas encuentran una ventaja en proporcionar información transparente sobre la procedencia de los alimentos, las prácticas comerciales y las opciones de sostenibilidad educará a los consumidores y les permitirá tomar decisiones más informadas y éticas. También mostrar su accesibilidad y adaptabilidad al ofrecer servicios accesibles a personas con necesidades especiales y adaptarse a las tendencias alimentarias y de estilo de vida para reflejar una actitud proactiva hacia la inclusión y la satisfacción del cliente. Respecto a la comunidad local, la empresa puede posicionarse mediante programas de donación, participación en eventos comunitarios y apoyo a causas benéficas para fortalecer lazos. Esto permite reducir el desperdicio de alimentos, abordar el problema del hambre y la escasez de alimentos.

8. Servicios de medios masivos

Su poderosa influencia cultural y social se traduce en la promoción de la diversidad e inclusión, reflejando la riqueza multicultural del país en sus contenidos y operaciones. Esta representación diversa no solo contribuye a una imagen más inclusiva, sino que también respalda principios fundamentales de RSE.

La industria de medios masivos ejerce una influencia significativa al difundir contenidos responsables. La entrega de información precisa y ética a través de programas de noticias, documentales y otras formas de entretenimiento contribuye a la educación pública y fomenta la conciencia social. Asimismo, la capacidad de destacar temas clave, como sostenibilidad ambiental y RS, posiciona a estas empresas como agentes de cambio en la construcción de una sociedad más informada y comprometida.

La industria integra prácticas responsables en su funcionamiento diario. Desde campañas sociales hasta la adopción de tecnologías sostenibles, los medios masivos buscan generar un impacto positivo. Su participación en causas sociales y el compromiso con la ética en la publicidad refuerzan el papel vital que juegan en el avance de la RSE, marcando una diferencia significativa en la percepción y contribución a la sociedad mexicana.

Colaborar con la industria de medios masivos en México puede impulsar de manera significativa las operaciones de una empresa en otra industria. Explorar oportunidades de publicidad y colaboraciones en diversos canales, desarrollar campañas conjuntas, mejorar la experiencia digital, participar en iniciativas sociales y analizar datos para estrategias publicitarias son estrategias clave para fortalecer sinergias que benefician tanto a las empresas individualmente como al panorama empresarial en México.

9. Servicios educativos

Las instituciones educativas han reconocido la importancia de contribuir al desarrollo sostenible de la sociedad, y sus mejores prácticas de RSE reflejan un compromiso con la equidad, la sostenibilidad y el impacto comunitario. La oferta de becas y programas de apoyo financiero destinados a estudiantes de alto desempeño o de comunidades desfavorecidas demuestra el esfuerzo por garantizar la accesibilidad a la educación, convirtiendo la equidad en una prioridad central.

Además de las prácticas centradas en los estudiantes, las instituciones educativas han ampliado su enfoque para abordar la formación integral y la conciencia social. Programas que fomentan la responsabilidad cívica, la ética y el liderazgo se han vuelto comunes, preparando a los estudiantes para ser ciudadanos

conscientes y contribuyentes activos en la sociedad. En términos de sostenibilidad, la implementación de prácticas eco amigables en la gestión de recursos, así como la integración de tecnologías sostenibles, reflejan el compromiso con la preservación del medio ambiente.

Las instituciones buscan sinergias con empresas para desarrollar programas de capacitación y desarrollo de habilidades que respondan a las demandas del mercado laboral. Estas colaboraciones no solo garantizan que la educación sea relevante para las necesidades empresariales, sino que también fomentan la innovación y la co-creación. La conexión entre servicios educativos y otras industrias impulsa una formación más alineada con las expectativas del mercado y promueve un ecosistema empresarial más robusto y sostenible.

10. Servicios de esparcimiento culturales y deportivos, y otros servicios recreativos

La RSE juega un papel esencial al enfocarse en la promoción de actividades recreativas que fomenten la salud y el desarrollo comunitario. Entre las mejores prácticas de RSE en este sector se encuentran la creación de programas de inclusión, garantizando el acceso a actividades culturales y deportivas para diversos grupos de la sociedad, y la promoción de estilos de vida activos y saludables.

Los alcances de la RSE en esta industria se extienden más allá de la oferta de servicios recreativos, abarcando la preservación del patrimonio cultural, el respeto por la diversidad cultural y la promoción de eventos sostenibles. Las empresas en este sector a menudo participan en proyectos comunitarios que respaldan la educación artística y deportiva, así como la conservación del entorno natural. La RSE se manifiesta no solo en la creación de experiencias recreativas, sino también en el compromiso con prácticas que mejoren la calidad de vida de las comunidades locales.

La interacción con otras industrias se produce a través de colaboraciones con empresas relacionadas, como patrocinios deportivos, alianzas con instituciones educativas y cooperación con el sector turístico para promover eventos culturales y deportivos a nivel nacional e internacional. La sinergia con otras industrias permite maximizar el impacto social y económico de las iniciativas de RSE, generando oportunidades de desarrollo sostenible y promoviendo una imagen positiva para las empresas involucradas. Para los empresarios interesados en implementar RSE en este sector, es esencial enfocarse en la creación de experiencias culturales y deportivas inclusivas y accesibles. La RSE en servicios de esparcimiento culturales y deportivos no solo beneficia a las comunidades locales, sino que también refuerza la reputación de las empresas al demostrar su compromiso con el bienestar social y la promoción de estilos de vida saludables.

11. Otros servicios excepto actividades gubernamentales

La industria en México abarca una amplia gama de sectores, incluyendo servicios financieros, tecnología, consultoría, salud, entre otros. En este contexto diverso, la RSE se manifiesta a través de diversas prácticas que van más allá de la rentabilidad financiera, buscando un impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente. Entre las mejores prácticas de RSE adoptadas en este sector se encuentran iniciativas que promueven la inclusión laboral, la equidad de género, y la adopción de políticas sostenibles en las operaciones empresariales.

Los alcances de la RSE en estos servicios se extienden desde la promoción de un entorno laboral saludable y ético hasta el compromiso con la sostenibilidad ambiental. Empresas en este sector a menudo implementan programas de RS que involucran a empleados en actividades de voluntariado y promueven

la educación y el bienestar comunitario. Además, la transparencia en la comunicación empresarial y la adhesión a estándares éticos son esenciales para construir una reputación sólida y mantener la confianza de los clientes y la sociedad en general.

La interacción con otras industrias se da a través de colaboraciones estratégicas y alianzas. Por ejemplo, las empresas de tecnología pueden asociarse con organizaciones del sector de la salud para desarrollar soluciones innovadoras que aborden desafíos médicos. Del mismo modo, la colaboración con instituciones educativas puede impulsar programas de formación y capacitación que beneficien a la fuerza laboral y la comunidad en general. La interconexión entre estas industrias no solo fortalece la implementación efectiva de prácticas de RSE, sino que también impulsa el desarrollo sostenible a nivel nacional.

Para los empresarios interesados en implementar RSE en este sector, es esencial enfocarse en la integración de prácticas éticas, inclusivas y sostenibles en todas las áreas de operación. La RSE no solo es una RS, sino también una oportunidad estratégica para generar un impacto positivo y construir relaciones sólidas con empleados, clientes y la sociedad en general.

