

Percepción de la responsabilidad social empresarial en tres empresas de la zona oriente del Estado de México.

Perception of corporate social responsibility in three companies in the eastern part of the Estado de Mexico

Carlos Robles Acosta¹
Laura Edith Alviter Rojas²
Sarahi Guadalupe Hernández Castro³
Zugaide Escamilla Salazar⁴

Recibido: 14/12/2023
Revisado: 18/01/2024
Aceptado: 28/02/2024

REVISTA RELAYN, Micro y pequeña empresa en Latinoamérica

Disponible en: <https://iuatroeditores.org/revista/index.php/relayn/index>

<https://doi.org/10.46990/relayn.2024.8.1.1493>



Resumen

El propósito de este trabajo fue identificar diferencias en la percepción de la responsabilidad social empresarial (RSE) en colaboradores de tres pequeñas empresas de manufactura, comercialización y servicios de la zona oriente del Estado de México. Se aplicó una escala de percepción de la RSE en una muestra de 90 sujetos. Los resultados indican que la percepción de las prácticas de RSE es adecuada y que existen diferencias estadísticamente significativas dependiendo del tipo de organización, siendo la empresa de servicios en la que se presenta la mejor percepción.

Palabras clave

Empresa, empleado, responsabilidad social empresarial

Abstract

The purpose of this study was to identify differences in the perception of corporate social responsibility (CSR) among employees of three small manufacturing, marketing and service companies in the eastern part of the State of Mexico. A scale of perception of CSR was applied to a sample of 90 subjects. The results indicate that the perception of CSR practices is adequate and that there are statistically significant differences depending on the type of organization, with the service company being the one in which the best perception is presented.

Keywords

Company, Employee, Corporate Social Responsibility

Introducción

La responsabilidad social empresarial (RSE) en México es un tema conocido en las empresas debido a que implica lograr la participación de la empresa en la comunidad con la finalidad de impulsar activamente el desarrollo de nuestro país (Tanoira et al., 2008). Hasta hace algunos años, el cumplimiento con un buen programa de RSE resultaba costoso para las empresas; sin embargo, se ha convertido en una estrategia que les brinda numerosas ventajas con respecto a la imagen y reputación ante el mercado competitivo (Espitia, 2015).

Según el Centro Mexicano para la Filantropía (2020), la RSE se entiende como el compromiso de dar cumplimiento a las funciones económicas, sociales y ambientales que les son propias a estas organizaciones, además de difundir valores que respaldan este cumplimiento. En otras perspectivas, se ha señalado que la RSE enfatiza la contribución al desarrollo económico sostenible, al mejoramiento de la calidad de vida de los empleados y sus familias, además de los beneficios hacia la comunidad local y de la sociedad en general, más allá de la búsqueda de beneficios financieros o de un valor agregado (Espitia, 2015; Pérez et al., 2016).

El distintivo de empresa socialmente responsable (ESR) acredita a las empresas que han asumido voluntaria y públicamente el compromiso de una gestión socialmente responsable como parte de su cultura y estrategia de negocio. La obtención del distintivo ESR es consecuencia de la implantación de una gestión socialmente responsable en cuatro ámbitos de la responsabilidad social empresarial: a) calidad de vida en la empresa, b) ética empresarial, c) vinculación de la empresa con la comunidad, y d) cuidado y preservación del medioambiente (Centro Mexicano para la Filantropía, 2020; Martínez et al., 2015).

La responsabilidad social es un indicativo de la voluntad de las organizaciones de incorporar consideraciones sociales y ambientales en su toma de decisiones para rendir cuentas sobre los impactos de sus decisiones, así como de sus actividades en la sociedad y el medioambiente (Licandro et al., 2019). Para que estas prácticas sean más comunes en las organizaciones, es importante la participación del capital humano y la gestión de condiciones que permitan ofrecerles calidad de vida laboral, conducirse con ética en las relaciones con sus grupos de interés, respetar al consumidor y participar activamente con la comunidad, lo que influye positivamente en la percepción del personal sobre el nivel de RSE (López et al., 2017).

