



Segmento de empresas grandes de comercio y servicios

Mayo 2024



Índice

- 4** **Perfil de segmento:**
Es una descripción de las empresas de Servicios y Comercio en términos de RSE y se explica la distribución del segmento en los estados de México. Aquí se encuentran los Aliados Regionales.
- 8** **Retos en Implementar RSE:**
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.
- 17** **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.
- 19** **Resultados de la evaluación de las empresas de Servicios de tamaño Grande:**
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 los segmentos.
- 36** **Conclusión:**
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®.

Empresas de Servicios y Comercio de tamaño Grande.

En el contexto empresarial actual, las empresas de comercio y servicios de tamaño grande (ECSG), aquellas con más de 100 empleados, se enfrentan a una responsabilidad sin precedentes hacia la sociedad y el medio ambiente en el que operan. Más allá de cumplir con las regulaciones gubernamentales y los estándares industriales, se espera que estas entidades actúen como motores de cambio positivo en sus comunidades locales, contribuyendo así a un mundo más justo y sostenible. La responsabilidad social que recae sobre ellas implica no solo respetar los derechos humanos y laborales, sino también tener un papel activo en la mejora de la calidad de vida de las comunidades en las que operan. Dentro del Distintivo ESR®, la principal diferencia con las empresas MiPymes (micro, pequeña y mediana) y Grandes es que para las segundas ya no es factible mantener indicadores en Nivel de desarrollo 1 por más de un año, por el amplio alcance del impacto de las políticas de dichas empresas.

Otro aspecto clave es que las empresas grandes enfrentan una competencia más desafiante, especialmente las empresas más pequeñas del segmento con 100 a 200 empleados. Por lo que utilizar el Distintivo ESR® como diferenciador y generador de oportunidades es fundamental. El Distintivo ESR® puede potenciar la reputación de la empresa, abrir nuevas oportunidades de negocio y facilitar alianzas estratégicas con otras empresas y organizaciones que valoran la RSE (Responsabilidad Social Empresarial), al tiempo que contribuye a mitigar riesgos operativos y legales al mejorar la eficiencia y sostenibilidad a largo plazo del negocio.

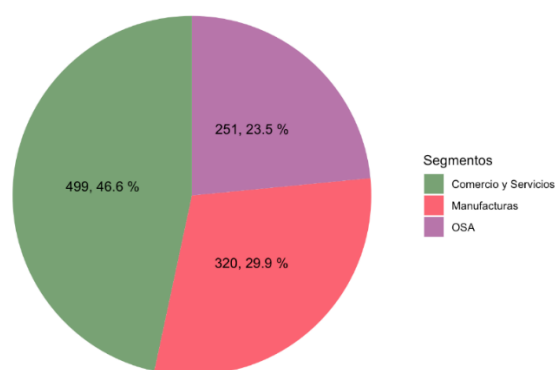
En este contexto, surge la necesidad de examinar críticamente el desempeño y las iniciativas de Responsabilidad Social de estas empresas. Este informe propone destacar los desafíos y oportunidades con el objetivo de inspirar un mayor compromiso y liderazgo por parte de estas entidades hacia la construcción de un futuro más justo, sostenible y próspero para todos.

Este documento forma parte de una serie de cuatro documentos que examinan los resultados en RSE de las empresas grandes que han sido galardonadas con el Distintivo de ESR. La serie consta de un documento introductorio con datos de todas las empresas grandes y tres documentos que analizan segmentos creados a partir de su industria. Este documento se enfoca en ofrecer una propuesta de valor para el segmento de empresas de Servicios y Comercio de tamaño grande.

Criterios para la construcción del segmento

El fundamento principal para la formación de este grupo reside en el dominio que tiene el sector de Servicios y Comercio dentro del grupo de grandes empresas con el Distintivo ESR®:

Grafica 1. Distribución de empresas por segmento



Fuente: Elaboración propia con datos de 1,070 empresas grandes participantes por el Distintivo ESR®

En la Convocatoria de "Empresas grandes 2024" participaron un total de 1,070 empresas por el Distintivo ESR®, que fueron evaluadas de acuerdo a sus evidencias presentadas a Cemefi.

De estas empresas, 499 pertenecen al segmento Servicios y de Comercio (46.6%).

Así mismo, se consideró agrupar en cada documento de análisis el nivel de actividad. En este caso las industrias de servicios y comercios forman parte de las actividades terciarias. Por lo que es crucial realizar un análisis específico del segmento por la diversidad de industrias que lo conforma y las características que comparten.

Por ejemplo, aunque los procesos y políticas de venta de un servicio son diferentes a las de un bien, ambas coinciden en la oportunidad de enfocarse en la atención a proveedores y al cliente, al ser dos aspectos fundamentales en la cadena de valor de sus operaciones. Esto les permite implementar acciones que aborden criterios sociales y ambientales de manera efectiva, mientras fortalecen transversalmente la gobernanza.

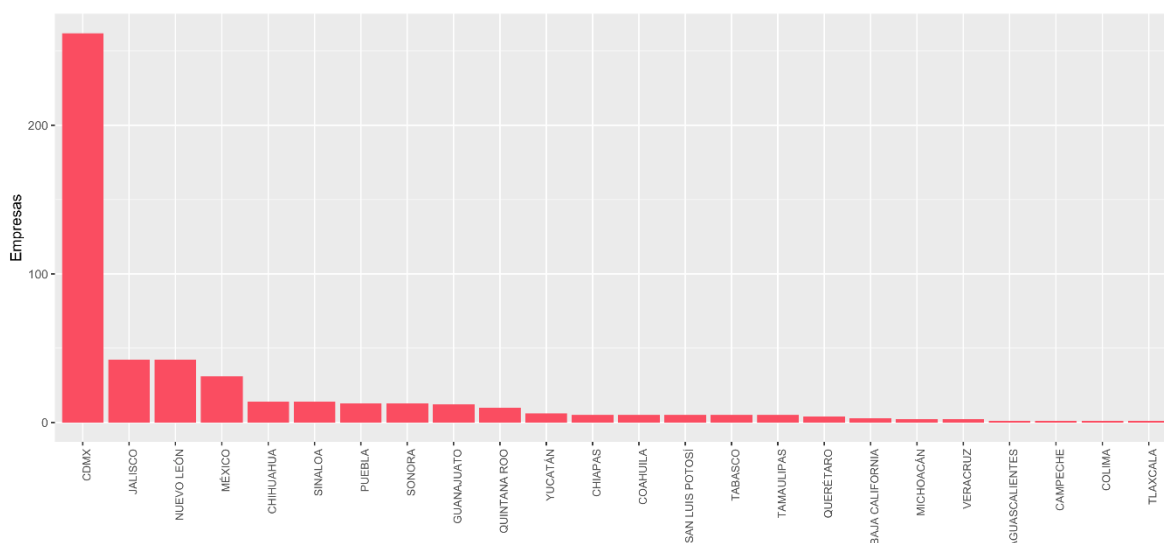
Perfil de segmento

Ubicación del segmento

Las 1,070 empresas con el Distintivo ESR® están presentes en 30 entidades federativas de México. El segmento con 499 empresas de comercio y servicios de tamaño grande (ECSG) se encuentra en 24 entidades federativas.

Para el segmento, la Ciudad de México muestra la mayor concentración de empresas con 51.5%. Las empresas grandes a menudo eligen establecerse en la Ciudad de México por varias razones estratégicas y comerciales. Ofrece una combinación única de factores comerciales, infraestructura, talento humano y oportunidades de responsabilidad social que hacen que sea un destino atractivo para las empresas grandes. Es importante considerar que las empresas reportan ante el Distintivo en donde se establece su principal centro de operaciones, sin embargo, no limita que tenga presencia de sedes en todo el país.

Gráfica 1. Distribución de empresas del segmento por entidades de México.



Fuente: Elaboración propia con datos de 1,070 empresas grandes participantes por el Distintivo ESR®

En segundo y tercer lugar se encuentra Nuevo León y Jalisco con 42 empresas cada uno. Estas entidades metropolitanas también ofrecen mercados grandes y oportunidades atractivas para las empresas de este segmento.