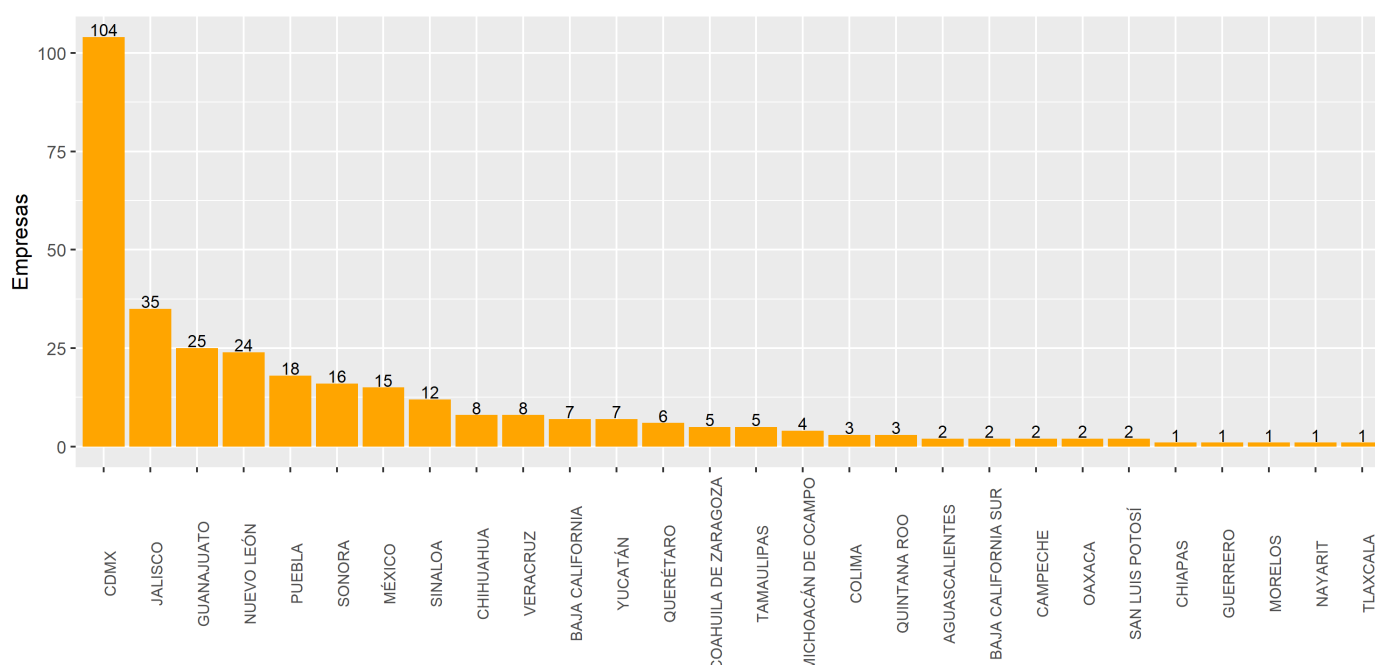
Ubicación del segmento

El segmento de empresas del Distintivo ESR® de Servicios Pequeñas se distribuye en 28 entidades de México. Un tercio de las empresas se encuentran en la Ciudad de México y las demás empresas se concentran en entidades del norte del país. Así mismo el sur del país tiene presencia principalmente en entidades como Puebla y Veracruz. La distribución completa de las empresas en las entidades de México se muestra en la Gráfica 3.

Identificar empresas con características similares en términos de RS ofrece a los empresarios una valiosa ventaja competitiva. Al conocer las prácticas y enfoques de RS de otras empresas en estados similares, se crea una oportunidad para aprender de experiencias exitosas, adoptar estrategias probadas y crear cadenas de valor.

La colaboración y el intercambio de conocimientos con empresas afines en otros estados pueden generar sinergias, fomentar la innovación y contribuir al desarrollo sostenible. En este sentido, el segmento adquiere una ventaja al ser tan amplio y abarcar gran parte de México. Estar al tanto de las mejores prácticas en RS a nivel regional permite a los empresarios no solo cumplir con las expectativas del mercado local, sino también anticipar tendencias emergentes y posicionarse como líderes responsables en su industria.

Gráfica 3. Distribución de empresas del segmento por entidades de México.



Fuente: Elaboración propia con datos de empresas Pymes participantes por el Distintivo ESR®.

El Cuadro 2 explica brevemente quienes son los Aliados Regionales. Se enlistan los aliados del Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi) y del Distintivo ESR®, a los cuales se pueden acercar dependiendo del estado en donde radique la empresa o el estado con el que desee colaborar.

Cuadro 2. Aliados regionales

Los Aliados Regionales son organizaciones sin fines de lucro que se caracterizan por su compromiso con la promoción de la filantropía, la gestión socialmente responsable de las empresas, y por contar con reconocimiento, liderazgo y capacidad de convocatoria en su zona de influencia.

Su objetivo es habilitar, articular y activar colaborativamente a organizaciones y empresas del país para propiciar valor social y público a través de la filantropía y la responsabilidad social empresarial (RSE).

Cuentan con la infraestructura institucional para acompañar y apoyar a las organizaciones de la sociedad civil (OSC) y a las empresas que desean sumarse a alguno de los programas de Cemefi.

A continuación, se presentan los Aliados Regionales al 2024 y las entidades donde se desempeñan.