En el logro de la RSE, las normas internacionales ISO contribuyen de manera relevante mediante la ISO 26000 que ofrece guía en la responsabilidad social (Guía de responsabilidad social, 2011). Está diseñada para que la utilicen organizaciones de todo tipo, tanto en los sectores público como privado, en los países desarrollados, en desarrollo, así como en las economías en transición. Esta norma ha demostrado ser una opción adecuada para la medición e intervención en esta materia (López et al., 2017).

Si bien no existe una lista definitiva de principios para la responsabilidad social, se señalan siete como los más aceptados: rendición de cuentas, transparencia, comportamiento ético, respeto a los intereses de las partes interesadas, respeto al principio de legalidad, respeto a la normativa internacional de comportamiento y respeto a los derechos humanos (Ocampo-López et al., 2015).

La responsabilidad social empresarial se encuentra vinculada al desarrollo sustentable, al crecimiento económico, asimismo a garantizar la protección tanto del medio ambiente como de los derechos humanos de los trabajadores y de los consumidores. Lopes y Moneva (2013) afirman que la RSE pretende efectos positivos en la comunidad, el ambiente, la calidad de vida, la comunicación, en mejores rendimientos para los accionistas y la satisfacción de sus consumidores, y para todo esto, es importante el compromiso de los colaboradores; por lo tanto, así como hay que conocer si se cumple con los requisitos de la RSE, también lo es saber sobre el conocimiento de la percepción de los colaboradores.

El acercamiento a la percepción de los colaboradores es posible a partir de elementos teóricos con enfoque en la gestión del capital humano, que incluyen a las dimensiones: prácticas responsables de gestión humana, políticas de responsabilidad social y gobernabilidad, impacto al medioambiente, y transparencia y rendición de cuentas, todas éstas como parte de la RSE (Calderón et al., 2011).

Revisión de la literatura

El debate por los aspectos esenciales de la responsabilidad social de las empresas lleva más de medio siglo, y uno de los puntos centrales es el enfoque de las empresas en el logro de propósitos financieros sin considerar a la responsabilidad social (Kinard et al., 2003). Por otro lado, se menciona la presión que reciben las empresas por el movimiento de responsabilidad corporativa, que las obliga al desarrollo de la autorregulación para resolver los impactos sociales y ambientales derivados de su actividad (Albareda, 2008), así como la existencia de factores que inciden o frenan el desarrollo de las prácticas de RSE sobre todo en las pequeñas y medianas empresas (pymes) (Herrera et al., 2015).

A pesar de las dificultades señaladas, hay estudios que identificaron la relevancia de la incorporación de la RSE en la estrategia de la empresa, bajo la premisa de que constituye una ventaja competitiva que repercute positivamente en los resultados financieros (Argüelles et al., 2015); aunque también hay estudios que no concluyeron lo mismo, como es el caso Kim et al. (2018), quienes encontraron que el involucramiento en prácticas de RSE se asocia negativamente con el coeficiente de respuesta a las ganancias indicando que los rendimientos y las ganancias disminuyen en la medida que aumenta el involucramiento en el RSE.

La RSE es relevante estratégicamente tanto para las grandes corporaciones como para las pymes, demostrando que el interés por su desarrollo y estudio está justificado (Herrera et al., 2016). Esta percepción ha trascendido permitiendo identificar la existencia de cuatro perfiles, que parten de considerar a la cultura y el interés por la RSE, empezando primero por las empresas muy informadas y con acciones sólidas de RSE, después las informadas e involucradas en algunas acciones prioritarias, enseguida las poco informadas y despreocupadas al respecto hasta las totalmente despreocupadas al respecto (Dopico et al., 2012). Entre las acciones que determinan estos perfiles, está el involucramiento de los stakeholders, cuyas repercusiones han sido evidentes en el logro de los propósitos de la RSE, particularmente en los aspectos medioambientales (McPhail, 2008).

La percepción del desempeño en las acciones de RSE de las organizaciones considera dimensiones éticas, legales, económicas y los mecanismos de gestión (Lyra et al., 2017). Se ha identificado que la dimensión ética de la empresa, además de ser un factor determinante en el involucramiento con la RSE, beneficia al mejoramiento de las relaciones laborales favorables entre los colaboradores (Avendaño et al., 2015).