Para los siguientes lugares se encuentran el Estado de México, Chihuahua, Sinaloa, Puebla, Sonora, Guanajuato y Quintana Roo con aproximadamente 15 empresas cada una. Para el resto de las entidades federativas la presencia es limitada, con 3 empresas en promedio.

Esta distribución geográfica altamente concentrada en la capital y algunas otras ciudades clave es típica de muchos sectores económicos. Aunque usual, esta práctica limita el desarrollo y la equidad económica en regiones menos desarrolladas. Si bien es comprensible que las empresas se centren en los mercados más grandes y desarrollados inicialmente, esta concentración puede perpetuar la brecha económica entre las áreas urbanas y rurales, al promover la acumulación de riqueza, talento y fuerza laboral en determinadas regiones. Además, tanto las empresas como los trabajadores dependen de servicios básicos como vivienda, transporte y agua, lo que tiene un impacto ambiental y social a corto plazo.

Cuadro 1. 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 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.

Entidad	Aliado	Tipo de aliado
Aguascalientes	<u>Consejo Coordinador Empresarial de Irapuato</u>	RSE
Campeche	<u>Fundación del Empresariado Yucateco (FEYAC)</u>	RSE
Chihuahua	<u>Fundación del Empresariado Chihuahuense (FECHAC)</u>	RSE, Filantropía
Coahuila	<u>Fundación Merced Coahuila A.C.</u>	RSE, Filantropía
Colima	<u>Fundación Expo Guadalajara</u>	RSE
Durango	<u>Accionarse Comunidad Sinaloense</u>	RSE
Guanajuato	<u>Consejo Coordinador Empresarial de Irapuato</u>	RSE
Jalisco	<u>Fundación Expo Guadalajara</u>	RSE
Michoacán	<u>Consejo Coordinador Empresarial de Irapuato</u>	RSE
Nayarit	<u>Accionarse Comunidad Sinaloense</u>	RSE
Nuevo León	<u>Red SumaRSE Nuevo León</u>	RSE
Puebla	<u>Grupo Proactivo Mexicano</u>	RSE
Querétaro	<u>Fundación Roberto Ruiz Obregón</u>	RSE, Filantropía
Quintana Roo	<u>Fundación del Empresariado Yucateco (FEYAC)</u>	RSE
Sinaloa	<u>Accionarse Comunidad Sinaloense</u>	RSE
Sonora	<u>Fundación del Empresariado Sonorense (FESAC)</u>	RSE, Filantropía
Yucatán	<u>Fundación del Empresariado Yucateco (FEYAC)</u>	RSE, Filantropía

Al diversificar su presencia geográfica y comprometerse con el desarrollo inclusivo, las empresas pueden contribuir al crecimiento económico de áreas menos desarrolladas y fortalecer su reputación como actores responsables y comprometidos con el bienestar de todas las comunidades donde operan. Esta expansión consciente y equitativa no solo beneficia a las comunidades locales, sino que también puede generar nuevas oportunidades de mercado y fomentar la estabilidad económica a largo plazo.

El Cuadro 1 explica brevemente quienes son los Aliados Regionales. Se enlistan los aliados de 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.

Industrias del segmento

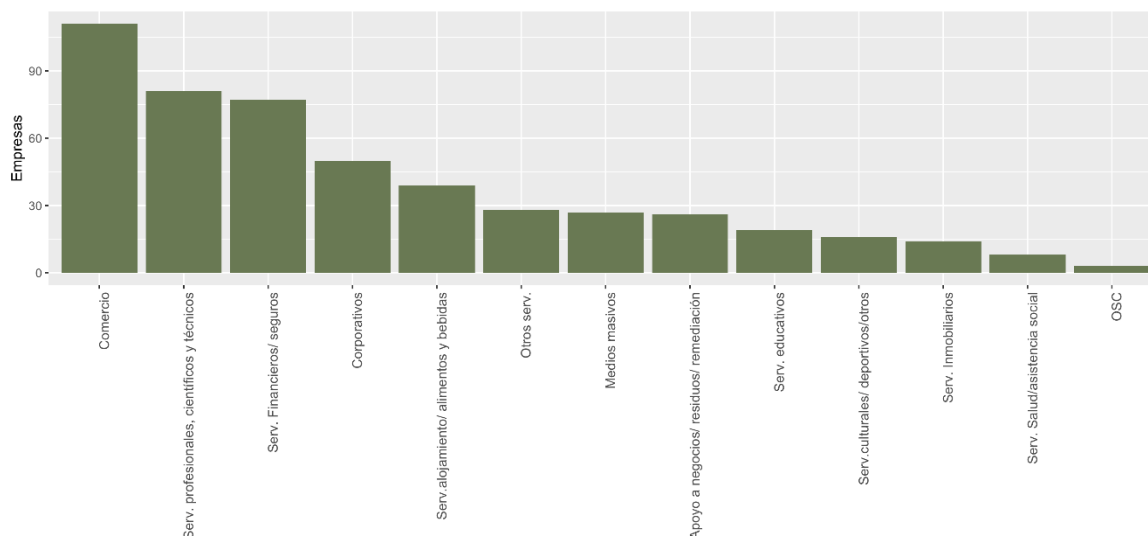
El segmento contempla 12 tipos de industrias. La industria predominante es comercio al por mayor, que representa alrededor de 22.2% de este segmento específico; seguido de Servicios profesionales, científicos y técnicos con 16.2% y servicios financieros y de seguros con cerca de 15.4% del segmento (Gráfica 2). La industria de comercio destaca dentro del segmento porque dentro de la RSE se encuentra un amplio margen para implementar prácticas responsables, como la promoción de la transparencia en la cadena de suministro, el fomento de relaciones laborales justas y el compromiso con la sostenibilidad ambiental en áreas como la gestión de residuos y el consumo de energía. Además, el comercio al por mayor juega un papel crucial en la distribución de productos a nivel nacional e internacional, lo que le otorga una influencia significativa en la adopción de estándares éticos y ambientales en toda la cadena de suministro.

Otras industrias con presencia considerable son "corporativos" y "servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas" que representan 10.0% y 7.8%, respectivamente.

Así mismo se observan varias industrias más pequeñas, que en conjunto representan 28.3% del segmento. La distribución completa del segmento se presenta en la Gráfica 2. El lector podrá encontrar similitudes con la distribución de empresas [MiPymes con el Distintivo ESR®](#).

Las demás industrias tienen una participación menor, aunque varias de ellas como transportes, información y servicios corporativos aún muestran un número considerable de grandes empresas operando en este segmento del mercado.

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



Fuente: Elaboración propia con datos de 1,070 empresas grandes participantes por el Distintivo ESR®

Retos en Implementar RSE

Las empresas del segmento de servicios y comercio enfrentan desafíos constantes en sus operaciones. La RSE se ha convertido en un elemento central para aquellas que buscan un desarrollo sostenible en el mercado, resaltando su competitividad y posición. Aquí se presentan los desafíos de implementar la RSE en empresas grandes del segmento de servicios y comercio, donde muchos de estos desafíos interceptan con problemas que las empresas deben abordar incluso si no están directamente relacionados con la RSE. Por lo tanto, muchas empresas optan por integrar completamente la RSE para aprovechar todos sus beneficios.

Estos desafíos deben ser considerados al elaborar un plan inicial de política. Identificar su naturaleza dentro de la empresa y abordarlos de manera efectiva puede convertir la RSE en una herramienta para gestionar el riesgo.

El compromiso de la alta dirección

Para las empresas grandes del segmento de servicios y comercio, la falta de conocimientos específicos sobre la implementación de la RSE puede dificultar el desarrollo de estrategias efectivas. La obtención del Distintivo ESR® no solo facilita el desarrollo de buenas prácticas,

sino que también brinda acceso al acompañamiento de personal certificado y especializado que puede guiar a las empresas participantes. Y son justamente estos conocimientos específicos lo que permite integrar en el proyecto de RSE a la alta dirección.