Aguascalientes | Consejo Coordinador Empresarial de Irapuato | RSE

Campeche | Fundación del Empresariado Yucateco (FEYAC) | RSE

Chihuahua | Fundación del Empresariado Chihuahuense (FECHAC) | RSE, Filantropía

Coahuila | Fundación Merced Coahuila A.C. | RSE, Filantropía

Colima | Fundación Expo Guadalajara | RSE

Durango | Accionarse Comunidad Sinaloense | RSE

Guanajuato | Consejo Coordinador Empresarial de Irapuato | RSE

Jalisco | Fundación Expo Guadalajara | RSE

Michoacán | Consejo Coordinador Empresarial de Irapuato | RSE

Nayarit | Accionarse Comunidad Sinaloense | RSE

Nuevo León | Red SumaRSE Nuevo León | RSE

Puebla | Grupo Proactivo Mexicano | RSE

Querétaro | Fundación Roberto Ruiz Obregón | RSE, Filantropía

Quintana Roo | Fundación del Empresariado Yucateco (FEYAC) | RSE

Sinaloa | Accionarse Comunidad Sinaloense | RSE

Sonora | Fundación del Empresariado Sonorense (FESAC) | RSE, Filantropía

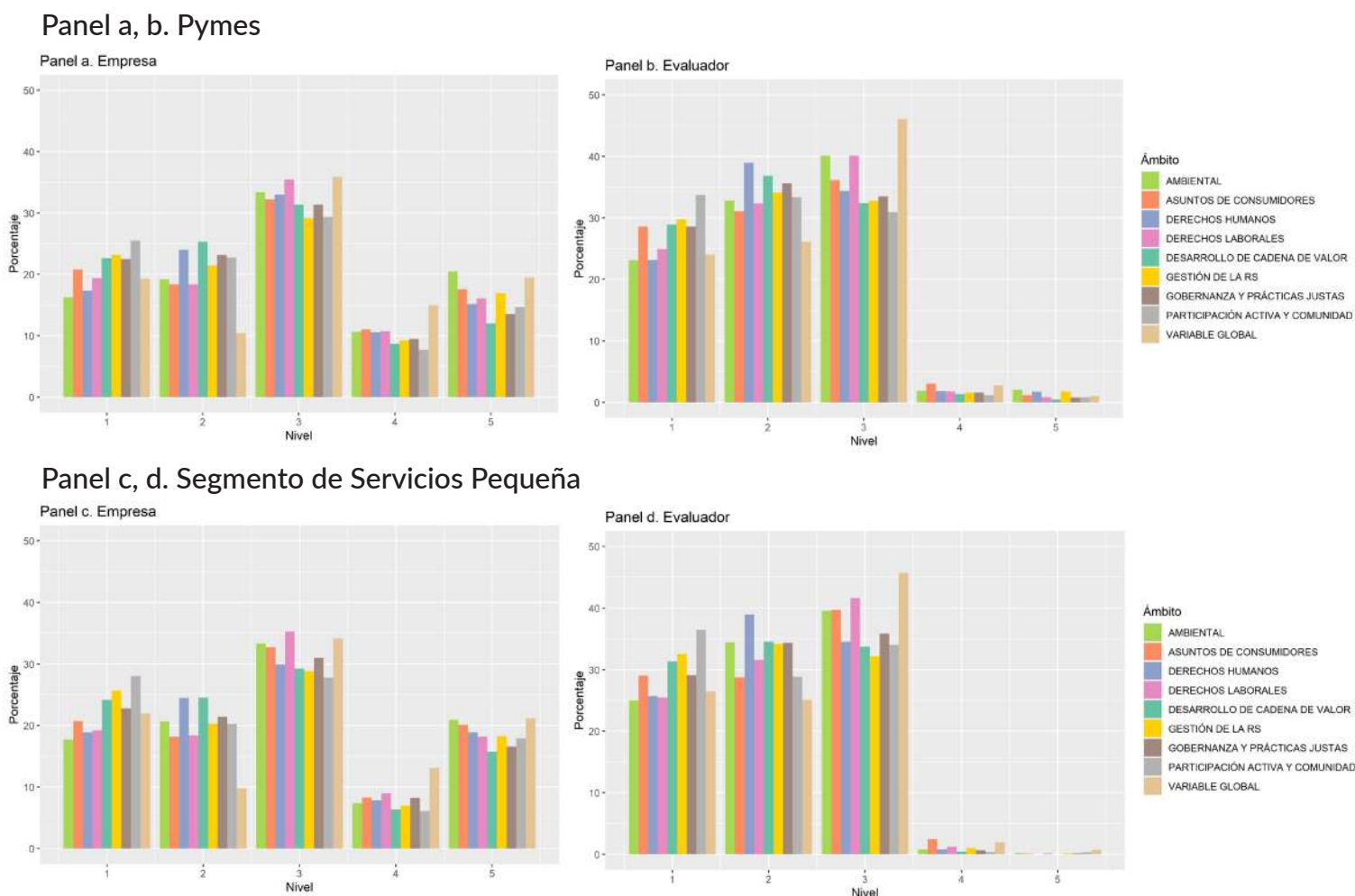
Yucatán | Fundación del Empresariado Yucateco (FEYAC) | RSE, Filantropía

Resultados de la evaluación de las empresas de servicios de tamaño pequeña

Identificar los resultados de empresas Pyme y de servicios de tamaño pequeño en términos de RSE proporciona a los empresarios una ventaja significativa. Estos resultados ofrecen una visión clara del nivel de las prácticas y desafíos específicos en su sector, permitiendo una evaluación precisa de la posición de la empresa en términos de RSE. Al entender cómo otras empresas similares están abordando la responsabilidad social, se pueden identificar oportunidades de mejora, optimizar estrategias existentes y fortalecer la reputación de la empresa en términos de sostenibilidad. Además, este conocimiento profundo del panorama de RSE en empresas de tamaño pequeño permite la adaptación ágil a las expectativas del mercado, asegurando una ventaja competitiva sostenible y una conexión más fuerte con consumidores comprometidos con valores éticos y RS.

La Gráfica 4 muestran los resultados de las empresas Pyme y de servicios de tamaño pequeña por ámbito. Proporciona una visión detallada de la autoevaluación de las empresas en distintos ámbitos de RS (Panel a, Panel c), así como la evaluación corregida por un evaluador (Panel b, Panel d), clasificándolas en cinco niveles de desarrollo. Las barras representan la proporción de indicadores de cada ámbito que se encuentran en cada uno de los cinco niveles. Para ejemplificar, supóngase que hubiere 10 indicadores del ámbito "ambiental" y 2 de ellos están en el nivel 1, entonces la barra correspondiente al nivel 1 representaría el 20%.

Gráfica 4. Porcentaje de desarrollo de indicadores de empresas por ámbito y nivel.



Interpretación de la Gráfica 4

Para el Panel b de la Gráfica 4, con información de Pymes, la primera barra de color verde quiere decir que 23.1% de los indicadores se encuentran en nivel 1 para el ámbito “ambiental”. La segunda barra verde muestra que 32.8% se encuentran en nivel 2 y la tercera barra verde que 40.1% se encuentra en nivel 3. En los niveles restantes, 4 y 5, se encuentra 1.9% y 2.1%, respectivamente.

Viendo todas las barras, la mayoría de los ámbitos tiende a agruparse en los niveles 2 y 3, indicando que las empresas tienen un compromiso y están desarrollando sistemas de gestión, pero aún no han alcanzado la fase de implementación plena o consolidación. Los niveles 4 y 5 muestran porcentajes más bajos, indicando que hay áreas en crecimiento en términos de impacto real y estrategias innovadoras. Esta conclusión también aplica para el segmento de empresas de servicios pequeñas (Gráfica 2, panel d).

Interpretación práctica de la Gráfica 4

Si el lector se siente abrumado por la interpretación solo debe de enfocar su atención a cómo cambia el tamaño de las barras y así podrá comparar la diferencia en el desarrollo para cada uno de los ámbitos. Aquí hay algunas interpretaciones generales de la Gráfica 4:

Distribución por Niveles

Este segmento se encuentra enfocado principalmente en una etapa de implementación de las políticas de RS (Nivel 3) y muestra como la tendencia de este segmento de empresa influye fuertemente sobre las Pymes en general. La distribución de la calificación de los evaluadores de este segmento de empresas (Panel d) es muy similar a los promedios de las Pymes (Panel b).

Ámbitos Específicos

Participación Activa y Comunidad y Gestión de la RS: en el nivel 1 se destaca con un mayor porcentaje, lo que podría indicar un área donde las empresas están iniciando su compromiso social.

Derechos Humanos: Tiene un porcentaje más alto en el nivel 2, sugiriendo un enfoque más avanzado en comparación con otros ámbitos (Gráfica 1, panel d).

Derechos laborales: Estos indicadores son fundamentales que se encuentren en implementados (Nivel 3) en el segmento de Servicios (Panel d, barra rosa).

Es un logro para la RS que más del 40% de las políticas de las empresas pymes y del segmento se encuentren implementadas.

Retos Potenciales

Niveles 4 y 5 bajos: La baja presencia en los niveles 4 y 5 indica que las empresas podrían enfrentar desafíos para demostrar impacto a largo plazo y para integrar completamente prácticas innovadoras y sostenibles. En este segmento la presencia del nivel 5 es casi nulo (Gráfica 1, panel d).

Fortalezas y Oportunidades

Desarrollo de Cadena de Valor: tiene una distribución relativamente equilibrada entre niveles, lo que podría indicar un enfoque más integral en la gestión sostenible de la cadena de suministro.

Gestión de la RS: muestra una distribución uniforme en los niveles 1 a 3, señalando un enfoque consistente en la gestión de la responsabilidad social.

Recomendaciones

La Gráfica 4 sugiere que las empresas han progresado en términos de compromiso y desarrollo de sistemas de gestión, pero hay margen para mejorar la implementación práctica y la innovación estratégica. El Distintivo ESR® brinda una oportunidad valiosa para el mejoramiento continuo y la excelencia en responsabilidad social empresarial.

Enfoque en Implementación (Niveles 3 y 4)

Priorizar la implementación efectiva de las prácticas de RSE para avanzar desde el desarrollo de sistemas de gestión hacia el impacto real y medible.

Innovación y Estrategia (Niveles 4 y 5)

Desarrollar estrategias innovadoras e integrar la RSE en la estrategia empresarial para avanzar hacia niveles superiores de desarrollo.