Aunque en México no todas las micro y pequeñas empresas llevan a cabo prácticas para convertirse gradualmente en empresas socialmente responsables, este tema cada vez tiene un mayor auge (Mendoza et al., 2011), y la evidencia apunta a que a pesar de no ser considerada, habitualmente, como herramienta estratégica y operativa, las pymes realizan más acciones de las que se puede suponer, sobre todo en aquellas que dependen en gran medida del involucramiento de sus colaboradores (Herrera et al., 2016). La ausencia de estudios que permitan analizar posibles diferencias en la percepción de los colaboradores respecto de la RSE a partir del giro de los negocios permitió plantear como propósito de esta investigación comparar la percepción de la responsabilidad social empresarial de los trabajadores de una empresa de manufactura, de una comercializadora y de una de servicios, ubicadas en la zona oriente del Estado de México.

El planteamiento de posibles diferencias en la percepción de los sujetos sugiere la siguiente hipótesis:

H1. Existen diferencias significativas en la percepción de los trabajadores sobre la RSE de tres organizaciones: una de manufactura, una comercializadora y una de servicios.

Metodología

Instrumento

Se trata de una investigación descriptiva, de corte transversal, no experimental y enfoque tipo cuantitativo. El instrumento utilizado estuvo conformado por 21 ítems integrados en las subescalas de prácticas responsables de gestión humana (PRGH) con cuatro ítems, políticas de res-

ponsabilidad social y gobernabilidad (PRSG) con siete ítems, impacto al medioambiente (IMA) con seis ítems y transparencia y rendición de cuentas (TRC) con cuatro ítems (Calderón et al., 2011). Se utilizó una escala Likert de cinco puntos que va desde “1=Totalmente en desacuerdo” hasta “5= Totalmente de acuerdo”. Esta escala posee una validación de constructos y niveles de confiabilidad mediante el coeficiente alfa de Cronbach de $\alpha = 0.938$. Se agregó una batería de preguntas para la caracterización del perfil sociodemográfico de los sujetos para obtener información sobre el sexo, la edad, el nivel máximo de estudios, el estado civil y la antigüedad.

Participantes

Los sujetos se seleccionaron de manera aleatoria en tres empresas pequeñas que cumplen con los criterios oficiales establecidos en el Acuerdo por el que se establece la estratificación de las micro, pequeñas y medianas empresas publicado en el Diario Oficial de la Federación (D.O.F., 2009); de estas, una fue de servicios con 45 colaboradores en total, una de comercio con 36 y una de manufactura con 48, las tres ubicadas en la ciudad de Ecatepec de Morelos en el Estado de México.

Los instrumentos fueron aplicados por personal de apoyo a la investigación. La respuesta a la encuesta fue de manera voluntaria en el lugar de trabajo; se obtuvieron 105 de los cuales se eliminaron 15 dado que los participantes no contestaron por completo el cuestionario, quedando una muestra de 90 –30 por empresa–, lo que representa una tasa de respuesta de 86 % respecto de la muestra calculada.

Procedimiento

Se solicitó la autorización de los propietarios de las empresas; se aplicó el instrumento al término del horario de consumo de alimentos. El levantamiento de datos se realizó durante los meses de enero y febrero de 2023 a toda la muestra. El anonimato, la confidencialidad y la protección de datos fueron garantizados mediante una explicación del propósito de la encuesta por personal capacitado. El análisis de datos se realizó con el programa SPSS v. 20.

Se calcularon estadísticos descriptivos de tendencia central y análisis de varianza de las dimensiones respecto de los colaboradores de las empresas considerados como grupos independientes para identificar posibles diferencias.

Resultados

El promedio de edad de las personas a las cuales se les aplicó el instrumento se encuentra entre los 41 y 50 años; 42 % fueron hombres y 38 % mujeres.

Se realizó la suma de las respuestas de los ítems, que integran cada dimensión, y se dividió entre la cantidad de ítems; de tal forma que quedaron las respuestas en escala de 1 a 5, donde los resultados de 1 y 2

indican bajos niveles o deficiencias; los cercanos a 3 un nivel regular, los de 4 y 5 un nivel favorable o adecuado.

La dimensión de políticas de responsabilidad social y gobernabilidad mostró el nivel más alto ($\bar{x}=4.14$ y $DE=.759$), lo que indica que las empresas estudiadas cuentan con políticas establecidas que permiten conocer de una mejor manera la implementación de las normas y brindan las herramientas necesarias para llevarlas a cabo. La siguiente dimensión es la de impacto al medioambiente ($\bar{x}=4.05$ y $DE=.761$), que indica que estas tres organizaciones implementan medidas medioambientales; esto ayuda a incrementar la satisfacción de los empleados y la mejora de la productividad.

