



# Segmentos de empresas

Distintivo ESR®



# Índice

- 2**    **Introducción**
- 4**    **Patrones de Consumo y Responsabilidad Social en  
Empresas Pymes: Un Enfoque ASG para la Sostenibilidad**
- 8**    **Segmentación de empresas**
- 16**   **Sobre los autores**
- 17**   **Referencias**

# Introducción

## El Cemefi y la responsabilidad social

En un mundo donde la sostenibilidad y la responsabilidad social son cada vez más cruciales, es esencial que las empresas integren en sus modelos de negocio los principios de la Evaluación en Responsabilidad Social Empresarial (RSE) con criterios ASG (Ambientales, Sociales y de Gobernanza).

La Responsabilidad Social Empresarial ya no es simplemente un componente adicional en la estrategia empresarial, sino que se ha convertido en un pilar fundamental. Proporciona una ventaja competitiva al incorporar una visión integral y sostenible que no solo beneficia a la empresa, sino también a la sociedad y al medio ambiente. La RSE ya no es una opción; se ha transformado en un requisito para cualquier empresa que aspire a ser líder y sostenible en el tiempo.

En este contexto, en México, el Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi) se ha destacado como la institución líder en impulsar prácticas de responsabilidad social empresarial. Esta organización privada no lucrativa juega un papel crucial al habilitar, articular y activar colaborativamente una comunidad de organizaciones y empresas con el propósito de generar valor social a través de la filantropía, la responsabilidad social y la participación ciudadana.

El Cemefi se ha convertido en un referente que guía a las empresas hacia un enfoque más ético y sostenible, impulsando prácticas que van más allá de lo meramente económico. Al adoptar criterios ASG, las compañías no solo cumplen con estándares éticos, sino que también contribuyen positivamente al entorno social y medioambiental en el que operan.

En este sentido, animamos a cada una de las 1,310 ESR que participaron en la convocatoria de Pymes (micro, pequeñas y medianas) 2023 a reflexionar sobre su compromiso con la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y a considerar la adopción de criterios ASG en sus evaluaciones. Más allá de cumplir con requisitos, esta acción representa una oportunidad para fortalecer la posición competitiva, construir relaciones más sólidas con las personas que participan en el negocio y, lo más importante, generar un impacto positivo en la sociedad.

El camino hacia la sostenibilidad y la responsabilidad social es un viaje que requiere el compromiso y la acción de cada empresa. Estamos seguros de que, con su participación activa, contribuirán significativamente a la construcción de un futuro empresarial más ético, sostenible y consciente.

## Distintivo ESR®

Ante el proceso de mejora del Distintivo ESR® en 2023 se implementó el cambio al nuevo Modelo ASG, donde las empresas presentan sus evidencias y una ponderación en escala del 1 al 5 según el nivel de desarrollo que consideren tener:

### Niveles de desarrollo de la Responsabilidad Social



**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 concientización sobre el origen del problema en un aspecto particular de la RSE y sus impactos en los grupos de interés.

**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.

**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.

**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.

**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.

El número de indicadores que tiene el instrumento o cuestionario que la empresa debe contestar y para los cuales debe presentar evidencia depende de los años de participación por el Distintivo. Los indicadores responden a los principios: 1) Ambiental, 2) Social, 3) Gobernanza y 4) Contexto global.

### Una oferta de valor<sup>1</sup>

Este documento forma parte de una retroalimentación para el desarrollo de las empresas dentro del Distintivo ESR®. Se espera que con los resultados presentados, la empresa pueda comprender mejor los patrones de consumo en México, su posición ante el Distintivo y de esta manera pueda tener más datos para realizar su planeación, elaboración y evolución de política de responsabilidad social.



## Patrones de Consumo y Responsabilidad Social en Empresas Pymes: Un Enfoque ASG para la Sostenibilidad

<sup>1</sup> Con información de Euromonitor International. (2023). Consumer Lifestyles in Mexico, May 2023.

## Transformación en los Patrones de Consumo

En México y en todo el mundo, los patrones de consumo evolucionan con el tiempo, influenciados por diversas generaciones. Estas generaciones no solo definen tendencias de compra, sino que también están cada vez más comprometidas con la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y la sostenibilidad, aspectos clave en la era ASG (Ambiental, Social y Gobernanza).