Análisis de Ámbitos Específicos

Realizar un análisis detallado de los ámbitos específicos para identificar áreas de fortaleza y oportunidades de mejora.

Es prioritario que las empresas con indicadores de Derechos laborales en Nivel 2, desarrollen esas políticas, puesto que muchos de esos indicadores son fundamentales para cumplir la normativa mexicana y considerarse ESR.

Por la importancia de esto, mantener políticas de este ámbito en Nivel 1 puede ser razón de condicionar a una empresa de acuerdo al veredicto del evaluador.

Cuadro 3. ¿Cuáles son las principales causas por las cuales una empresa puede quedar condicionada?

Falta de conocimiento del instrumento de evaluación.

Una diferencia constante entre la calificación dada por la empresa y el evaluador en la mayoría de los indicadores deja en evidencia que la empresa no tiene claridad del instrumento de evaluación. Se penaliza si la totalidad de los indicadores tienen diferencia.

Por ejemplo, si en el indicador 1, la empresa se dio una calificación de 4 y su evidencia corresponde a una calificación de 3, ese sería un indicador con diferencia. Si el Instrumento presentado es de 37 indicadores y 37 de ellos tienen diferencias, quedará condicionada.

Falta de claridad en las evidencias presentadas.

Solo se deben incluir las evidencias necesarias para respaldar una respuesta. La evaluación se basa en la calidad y en la veracidad de los documentos aportados, no en la cantidad de archivos cargados en la plataforma. El evaluador proporciona un veredicto que incluye una calificación y la dificultad que tuvo al realizar la evaluación o inconsistencias encontradas:

- Evidencia que no estén asociada a los indicadores, que su asociación o justificación sea ambigua.
- Falta de orden en los documentos o poca claridad de los mismo.
- Presentar información censurada, esto sucede cuando adjuntan evidencia, pero cubren con recuadros negros la mayor parte de la información.

Aprendizajes en la postulación del segmento de empresas

Las empresas pequeñas de servicios contra otros segmentos

Calificación general

En promedio las empresas Pymes que participan por el Distintivo ESR® tienen una calificación de 2.172 y las empresas pequeñas de servicios tienen una calificación de 2.136, lo que quiere decir que la mayoría de las empresas se encuentran en un proceso de gestión de políticas. Si se ordena las calificaciones de los segmentos de más baja a más alta, este segmento quedaría en segundo lugar, por arriba del segmento de “Microempresas” con 1.978. Es importante hacer notar que realmente todos los segmentos se encuentran cerca de la media. Por ejemplo, la calificación de este segmento es 9.7% menor que el segmento con mejor calificación que es “Otros sectores de Actividad de tamaño pequeña” con 2.337.

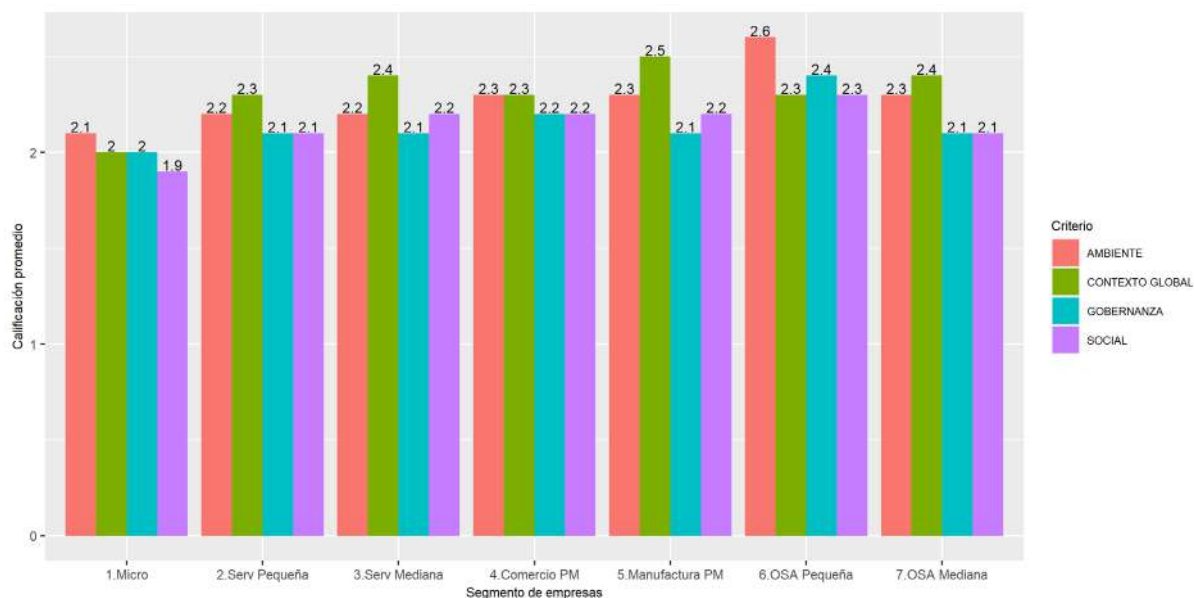
Calificación por criterio: ¿cuál es el mayor? ¿cuál es el relevante?

Desagregando por criterio se puede apreciar en la Gráfica 5 que el criterio con mayor desarrollo es contexto global (2.3), el ambiental (2.2), seguido de gobernanza (2.1) y el social (2.1). Considerando que 60% de las empresas en el segmento pertenecen a la industria de “Servicios profesionales, científicos y técnicos”, plantea un desafío significativo y, al mismo tiempo, una oportunidad valiosa en el desarrollo de los criterios de Gobernanza y Social. Dado que estos criterios son de mayor relevancia para esta industria, las empresas dentro de este segmento tienen la tarea de invertir esfuerzos en gestionar e implementar políticas de RSE (niveles 2 y 3).

Este enfoque no solo les permitirá cumplir con las expectativas del mercado y las regulaciones, sino también diferenciarse positivamente al abordar de manera proactiva aspectos clave como la ética empresarial, la transparencia en la gobernanza y el impacto social. Asimismo, al priorizar estos criterios, las empresas están posicionándose estratégicamente para fortalecer su reputación, atraer a clientes comprometidos con valores éticos y contribuir positivamente al desarrollo sostenible en su industria.

Para entender mejor el gráfico, la calificación de 3 significa que ya se encuentra en un proceso de implementación. Así, una calificación de 2.5 nos estaría diciendo que la mayoría de las empresas se encuentra en un proceso de implementación y algunas todavía en un proceso de gestión. Si la empresa aún tiene problemas para identificar los niveles de desarrollo del Distintivo ESR®, puede consultar la guía rápida del Cuadro 1. Esta guía es muy práctica para entender el concepto general, pero no sustituye al resto de guías y documentos donde se explica el detalle del proceso del Distintivo ESR®.

Gráfica 5. Comparación de calificación promedio por segmentos de empresa.



Fuente: Elaboración propia con datos de empresas Pymes participantes por el Distintivo ESR®. Nota: Calificación promedio 1. Micro 1.98; 2. Serv Pequeña 2.13; 3. Serv Mediana 2.16; 4. Comercio PM 2.22; 5. Manufactura PM 2.23; 6. OSA Pequeña 2.34; 7. OSA Mediana 2.17.

Expectativas

Se espera que este segmento mejore conforme más años se mantenga el Distintivo ESR® al tener mayor tiempo en organizar y sistematizar sus procesos. La experiencia acumulada a lo largo de los años en la aplicación del Distintivo ESR® permite a las empresas de tamaño pequeño perfeccionar sus estrategias, identificar áreas de mejora y consolidar una cultura organizacional arraigada en valores éticos y sostenibles. En consecuencia, la longevidad en el compromiso con la RSE no solo refleja el compromiso continuo de estas empresas, sino que también sugiere un progreso constante hacia prácticas empresariales más responsables y alineadas con los estándares de sostenibilidad.