Posteriormente, la dimensión de prácticas responsables de gestión humana ($\bar{x}=3.94$ y $DE=.552$) señala que las empresas cuentan con prácticas dirigidas a los empleados, pero no se realizan por completo; sin embargo, los trabajadores esperan un desarrollo profesional más avanzado y están a la expectativa de nuevas prácticas para el cuidado del medioambiente. Por último, se encontró la dimensión de transparencia y rendición de cuentas ($\bar{x}=3.84$ y $DE=.849$); este resultado sugiere que las empresas mantienen una constante comunicación de forma clara y transparente con sus trabajadores y obtienen beneficios mutuos.

El análisis de medias respecto del giro de la empresa, se aprecia una media más elevada en la empresa de manufactura en cuanto a la dimensión de políticas de responsabilidad social y gobernabilidad ($\bar{x}=4.55$ y $DE=.826$), impacto al medioambiente ($\bar{x}=4.20$ y $DE=.951$), prácticas responsables de gestión humana ($\bar{x}=4.20$ y $DE=1.005$), y transparencia y rendición de cuentas ($\bar{x}=4.15$ y $DE=1.040$).

Se realizó el análisis de comparación de medias (véase Tabla 2.1); para ello, se consideró la sumatoria de las respuestas de los ítems de cada dimensión por empresa. Los resultados indican que las medias más altas, de las cuatro dimensiones, se encontraron en la empresa de servicios. Las medias más bajas, en las dimensiones políticas de responsabilidad social y gobernabilidad, impacto al medioambiente, del mismo modo que transparencia y rendición de cuentas, se encontraron en la empresa comercializadora, y en la empresa manufacturera, sólo se registró la media más baja en la dimensión de prácticas responsables de gestión humana.

Tabla 2.1.
Comparación de medias de las dimensiones por empresa

Empresa		Prácticas responsables de gestión humana	Políticas de responsabilidad social y gobernabilidad	Impacto al medioambiente	Transparencia y rendición de cuentas
Comercializadora	\bar{x}	16.633	27.833	23.767	15.133
	DE	2.0592	4.1613	4.0059	2.8374
Manufacturera	\bar{x}	15.367	28.300	25.067	15.867
	DE	2.2358	4.2601	3.1616	2.8495
Servicios	\bar{x}	17.933	31.500	26.233	18.033
	DE	2.1961	3.7023	2.5554	2.4842
Total	\bar{x}	16.644	29.211	25.022	16.344
	Total	90	90	90	90
	DE	2.3859	4.3252	3.4117	2.9686

\bar{x} = Media, DE= Desviación estándar.

Fuente: elaboración propia.

El análisis de varianza (ANOVA) se realizó para identificar diferencias entre las empresas; para ello, se consideró un valor alfa de significación de 0.05. Los resultados indican que, al obtenerse niveles de significancia inferiores a 0.05, es posible la existencia de diferencias significativas entre grupos (véase Tabla 2.2).

Tabla 2.2
Análisis de varianza (ANOVA) de las dimensiones

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Prácticas responsables de gestión humana* Empresa	Entre grupos	98.822	2	49.411	10.541	0.000
	Intragrupos	407.800	87	4.687		
	Total	506.622	89			
Políticas de responsabilidad social y gobernabilidad* Empresa	Entre grupos	239.022	2	119.511	7.292	0.001
	Intragrupos	1425.967	87	16.390		
	Total	1664.989	89			
Impacto al medioambiente* Empresa	Entre grupos	91.356	2	45.678	4.207	0.018
	Intragrupos	944.600	87	10.857		
	Total	1035.956	89			

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Transparencia y rendición de cuentas* Empresa	Entre grupos	136.422	2	68.211	9.159	0.000
	Intragrupos	647.900	87	7.447		
	Total	784.322	89			

* = Comparación por

Fuente: elaboración propia.