## Impacto de las Generaciones en la RSE y Sostenibilidad

Las generaciones Alfa, Z y Millennial, representando más del 70% de la población, no solo son grupos demográficos, sino motores de cambio en la percepción del consumo. Es crucial reconocer cómo estas generaciones influyen en la RSE y sostenibilidad de las empresas Pymes.

## Consideraciones ASG en la Oferta de Productos y Servicios

Las empresas deben tener en cuenta el aumento en la conciencia ambiental de todas las generaciones. La pandemia reforzó la importancia de reducir el impacto ambiental, y las dificultades económicas generaron la necesidad de un futuro más sostenible.

## Conexión entre Marca y Consumidor en un Contexto ASG

La innovación y la responsabilidad social son factores clave para los consumidores. Más del 50% investiga exhaustivamente productos y servicios, siendo la confianza en la marca un criterio determinante. La interacción activa y el compromiso con la marca son cada vez más valorados.

## Consideraciones Generacionales para Empresas Pymes

Las generaciones jóvenes están cada vez más conscientes de la importancia de la sostenibilidad ambiental. Por ello, están más dispuestas a apoyar a las empresas que adoptan prácticas sostenibles.

Las empresas Pymes pueden demostrar su compromiso con la sostenibilidad de diversas maneras, como:

- **Reducir su impacto ambiental:** Las empresas Pymes pueden reducir su consumo de energía y agua, utilizar materiales reciclados o compostables, o compensar sus emisiones de carbono.
- **Producir productos y servicios sostenibles:** Las empresas Pymes pueden producir productos y servicios que tengan un menor impacto ambiental, como productos de origen local, productos reciclados o compostables, o productos con un menor consumo de energía.

Para ofrecer productos relevantes, comprender las prioridades de cada generación es esencial:

**Generación Z (1997 a 2010):**

Prioriza la retribución a los necesitados y muestra preferencia por productos de marca. Representan más del 25% de la población mexicana.



**Millennials (1981 a 1996):**

Prácticos, buscan simplificar sus vidas y toman decisiones basadas en creencias sociales y políticas. Más del 20% de la población pertenece a esta generación.



**Generación X (1965 a 1980):**

Valora experiencias en el mundo real y reduce gradualmente el consumo de ciertos productos. Representan un segmento importante de consumidores.



**Baby Boomers (59 a 77 años):**

Prefieren experiencias en el mundo real, muestran un alto compromiso con el reciclaje y la sostenibilidad. Constituyen un grupo relevante con un 70% que recicla artículos y utiliza envases sostenibles.



Las empresas Pymes pueden demostrar su compromiso con la responsabilidad social de diversas maneras, como:

- **Apoyar a causas sociales:** Las empresas Pymes pueden donar a organizaciones benéficas, patrocinar eventos o proyectos sociales, o involucrar a sus empleados en actividades de voluntariado.
- **Ofrecer condiciones de trabajo justas:** Las empresas Pymes pueden garantizar condiciones de trabajo justas y equitativas para sus empleados, como salarios dignos, seguridad laboral y oportunidades de desarrollo profesional.
- **Promover la diversidad y la inclusión:** Las empresas Pymes pueden promover la diversidad y la inclusión en su lugar de trabajo, como contratando a personas de diferentes orígenes y culturas.



### Impacto en los criterios ASG

Los criterios ASG (Ambiental, Social y Gobernanza) son una serie de factores que miden el impacto de las empresas en el medio ambiente, la sociedad y la gobernanza.

Las generaciones jóvenes están cada vez más interesadas en invertir en empresas que cumplan con los criterios ASG. Por ello, las empresas Pymes que desean atraer a inversores jóvenes deben demostrar su compromiso con la sostenibilidad y la responsabilidad social.



### Hacia la Sostenibilidad y Experiencias Virtuales

La tendencia hacia la sostenibilidad y las experiencias virtuales es universal y debe ser abordada por empresas de todos los tamaños. Más del 50% de la población prefiere experiencias virtuales sobre las físicas o presenciales, destacando la importancia de estrategias online para llegar a los consumidores.



### Vida, Hogar y Bienestar Laboral: Integrando ASG en la Cultura Empresarial

#### Equilibrio entre Trabajo y Vida:

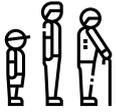
Todas las generaciones buscan un entorno laboral que permita un equilibrio entre trabajo y vida, con horarios flexibles y control sobre las actividades diarias.