Las empresas pequeñas de servicios contra otros segmentos: Otra comparación

La Gráfica 6 muestra un análisis complementario para robustecer el resultado anterior. Esta muestra la comparación del promedio de sólo los 37 indicadores con los que tiene que cumplir toda empresa que participa en el Distintivo independiente de los años de participación en el mismo. Esto permite una comparación más justa entre los segmentos de empresas. Los 37 indicadores son esenciales en la operación de cualquier empresa, sea o no socialmente responsable.

Para este segmento, aún con el cambio de comparación los resultados son el mismo.

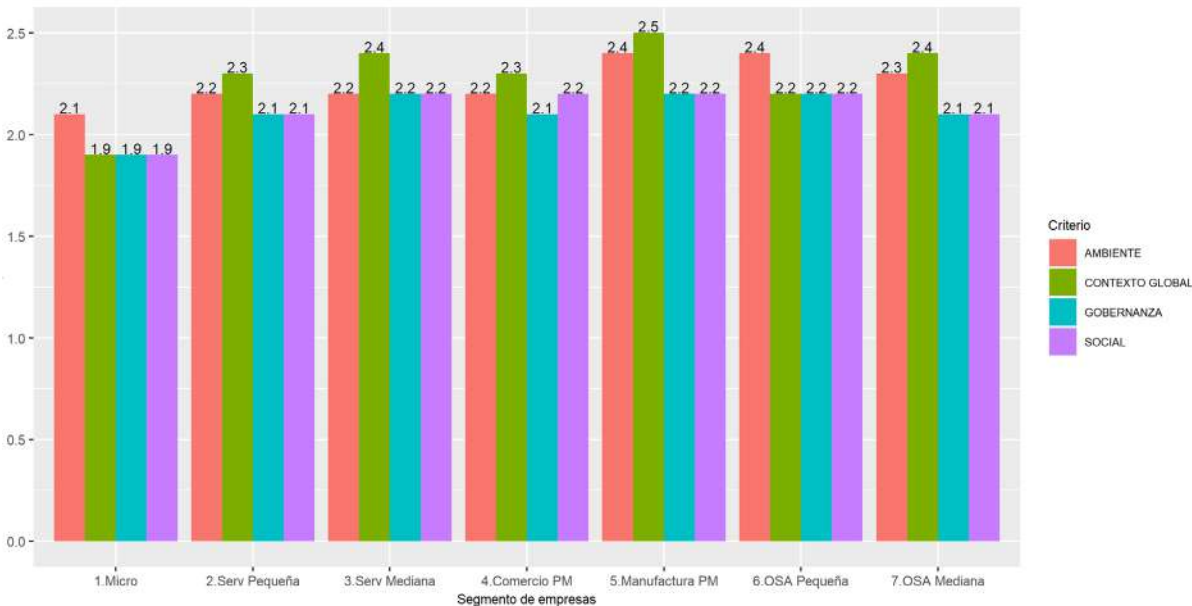
Esto puede interpretarse como que las empresas de más años han priorizado desarrollar los indicadores incluidos en los instrumentos para empresas de 5 a 9 años y de 10 años y más. También indica que las empresas con más años de participación no necesariamente son las que tienen las mayores calificaciones en estos indicadores. Este hallazgo sugiere que el compromiso activo con la RSE va más allá de simplemente participar en iniciativas; es crucial la efectividad y la profundidad de la implementación de prácticas sostenibles.

También ofrece a las empresas de tamaño pequeño la oportunidad de enfocarse en la calidad de su compromiso con la RSE, asegurando que sus esfuerzos tengan un impacto significativo y positivo en aspectos clave como la gobernanza, la responsabilidad social y ambiental, y la ética empresarial.

Cuadro 4.

La empresa debe contrastar los datos de su empresa con los datos del segmento de la Gráfica 5 y 6, para saber en donde se encuentra respecto del promedio de su segmento. Si se encuentra por debajo del promedio es indispensable considerar todas las recomendaciones presentadas, de lo contrario pone en riesgo a la empresa de quedar condicionada en la evaluación siguiente (Cuadro 3).

Gráfica 6. Comparación de calificación promedio por segmentos de empresa, considerando 37 indicadores.



Fuente: Elaboración propia con datos de empresas Pymes participantes por el Distintivo ESR®. Nota: Calificación promedio 1. Micro 1.98; 2. Serv Pequeña 2.13; 3. Serv Mediana 2.16; 4. Comercio PM 2.22; 5. Manufactura PM 2.23; 6. OSA Pequeña 2.34; 7. OSA Mediana 2.17.

Mejora continua

Una mayor participación puede no garantizar automáticamente un desempeño superior en los indicadores de RSE, lo que subraya la necesidad de un enfoque estratégico y una gestión efectiva de políticas y programas.

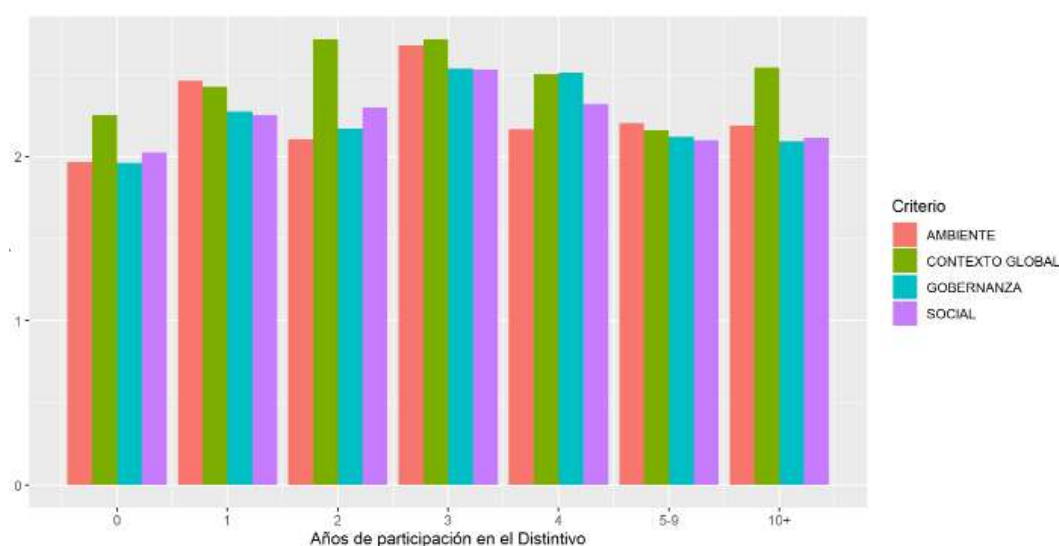
Cuando se comparan los segmentos ciertamente el segmento de Servicios pequeña muestran menores calificaciones promedio evaluadas para el Distintivo ESR®. Sin embargo, al analizar la calificación promedio del segmento considerando los años dentro del Distintivo ESR® se puede apreciar qué existe una correlación positiva: a más años dentro del distintivo, mejor la calificación.

Como muestra la Gráfica 7, cuando las empresas participan por primera vez por el distintivo su calificación promedio ronda por 1.8 y se enfocan en el criterio de contexto global y ambiental. En los años 2 y 3 en todos los criterios se observa una mejora progresiva. Para los años mayores a 4 el promedio baja, pero se vuelven más consistentes, es decir las diferencias entre los criterios es menor, especialmente en el 4. La caída en los años mayores a 5 se debe principalmente a una menor cantidad de empresas con esos años de postulación, por lo que si se ponderaran las calificaciones el efecto de caída se reduciría. Además, es importante hacer notar que el promedio baja respecto al años 3, pero no llega a niveles del primer año.