Sin el compromiso de la alta dirección, resulta casi imposible implementar prácticas de RSE de manera efectiva. Además, el mensaje debe ser coherente con los empleados, convirtiéndolo en el núcleo central de la empresa. Este propósito debe reflejar la visión y los valores fundamentales, proporcionando una razón clara tanto para los clientes como para otras partes interesadas. Es importante 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 adquiere mayor relevancia cuando la empresa se compromete con su personal al invertir en su desarrollo profesional y garantizar salarios competitivos.

Sostenibilidad

La sostenibilidad no se limita a implementar prácticas de conservación o minimizar impactos ambientales; implica garantizar la continuidad y prosperidad a largo plazo en un entorno cambiante. Se trata de equilibrar las necesidades actuales con la preservación de recursos para las generaciones venideras. En este sentido, la sostenibilidad no es antagónica a la rentabilidad, pero una empresa cuyo único enfoque sea la ganancia económica probablemente carezca de los pilares necesarios para perdurar en el tiempo.



En el ámbito del comercio al por mayor, las empresas se enfrentan a una serie de desafíos en materia de sostenibilidad. El cambio climático es uno de los factores más destacados, ya que las operaciones de distribución y logística pueden generar emisiones significativas de gases de efecto invernadero. Estas emisiones, junto con los riesgos climáticos como las alteraciones en las cadenas de suministro debido a eventos

extremos, resaltan la necesidad de abordar este problema de manera proactiva mediante la adopción de prácticas más sostenibles y la inversión en tecnologías verdes.

En el ámbito corporativo, la economía circular se presenta como una oportunidad para promover la sostenibilidad a lo largo de toda la cadena de valor. Desde la selección de proveedores hasta la gestión de residuos, las empresas pueden implementar estrategias circulares que minimicen el desperdicio y fomenten la reutilización y el reciclaje. Este enfoque no solo reduce el impacto ambiental de las operaciones corporativas, sino que

también puede generar eficiencias operativas y mejorar la reputación de la empresa en el mercado.

Los servicios de apoyo a los negocios y manejo de residuos, junto con los servicios de remediación ambiental, juegan un papel crucial en la gestión de los impactos ambientales de otras industrias. Estas empresas pueden ofrecer soluciones innovadoras para la gestión sostenible de residuos y la recuperación de áreas degradadas, contribuyendo así a la restauración y conservación del capital natural.

La gestión proactiva de estos factores de sostenibilidad es esencial para todas las empresas del sector de comercio y servicios. Al adoptar enfoques más sostenibles, estas empresas pueden no solo mejorar su resiliencia frente a los desafíos ambientales y sociales, sino también generar valor a largo plazo y contribuir de manera positiva al bienestar de la sociedad y el medio ambiente.

Riesgos de no tener sostenibilidad

Los riesgos asociados con la falta de sostenibilidad en una empresa pueden tener un impacto significativo en su desempeño y reputación. La ausencia de un reporte de sostenibilidad conlleva una falta de transparencia y confianza, lo que puede erosionar la credibilidad de la empresa ante sus grupos de interés. Esta falta de transparencia también expone a la empresa a riesgos de imagen y reputación, especialmente en un entorno donde la sostenibilidad es cada vez más importante para los consumidores y la sociedad en general.

Además, la falta de abordaje de aspectos ambientales, sociales y de gobernanza puede resultar en pérdida de oportunidades de negocio. La creciente demanda de productos y servicios sostenibles significa que las empresas que no informan sobre sus prácticas sostenibles pueden perder acceso a mercados y asociaciones estratégicas. Esta pérdida de competitividad puede socavar la posición de la empresa en el mercado y limitar su capacidad de crecimiento y expansión.

Por otro lado, los riesgos regulatorios y legales asociados con la falta de sostenibilidad pueden tener consecuencias financieras significativas. La no conformidad con los requisitos legales de divulgación de información en materia de sostenibilidad puede resultar en multas y sanciones financieras, además de dañar la reputación de la empresa. Es fundamental que las empresas reconozcan y aborden proactivamente estos riesgos para garantizar su cumplimiento normativo y evitar posibles repercusiones legales.

A nivel interno, los riesgos de ineficiencias operativas y falta de compromiso de los empleados pueden obstaculizar los esfuerzos de la empresa en materia de sostenibilidad. La falta de identificación y gestión de riesgos ambientales, sociales y de gobernanza puede llevar a costos más altos, ineficiencias



operativas y una menor capacidad para innovar. Es esencial que las empresas implementen sistemas de gestión de riesgos ASG y promuevan una cultura de sostenibilidad entre sus empleados para mitigar estos riesgos internos y maximizar las oportunidades externas.

Comunicación es no ocultar errores: Informes de responsabilidad

En el dinámico mundo empresarial de servicios y comercio, la comunicación transparente y honesta es fundamental para construir relaciones sólidas y de confianza con los grupos de interés. En este contexto, el principio de no ocultar errores emerge como un pilar clave de esta comunicación efectiva. Al reconocer abiertamente nuestros errores, demostramos integridad y responsabilidad, enviando un mensaje claro de que valoramos la verdad y estamos dispuestos a asumir la responsabilidad por nuestras acciones.

Esta transparencia no solo contribuye a fortalecer la confianza con nuestros clientes, proveedores y empleados, sino que también brinda una valiosa oportunidad para el aprendizaje y la mejora continua. Al enfrentar nuestros errores con humildad y analizar sus causas subyacentes, podemos desarrollar soluciones efectivas y tomar medidas para evitar que vuelvan a ocurrir en el futuro. Este enfoque de aprendizaje y crecimiento es esencial para la innovación y el progreso constante de nuestra empresa.

Además, la transparencia en la comunicación de errores también impacta en la toma de decisiones. Ocultar errores puede llevar a una falta de transparencia, socavando la confianza en la organización y generando dudas sobre su ética y honestidad. Por el contrario, al ser transparentes sobre nuestros errores, demostramos un compromiso genuino con la honestidad y la apertura en todas nuestras operaciones, lo que fortalece nuestra reputación y credibilidad en el mercado.

Finalmente, en el caso de enfrentar una crisis, la transparencia sobre los errores se vuelve aún más crítica. En momentos de dificultad, la ocultación de información puede exacerbar la situación y dañar irreparablemente la reputación de la empresa. En cambio, la honestidad y la transparencia pueden ayudar a mitigar el impacto negativo al demostrar un compromiso genuino con la resolución del problema y la protección de los intereses de todos los involucrados.

Prácticas no éticas

Las empresas que ejercen la RS están expuestas a caer en prácticas no éticas sin si quiera estar enterados. Estas prácticas se posicionan en el mercado al ofrecer productos más baratos, lo que puede hacer que empresas con RS opten por estos productos con el objetivo de reducir costos, sin estar conscientes del riesgo de RS y de posicionamiento de la marca

al que están expuestos. El trabajo infantil, explotación laboral y "greenwashing"¹ son prácticas no éticas que se realizan con el objetivo de reducir costos y engañar al consumidor final con productos baratos.

Es importante para las empresas examinar críticamente las afirmaciones de RS de las empresas para asegurarse de que estas están respaldadas por prácticas concretas y transparentes en lugar de ser simplemente una estrategia de marketing superficial.

Gestión de la responsabilidad social

La integración efectiva de consideraciones Ambientales, Sociales y de Gobierno Corporativo (ASG) es fundamental para impulsar el éxito sostenible a largo plazo. El Comité Regenerativo, liderado por el director general y conformado por altos ejecutivos de todas las áreas de la empresa, desempeña un papel central en esta tarea.



Una de las principales funciones del Comité es establecer una visión estratégica sólida, enfocada a largo plazo, que considere los resultados financieros y el impacto ambiental y social de las operaciones. Este enfoque garantiza que la empresa esté alineada con los valores de sostenibilidad y orientada hacia un crecimiento equilibrado y responsable.