Discusión

Estudios sobre la responsabilidad social empresarial en el contexto mexicano han permitido identificar posibles relaciones con variables sociales (Robles et al., 2020), con factores internos como la comunicación (Wendlandt et al., 2015), con las capacidades de comercialización (Echeverría-Ríos et al., 2018) o con gestión de la calidad (Mazzotti et al., 2016) o con sectores como el primario (Avendaño et al., 2015) o terciario (López y García, 2019), haciendo caso omiso a la búsqueda de diferencias entre organizaciones de diferente giro, bajo la consideración de la existencia de diferentes niveles de contacto humano, tanto entre sus integrantes como con sus clientes.

En el caso el trabajo de De Lucio-Islas y Amador-Martinez (2021), el esfuerzo se centró en la determinación de posibles diferencias en el perfil de responsabilidad social de las empresas de manufactura, de acuerdo con su tamaño; sin embargo, los resultados no permitieron soportar la tesis de posibles diferencias derivadas de este factor; en dicho estudio, se omitieron comparaciones con empresas de otros giros que facilitarían determinar diferencias como las encontradas en esta investigación.

Es importante señalar que las acciones de RSE no siempre se registran formalmente, ni se estructuran o ejecutan de forma planificada como ocurre en los sectores manufacturero (Medina y Álvarez, 2011) y primario (Sámano et al., 2014).

En el sector servicios, se ha evidenciado un mayor cumplimiento con la RSE, sobre todo en lo concerniente a las cuestiones legales (Romero y Rosales, 2018) y a la gestión de la calidad con enfoque hacia los intereses de los stakeholder (Tarí, 2011); a pesar de ello, en este artículo no se llegó a la determinación de diferencias entre las empresas comerciales o de manufactura.

Otros trabajos dan cuenta de la RSE sin hacer distinciones por giro o tamaño, pero llegan a perfilar grupos empresariales desde la perspectiva del directivo (Herrera et al., 2016). En otros casos, se ha considerado más relevante la percepción del colaborador tanto en empresas grandes como en pequeñas (Herrera et al., 2016; López, 2013; López et al., 2017).

La relevancia de la determinación de diferencias entre empresas de servicios, comercio y manufactura, desde la perspectiva de los colaboradores, radica en que es común un tratamiento indistinto sin considerar la naturaleza propia de cada giro.

Conclusiones

La dimensión con mayor relevancia, en la perspectiva de los colaboradores, es la de políticas de responsabilidad social y gobernabilidad; esto indica que las políticas que están establecidas en las empresas permiten conocer de mejor manera la implementación de las normas y brindan las herramientas para llevar a cabo las prácticas de RSE en las pymes.

La prueba de hipótesis sugiere que existen diferencias estadísticamente significativas en la percepción de los sujetos, dependiendo del giro de la empresa, manifestándose de manera positiva en la empresa de servicios. Una de las implicaciones de este resultado es que, al tratarse de una empresa de servicios, se caracteriza por un mayor contacto entre el personal de la empresa, los clientes y otros stakeholders durante la actividad propia del negocio, por lo que hay una mayor percepción de las prácticas de RSE.

Una limitante importante en este estudio fue el tamaño de la muestra, lo que sugiere la necesidad de contar con una muestra mayor en la cantidad de empresas a estudiar y en la inclusión del punto de vista de los tomadores de decisiones.

Referencias

- Albareda, L. (2008). Corporate responsibility, governance and accountability: From self-regulation to co-regulation. *Corporate Governance*, 8(4), 430–439. <https://doi.org/10.1108/14720700810899176>
- Argüelles, L., Patrón, R., & Fajardo, M. (2015). Etica y vinculación, compromisos de la responsabilidad social en pymes del sector turístico. Champoton, Campeche. *RIDE Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 3(5), 150. <https://doi.org/10.23913/ride.v3i5.67>
- Avendaño, B., Sierra, O., & Lobo, M. (2015). Una estimación de la responsabilidad social empresarial en empresas hortofrutícolas de Baja California, México. *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*, 6(3), 563–576. <https://doi.org/https://doi.org/10.29312/remexca.v6i3.639>
- Calderón, G., Álvarez, C., & Naranjo, J. (2011). Papel de gestión humana en el cumplimiento de la responsabilidad social empresarial. *Estudios Gerenciales*, 27(118), 163–188. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0123-5923\(11\)70151-6](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0123-5923(11)70151-6)
- Centro Mexicano para la Filantropía. (2020). El concepto de Responsabilidad Social Empresarial (p. 35). https://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf

- De Lucio-Islas, A., & Amador-Martínez, M. (2021). Responsabilidad social de las empresas manufactureras del Estado de Hidalgo según su tamaño. *Boletín Científico de las Ciencias Económico Administrativas del ICEA*, 9(18), 25–31. <https://doi.org/10.29057/icea.v9i18.6739>
- D.O.F. (2009, May 2). Acuerdo por el que se establece la estratificación de las micro, pequeñas y medianas empresas. *Diario Oficial de la Federación*. https://www.economia.gob.mx/files/marco_normativo/A539.pdf
- Dopico, A., Rodríguez, R., & González, E. (2012). La Responsabilidad Social Empresarial y los stakeholders: Un análisis clúster. *Revista Galega de Economía*, 21(1), 1–17. - 148.215.2.11/articulo.oa?id=39123194005
- Echeverría-Ríos, O., Abrego-Almazán, D., & Melchor Medina, J. (2018). La responsabilidad social empresarial en la imagen de marca afectiva y reputación. *Innovar*, 28(69), 133–148. <https://doi.org/10.15446/innovar.v28n69.71703>
- Espitia, A. (2015). La responsabilidad social empresarial (RSE) como elemento estratégico en las mipymes colombianas. *Ingeniería Industrial. Actualidad y Nuevas Tendencias*, IV(14), 75–84. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:262243412>
- Herrera, J., Larrán, M., Lechuga, P., & Martínez-Martínez, D. (2015). Evolución de la literatura sobre la responsabilidad social en pymes como disciplina científica. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 24, 117–128. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1016/j.redee.2014.06.001>
- Herrera, J., Larrán, M., Lechuga, P., & Martínez-Martínez, D. (2016). Responsabilidad social en las pymes : análisis exploratorio de factores explicativos. *Revista de Contabilidad*, 19(1), 31–44. <https://doi.org/10.1016/j.rcsar.2014.10.003>
- Guía de responsabilidad social, 132 (2011). <https://www.uv.mx/rsu/files/2018/10/norma-ISO-26000.pdf>
- Kim, Y. C., Seol, I., & Kang, Y. S. (2018). A study on the earnings response coefficient (ERC) of socially responsible firms: Legal environment and stages of corporate social responsibility. *Management Research Review*. <https://doi.org/10.1108/MRR-01-2017-0024>
- Kinard, J., Smith, M., & Kinard, B. (2003). Business executives' attitudes toward social responsibility: past and present. *American Business Review*, 21(2), 87–91.
- Licandro, O., Ramírez, A., Alvarado-Peña, L., Vega, L., & Correa, P. (2019). Implementation of the ISO 26000 guidelines on active participation and community development. *Social Sciences*, 8(9). <https://doi.org/10.3390/socsci8090263>
- Lopes, M., & Moneva, J. (2013). El desempeño económico financiero y responsabilidad social corporativa Petrobrás versus Repsol. *Contaduría y Administración*, 58(1), 131–167. [https://doi.org/10.1016/s0186-1042\(13\)71201-4](https://doi.org/10.1016/s0186-1042(13)71201-4)