#### Hogar Sostenible:

La búsqueda de una vida más simplificada dentro del hogar impulsa la demanda de productos sostenibles y eficientes energéticamente.

#### Bienestar Laboral y ASG:

La salud y la seguridad son prioridades compartidas por las generaciones X y Millennials. Para la generación Z y los Baby Boomers, la ética empresarial y social es esencial.



## Prioridades por Generación y Adaptación Empresarial

Comprender las prioridades específicas de cada generación es crucial para adaptar productos y servicios. Desde la socialización presencial para la generación Z hasta la búsqueda de espacios multifuncionales para los Millennials, las empresas deben ajustarse a estas necesidades.

En resumen, las empresas Pymes deben considerar no solo los patrones de consumo, sino también el impacto en la Responsabilidad Social, la sostenibilidad y el enfoque ASG para mantenerse relevantes y éticas en un mercado en constante cambio.



## Segmentación de empresas

Las empresas Pymes desempeñan un papel fundamental en la economía de México. Representan el 99.8% de las empresas del país y generan el 64% del empleo formal.

La responsabilidad social empresarial (RSE) es un concepto que se refiere a la responsabilidad que tienen las empresas de actuar de manera ética y sostenible, teniendo en cuenta los intereses de sus trabajadores, sus clientes, sus comunidades y el medio ambiente.

La RSE es cada vez más importante para las empresas Pymes. Los consumidores, los empleados y los inversores están cada vez más interesados en apoyar a las empresas que se comprometen con la responsabilidad social.

La segmentación de empresas Pymes en función de su tamaño y sector se presenta como una herramienta esencial para abordar las demandas crecientes en Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y prácticas ambientales, sociales y de gobernanza (ASG). Este enfoque permite comprender y atender las necesidades específicas de cada grupo, maximizando el impacto de las iniciativas de sostenibilidad.

La segmentación de empresas Pymes es un proceso que consiste en dividir a las empresas en grupos homogéneos, de acuerdo con un conjunto de criterios. En el caso de la RSE, la segmentación puede ser útil para analizar la información y proponer recomendaciones específicas para cada grupo. La segmentación permite identificar las fortalezas y debilidades de cada grupo en materia de RSE. También puede ayudar a identificar las oportunidades para mejorar la RSE.

## Tamaño de la empresa

En México, la segmentación de empresas indaga principalmente sobre el número de trabajadores o colaboradores que conforma la empresa. Esta clasificación de empresas ha variado a través de los años, pero en general se considera el tamaño de la producción en combinación con el número de empleados. La Secretaría de Economía considera una clasificación general de acuerdo a la Tabla 1.

Sector	Micro	Pequeña	Mediana	Grande
Agropecuario	2-10	11-25	26-100	>100
Mínero y extractivo	2-10	11-50	51-250	>250
Industria manufacturera	2-10	11-50	51-250	>250
Construcción	2-10	11-50	51-250	>250
Comercio	2-10	11-30	31-100	>100
Transporte y comunicaciones	2-10	11-50	51-100	>100
Servicios	2-10	11-50	51-100	>100

**Tabla 1. Clasificación de empresas a partir de número de empleados y sector.**

Fuente: Sistema de información Empresarial Mexicano (SIEM). Secretaría de Economía.

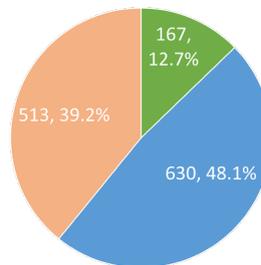
Se consideran como empresas Pymes a las empresas micro, pequeñas y medianas y el resto se clasifican como empresas grandes. Las micro empresas son todas aquellas con menos de 10 empleados independiente de la industria donde se desempeñen. Las empresas pequeñas de 11 a 50 empleados dependiendo del sector y empresas medianas con 26 a 250 empleados según el sector.

Según datos del INEGI, las micro, pequeñas y medianas empresas Pymes tienen una importancia significativa tanto a nivel nacional como regional, abarcando tanto a países industrializados como a aquellos en desarrollo. A nivel mundial, las Pymes constituyen el sector económico que contribuye con el mayor número de entidades económicas y empleados, alrededor del 90% o más.

Por lo tanto, es crucial fortalecer su rendimiento, ya que influyen considerablemente en el comportamiento general de las economías nacionales.