Además, el Comité Regenerativo asegura que las consideraciones ASG estén integradas de manera efectiva en la toma de decisiones en todos los niveles organizativos. Esto significa que se evalúan y priorizan adecuadamente aspectos ambientales, sociales y de gobernanza con relación con las operaciones comerciales, los proyectos de inversión y las iniciativas estratégicas.

No se limita solo a la definición de prioridades, sino que también ajusta los procesos operativos para asegurar su alineación con los objetivos y compromisos en materia de sostenibilidad. Identifica áreas de mejora, implementa nuevos procedimientos y sistemas, y monitorea el progreso hacia metas específicas de sostenibilidad.

Además, el Comité Regenerativo desarrolla planes de acción concretos para abordar cada asunto esencial identificado. Estos planes pueden incluir medidas específicas para reducir el

¹ El "greenwashing" es una práctica en la que una empresa o entidad intenta dar la impresión de que sus productos o actividades son más respetuosos con el medio ambiente de lo que realmente son. Las empresas involucradas en el greenwashing suelen resaltar aspectos aislados o pequeñas mejoras en sus operaciones o productos, presentándolos como un compromiso significativo con la sostenibilidad, mientras ignoran prácticas más amplias que pueden ser perjudiciales para el medio ambiente.

impacto ambiental, mejorar las prácticas laborales y contribuir al bienestar de las comunidades locales.

El Consejo Consultivo sobre género también juega un rol crucial en la promoción de la igualdad de género dentro de estas organizaciones. Este consejo, conformado por una representación equitativa de género y expertos en diversidad, analiza datos relacionados con indicadores de género y desarrolla políticas y programas para promover la igualdad de oportunidades. Además, brinda asesoramiento estratégico, monitorea la implementación de políticas y evalúa su efectividad a lo largo del tiempo. Sus acciones recomendadas, como el desarrollo de programas de capacitación, el establecimiento de objetivos de género y la promoción de la diversidad e inclusión, contribuyen a crear entornos laborales más equitativos y diversos.

El Poder Transformador de las Empresas Grandes

Fomento de alianzas con ESR de tamaño reducido

En el contexto actual, donde la responsabilidad social corporativa y el desarrollo sostenible son imperativos empresariales, las empresas de servicios y comercio de gran envergadura pueden promover cambios significativos mediante alianzas estratégicas con empresas menores que compartan sus valores y compromisos éticos. En particular, las asociaciones con micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes) que hayan obtenido el Distintivo ESR® pueden brindar beneficios mutuos y contribuir al bienestar de las comunidades en las que operamos.

Una de las ventajas más evidentes de colaborar con MiPymes locales que cuentan con el Distintivo ESR® es el impacto positivo en el desarrollo económico de las comunidades. Al trabajar con estos socios comerciales, no solo fortalecemos el tejido empresarial local, sino que también contribuimos al crecimiento económico y a la generación de empleo en regiones que a menudo enfrentan desafíos económicos.

De las principales desventajas de las empresas MiPymes radica en la falta de procesos y políticas establecidas, lo que puede dificultar las relaciones comerciales. Sin embargo, las MiPymes que cuentan con el Distintivo ESR® destacan notablemente, ya que demuestran públicamente su compromiso con la implementación de procesos estructurados y la mejora continua.



Esta certificación no solo brinda evidencia tangible de que estas empresas están dedicadas a operar de manera ética y responsable, sino que también proporciona una base sólida para establecer relaciones comerciales confiables y transparentes.

Una estrategia promocional para las empresas grandes es fomentar asociaciones con empresas MiPymes, las cuales a su vez destacan estas relaciones comerciales. Esta sinergia no solo amplía el alcance de la marca a todas las regiones donde operan las empresas MiPymes, sino que también presenta a la marca inicial como una empresa socialmente responsable (ESR) desde su origen. Este enfoque estratégico no solo fortalece la visibilidad de la marca en diversos mercados y comunidades, sino que también resalta su compromiso con la responsabilidad social corporativa.

Además, estas alianzas nos ofrecen una valiosa oportunidad para la transferencia de conocimientos y mejores prácticas en materia de responsabilidad social. La colaboración con empresas más pequeñas nos permite compartir nuestra experiencia y conocimientos, al tiempo que aprendemos de sus enfoques innovadores y soluciones creativas. Esta retroalimentación mutua contribuye a una mejora continua tanto para nosotros como para nuestros socios comerciales. La innovación es otro beneficio significativo que surge de estas asociaciones. Las MiPymes suelen ser ágiles y flexibles en la búsqueda de soluciones innovadoras, lo que puede inspirar nuevas ideas y enfoques en nuestras propias operaciones.

No debemos pasar por alto la importancia de diversificar nuestra cadena de suministro. Al incluir proveedores MiPymes en nuestra red de suministro, no solo aumentamos la diversidad y la resiliencia de nuestra cadena, sino que también reducimos los riesgos asociados con depender de un número limitado de proveedores. Esta diversificación nos brinda mayor seguridad y estabilidad en nuestras operaciones comerciales.

Compra directa a proveedores locales



Optar por la compra directa a proveedores locales que posean el Distintivo ESR® fortalece la economía local y respalda el crecimiento de las MiPymes en nuestra comunidad. Además, alineamos nuestras prácticas de adquisición con nuestros valores éticos y sostenibles, construyendo relaciones comerciales sólidas y reduciendo nuestra huella ambiental al

minimizar el transporte de productos. Esta estrategia no solo beneficia económicamente, sino que también refuerza nuestro compromiso con la responsabilidad social y el desarrollo sostenible.

Al fortalecer a las empresas locales, generamos empleo y oportunidades de crecimiento, lo que a su vez promueve un ciclo virtuoso de prosperidad para todos los involucrados. Esta práctica no solo es una decisión comercial inteligente, sino también un reflejo de nuestro compromiso con el bienestar de las personas y del entorno en el que operamos.

Descuentos



En el competitivo mundo de este segmento, las empresas grandes se esfuerzan por no solo maximizar sus ganancias, sino también por desempeñar un papel significativo en la construcción de una sociedad más inclusiva y sostenible. Una estrategia empleada para alcanzar estos objetivos es la implementación de políticas de descuento, que benefician a los clientes al ofrecer precios más accesibles y tener un impacto positivo en la sociedad.

La accesibilidad económica es un principio fundamental que guía estas políticas de descuento. Al reducir los precios de productos y servicios, las empresas amplían el acceso a una gama más amplia de clientes, incluyendo aquellos con recursos financieros limitados. Esta práctica no solo promueve la equidad económica, sino que también desempeña un papel crucial en la reducción de las barreras de acceso a bienes y servicios esenciales. En un mundo donde la disparidad económica es una preocupación constante, esta iniciativa demuestra el compromiso de las empresas con el bienestar de la sociedad en su conjunto.

Además de abordar las preocupaciones económicas, las políticas de descuento también pueden ser una poderosa herramienta para fomentar la inclusión social. Al ofrecer descuentos dirigidos a grupos específicos, como estudiantes, personas mayores o personas con discapacidad. Este enfoque no solo mejora la accesibilidad a productos y servicios, sino que también envía un mensaje claro de inclusión y respeto hacia la diversidad de nuestra sociedad.

Los descuentos no se limitan simplemente a la accesibilidad económica y la inclusión social, además pueden fomentar el consumo responsable y consciente. Al ofrecer descuentos en productos y servicios que promueven prácticas sostenibles y éticas, como productos ecológicos o servicios socialmente responsables, las empresas incentivan a los consumidores a tomar decisiones de compra más éticas y sostenibles.

Automatización de procesos

El debate sobre la automatización de procesos versus el empleo humano es crucial en el panorama laboral y económico actual. Si bien la automatización puede mejorar la eficiencia y la productividad de las organizaciones, también plantea preocupaciones significativas sobre el impacto en el empleo y la equidad social. Es esencial abordar este proceso con cuidado y responsabilidad social empresarial para garantizar un desarrollo económico inclusivo y sostenible.