Este resultado es muy importante, porque la sección anterior puede resultar desalentador para algunas empresas, sin embargo, los resultados apuntan a que:

“La constancia en la responsabilidad social, mejora el compromiso de la empresa”

Gráfica 7. Calificación promedio de empresas del segmento por criterio y años de postulación por el Distintivo ESR®.



Fuente: Elaboración propia con datos de empresas Pymes participantes por el Distintivo ESR®. Notas: Corresponden a los años con que postula la empresa. La caída en los años 4 en adelante se debe principalmente a una menor cantidad de empresas con esos años.

Recomendaciones

A continuación, se lista una serie de recomendaciones para las empresas del segmento para cada uno de los criterios y ámbitos. Se recomienda al lector tomarlas en cuenta para el desarrollo de sus políticas, mejora del compromiso con la responsabilidad social y dentro del Distintivo ESR®. Si en la sección anterior la empresa se identificó por debajo de su segmento, esta sección es fundamental estudiarla para mejorar sus niveles de RS.

Recomendaciones para el criterio ambiental

Identificación de Aspectos Ambientales (Compromiso Inicial - Nivel 1):

- Iniciar programas de sensibilización sobre aspectos ambientales y sus impactos en las operaciones de la empresa.
- Las empresas deben adoptar un propósito amplio y compartido que sirva a diversas partes interesadas, incluyendo el planeta. El cambio de paradigma necesario para maximizar el impacto positivo implica pasar de minimizar el impacto negativo a establecer objetivos regenerativos.

Implementación de Sistema de Gestión (Sistema de Gestión - Nivel 2):

- Establecer procesos para identificar, evaluar y abordar aspectos ambientales en todas las operaciones.
- Proporcionar capacitación continua sobre gestión ambiental a empleados.
- Se debe de desarrollar productos sostenibles y saludables, y contribuir activamente a la restauración del planeta y su entorno ambiental.

Implementación Efectiva (Implementación - Nivel 3):

- Desarrollar registros que demuestren la implementación de prácticas ambientales coherentes con el sistema de gestión.
- Asegurarse de que las acciones estén alineadas con los requisitos legales ambientales.

Consolidación y Medición de Impacto (Consolidación - Nivel 4):

- Establecer indicadores para medir el impacto ambiental de las operaciones y evaluarlos durante al menos dos años.
- Establecer metas específicas para demostrar avances tangibles en la gestión ambiental.

Innovación y Estrategia (Innovación - Nivel 5):

- Incorporar la gestión ambiental en la estrategia empresarial para impulsar la ventaja competitiva a través de la sostenibilidad.
- Desarrollar políticas y prácticas sólidas en RSE, con un enfoque especial en aspectos ambientales.

Recomendaciones para el criterio social

Compromiso Inicial

- Prioricen la identificación de áreas clave de RSE que son relevantes para sus operaciones y grupos de interés.
- Desarrollen un plan de RSE que aborde las preocupaciones iniciales y establezca metas claras para la concienciación y sensibilización interna y externa.
- Inicien programas de formación para el personal sobre los aspectos fundamentales de la RSE y su impacto en la empresa y la comunidad.
- Reconocer el vínculo entre la vida laboral y familiar no solo fortalece el bienestar de los empleados, sino que también fomenta su participación activa en el entorno laboral.
- La percepción de que las mejores ideas pueden surgir desde cualquier nivel jerárquico, no solo desde la alta dirección, impulsa un ambiente inclusivo y estimula la innovación. Involucrar a los empleados no solo promueve un compromiso genuino, sino que también genera contribuciones significativas, cultivando así una cultura organizacional basada en la colaboración y el respeto mutuo.

Sistema de Gestión

- Definan procesos que fomenten el diálogo con los grupos de interés, especialmente clientes, empleados y comunidades locales.
- Avancen en la implementación de prácticas éticas y transparentes, integrando principios de RSE en los procedimientos comerciales cotidianos.
- Fomenten la comunicación efectiva sobre sus prácticas de RSE tanto interna como externamente.

Implementación

- Asegúrense de contar con registros detallados que respalden la implementación de su plan de RSE.
- Centren las acciones en cumplir con requisitos legales y mejoren la percepción de la marca a través de prácticas sostenibles.
- Consideren estrategias específicas para abordar áreas de impacto social identificadas en sus registros.

Consolidación

- Apunten a aplicar la RSE en áreas específicas que tengan un impacto significativo en la sociedad y en sus operaciones.
- Establezcan metas a largo plazo para medir el impacto y reconstruir la reputación en áreas donde se hayan identificado problemas.
- Compartan los logros y aprendizajes con los grupos de interés para fortalecer la transparencia.

Innovación

- Integren procesos, personas y tecnología para aplicar la RSE en acciones estratégicas.

- Establezcan políticas sólidas y prácticas innovadoras en RSE que vayan más allá de los requisitos legales.
- Mantengan un diálogo constante con los grupos de interés, explorando oportunidades para formar alianzas y comunicando impactos y riesgos de manera efectiva.
- Es crucial que cada empresa adapte estas recomendaciones a sus circunstancias específicas, y que se fomente la colaboración entre ellas para compartir experiencias y mejores prácticas en RSE. Además, la medición constante del progreso y la adaptación a los cambios en el entorno empresarial son elementos clave para avanzar en los niveles de desarrollo de RSE.

Recomendaciones en el ámbito de gobernanza

Compromiso Inicial

- Inicien un proceso de concienciación sobre la importancia de la gobernanza en el rendimiento general de la empresa.
- Establezcan un comité de gobernanza o designen roles específicos para supervisar la implementación de prácticas de gobernanza.
- Desarrollen un plan que identifique áreas clave para mejorar la estructura de gobernanza y establezcan metas alcanzables.
- Un mapeo exhaustivo, evaluando la posición de la empresa con metodologías como “STAR” y “objetivo estrella polar”, es crucial para anticipar cambios y prepararse para asegurar la sostenibilidad.

Sistema de Gestión

- Definan e implementen procesos estructurados para mejorar la gobernanza, incluyendo prácticas éticas y transparencia en la toma de decisiones.
- Establezcan diálogos regulares con partes interesadas internas y externas para recibir retroalimentación sobre la gobernanza.
- Consideren la implementación de tecnologías que faciliten el seguimiento y la mejora de los procesos de gobernanza.

Implementación

- Asegúrense de que las prácticas de gobernanza se implementen de manera coherente en todos los niveles de la organización.
- Documenten y comuniquen claramente las políticas y prácticas de gobernanza a empleados y partes interesadas clave.
- Participen en programas de capacitación para fortalecer la comprensión y aplicación efectiva de las mejores prácticas de gobernanza.

Consolidación

- Enfoquen la gobernanza en áreas específicas que impacten directamente en el rendimiento y la sostenibilidad del negocio.
- Desarrollen indicadores clave de rendimiento (KPI) para evaluar la efectividad de las prácticas de gobernanza.
- Implementen sistemas de retroalimentación continua para mejorar la gobernanza en respuesta a

cambios internos y externos.

- Transparencia Informativa: Compartir información, incluso sobre debilidades, no solo nutre la confianza de los clientes, sino que también fortalece los lazos con las comunidades.

Innovación

- Integren la gobernanza en la estrategia empresarial, asegurándose de que esté alineada con los objetivos a largo plazo.
- Busquen nuevas formas de mejorar la participación de los empleados en la toma de decisiones y la gobernanza.
- Mantengan una mentalidad de mejora continua, adoptando enfoques innovadores y tecnologías emergentes en la gobernanza.