Las pymes participan por el distintivo de Empresa Socialmente Responsable (ESR) en la convocatoria de MiPymes. En esta convocatoria fueron evaluadas 1,310 empresas, de las cuales casi la mitad son pequeñas (48.1%), más de un tercio son medianas (39.2%) y el resto son Micro (12.7%) (Gráfica 1, Panel a).

Panel a. Según su tamaño

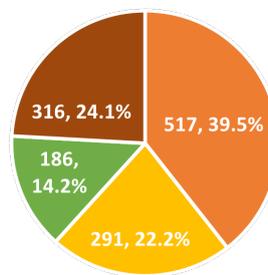


■ 1.MICRO ■ 2.PEQUEÑA ■ 3.MEDIANA

Gráfica 1. Empresas que participaron por el Distintivo de ESR. Total y porcentaje

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

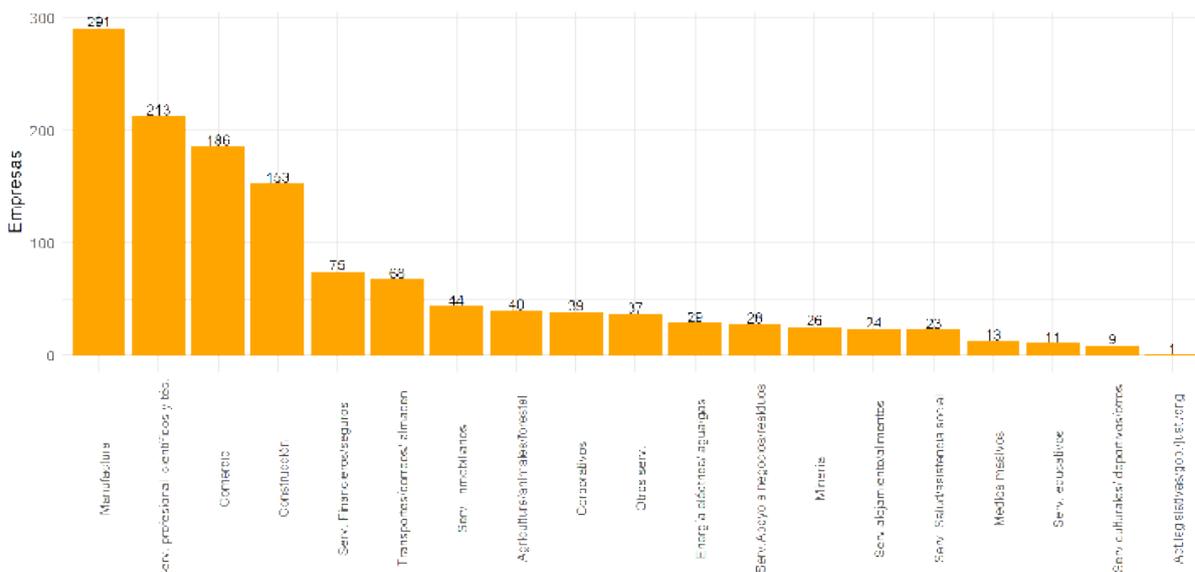
Panel b. Según su sector general



■ 1.Servicios ■ 2.Manufacturas ■ 3.Comercio ■ 4.Otros sectores de actividad

## Sector de la economía

Otra clasificación es al considerar la industria donde se desempeñan las empresas. La clasificación de las empresas que ocupa en Distintivo ESR® es a partir del catálogo de industrias del INEGI. Las empresas dentro del Distintivo ESR® se encuentran en 19 categorías de industrias. La Gráfica 2 muestra cuántas empresas se encuentran en cada una de estas categorías.



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

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

El INEGI presenta datos para cuatro sectores generales de la economía que son 1) comercio, 2) manufactura, 3) servicios, y 4) otros sectores de actividad (OSA). Las 19 industrias presentes en el Distintivo ESR® en 2023 para Pymes se clasifican de la siguiente manera.

De las 1,310 empresas que participaron por el Distintivo ESR® en 2023, 39.5% son empresas dentro del sector servicios, 24.1% en otros sectores de actividad, 22.2% en manufacturas y 14.2% en comercio (Gráfica 1, panel b).

<p><b>Comercio</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Comercio al por mayor</li> </ol>
<p><b>Manufacturas</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Industrias manufactureras</li> </ol>
<p><b>Servicios</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Actividades legislativas, gubernamentales, de impartición de justicia y de organismos internacionales y extraterritoriales</li> <li>2. Corporativos</li> <li>3. Información en medios masivos</li> <li>4. Otros servicios excepto actividades gubernamentales</li> <li>5. Servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas</li> <li>6. Servicios de apoyo a los negocios y manejo de residuos, y servicios de remediación</li> <li>7. Servicios de esparcimiento culturales y deportivos, y otros servicios recreativos</li> <li>8. Servicios de salud y de asistencia social</li> <li>9. Servicios educativos</li> <li>10. Servicios financieros y de seguros</li> <li>11. Servicios inmobiliarios y de alquiler de bienes muebles e intangibles</li> <li>12. Servicios profesionales, científicos y técnicos</li> </ol>
<p><b>Otros sectores de actividad</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Agricultura, cría y explotación de animales, aprovechamiento forestal, pesca y caza</li> <li>2. Construcción</li> <li>3. Generación, transmisión, distribución y comercialización de energía eléctrica, suministro de agua y de gas natural por ductos al consumidor final</li> <li>4. Minería</li> <li>5. Transportes, correos y almacenamiento</li> </ol>

Tabla 2. Sectores por industrias de empresas con el Distintivo ESR®.

Fuente: Elaboración propia con datos del Censos económicos, 2019 (INEGI).

## Criterios de segmentos

Considerando las clasificaciones previamente explicadas, 1) el tamaño de la empresa y 2) el sector donde se desempeña, se presentan 7 segmentos de empresas que buscan ofrecer información específica y de relevancia para cada grupo. En resumen:

“Se presenta una agrupación de empresas que participan por el Distintivo ESR®, a partir de la construcción de grupos homogéneos considerando el tamaño de la empresa y el sector en el que operan. Esto posibilita la creación de una propuesta de valor adaptada a las necesidades específicas de cada empresa participante”.

La Tabla 3 lista los segmentos y su descripción, así como el porcentaje de empresas que representa para el Distintivo ESR® dentro del grupo de Pymes 2023. (Gráfica 1, panel b).

**Tabla 3. Descripción de segmentos de empresas participantes del Distintivo ESR®.**

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

Segmento	Descripción	Empleados	Empresas	%
1.Micro	Corresponde a todas las empresas Micro	1 a 10	167	12,70%
2.Servicios Pequeña	Corresponde a las empresas Pequeñas con categoría de industria dentro del sector de Servicios:  Servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas; apoyo a los negocios y manejo de residuos, y remediación; esparcimiento culturales y deportivos, y otros recreativos; salud y de asistencia social; educativos; financieros y de seguros; inmobiliarios y de alquiler de bienes muebles e intangibles; profesionales, científicos y técnicos. Actividades legislativas, gubernamentales, de impartición de justicia y de organismos internacionales y extraterritoriales; Corporativos; Información en medios masivos; Otros servicios excepto actividades gubernamentales.	11 a 50	320	24,40%

Segmento	Descripción	Empleados	Empresas	%
3.Servicios Mediana	Corresponde a las empresas Medianas con categoría de industria dentro del sector de Servicios:  Servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas; apoyo a los negocios y manejo de residuos, y remediación; esparcimiento culturales y deportivos, y otros recreativos; salud y de asistencia social; educativos; financieros y de seguros; inmobiliarios y de alquiler de bienes muebles e intangibles; profesionales, científicos y técnicos. Actividades legislativas, gubernamentales, de impartición de justicia y de organismos internacionales y extraterritoriales; Corporativos; Información en medios masivos; Otros servicios excepto actividades gubernamentales.	51 a 100	121	9,20%
4.Comercio Pequeña y Mediana	Corresponde a las empresas Pequeñas y Medianas con categoría de industria dentro del sector de Comercio.	11 a 100	152	11,60%
5.Manufacturas Pequeña y Mediana	Corresponde a las empresas Pequeñas y Medianas con categoría de industria dentro del sector de Manufactura.	11 a 250	275	21,00%
6. Otros Sectores de Actividad Pequeña	Corresponde a las empresas Pequeñas con categoría de industria dentro del sector de Otros Sectores de Actividad:  Agricultura, cría y explotación de animales, aprovechamiento forestal, pesca y caza; Construcción; Generación, transmisión, distribución y comercialización de energía eléctrica, suministro de agua y de gas natural por ductos al consumidor final; Minería; Transportes, correos y almacenamiento.	11 a 50	142	10,80%
7. Otros Sectores de Actividad Mediana	Corresponde a las empresas Medianas con categoría de industria dentro del sector de Otros Sectores de Actividad:  Agricultura, cría y explotación de animales, aprovechamiento forestal, pesca y caza; Construcción; Generación, transmisión, distribución y comercialización de energía eléctrica, suministro de agua y de gas natural por ductos al consumidor final; Minería; Transportes, correos y almacenamiento.	51 a 250	133	10,20%