La automatización de procesos tiene el potencial de reducir errores y aumentar la eficiencia, lo que podría traducirse en beneficios económicos para las empresas. Este avance tecnológico puede provocar la pérdida de empleos para quienes son reemplazadas por sistemas automatizados. Por lo tanto, es crucial considerar el impacto en los trabajadores y en la seguridad laboral al implementar estas tecnologías.

Además, la automatización plantea la necesidad urgente de reentrenar a los trabajadores para adaptarse a las nuevas demandas del mercado laboral. Esto implica desarrollar habilidades digitales y sociales que no son fácilmente automatizables, asegurando así la inclusión laboral y mitigando el impacto negativo en el empleo.

En conclusión, la promoción de la sistematización como un éxito empresarial, siempre debe de ir acompañado de una política que garanticen el desarrollo saludable del mercado laboral.

Atender los retos con RS

Las grandes empresas de servicios y comercio enfrentan desafíos similares en cuanto a la sostenibilidad, pero pueden abordarlos de manera distinta debido a su escala y alcance. La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) se convierte en una herramienta fundamental para estas organizaciones. La RSE no solo se trata de cumplir con las expectativas del mercado y la sociedad, sino que también se convierte en un factor diferenciador en un entorno altamente competitivo. Descuidar la importancia de la RSE puede generar costos adicionales a largo plazo, ya que las empresas podrían perder la oportunidad de anticiparse a las demandas cambiantes del mercado y las expectativas de los consumidores.

Es esencial que las grandes empresas de servicios y comercio consideren cuidadosamente la integración de la RSE en todas las etapas de sus políticas empresariales. Desde la planificación inicial hasta la implementación efectiva, la RSE debe ser un componente central en todas las decisiones estratégicas. La falta de alineación con las tendencias y valores emergentes puede resultar en la pérdida de clientes, inversionistas y talento humano comprometido con organizaciones sociales y ambientalmente responsables.

Al diseñar políticas de Nivel 1, que incluyen la planificación inicial, las grandes empresas deben identificar áreas clave donde la RSE puede tener un impacto significativo en sus operaciones y relaciones con las partes interesadas. En el Nivel 2, la gestión de políticas es crucial establecer mecanismos sólidos para monitorear, evaluar y mejorar continuamente las prácticas de RSE en todas las áreas de la empresa. Finalmente, en el Nivel 3, la implementación efectiva de políticas de RSE requiere una integración completa en la cultura organizacional y en todas las actividades empresariales, desde la cadena de suministro hasta las iniciativas de marketing y servicio al cliente.

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 RS. 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.

Cuadro 2. ¿Qué hacer cuando no se tiene claridad de que evidencia presentar y que puntuación 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.

Resultados de la evaluación de las empresas de Servicios de tamaño Grande

Identificar los resultados de empresas de servicios y comercio de tamaño grande 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 RS, 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 grande 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.

Las 1,070 empresas que participaron por el Distintivo ESR® presentaron 1,012 instrumentos para su evaluación. Las empresas que participan por el Distintivo ESR® en corporativo o consocio presentan un único instrumento de evaluación. Si son de diferente giro, se solicita que generen sus propias evidencias. El análisis que se presenta a continuación corresponde a los 1,012 instrumentos de evaluación, de los cuales para el segmento corresponden 366.

La Gráfica 3 muestran los resultados de las empresas de servicios y comercio de tamaño grande 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%.

Las empresas grandes presentaron

95.1 mil indicadores

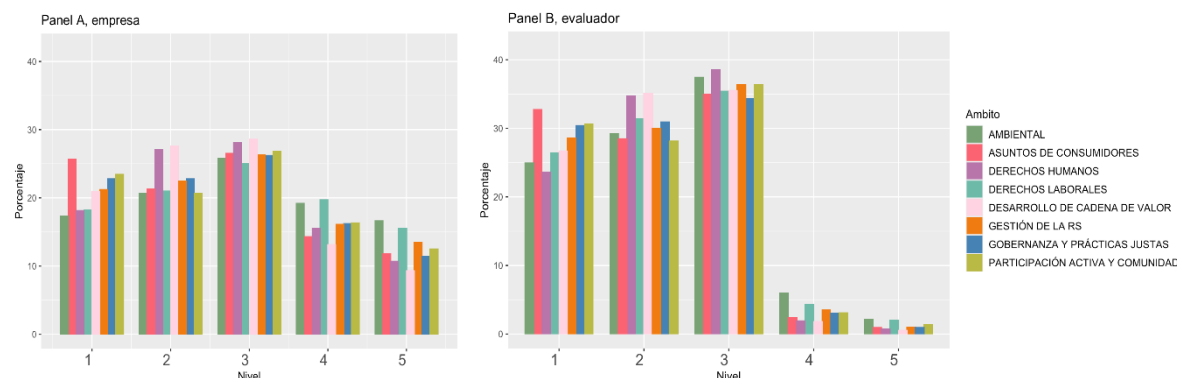
El segmento de empresas de servicio y comercio

34.4 mil indicadores

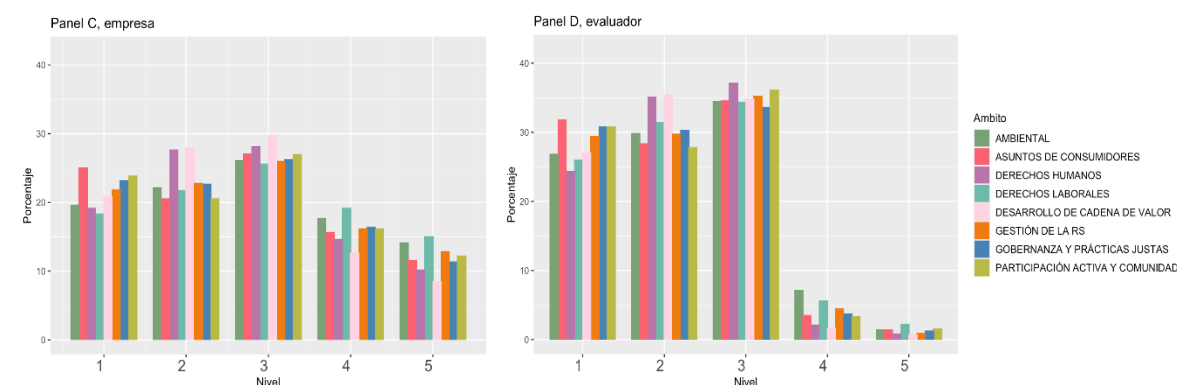
Mismos que fueron evaluados por Cemefi para la obtención de Distintivo ESR®

Gráfica 3. Porcentaje de desarrollo de indicadores de empresas por ámbito y nivel.

Panel a, b. Grandes



Panel c, d. Segmento



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

Interpretación de la Gráfica 3

Los paneles a y b muestran la distribución porcentual de los ámbitos (cada barra es un ámbito) de todas las empresas grandes que participaron por el Distintivo ESR®. Los paneles c y d son los resultados de las empresas que forman parte del segmento de servicios y comercio grandes.

El Panel a y c son los niveles de desarrollo en las que postulas las empresas y el Panel b y d son los niveles reales corregidos por un evaluador de Cemefi. A continuación, se muestra la interpretación de la Gráfica 3 panel d, que en resumen es el nivel de desarrollo real de las empresas de este segmento. Se muestra un ejemplo de interpretación con el cual el lector posteriormente podrá interpretar todos los paneles y barras. Comencemos con el Panel d y la primera **barra verde** del ámbito “Ambiental” para cada nivel de desarrollo.

La primera barra verde, del panel d, indica que 25% de los indicadores ambientales evaluados se encuentran en el Nivel 1: Compromiso inicial. Esto significa que las empresas

en este nivel consideran que han desarrollado un plan o programa de RSE que abarca el marco y las acciones a llevar a cabo en materia ambiental.

La segunda barra verde muestra que 29.3% de la autoevaluación de los indicadores se encuentran en el Nivel 2: Sistema de gestión. En este nivel, las empresas consideran que han definido, desarrollado e implementado procesos que fomentan el diálogo con los grupos de interés gestionan riesgos y abordan aspectos relevantes en las dimensiones ambiental.

La tercera barra verde, con 37.5%, refleja un porcentaje considerable de empresas que autoevaluaron sus indicadores en el Nivel 3: Implementación. Esto significa que las empresas consideran que han llevado a cabo el sistema de gestión en un ámbito específico de la RSE ambiental. En este nivel, se 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 ambiental inicial.

Los niveles 4 y 5, con porcentajes de 6% y 2.2% respectivamente, representan un menor número de empresas que consideran que han alcanzado la fase de Nivel 4: Consolidación o Nivel 5: Innovación de sus sistemas de gestión ambiental y estrategias innovadoras para minimizar su huella ambiental.

Por su parte el análisis del ámbito ambiental del Panel c de la Gráfica 3 ofrece una visión detallada de las autoevaluaciones realizadas por empresas grandes del sector de servicios y comercio en el marco del Distintivo ESR®. Este análisis proporciona información valiosa sobre el progreso de estas empresas en términos de responsabilidad social empresarial (RSE) ambiental. Sin embargo, es crucial contextualizar estos resultados con el análisis del Panel d de la misma gráfica, que representa las evaluaciones reales de los indicadores de cada ámbito.

Al comparar ambos paneles, surge una discrepancia interesante: aunque las autoevaluaciones reflejan un progreso hacia niveles más altos de RSE ambiental, las evaluaciones reales indican una situación diferente. Mientras que un porcentaje importante de empresas considera que sus indicadores han alcanzado el nivel 4 o 5, la evaluación real revela que menos empresas han alcanzado niveles de consolidación e innovación.

Este contraste sugiere que algunas empresas grandes podrían estar sobrevalorando su progreso en RSE, creyendo que han alcanzado niveles más avanzados de lo que realmente han logrado. Esta discrepancia entre la percepción interna y la realidad externa resalta la importancia de una evaluación objetiva y rigurosa de las prácticas empresariales en términos de RSE.

Al examinar cada panel y ámbito, podrán identificar si existe una diferencia entre la percepción interna de las empresas sobre su progreso en RSE y la evaluación real de sus prácticas. Es esencial que las empresas comprendan esta discrepancia y tomen medidas para mejorar sus prácticas empresariales y alinear su percepción interna con la realidad externa. Esto les permitirá avanzar de manera más efectiva hacia niveles más altos de responsabilidad social empresarial y verdadera innovación en sus prácticas ambientales.

Interpretación práctica de la Gráfica 3

Si el lector se siente abrumado por la interpretación solo debe de enfocar su atención a cómo cambia el tamaño de las barras (ámbito) y así podrá comparar la diferencia en el desarrollo para cada uno de los ámbitos. Aquí hay algunas interpretaciones generales de la Gráfica 3:

Distribución por Niveles

Al observar el tamaño de las barras en el Panel d de la Gráfica 3, podemos apreciar que la distribución del desempeño ASG (Ambiental, Social y Gobernanza) para empresas de servicios y comercio grandes se concentra principalmente en los Niveles 2 (Sistema de gestión) y Nivel 3 (Implementación). Esto indica que estas empresas se encuentran en una etapa de desarrollo e implementación de sistemas de gestión ambiental, social y de gobernanza.

Ámbitos Específicos

El análisis del Panel D de la Gráfica 3, centrado en las evaluaciones reales de empresas grandes del sector de servicios y comercio en diferentes ámbitos de responsabilidad social empresarial, revela lo siguiente:

Participación Activa y Comunidad: Se destaca un mayor compromiso inicial, indicando un inicio en el compromiso social en este ámbito.

Gestión de la RS: Se observa un enfoque avanzado en la gestión de la responsabilidad social, con una implementación estructurada de sistemas de gestión.

Derechos Humanos: Hay un énfasis en el desarrollo de procesos y políticas para proteger y promover los derechos humanos, indicando una gestión más avanzada en este aspecto.

Derechos Laborales: Predomina la implementación de acciones concretas para garantizar el respeto de los derechos laborales, crucial para un ambiente laboral justo y equitativo.

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 nula.

Fortalezas y Oportunidades

El análisis del Panel d para los ámbitos de Fortalezas y Oportunidades, y Desarrollo de Cadena de Valor, revela un compromiso sólido y equilibrado por parte de las empresas en la gestión sostenible de su cadena de suministro. Esto se refleja en una distribución uniforme entre los niveles, indicando un enfoque integral en estas áreas. Además, en el ámbito de Gestión de la RS, se observa una distribución uniforme en los niveles 1 a 3, señalando un enfoque coherente en la gestión de la responsabilidad social empresarial. Este análisis destaca el compromiso continuo de las empresas con prácticas responsables y sostenibles en toda su operación.

Recomendaciones

La Gráfica 3 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 RSE.

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. Esto implica traducir las estrategias y planes en acciones concretas que generen beneficios tangibles para las partes interesadas.

Innovación y Estrategia (Niveles 4 y 5):

Integrar la RSE en la estrategia empresarial y desarrollar estrategias innovadoras que impulsen la sostenibilidad a largo plazo. Esto implica ir más allá del cumplimiento normativo y buscar soluciones creativas que generen valor compartido para la empresa y la sociedad.

Análisis de Ámbitos Específicos:

Implementar un análisis detallado de los ámbitos específicos para identificar áreas de fortaleza y oportunidades de mejora. Esto permitirá a las empresas enfocar sus esfuerzos en áreas de mayor impacto y potencial de crecimiento.

Priorizar los derechos laborales: Es fundamental que las empresas con indicadores de Derechos laborales en Nivel 2 desarrollen e implementen esas políticas, puesto que muchos de esos indicadores son fundamentales para cumplir la normativa mexicana y considerarse ESR®.

Mantener políticas sólidas en derechos laborales: Mantener políticas de este ámbito en Nivel 1 puede ser razón de condicionar a una empresa de acuerdo con el veredicto del evaluador. Es crucial que las empresas demuestren un compromiso claro con los derechos laborales desde el inicio de su gestión ASG.

Aprendizajes en la postulación

Las empresas de servicios y comercio grandes contra otros segmentos

Calificación general

En promedio las empresas grandes que participaron por el Distintivo ESR® en la convocatoria 2024 tienen una calificación de 2.319 y las empresas del segmento de servicios y comercio tienen una calificación de **2.265**, lo que quiere decir que este segmento se encuentra por debajo del promedio y la mayoría de las empresas se encuentran en un proceso de gestión de políticas. Si se ordena las calificaciones de los segmentos de más alta

a más baja, este segmento quedaría en último lugar, por debajo del segmento de “Otros sectores de actividad de tamaño pequeño” con 2.363.

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

Para entender mejor la Gráfico 4, la calificación de 3 significa que las empresas ya se encuentran 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 2. 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®.

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.

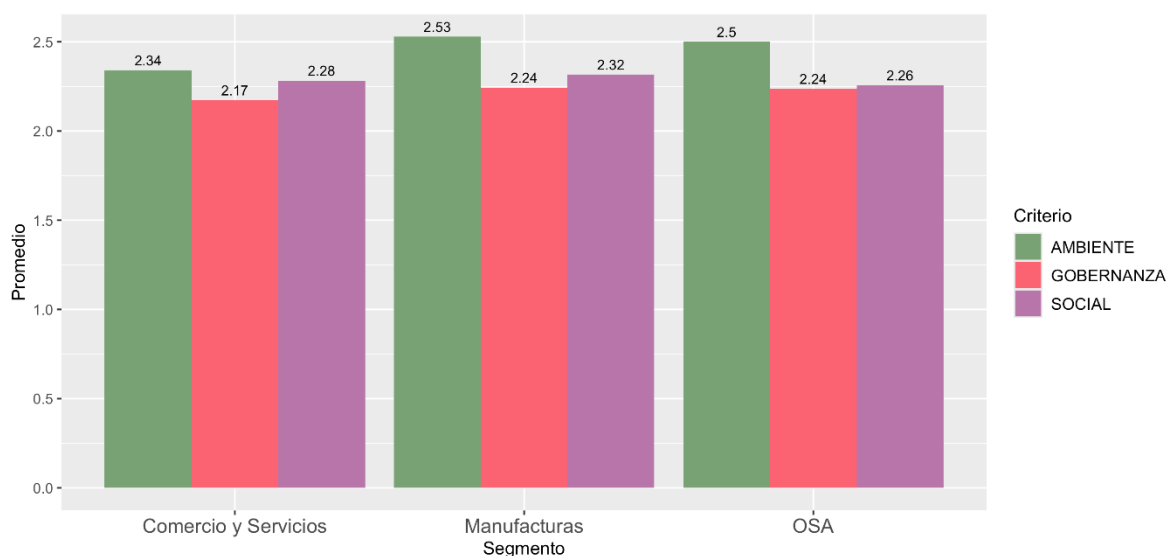
Solo se deben incluir las evidencias necesarias para respaldar una respuesta. La evaluación se basa en la calidad y en la veracidad de los documentos aportados, no en la cantidad de archivos cargados en la plataforma. El evaluador proporciona un veredicto que incluye una calificación y la dificultad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

El segmento de Manufacturas tiene el nivel de desarrollo promedio más alto de los tres segmentos (2.36), seguido muy de cerca por Otros Sectores de Actividad (OSA) (2.31) y luego por Comercio y Servicios (2.26), como veremos a continuación:

- Comercio y Servicios: El promedio de los tres criterios es de aproximadamente **2.26** (promediando las calificaciones de Ambiente, Gobernanza y Social). Esto indica que las empresas del segmento se concentran en un proceso de gestión de políticas y algunas empresas ya comenzaron a implementar dichas políticas. Este es el segmento con menor calificación, sin embargo, su calificación es mayor al promedio de la MiPymes de 2.2.
- Manufacturas: El promedio de los tres criterios es de alrededor de **2.36**. Esto sugiere un desempeño ligeramente superior al promedio en comparación con el segmento de Comercio y Servicios, aunque en cuanto a la interpretación de nivel de desarrollo es la misma: centrado en gestión de políticas.
- OSA (Otras Actividades de Servicios): Con un promedio cercano a **2.31**. Las empresas de este segmento muestran un practicante igual al de Manufacturas y superior al de Comercio y Servicios en términos de sostenibilidad y responsabilidad social empresarial.

Gráfica 4. Comparación de calificación promedio por segmentos de empresas grandes.



Fuente: Elaboración propia con datos de 1,012 empresas grandes participantes por el Distintivo ESR®.

Para todos los segmentos el criterio ambiental es el que sobresale como el más alto y el criterio gobernanza como el más bajo. Para este segmento en específico la expectativa es que sobresaliera su criterio social, seguido de gobernanza y ambiental.

Se considera esencial que las empresas del segmento tengan implementadas las políticas del criterio social, dado que varias de estas empresas realizan actividades directamente relacionadas a dichos indicadores: Por mencionar algunos: *contratos de trabajo responsables, información transparente al consumidor, ciclo de vida del producto, atención de clientes y consumidores, protección de datos personales, generación de empleo, pago oportuno a proveedores de acuerdo su tamaño y sector, proveedores locales.*

Para esta primera postulación de las empresas grandes con el nuevo modelo del Distintivo ESR®, era esperado que las empresas tuvieran un periodo de ajuste a las evidencias que presentar. Por lo que se espera que en próximas convocatorias el nivel promedio del criterio social sea de al menos de "3. implementación".

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.

Comparación con MiPymes 2023

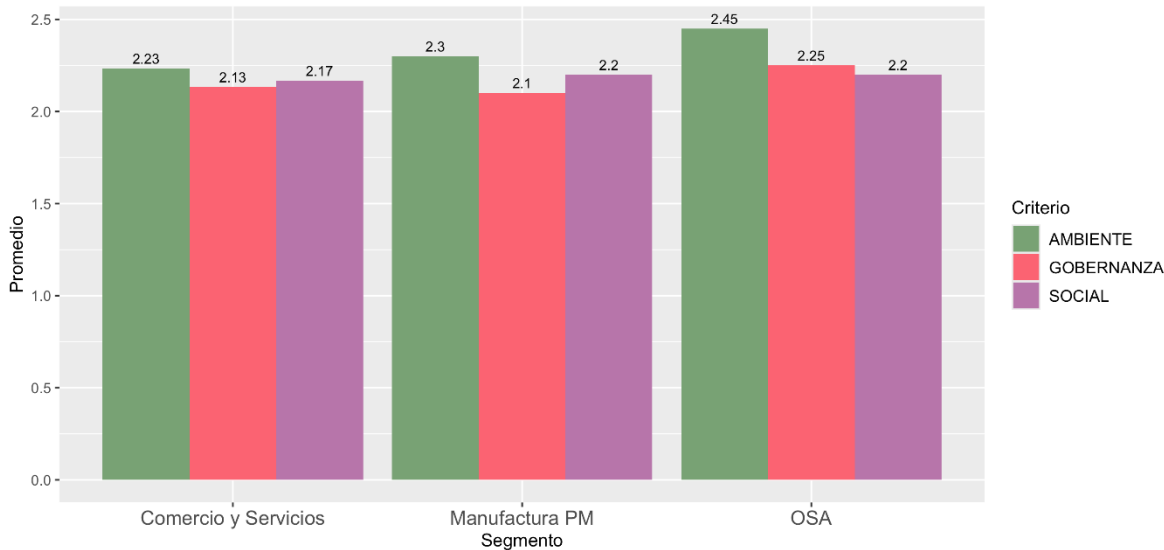
En el análisis comparativo entre empresas grandes y MiPymes (Pequeñas y Medianas Empresas), se examinaron las calificaciones promedio por segmento de empresa y criterio evaluado. La Grafica 4 representa a las empresas grandes, mientras que la gráfica 5 representa a las MiPymes.

La Grafica 4 revela que las empresas grandes tienen promedios de calificación más altos en general, en comparación con las MiPymes.

Esta tendencia se observa en todos los segmentos de empresas y criterios evaluados. Es esperado que estas empresas logren mejores resultados en sus indicadores por el mayor acceso a recursos y capacidades para implementar y documentar los procesos y políticas.

Otro dato relevante es que las MiPymes tienen mayor consistencia en las calificaciones por criterio. Es decir, la diferencia entre criterios por segmento es menor, especialmente para el segmento de servicios y comercio. Mientras que las empresas grandes exhiben promedios de calificación más altos y una mayor variabilidad entre segmentos. En conclusión, nos indica que las empresas MiPymes mejoran en todos sus criterios de forma equilibrada, mientras que las grandes se enfocan en un criterio. Dependiendo de como se analice este resultado la conclusión es o no positivo. En el caso de empresas grandes del segmento de servicios y comercio es no positivo porque se enfocaron principalmente en el criterio ambiental cuando debió ser social; mientras que la del segmento de grandes manufacturas y OSA, es un resultado positivo porque su impacto en el tema ambiental es mayor.

Gráfica 5. Comparación de calificación promedio por segmentos de empresas MiPymes.



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

Cuadro 4. Análisis de datos.

Las empresas de este segmento comienzan a establecer procesos estandarizados y generar información importante. Para que las empresas establezcan estrategias de negocio basadas en evidencia deben de buscar procesar y aprovechar estos datos.

El mercado laboral y académico reconoce este cambio y se ha adaptado al mismo al impulsar y desarrollar planes de estudio enfocado al análisis de datos. Estos perfiles académicos son de gran utilidad para empresas de tamaño grande.

Algunos ejemplos de perfiles, que las empresas deben de considerar en su bolsa de trabajo, son Matemáticas, Actuaría, Ingeniería o Licenciatura en Análisis de Datos, Desarrollo de Software, entre otros.

Expectativas

Se espera que este segmento de grandes empresas de comercio y servicios mejore sus calificaciones conforme más años se mantenga participando en el Distintivo ESR®, al tener mayor tiempo para organizar y sistematizar sus procesos de responsabilidad social empresarial. La vasta experiencia acumulada a lo largo de los años en la aplicación del Distintivo ESR® permite a estas grandes compañías perfeccionar sus estrategias de sostenibilidad, identificar áreas de mejora y consolidar una cultura organizacional arraigada en valores éticos y prácticas responsables con el medio ambiente y la sociedad. En consecuencia, la longevidad en el compromiso con la RSE no solo refleja el compromiso

continuo de estas grandes empresas, sino que también sugiere un progreso constante hacia prácticas empresariales más sostenibles y alineadas con los más altos estándares de responsabilidad corporativa a nivel global. Dada su escala e influencia, se espera que estas empresas líderes en comercio y servicios sean motores de cambio e inspiración para otras organizaciones en la adopción de principios de sostenibilidad en sus operaciones y cadenas de valor.

Mejora continua

La Gráfica 6 nos permite analizar la relación entre los años de participación en el Distintivo ESR® y el desempeño promedio de las empresas del segmento en los diferentes criterios de RSE.

En el año 0, cuando las empresas participan por primera vez, la calificación promedio ronda alrededor de 2, lo que indica que se encuentran en un proceso inicial de gestión de políticas de RSE. En esta etapa, el criterio con mayor puntaje es "Ambiente" con 1.89.

A medida que las empresas avanzan en su participación, se observa una mejora progresiva en todas las calificaciones de los criterios. En los años 1 y 3, todos los criterios muestran un aumento en sus puntajes promedio, lo que sugiere que las empresas están implementando de manera más sólida sus estrategias y acciones de RSE.

En el año 4 de participación, las calificaciones promedio bajan ligeramente respecto al año 3, pero siguen por encima de los niveles del primer año. Esta disminución podría atribuirse a una menor cantidad de empresas con tantos años de participación, lo que podría sesgar los promedios.

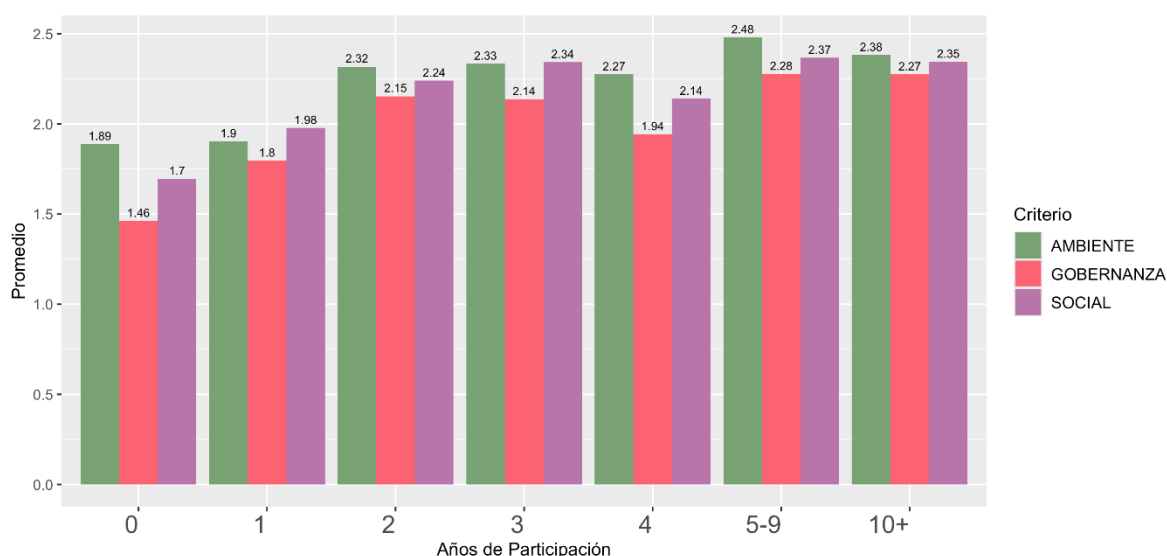
Para los años 5 a 9 de participación, las calificaciones promedio continúan creciendo respecto a todos los años anteriores, lo que indica que las empresas han logrado mantener y consolidar sus avances en RSE en el tiempo. Para las empresas con 10 años y más el promedio aumenta en relación a los años 0 a 4.

En general, estos resultados sugieren que a mayor tiempo de participación en el Distintivo ESR®, mejor es el desempeño promedio de las empresas en los criterios de RSE. Esto respalda la idea de que

la constancia en la responsabilidad social mejora el compromiso de la empresa.

Estos son promedios generales y que el desempeño individual de cada empresa puede variar. Sin embargo, la tendencia positiva observada en la gráfica es alentadora y resalta los beneficios de mantener un compromiso de largo plazo con la responsabilidad social empresarial.

Gráfica 6. Calificación promedio de empresas del segmento por criterio y años de postulación por el Distintivo ESR®.



Fuente: Elaboración propia con datos de empresas grandes participantes por el Distintivo ESR®. Notas: Corresponden a los años en que postula la empresa.

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 RS 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 de 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 identificadas las evidencias de niveles anteriores. Esto es importante para tener claro los objetivos y metas de la empresa. 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 de 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 el ámbito de 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 grande 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 práctico² 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).

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 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 considera que la política ha superado a la demás política en el mercado, es decir ha logrado innovación, esa política es de Nivel 5. Además de lo anterior, la empresa debe mantener un diálogo constante con los grupos de interés, gestionar alianzas y comunicar impactos y riesgos de manera efectiva. Caso contrario, al postular en este Nivel, se evidenciará el desconocimiento del Modelo del Distintivo ESR®.

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.

² Esto es una guía rápida pero no sustituye a los demás documentos oficiales de consulta del Distintivo ESR.

Conclusión

Este documento forma parte de una serie de cuatro documentos que examinan los resultados en RSE de las empresas grandes que han sido galardonadas con el Distintivo de ESR®. La serie consta un documento introductorio con datos de todas las empresas grandes y tres documentos que analizan segmentos creados a partir de su industria. El detalle y análisis de las calificaciones de cada segmento se encuentra en su respectivo documento que se invita a revisar al lector para tener una comprensión completa de cada segmento.

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 identificar las principales características de su segmento: en donde se ubica y que industrias forman parte. Este segmento tiene 499 empresas las cuales se encuentran principalmente en Ciudad de México y la industria que predomina es el comercio y servicios profesionales, científicos y técnicos. Así mismo el documento plantea los principales retos a los que se enfrenta este segmento de empresa en un contexto de Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

Respecto de los resultados de la evaluación de las empresas grandes que participaron por el Distintivo ESR® en la convocatoria 2024 tienen una calificación de 2.319, lo que quiere decir que la mayoría de las empresas se encuentran en un proceso de gestión de políticas. Por su parte el segmento tiene una calificación promedio de 2.265. Se espera que estas empresas alcancen a la brevedad un nivel de desarrollo promedio de 3, para demostrar que se encuentran implementando sus políticas de RSE.

Los resultados del segmento sugieren que a mayor tiempo de participación en el Distintivo ESR®, mejor es el desempeño promedio de las empresas en los criterios de RSE.

En general se concluye que el compromiso con la RSE es un imperativo para las empresas de servicios y comercio, ya que contribuye tanto a su éxito a largo plazo como al bienestar de la sociedad en su conjunto. Obtener el Distintivo ESR® es más que un reconocimiento; es un testimonio del compromiso de la empresa con prácticas éticas, sostenibles y socialmente responsables.

Al integrar la RSE en su estrategia empresarial, las empresas pueden no solo cumplir con regulaciones, sino también superar expectativas y establecer relaciones sólidas y duraderas con sus grupos de interés. Este compromiso implica no solo comunicar de manera transparente los aspectos positivos y negativos de las operaciones, sino también tomar medidas concretas para abordar desafíos sociales, ambientales y económicos.

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 y Axel Ariel Ramírez Sánchez por su colaboración en el manejo de datos, 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.
- 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

Todas las imágenes fueron descargadas de:

Freepik | Diseña mejor y más rápido. (s. f.). Freepik. <https://www.freepik.es/>