Recomendaciones sobre el proceso de postulación

Para muchas empresas fue abrumador conocer el nuevo Modelo ASG y clasificar sus políticas según los niveles de desarrollo. Así mismo, una vez que se evaluaron las políticas se mostró que para algunas empresas las evidencias presentadas no cumplieron con el nivel de desarrollo que se consideraba tener. Las empresas deben comprender que la RS no es solo un proceso de reconocimiento, es además un proceso de aprendizaje con el objetivo de mejorar el impacto que las acciones de la empresa tienen con la sociedad.

Todas las empresas tuvieron al menos un error al clasificar el nivel de sus evidencias. Se recomienda de manera general el siguiente método para identificar que evidencia presentar y en qué Nivel asignarla la política.

Establecer un plan para cada uno de los 9 ámbitos.

Aunque ya se tengan políticas implementadas (Nivel 3), se recomienda tener bien identificado las evidencias de niveles anteriores. Resulta muy práctico porque en caso de aún no contar con evidencias para un indicador, que estratégicamente aún no se desarrolla, se pueden postular usando dichos documentos como evidencia de Nivel 1. La estrategia se refiere a desarrollar indicadores de mayor relevancia para el segmento, no es un método para evadir responsabilidades sobre el resto de indicadores.

La RS se debe ajustar a cada industria.

No se espera que las empresas tengan todos los indicadores en Nivel 5. Para empresas de Servicios como en la industria de Servicios Profesionales, Científicos y Técnicos (SPCT) es mucho más importante tener indicadores de Nivel 3 (políticas implementadas), en indicadores del criterio Social porque involucra derechos laborales. Por otro lado, no se espera que sus esfuerzos se concentren en obtener un Nivel alto en indicadores donde el impacto de la empresa sea menor. Por ejemplo, en el ámbito Ambiental el impacto de una empresa Minera es sustancialmente mayor al de las empresas SPCT.

En este sentido, la prioridad del segmento de empresas de Servicios de tamaño pequeño que analiza este documento es desarrollar con prioridad los indicadores del criterio Social, seguido de Gobernanza y Ambiental. Sin embargo, atender con prioridad no significa descuidar al resto.

Estudiar el listado completo de indicadores antes de comenzar a presentar evidencias.

Identificar las principales diferencias en las definiciones de cada uno de los indicadores para saber que evidencias corresponde a cada indicador y así lograr que la evidencia sea mejor calificada. Una buena política puede ser evaluada en un Nivel menor si la evidencia se asigna a el indicador equivocado.

Esta comparación también es importante porque si se identifica que definitivamente no se tiene la evidencia de un indicador, pero se consideró dentro del plan inicial, se puede recurrir a presentar el plan desarrollado para el ámbito. Si se atendió la primera recomendación este punto no debe de ser mayor problema.

Asignar Nivel de desarrollo.

Cuando se tenga la evidencia identificada y el indicador al que corresponde, el siguiente paso es asignarles un Nivel de desarrollo.

Importante: A continuación, se describe un método práctico para identificar el Nivel de desarrollo de las evidencias, lo que no es igual al proceso de desarrollo y evolución de una política de RS. Son dos procesos diferentes y el segundo se encuentra explicado a detalle en “El arte de crear buenas prácticas de RSE” (Sánchez y Franco, 2024).¹

Todo comienza con la pregunta: ¿La política esta implementada y medida?

- Si la respuesta es no, el nivel es 1 o 2. Si solo se tiene el plan inicial es Nivel 1. Si la política ya se estructuró correctamente e incluso ya tiene reconocimiento por otra institución, entonces es 2.
- Si la respuesta es que sí está implementada y la evidencia a presentar corresponde al registro de seguimiento a la política, en ese caso el nivel es 3 o más. Las evidencias del seguimiento deben ser encuestas internas y/o externas, documentos de evaluación de políticas o documentos con una métrica o KPI con el nivel de cumplimiento y evaluación de la política.
- Ahora bien, si existe evidencia de que se adaptó correctamente al contexto de la empresa y el seguimiento de la política y tiene al menos 2 años, es un indicador del Nivel 4.
- Por último, si la empresa comprende en su totalidad los niveles 1 a 4 y considera que las evidencias a presentar cumplen con todo lo descrito anteriormente y además la empresa mantiene un diálogo constante con los grupos de interés, gestionando alianzas y comunicando impactos y riesgos de manera efectiva, esa política es de Nivel 5.

Por lo tanto, para presentar este Nivel de desarrollo, la empresa debe de entender los Niveles de desarrollo y poder valorar que la política es acorde a este Nivel. Caso contrario, se evidenciará el desconocimiento del Modelo ASG.

De manera muy simplificada, el Distintivo ESR® califica el nivel de las políticas de 1 a 5. Donde 1 es hacer un plan, 2 es gestionar el plan para que sea posible (aún no se implementa), 3 es implementar el plan y medirlo. El nivel 4 significa que la política ya se implementó efectivamente por al menos 2 años y nivel 5 es que la empresa incorpora la RSE en su estrategia empresarial.

¹ Esto es una guía rápida pero no sustituye a los demás documentos oficiales de consulta del Distintivo ESR.

Conclusión

En conclusión, para el segmento de empresas de Servicios de tamaño pequeña, existe evidencia que las empresas tienen un compromiso con la RSE, dentro del Distintivo ESR®. Este compromiso comienza desde el apego y ajuste de las evidencias al nuevo Modelo ASG. Así como la mejora en las evidencias presentadas por empresas con más años de participación dentro del Distintivo ESR®. Para mejorar el compromiso en las siguientes convocatorias las empresas del segmento tendrán que priorizar la atención a los indicadores del criterio Social y de Gobernanza.

La RSE se ha convertido en un impulsor clave de inversiones y valor empresarial. En las últimas cinco décadas, sucedió un cambio sustancial en la valoración de los mercados de empresas públicas, desde un enfoque en activos tangibles hacia activos intangibles, como talento, innovación y relaciones. El respaldo a causas sociales y medioambientales no solo abre oportunidades comerciales, sino que también atrae inversiones significativas.

Evaluar las tendencias del mercado es esencial en el entorno empresarial actual. Identificar oportunidades comerciales y fomentar el liderazgo social y medioambiental son pasos clave. Acciones concretas, como la filantropía corporativa y mejorar condiciones laborales, son esenciales. Para coherencia y éxito a largo plazo, integrar el propósito en la cultura empresarial es vital. Aunque las ganancias siguen al propósito, la autenticidad y acción coherente son esenciales en un entorno donde las empresas enfrentan escrutinio riguroso. No basta con proclamar intenciones; es necesario respaldarlas con acciones tangibles y alinear estrategias. La atención creciente de los consumidores hacia cuestiones significativas destaca la importancia de que las empresas integren prácticas sostenibles y responsabilidad social para atraer y retener consumidores y empleados, fortaleciendo su posición en un mercado exigente.

La participación activa de los líderes empresariales en la reducción de la brecha de riqueza constituye un pilar crucial de la RSE. Este compromiso implica implementar políticas salariales equitativas, fomentar oportunidades de crecimiento y diversidad, así como invertir en programas educativos para comunidades desfavorecidas. Al abordar directamente estas desigualdades económicas, las empresas no solo fortalecen su impacto social positivo, sino que también refuerzan su sostenibilidad y reputación en la comunidad empresarial.

La responsabilidad va más allá del simple cumplimiento de regulaciones; implica superar expectativas y comunicar tanto los aspectos positivos como los negativos de manera franca y abierta. Esta actitud proactiva no solo contribuye a la construcción de relaciones sólidas y duraderas, sino que también demuestra un compromiso genuino con la integridad y la responsabilidad en todas las operaciones empresariales. Así mismo, la sostenibilidad debe ser más que simples gestos de relaciones públicas o cumplimientos regulatorios; debe arraigarse en todas las operaciones empresariales. Empresas sostenibles, conscientes de la finitud de recursos y variabilidad de precios, adoptan una perspectiva centrada en comunidades y familias, ajustando su consumo de recursos y transformando residuos en recursos valiosos.

Cultivar una empresa sostenible implica adoptar un propósito trascendental, que guía y motiva a los empleados, convirtiéndolos en el núcleo vital de la misión sostenible. La Responsabilidad Social se convierte así en la construcción de un legado perdurable, colaborando con otros y abarcando aspectos sociales, económicos y culturales para impactar positivamente en la sociedad.

Sobre los autores

Dr. Evodio Sánchez Rodríguez

A cargo de la Dirección de Responsabilidad Social Empresarial en el Cemefi, cuyo objetivo es gestionar la promoción y otorgamiento del Distintivo ESR®. Profesor a nivel doctorado y maestría en especialidades de tecnología de la información, negocios, Responsabilidad Social y sostenibilidad, en diferentes universidades.

Más de 20 años de experiencia en consultoría en Responsabilidad Social empresarial, sostenibilidad y tecnología de la información para empresas nacionales e internacionales en diferentes industrias. Publicación de artículos y libros sobre responsabilidad de social y sostenibilidad.

Act. Javier Franco Canseco

Oficial de Datos de la Dirección de Responsabilidad Social Empresarial en el Cemefi. Actuario con enfoque en investigación de Responsabilidad Social empresarial, evaluación de programas de combate a la pobreza y en materia de género. Ha colaborado con instituciones mexicanas e internacionales. Con un enfoque analítico aporta una perspectiva integral a la intersección de datos y Responsabilidad Social.

Agradecimientos especiales a Diego Sánchez Hernández por su colaboración en la edición y revisión del documento.

Referencias

Batini, N. (2021). La economía de la alimentación sostenible: Políticas inteligentes para la salud y el planeta. Island Press.

Cateriano Castello, E. V. (2023). Vivir innovando: Generación de valor suficiente. McGraw Hill Interamericana de México.

De Zunzunegui, A. (2023). Transformación digital para directivos: Una visión humanista y eficaz hacia la metamorfosis de los modelos de negocio. LID Editorial.

Epstein, M. J. (2008). La sostenibilidad efectiva. Berrett-Koehler. Publicado por Greenleaf Publishing Ltd. en el RU. Publicado simultáneamente en EE. UU. y Canadá por Berrett-Koehler Publishers Inc. Reproducido con permiso de Berrett-Koehler Publishers Inc. ISBN: 9781576754863. Páginas: 288.

Euromonitor International. (2023). Consumer Lifestyles in Mexico, May 2023.

Goldthau, A., & Tagliapietra, S. (2022). Crisis energética: cinco preguntas a las que habrá que responder en 2023. Nature.

Grant, D. B., Trautrim, A., & Wong, C. Y. (2015). Logística sostenible y gestión de la cadena de suministro. Kogan Page. ISBN: 9780749473860. Páginas: 256.

Hancock, J. (2005). Cómo invertir en responsabilidad social corporativa: Guía de las mejores prácticas, planeación de negocios y compañías líderes del Reino Unido. Kogan Page. ISBN: 9780749441470. Páginas: 367.

INEGI (2004; 2009; 2014; 2019) Micro, pequeña, mediana y gran empresa. Estratificación de los establecimientos Censos Económicos.

Johnson, M., & Misiaszek, T. (2022). Branding That Means Business: Posicionamiento de marca que se traduce en negocio y cómo crear vínculos duraderos entre marcas, consumidores y mercados. Profile Books.

Lackovic, M., Lim, K. M., Tam, B., Frisandi, F., Ruiz-Cabrero, J., Dolya, A., ... Kozak, I. (2022). Descarbonización con geotermia de nueva generación. Boston Consulting Group.

Marsh, P. (2012). La nueva revolución industrial: Consumidores, globalización y el fin de la producción masiva. Yale University Press.

Sanchez, E. & Franco, J. (2024). El arte de crear Buenas prácticas de RSE. Centro Mexicano para la Filantropía. <https://www.cemefi.org/guias-y-tutoriales-para-postular-al-distintivo-esr/>

Satorras Fioretti, R. M. (2008). Responsabilidad social corporativa: La nueva “conciencia” de las empresas y entidades. J.M. Bosch Editor.

Smil, V. (2021). Grandes transiciones: Cómo se hizo el mundo moderno. Oxford University Press.

Thurow, R., & Kilman, S. (2010). ¡Basta!: Por qué los más pobres del mundo se mueren de hambre en época de abundancia. Public Affairs.

Waldron, S. (2021). Coloque la RSC en el núcleo de su empresa y maximice los beneficios para su negocio. LID Publishing. ISBN: 9780749441470. Páginas: 367.

Werbach, A. (2010). Estrategias sostenibles. Empresa Activa. ISBN: 9788492452422. Páginas: 288.

Wilson, L. (2009). Cómo implementar manufactura eficiente (Lean Manufacturing). McGraw-Hill.

World Economic Forum. (2019). La fabricación hecha sustentable bajo diseño. World Economic Forum.

Yunus, M. (2010). Las empresas sociales: Una nueva dimensión del capitalismo para atender las necesidades más apremiantes de la humanidad. Public Affairs.

Conferencias Foro MiPyMEs 2023

Barba, M. (2024, Nov. 24). Foro de aprendizaje: El impacto de la responsabilidad social en la cadena de valor #ForoMiPyMEs2023. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=nCic6qN9TF0&list=PL61fEheUXqYQCv-PIMxuLdyiE_9LPpBY&index=8

Calderas, J. (2024, Nov. 24). Conferencia: Manejo de residuos #ForoMiPyMEs2023. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=Y949-iwk0RQ&list=PL61fEheUXqYQCv-PIMxuLdyiE_9LPpBY

Colunga, F. (2024, Nov. 24). Conferencia: "Las #MiPyMEs como actor clave en las cadenas de valor". YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=YxEbjA0C7JY&list=PL61fEheUXqYQCv-PIMxuLdyiE_9LPpBY&index=6

Escobar, J. (2024, Nov. 24). Foro de aprendizaje: ¿Cómo definir asuntos materiales de ESG para mi PYME? #ForoMiPyMEs2023. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=9brJ0AO7WIs&list=PL61fEheUXqYQCv-PIMxuLdyiE_9LPpBY&index=12

Riojas, L. (2024, Nov. 24). Conferencia: "Los beneficios de una planeación estratégica de la #RSE #ForoMiPyMEs2023. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=zTnKk99pTTs&list=PL61fEheUXqYQCv-PIMxuLdyiE_9LPpBY&index=5

Sánchez, B. (2024, Nov. 24). Foro de aprendizaje: Los criterios ASG: una guía para que las MiPyMEs sean más sostenibles. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=RDvXB8Oi69k&list=PL61fEheUXqYQCv-PIMxuLdyiE_9LPpBY&index=11

Sulmont, A. (2024, Nov. 24). Conferencia: El rol de las empresas en la protección y promoción de los Derechos Humanos. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=UkCVaz_yTXs&list=PL61fEheUXqYQCv-PIMxuLdyiE_9LPpBY&index=3

Toro, B. (2024, Nov. 24). Conferencia magistral "Saber cuidar: el nuevo paradigma de la ética empresarial". #ForoMiPyMEs2023. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=ly3dr4HPY8w&list=PL61fEheUXqYQCv-PIMxuLdyiE_9LPpBY&index=4