- López, A. (2013). Hacia la responsabilidad social empresarial de pequeñas empresas: caso México. *Revista Internacional Administración & Finanzas*, 6(6), 39–54. <https://ssrn.com/abstract=2285755>
- López, A., Ojeda, J., & Ríos, M. (2017). La responsabilidad social empresarial desde la percepción del capital humano. Estudio de un caso. *Revista de Contabilidad*, 20(1), 36–46. <https://doi.org/10.1016/j.rcsar.2016.01.001>
- López Nevárez, V., & García Ruelas, Z. C. (2019). Inclusión laboral como responsabilidad social: un estudio en PyMEs del sector terciario en la ciudad de Los Mochis, Sinaloa, México. *Ra Ximhai*, 15(1), 41–53. <https://doi.org/10.35197/rx.15.01.2019.03.v1>
- López Salazar, A., Ojeda Hidalgo, J. F., & Ríos Manríquez, M. (2017). La responsabilidad social empresarial desde la percepción del capital humano. Estudio de un caso. *Revista de Contabilidad-Spanish Accounting Review*, 20(1), 36–46. <https://doi.org/10.1016/j.rcsar.2016.01.001>
- Lyra, F., Barbosa, M., Verdinelli, M., & Lana, J. (2017). Corporate social responsibility: comparing different models. *Social Responsibility Journal*, 1–23. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/SRJ-02-2017-0036>
- Martínez, R., Vera, M., & Vera, J. (2015). Responsabilidad social empresarial en las pequeñas empresas constructoras de Puebla, México. *Revista Global de Negocios*, 3(3), 31–41. <https://ssrn.com/abstract=2658280>
- Mazzotti, G., Aguilar, V., & Vargas, H. (2016). La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en México: la influencia de los valores culturales, el liderazgo, el contexto institucional y el “estilo” nacional en la normatividad y en su implementación. <https://www.uv.mx/iiesca/files/2017/03/13CA201602.pdf>
- McPhail, K. (2008). Global governance challenges in industry sectors and supply chains: Contributing to sustainable development through multi-stakeholder processes: Practical steps to avoid the “resource curse”. *Corporate Governance*, 8(4), 471–481. <https://doi.org/10.1108/14720700810899202>
- Medina, A., & Álvarez, M. (2011). Balance en términos de responsabilidad social empresarial en las grandes empresas manufactureras del área metropolitana del Valle de Aburrá. *Revista Visión Contable*, 9, 11–31.
- Mendoza, E., Vivas, A., & Rodríguez, M. (2011). Cultura organizacional de la pequeña y mediana empresa del estado Carabobo. Sus premisas constitutivas. *Visión gerencial*, 2, 341–355.
- Ocampo-López, O., García-Cortés, J., Ciro-Ríos, L., & Forero-Páez, Y. (2015). Responsabilidad social en pequeñas empresas del sector de alimentos y bebidas de Caldas. *Entramado*, 11(2), 72–90. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.18041/entramado.2015v11n2.22219>

- Pérez, M., Espinoza, C., & Peralta, B. (2016). La responsabilidad social empresarial y su enfoque ambiental: una visión sostenible a futuro. *Revista Científica Universidad y Sociedad*, 8(3), 169–178. <http://rus.ucf.edu.cu/>
- Robles, C., Alviter, L., & Martínez, E. (2020). Sentido de pertenencia, relaciones intraorganizacionales y participación activa en el desarrollo comunitario: un análisis de empresas medianas de manufactura en México. *AD-minister*, 36(2), 31–44. <https://doi.org/https://doi.org/10.17230/Ad-minister.36.2>
- Romero, F., & Rosales, C. (2018). Responsabilidad social empresarial hacia una cultura tributaria en las empresas de servicios. *Dictamen Libre*, 1(22), 63–75. <https://doi.org/10.18041/2619-4244/dl.22.5028>
- Sámano, A., Escamilla, Z., & Velázquez, E. (2014). Prácticas de responsabilidad social en materia ambiental en mipymes florícolas y financiamiento : una aproximación empírica. *Investigación Administrativa*, 43(1), 67–81.
- Tanoira, B., Gerardo, F., Mérida, D. De, Gerardo, F., & Tanoira, B. (2008). La responsabilidad social empresarial. Un estudio en cuarenta empresas de la ciudad de Mérida, Yucatán. *Contaduría y Administración*, 226, 73–91. <https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2008.638>
- Tarí, J. (2011). La gestión de la calidad y la responsabilidad social en empresas de servicios. *Revista de Dirección y Administración de Empresas.*, 18, 77–94.
- Wendlandt, T., Valdés, A., Carlos, E., & Ochoa, B. (2015). Grandes organizaciones empresariales en México y Chile: un análisis de perfiles con respecto a sus comunicaciones sobre responsabilidad social. *Cuadernos de Administración*, 31(53), 59–67.

Sobre los autores

¹Profesor investigador en la Universidad Autónoma del Estado de México, México. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0524-1260>

²Profesora investigadora en la Universidad Autónoma del Estado de México, México. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8281-2293>

³Profesora investigadora en la Universidad Autónoma del Estado de México, México. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4169-2133>

⁴Profesora investigadora en la Universidad Autónoma del Estado de México, México. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3666-4760>



iQU4TRO EDITORES

En colaboración con:

