

DISTINTIVO ESR COMO HERRAMIENTA PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE DE PEQUEÑAS EMPRESAS.

ESR distinction as a tool for sustainable development in small business

Adriana Muñoz Velázquez (autor correspondencia) ¹

y Olivia Castillo Zárate ²

Fecha de recepción: 05 de marzo de 2026

Fecha de aceptación: 30 de junio 2026

RESUMEN

El surgimiento de prácticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en México se remonta a los años ochenta, lo cual representó un cambio de visión para las empresas, orientándolas no solo a la generación de ganancias, sino también a la creación de valor, con la finalidad de contribuir al bienestar social, por ejemplo a través de la protección del medio ambiente, condiciones laborales dignas para trabajadores, apoyo a grupos vulnerables, acciones que marcar la pauta para el desarrollo de estrategias en materia de sostenibilidad. Actualmente el número de empresas socialmente responsables (ESR) en el país es reducido y es aún menor si se trata de micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES). Por ello el objetivo del presente trabajo de investigación es presentar los antecedentes y consolidación de la RSE, los beneficios del distintivo ESR, y, además, mostrar los resultados de un estudio de campo realizado mediante entrevistas a empresarios y gerentes de pequeñas empresas de Puebla, con el fin, de analizar el conocimiento y percepción que tienen sobre este tema y, a partir de ello, proponer recomendaciones que favorezcan la incorporación de un mayor número de empresas.

Dentro de los resultados obtenidos se identificó que, si bien el termino RSE es conocido por las empresas, el nivel de conocimiento es limitado y suele asociarse principalmente al cuidado del medio ambiente. La mayoría manifestó interés en contemplar una visión empresarial que no solo considere la dimensión económica, sino que también incorpore un

¹ Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, Facultad de Contaduría Pública, adriana.munoz@correo.buap.mx, <https://orcid.org/0000-0002-6739-8151>

² Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, Facultad de Contaduría Pública, olivia.castilloza@correo.buap.mx, <https://orcid.org/0009-0008-4026-8622>

impacto positivo en el entorno y la comunidad. En lo que refiere al distintivo ESR, no fue ampliamente conocido entre los entrevistados, sin embargo, tras explicarles su significado, la mayoría lo evaluó de forma positiva, aunque no lo perciben como una herramienta prioritaria. Estos hallazgos evidencian que aún existen desafíos en la divulgación de este tipo de información, aunque la percepción general hacia la adopción de mejores prácticas de responsabilidad social es favorable.

PALABRAS CLAVE: Responsabilidad Social Empresarial; Distintivo ESR; Pequeñas Empresas.

ABSTRACT

The emergence of Corporate Social Responsibility (CSR) practices in Mexico dates back to the 1980s. This represented a shift in corporate vision, focusing not only on profit generation but also on value creation, with the goal of contributing to social well-being, for example through environmental protection, decent working conditions, and support for vulnerable groups—actions that set the tone for the development of sustainability strategies. Currently, the number of socially responsible companies (SRC) in the country is small, and even fewer are micro, small, and medium-sized enterprises (MSMEs). Therefore, the objective of this research paper is to present the background and consolidation of CSR, the benefits of the SRC certification, and also to present the results of a field study conducted through interviews with entrepreneurs and managers of small businesses in Puebla. This study aims to analyze their knowledge and perceptions on this topic and based on this, propose recommendations that encourage the incorporation of a greater number of companies. Among the results obtained, it was identified that, although the term "CSR" is familiar to companies, the level of awareness is limited and is usually primarily associated with environmental stewardship. Most expressed interest in considering a business vision that not only considers the economic dimension but also incorporates a positive impact on the environment and the community. Regarding the CSR label, it was not widely known among the interviewees; however, after explaining its meaning, most evaluated it positively, although they do not perceive it as a priority tool. These findings demonstrate that challenges

still exist in the dissemination of this type of information, although the general perception toward the adoption of social responsibility best practices is favorable.

KEYWORDS: Corporate Social Responsibility; ESR Distinction; Small Businesses.

I. INTRODUCCIÓN

La En la actualidad existen desafíos como lo son el daño al medio ambiente, pobreza, condiciones laborales precarias, altos niveles de desigualdad, lo cual ha motivado la necesidad de establecer metas por lograr de alcance mundial, para lo cual se ha convocado a todos los sectores, gubernamental, privado, sociedad civil a contribuir al cumplimiento de objetivos que se han resumido en 17 puntos que integran la agenda de desarrollo sostenible.

Referente al sector privado en México, el surgimiento de prácticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) a partir de los años ochenta y su evolución en los años noventa ha permitido un cambio de enfoque a nivel empresarial, al perseguir una visión de generar no solo ganancias sino valor, no solo para los socios de la organización sino también en beneficio del medio ambiente y de la sociedad. De este modo, se marca la pauta para que las empresas comiencen a desarrollar estrategias y políticas en términos de sostenibilidad.

A pesar de que en nuestro país existen casos de adopción de prácticas de empresas socialmente responsables (ESR), la mayoría son grandes corporaciones, sin embargo, no es solo exclusivo para este sector de empresas, sino micro, pequeñas y medianas también pueden tener acceso a este distintivo, el cual constituye un medio para contribuir a la solución de problemáticas del entorno social y ambiental, al mismo tiempo lograr beneficios como lo es prestigio en el ámbito empresarial.

En lo que se refiere al estado de Puebla (El Sol de Puebla, 2022) “de las 343 mil 579 empresas ubicadas en el estado de Puebla, solo 89 de ellas cuentan con un distintivo como Empresa Socialmente Responsable, lo que representa apenas el 0.02 por ciento” (párr. 1). De las cuales 26 son pequeños y medianos establecimientos, y 63 corresponden a grandes organizaciones.



De acuerdo con información publicada recientemente (Milenio, 2024) “del total de empresas que hay en todo el país, en Puebla solo se encuentra el 4.5 por ciento” (párr. 1).

Con los datos anteriores queda en evidencia el bajo porcentaje de empresas que deciden llevar a cabo e implementar mejores prácticas para el bienestar social, laboral, ambiental, también se puede observar la brecha que hay entre el número de grandes empresas que están comprometidas con el desarrollo de acciones con impacto sostenible contra la cantidad de micro, pequeñas y medianas que lo llevan a cabo.

El presente trabajo de investigación tiene como finalidad describir los antecedentes y consolidación de la RSE, así como los beneficios de obtener el distintivo ESR. Se presentarán los resultados de un estudio de campo, llevado a cabo mediante entrevistas a empresarios y gerentes de pequeñas empresas de Puebla, con el propósito de ofrecer sugerencias y recomendaciones para que las pequeñas empresas consideren la acreditación de ESR como un recurso que contribuya al desarrollo sostenible y al logro del progreso económico, social y ambiental.

II. MARCO REFERENCIAL

II.1 Antecedentes y consolidación de la Responsabilidad Social Empresarial

Según Luna y Rodríguez (2012), como se citó en Romo Jiménez (2016), en la década de los noventa, las compañías comienzan a mostrar interés en que sus actividades sean sostenibles y sean percibidas por la sociedad, de esta forma la Responsabilidad Social Empresarial se transforma en una nueva práctica estratégica empresarial.

Entre las principales iniciativas de responsabilidad social a nivel global destacan: El Pacto Mundial (organización de la ONU que promueve prácticas empresariales responsables); la Global Reporting Initiative (que desarrolla guías para elaborar reportes de sostenibilidad); la ISO26000 (que establece directrices en materia de responsabilidad social para

organizaciones); las recomendaciones de la OCDE (dirigidas a empresas multinacionales por parte de gobiernos), entre otras.

De acuerdo con el Pacto Global Red México (2020), El Pacto Global o también conocido como Pacto Mundial fue creado por la ONU en el año 2000. Esta iniciativa invita a las empresas a integrar en sus estrategias y operaciones diez principios universales que abarcan derechos humanos, estándares laborales, cuidado del medio ambiente y lucha contra la corrupción.

En 2015, la Organización de las Naciones Unidas aprobó la Agenda 2030, que representa una oportunidad para que los países y su población tracen un nuevo rumbo destinado a mejorar la calidad de vida de todas las personas. Esta agenda incluye 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible, que plantean que la eliminación de la pobreza debe ir acompañada de acciones que promuevan el crecimiento económico y atiendan necesidades sociales como la educación, la salud, la protección social y el empleo, mientras se enfrentan desafíos como el cambio climático y la conservación ambiental.