## Recomendaciones generales para cada segmento

A continuación, se presentan una serie de recomendaciones generales para cada uno del segmento de empresas. Si el lector tiene dudas sobre a que tipo de empresa corresponden los segmentos, puede consultar la Tabla 3.

Tabla 4. Recomendaciones generales

Segmento	Enfoque	Recomendaciones
1. Micro	Adaptar prácticas sostenibles a estructuras más pequeñas. Fomentar el desarrollo de estrategias escalables y de bajo costo.	Programas de concientización accesibles en ámbitos claves. Alianzas locales para compartir recursos y buenas prácticas.
2. Servicios Pequeña	Enfocar la atención en sectores de servicios específicos. Facilitar el diseño de estrategias considerando las particularidades del sector.	Programas de capacitación en sostenibilidad de las prácticas en RSE claves en la industria de servicios. Enfoque en indicadores claves que aumenten la ventaja competitiva y la innovación en el sector.
3. Servicios Mediana	Brinda la oportunidad de implementar prácticas con mayor sostenibilidad y orientadas al impacto en el problema del indicador. Permite escalabilidad en iniciativas de sostenibilidad, ya que el enfoque es centrarse en los indicadores claves de la industria.	Las empresas medianas tienen un mayor impacto en lo social y lo ambiental, de ahí la importancia de crear una gobernanza sólida en el largo plazo. Colaboración con organismos gubernamentales y Organizaciones de la Sociedad Civil para proyectos sostenibles a mayor escala con impacto en su sector.
4. Comercio Pequeña y Mediana	Adaptación de estrategias a las dinámicas únicas del sector comercio. Enfoque en la cadena de suministro sostenible.	Programas de capacitación para proveedores sobre prácticas sostenibles y creación de un consumo responsable orientados al sector de Comercio.
5. Manufacturas Pequeña y Mediana	Incorporar medidas específicas para reducir la huella de carbono en la producción. Enfoca la eficiencia energética y el uso responsable de recursos.	Implementación de tecnologías verdes en procesos de manufactura. Participación en programas de reciclaje industrial.
6. Otros Sectores de Actividad Pequeña	Reconocer la diversidad de desafíos sostenibles en diferentes sectores. Facilitar la adaptación de estrategias según las características del sector.	Investigación de mejores prácticas específicas para cada sector. Participación activa en asociaciones sectoriales para compartir conocimientos.
7. Otros Sectores de Actividad Mediana	Permitir la implementación de programas más ambiciosos. Facilita la colaboración entre empresas medianas de diferentes sectores.	Realizar estudio de casos para la inversión en tecnologías sostenibles a mayor escala. Colaboraciones intersectoriales para proyectos de impacto social.

## **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.

Carroll, A. B. (1979). "A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Social Performance". *Academy of Management Review*, 4(4), 497-505.

Carroll, A. B. (1999). Corporate social responsibility: Evolution of a definitional construct. *Business & Society*, 38(3), 268-295.

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.

Elkington, J. (1998). *Cannibals with forks: The triple bottom line of 21st century business*. Capstone.  
Epstein, M. J., & Roy, M. J. (2001). Sustainability in action: Identifying and measuring the key performance drivers. *Long Range Planning*, 34(5), 585-604.

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.

Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2006). Strategy & society: The link between competitive advantage and corporate social responsibility. *Harvard Business Review*, 84(12), 78-92.

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](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](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](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=9brJ0AO7Wls&list=PL61fEheUXqYQCv-PIMxuLdyiE\\_9LPpBY&index=12](https://www.youtube.com/watch?v=9brJ0AO7Wls&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](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](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](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](https://www.youtube.com/watch?v=ly3dr4HPY8w&list=PL61fEheUXqYQCv-PIMxuLdyiE_9LPpBY&index=4)