Según Romo Jiménez (2016) Ante esta iniciativa, tanto el ámbito académico como las empresas impulsan la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) con el objetivo de establecer un consenso entre expertos y empresarios en torno a las definiciones y estrategias necesarias para que las organizaciones puedan fijar y alcanzar metas sostenibles a largo plazo. Este proceso busca integrar criterios económicos, sociales, empresariales, éticos y ambientales en la gestión empresarial. Sin embargo, también han surgido cuestionamientos y debates sobre los compromisos, costos y beneficios involucrados para todas las partes implicadas.

II. 2 El CEMEFI y el Distintivo ESR: impulso de la sostenibilidad corporativa en México y los beneficios de la responsabilidad social empresarial

De acuerdo con el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI) la Responsabilidad Social Empresarial es el compromiso consciente y congruente de cumplir integralmente con la



finalidad de la empresa, tanto en lo interno como en lo externo, considerando las expectativas económicas, sociales y ambientales de todos sus participantes, demostrando respeto por la gente, los valores éticos, la comunidad y el medio ambiente, contribuyendo así a la construcción del bien común.

De acuerdo con el CEMEFI, actuar de manera “integral” implica analizar y definir el alcance que tendrá la organización en relación con las diversas necesidades, expectativas y valores que conforman el ser y quehacer de las personas con las que se relacionan; de este modo, es posible comprender y clasificar las distintas dimensiones de responsabilidad:

- Dimensión económica interna: se centra en la creación y reparto del valor generado entre los empleados y accionistas, tomando en cuenta no solo las condiciones del mercado, sino también principios de equidad y justicia.
- Dimensión económica externa: se refiere a la producción y distribución de bienes y servicios que sean útiles y rentables para la comunidad, así como la contribución de la empresa a través de impuestos que apoyan el bienestar público.
- En su dimensión social interna: implica la responsabilidad compartida entre inversionistas, directivos, empleados y proveedores para cuidar y promover un ambiente laboral saludable que favorezca el desarrollo integral de todos.
- Dimensión sociocultural y política externa: implica realizar actividades y aportaciones, tanto individuales como colectivas, que contribuyan con recursos y tiempo a fomentar el espíritu emprendedor y el progreso pleno de las comunidades, generando un entorno favorable para los negocios.
- Dimensión ecológica interna: la empresa asume la responsabilidad total sobre el impacto ambiental de sus procesos, productos y residuos, aplicando medidas preventivas y, si es necesario, correctivas.

- Dimensión ecológica externa: involucra acciones concretas para preservar y mejorar el patrimonio ecológico común, con el fin de beneficiar a las generaciones presentes y futuras.

De acuerdo con el CEMEFI (2025) una empresa socialmente responsable es aquella que asume como parte de su propósito su ciudadanía, fundamentando su visión y compromiso social en políticas, programas, toma de decisiones y acciones que benefician a su negocio impactando positivamente a las comunidades en las que operan.

El objetivo del CEMEFI (2025) al entregar el Distintivo ESR® es impulsar a las compañías a emprender acciones de responsabilidad social empresarial y sostenibilidad que impacten de forma positiva a la sociedad.

El Distintivo ESR es un reconocimiento otorgado por el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI) que evalúa y reconoce el compromiso de las empresas con la responsabilidad social en los ámbitos ambiental, social y de gobernanza (ASG). Este proceso se basa en indicadores específicos y un diagnóstico que debe estar respaldado con evidencias documentales que demuestren el nivel de implementación de sus prácticas de sostenibilidad y de responsabilidad social empresarial.

Las empresas que cumplen de forma voluntaria con los criterios pueden obtener este distintivo ESR, que las destaca y diferencia como organizaciones responsables frente a sus empleados, clientes, inversionistas y la sociedad en general. Principales beneficios del Distintivo ESR, CEMEFI (2025):

- Mejora la reputación: La imagen pública y la percepción de la empresa en relación con su entorno es vital para su sostenibilidad y su competitividad en el mercado.
- Fomenta el consumo responsable: Ha habido un aumento en la preferencia por productos que responden a necesidades sociales y que contribuyen a la protección ambiental.

- Fortalece el capital humano: Las personas se sienten atraídas por empresas que tienen un propósito social claro y que abordan temas como la inclusión laboral y la igualdad de género.
- Incrementa la inversión: Genera credibilidad y seguridad para quienes buscan invertir en empresas innovadoras y comprometidas con la sostenibilidad.

En 2023, la actualización del nuevo modelo del Distintivo ESR® incluye cuatro criterios y nueve ámbitos, todos alineados a los ODS de las ONU. Esta estructura permite a las empresas identificar con mayor precisión su grado de avance en responsabilidad social empresarial y prepararse de manera adecuada para participar en el proceso de obtención del distintivo.

Criterios:

- Ambiente: Hace referencia a la gestión y el impacto que tiene una empresa sobre el entorno natural.
- Social: Enfoca los aspectos vinculados al efecto que la empresa tiene sobre las personas, tanto de manera directa como indirecta.
- Gobernanza: Se relaciona con impulsar prácticas justas, respetar y promover los derechos humanos.
- Contexto Global: este criterio aborda temas de relevancia mundial actuales, como el liderazgo social y la ética en el ámbito digital para empresas socialmente responsables.

II. 3 Responsabilidad Social Empresarial en las pequeñas empresas.

Aunque existe consenso sobre la importancia y tamaño del mercado de las PYMES, la forma en que se definen puede variar notablemente según la región. Generalmente, se considera PYME a aquella empresa que cuenta con menos de 250 empleados, lo que incluye a la

mayoría del sector empresarial. Se calcula que estas constituyen al menos el 95% de las compañías a nivel mundial, y en regiones como Europa, esta cifra supera el 99%. Para precisar esta categoría, en ocasiones se diferencian las microempresas, que tienen un número mínimo de empleados, como 5 o 10, de las PYMES propiamente dichas. Además, las PYMES pueden dividirse en pequeñas y medianas empresas, aunque no hay un acuerdo uniforme sobre cómo hacer esta clasificación. Otros aspectos que se utilizan para definir este sector incluyen el volumen de ventas anuales, el valor de los activos y el tamaño de los préstamos o inversiones que manejan. (Corporación Financiera Internacional, 2009)

De acuerdo con la CEPAL (2009) La Micro, Pequeña y Mediana Empresa (MIPYME) en América Latina juega un papel muy importante en la cohesión social, ya que contribuye significativamente a la generación de empleo, de ingresos, erradicación de la pobreza y dinamiza la actividad productiva de las economías locales. Las MIPYME tienen una participación significativa dentro del estructura empresarial de las naciones. Por ejemplo, en la región del istmo centroamericano, se calcula que más del 90% de las empresas pertenecen a esta categoría. Aunque los estudios varían en cuanto a su contribución exacta al Producto Interno Bruto (PIB), se estima que, en promedio, aportan alrededor del 20%, llegando en algunos casos hasta el 50%.

De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) en 2024, las Naciones Unidas establecieron el 27 de junio como el Día Internacional de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas. Esta fecha se celebra a nivel global para destacar la relevancia de estas empresas en el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible y su aporte a la economía mundial. El INEGI presenta datos fundamentales basados en el Estudio sobre la Demografía de los Negocios (EDN) 2023 y los Censos Económicos de 2019. Según estos censos, el 99.8% de los establecimientos registrados en el país corresponden a micro, pequeñas o medianas empresas. Estas unidades económicas suelen experimentar

mayores variaciones que las grandes empresas en términos de ingresos, número de empleados, ubicación geográfica, aperturas y cierres, entre otros factores.

En América Latina y el Caribe, la gran mayoría de las pequeñas y medianas empresas llevan a cabo actividades vinculadas con la responsabilidad social empresarial, aunque en muchos casos desconocen formalmente el concepto. Sin embargo, solamente un reducido grupo de empresas han logrado una implementación avanzada y consistente de estas prácticas en sus operaciones. Son precisamente las PyMEs más grandes, las manufactureras, las que cuentan con actividad exportadora y las que gozan de una buena situación económica las que presentan los mayores grados de implantación de la RSE. (Vives et al.2005)

III. METODOLOGIA

El tipo de investigación es de tipo cualitativo, primeramente, se realizó una revisión documental de la literatura en libros, artículos, páginas de internet como el Centro Mexicano para la filantropía (CEMEFI), Red de empresas socialmente responsables (AliaRSE), para obtener información acerca de los antecedentes, datos para convertirse en una empresa socialmente responsable y beneficios.

Se llevo a cabo un estudio de campo a veinte empresarios y gerentes de pequeñas empresas ubicadas en el estado de Puebla que no cuentan con el distintivo ESR, con la finalidad de evaluar el conocimiento y percepción que tienen sobre este tema y, a partir de ello, proponer recomendaciones que favorezcan la incorporación de un mayor número de empresas. El criterio de selección fue por conveniencia, tomando en consideración la disposición de las empresas para participar. La técnica de investigación utilizada fue mediante una entrevista.

El trabajo de investigación es de tipo no experimental puesto que “no se establece ninguna situación, sino que se examinan hechos o fenómenos ya existentes, no provocados

intencionalmente en la investigación” (Hernández Sampieri, Méndez Valencia, Mendoza Torres, & Cuevas Romo, 2017) por lo que no hubo necesidad de cambiar intencionalmente alguna variable. El diseño de la investigación es de tipo transeccional o transversal ya que se recolectaron los datos en un momento determinado.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIONES

En relación con el conocimiento acerca del término Responsabilidad Social Empresarial, la totalidad de empresas entrevistadas señalaron haber escuchado el termino, aunque reconocieron no tener un conocimiento amplio acerca del tema.

Al preguntar ¿En qué consiste la RSE? las respuestas se muestran a continuación en la tabla 1.

Tabla 1

Temas que se relacionan con la RSE

Categoría	% de empresas que la mencionaron	Ejemplo de respuesta recibida.
Cuidado ambiental/sustentabilidad	100%	“Poder ayudar al medio ambiente y dejar una huella para la sociedad” (empresa 2)
Impacto social/Beneficio a la comunidad	75%	“La colaboración como empresa ante la sociedad, ya sea... sustentabilidad, educación, etcétera” (empresa 5)
Gestión empresarial responsable	25%	“Reconocimiento en procesos que ayuden al medio mediante en la cadena de valor, de forma 360” (empresa 19)

Nota: Elaboración propia (2025).

Como se puede observar la totalidad de las empresas vincula la RSE con el cuidado al medio ambiente, por otro lado, el 75% mencionó el impacto social dentro de la comunidad, y un 25% considera que contempla temas de gestión empresarial.



Al cuestionar si estas organizaciones habían contemplado desde un inicio una visión que no fuera solo económica sino también de impacto positivo para su entorno o comunidad el 25% de las empresas señaladas mencionaron si haberlo considerado y un 75% reconoció no haberlo hecho, de este último porcentaje algunas mencionaron haber integrado ese objetivo con el paso del tiempo.

Cuando se interrogó acerca de si ¿Ha escuchado sobre el distintivo ESR otorgado por CEMEFI? Los resultados obtenidos se muestran en la tabla 2.

Tabla 2
Conocimiento acerca del distintivo ESR

Categoría	% de empresas que la mencionaron	Ejemplo de respuesta recibida.
Conocimiento superficial (solo saben que existe)	75%	“Solo sé que existe” (empresa 13)
Conocimiento limitado (ha escuchado, pero sin detalles)	25%	“He escuchado de él pero no se detalles” (empresa 8)

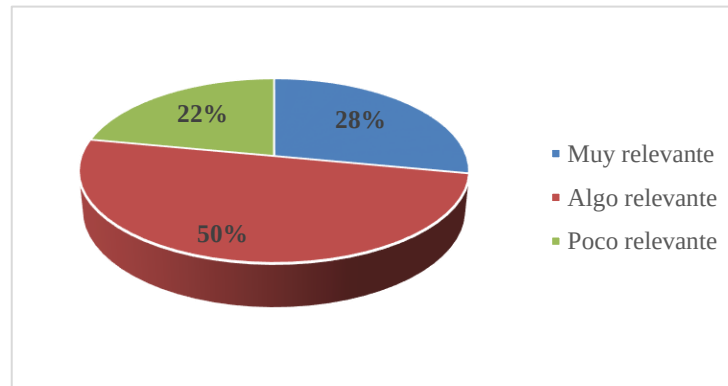
Nota: Elaboración propia(2025).

Estas respuestas evidencian que el distintivo ESR aun no es ampliamente conocido en el sector de las pequeñas empresas, lo cual puede incidir en la falta de interés en obtenerlo o considerarlo dentro de sus estrategias de responsabilidad social.

Al explicar a los entrevistados que el distintivo ESR es un reconocimiento que se otorga a las empresas que cumplen con altos estándares de responsabilidad social, ética, calidad de vida laboral y compromiso con el medio ambiente se les cuestionó si lo consideraban relevante para las pequeñas empresas, el 28% de los entrevistados respondió que era muy relevante, el 50% algo relevante y el 22% poco relevante, lo cual muestra que aunque se evalúa de forma positiva, no todos lo perciben como una herramienta prioritaria, como se muestra en la figura 1.

Figura 1

Evaluación acerca del distintivo ESR

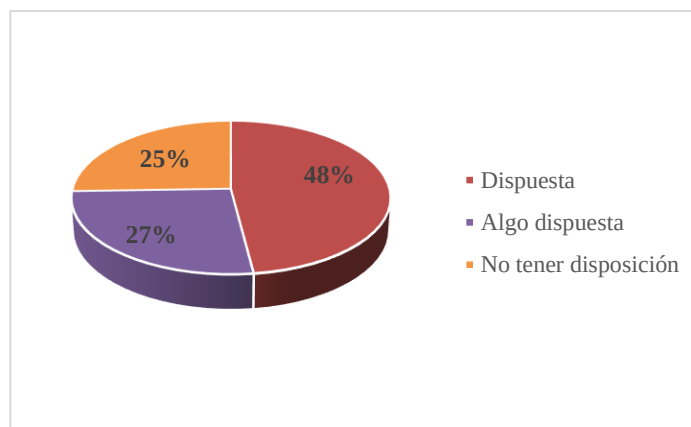


Nota: Elaboración propia (2025).

De acuerdo con la figura 2 y en relación con la disposición que tienen las pequeñas empresas para obtener el distintivo ESR el 48% menciona estar dispuesto, un 27% algo dispuesta y el 25% señalo no tener disposición, esto refleja que, aunque existe un interés significativo en llevar a cabo prácticas de responsabilidad social, así como formalizarlas, existen barreras en una parte de las empresas, posiblemente por los costos de implementación, falta de información o considerar que está orientado solo a empresas grandes.

Figura 2

Nivel de disposición para obtener el distintivo



Nota: Elaboración propia (2025).



A partir de los resultados obtenidos en las entrevistas realizadas a pequeñas empresas, se identificó que el termino responsabilidad social es conocido, aunque aún se desconoce el alcance que tiene, debido a que no solo se limita a aspectos relacionados con el cuidado del medio ambiente. Asimismo, este tipo de empresas reconoce la importancia de desarrollar prácticas de RSE. El nivel de conocimiento acerca del distintivo ESR aún es limitado.

A pesar de mostrar interés en implementar mejores prácticas y con ello alcanzar la distinción, aún existen desafíos vinculados con la divulgación de información y la disponibilidad de recursos, no obstante, existe un terreno fértil debido a la percepción positiva que existe para avanzar la adopción de este tipo de prácticas.

V. CONCLUSIONES

La responsabilidad social empresarial (RSE) en México ha experimentado una evolución significativa desde la década de los ochenta, transformando el enfoque empresarial hacia una generación de valor que trasciende las utilidades para incluir beneficios sociales y ambientales. Sin embargo, a pesar de este progreso, la adopción de prácticas socialmente responsables sigue siendo limitada, especialmente entre las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES), lo que representa un área importante de oportunidad para fomentar un desarrollo sostenible más inclusivo.

Aunque el concepto de RSE es relativamente conocido entre los empresarios entrevistados, su comprensión integral es insuficiente, predominando una asociación restringida al cuidado ambiental. Este fenómeno indica la necesidad de fortalecer la difusión y formación sobre las múltiples dimensiones de la responsabilidad social, incluyendo el impacto social, económico y ético. La limitada adopción de prácticas integrales de Responsabilidad Social Empresarial en las MIPyMEs refleja tanto barreras estructurales, como falta de recursos, información y prioridades, así como la necesidad de sensibilización sobre los beneficios que esta puede aportar, no solo en términos sociales sino también en competitividad, reputación y sostenibilidad económica.

El Distintivo ESR, como herramienta para promover y reconocer las buenas prácticas de responsabilidad social, aún es poco conocido y utilizado en el sector de las pequeñas empresas. Sin embargo, existe una percepción favorable hacia su valor, lo que representa una oportunidad para incrementar su adopción mediante estrategias de divulgación y apoyo enfocado.

La estrecha integración del nuevo modelo del Distintivo ESR con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la ONU posiciona a este reconocimiento como un marco estratégico clave. Esta alineación abre una valiosa oportunidad para que las empresas mexicanas, sin importar su tamaño, contribuyan efectivamente a la agenda global de desarrollo sostenible, promoviendo así una cultura corporativa comprometida con la responsabilidad ambiental, social, de gobernanza y ética.

Finalmente, es imprescindible impulsar políticas públicas, programas educativos específicos y alianzas multisectoriales que faciliten el acceso y la integración de la Responsabilidad Social Empresarial en el segmento de las MIPYMES. Estas acciones fortalecerán su capacidad para contribuir al bienestar social, la equidad y la protección ambiental, generando impactos sostenibles y duraderos tanto en Puebla como en el resto del país.

VI. REFERENCIAS

- Centro Mexicano para la Filantropía. (18 de junio de 2025). *Distintivo ESR*. https://www.cemefi.org/distintivo-esr/?gad_source=1&gclid=Cj0KCQiAhbi8BhDIARIsAJLOlucDn3r6VNEbRjxX1o53RSqwkW0nSEiztMd-xPpT7QzHtDHUXR5JKYsaApNJEALw_wcB
- Centro Mexicano para la Filantropía. (18 de junio 2025). *Guías y evidencias de los ámbitos del Distintivo ESR*. <https://www.cemefi.org/guias-evidencias-ambitos-distintivo-esr/>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2009). *Manual de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa. Una contribución a la mejora de los sistemas de información y el desarrollo de las políticas públicas*. Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ), <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/531fd00f-d53c-4e45-b6b1-45e22e84743e/content>
- Corporación Financiera Internacional. (2009). *Guía informativa de banca PYME Servicios de asesoría de IFC | Acceso al financiamiento*. Banco Mundial.

- Hernandez Sampieri, R., Méndez Valencia, S., Mendoza Torres, C., & Cuevas Romo, A. (2017). Fundamentos de investigación. Ciudad de México: Mc Graw Hill.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2024). *Estadísticas a propósito del Día de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES)*. Comunicado de prensa núm. 383/24.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (2024). *Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE) Tercer trimestre de 2024*. Comunicado de prensa número 695/24.
- Pacto Global México. (2020). *Somos la red de sostenibilidad empresarial más grande del mundo*. <https://pactoglobal.org.mx/>
- Pérez, J. (28 de 08 de 2024). Puebla registra el 4.5% del total de Empresas Socialmente Responsables en México. Milenio. Recuperado el 16 de 01 de 2025, de <https://www.milenio.com/negocios/puebla-concentra-4-5-empresas-socialmente-responsables>
- Romo Jiménez, A. M. (14 de enero de 2016). Responsabilidad social empresarial y su evolución en México Medio Ambiente y sociedad. Repositorio Institucional Universidad Autónoma de Nuevo León. *Congreso Nacional de Ciencias Sociales La Agenda Emergente de las Ciencias Sociales*. <http://eprints.uanl.mx/9733/3/RSE.pdf>
- Vives, A., Corral, A., Isusi, I. (2005). *Responsabilidad Social de la Empresa en las PyMEs de Latinoamérica*. Banco interamericano de desarrollo e Instituto Vasco de estudios e investigación.
- Zambrano, J. (30 de 08 de 2022). De las más de 343 mil empresas en Puebla, solo 89 son socialmente responsables. El Sol de Puebla. Recuperado el 16 de 01 de 2025, de <https://oem.com.mx/elsoldepuebla/finanzas/de-las-mas-de-343-mil-empresas-en-puebla-solo-89-son-socialmente-responsables-19621172>