

# El nivel educativo y su impacto en la responsabilidad social del director de las MyPes de Valle de Santiago, Guanajuato.

Director's educational level and how it impacts corporate social responsibility in MSEs in the Valle de Santiago, Guanajuato

Patricia del Carmen Mendoza García<sup>1</sup>  
Sandra Ivette García Pichardo<sup>2</sup>  
María Guadalupe Uribe Plaza<sup>3</sup>

Recibido: 10/11/2022  
Aceptado: 20/01/2023

REVISTA RELAYN, Micro y pequeña empresa en Latinoamérica

Disponible en: <https://iquatroeditores.com/revista/index.php/relayn/index>

<https://doi.org/10.46990/relayn.2023.7.1.981>



## Resumen

La responsabilidad social en los empresarios es clave, ya que son ellos los impulsores de las iniciativas y los encargados de transmitir los valores organizacionales de la empresa a su público; en este sentido, el presente estudio de enfoque cuantitativo, transversal con alcance exploratorio y descriptivo tiene como objetivo conocer el impacto del nivel educativo del dirigente de las medianas y pequeñas empresas (mypes) de Valle de Santiago en las acciones de responsabilidad social empresarial (RSE) que estas empresas llevan a cabo.

Los resultados muestran que el nivel educativo del dirigente de las mypes de Valle de Santiago no impacta en las acciones de RSE que los negocios implementan.

## Palabras clave

Responsabilidad social empresarial, mypes, nivel educativo

## Abstract

For entrepreneurs, social responsibility is key, since they are the drivers of initiatives and are in charge of transmitting organizational values to their public; therefore, this quantitative, cross-sectional study which has an exploratory and descriptive scope, aims to determine the impact of the educational level of small and medium-sized enterprise (SME) managers from the Valle de Santiago on corporate social responsibility (CSR) actions performed by these enterprises.

Results show that the educational level of SME managers from the Valle de Santiago, have no impact on the CSR that their businesses perform

## Keywords

Corporate social responsibility, SMEs, educational level

## **Introducción**

Actualmente existe una preocupación de la sociedad hacia el comportamiento de las empresas y sus prácticas tanto en el interior como en el exterior de la organización, puesto que el papel que éstas desempeñan es esencial para el desarrollo sostenible de las comunidades en las que operan; los cambios del entorno, la mayor globalización de los mercados, los factores medioambientales, la necesidad de incorporar prácticas de buen gobierno, la presión de los grupos de interés, entre otros, han motivado a las organizaciones a realizar cambios en sus estrategias de gestión implementando prácticas socialmente responsables (Herrera et al., 2014). Estas medidas de RSE no son sólo una cuota que hay que cubrir o acciones aisladas que la empresa puede implementar, sino que se trata de medidas que deben integrarse y alinearse con la estrategia empresarial para generar cambios significativos (Castejón & López, 2016).

Aunque la RSE pueda parecer más ligada a los grandes corporativos, también las pymes la han implementado en sus esquemas de negocio y es vista como una oportunidad estratégica que les permite ampliar sus resultados, imagen y posicionarse en el mercado, mejorando con ello su competitividad (Conraud, Ojeda & Arredondo, 2016; Esparza & Reyes, 2019; Flores, Vega & Chávez, 2015; Parra et al., 2012). Dada la relevancia que tiene este tema para empresas de todo tamaño, se han realizado numerosas investigaciones que exploran los factores que promueven u obstaculizan la implementación de la RSE; dentro de los que destaca, el perfil del empresario o dirigente, ya que muchas de las iniciativas de responsabilidad social nacen a partir de motivaciones inherentes a ellos, que son quienes lideran el proceso de implementación de las iniciativas (Spence & Schmidpeter, 2003).

Esta influencia que tiene el perfil del empresario en la adopción y ejecución de iniciativas socialmente responsables en pequeñas y medianas empresas ha sido medida por medio de factores como el género, la escolaridad y la edad (Costache, Danut-Dumitru & Maniu, 2021; Castejón & López, 2016; Herrera et al., 2014; Cabrera, Déniz & Martín, 2011; Jui-Ling & Meng-Cheng, 2011); sin embargo, la evidencia no es contundente sobre estas relaciones por lo que es necesario profundizar en el tema.

En este artículo, se desea explorar cómo las características (edad, género y nivel educativo) del dirigente o propietario influyen en el comportamiento ético de las pymes del estado de Guanajuato, con lo cual se podrá abonar nueva información en este campo del conocimiento, además de aportar evidencia que es de relevancia para apoyar a estos negocios en su proceso de implementación de prácticas socialmente responsables.

## **Revisión de la literatura**

### *Concepto de la responsabilidad social empresarial*

En la década de 1950, se empleó por primera vez el término de responsabi-

alidad social empresarial, como consecuencia de la preocupación que la comunidad académica tenía hacia las actividades empresariales que tenían repercusiones hacia la sociedad (Bowen, 1953). A partir de ese momento, el término fue evolucionando para replantear el papel que la empresa debe asumir en el desarrollo sostenible de las comunidades en las que opera ISO 26000, (2010) y en minimizar el impacto de sus acciones sobre el entorno para no poner en riesgo el bienestar de las generaciones futuras (Herrera et al., 2016; Martínez, 2005).

Existe una tendencia a confundir la implementación de la RSE con la práctica de acciones filantrópicas, éticas o ambientales exclusivamente (CEMEFI, 2013), o bien como un ejercicio de marketing para atraer nuevos consumidores y vender a la empresa como una entidad comprometida con el ambiente (De Miguel, 2011); sin embargo, la responsabilidad social va más allá de estas sencillas prácticas (Barros, Retamozo & González, 2015).

De acuerdo con Navarro (2012, p. 43), la RSE se define como “el compromiso de las empresas con los valores éticos que dan un sentido humano a su empeño por el desarrollo sostenible, buscando una estrategia de negocios que integre el crecimiento económico con el bienestar social y la protección ambiental”. En este mismo sentido, la Comisión de las Comunidades Europeas (2001) en el libro verde señala que la RSE es la integración voluntaria que realiza la empresa de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales, de tal modo que no se trata sólo de cumplir obligaciones jurídicas, sino de invertir en el capital humano, el entorno y, en general, en sus relaciones con sus distintos grupos de interés.

#### *Grupos de interés de la responsabilidad social empresarial*

La gestión de los grupos de interés es un elemento esencial en el desarrollo de una estrategia de RSE en las organizaciones, ya que identificar correctamente las exigencias y necesidades de éstos será clave para diseñar y articular acciones que les impacten de forma positiva (Granda & Trujillo, 2011). De acuerdo con varios autores, se entiende por grupos de interés, stakeholders o partes interesadas, a cualquier individuo o grupo que tiene interés en alguna decisión o actividad de la organización, y que puede ser afectado directa o indirectamente por la obtención de los objetivos de ésta (ISO 26000, 2010; González, 2018).

Diversas instancias han propuesto numerosas clasificaciones de estos grupos; por ejemplo, en el contexto mexicano, CEMEFI (2013) señala la existencia de siete grupos de interés básicos: inversionistas, proveedores, clientes, colaboradores, autoridades gubernamentales, comunidades, competidores y medioambiente. Por su parte, la norma SGE 21 está estructurada en nueve áreas de gestión que coinciden con los ocho grupos de interés principales que dicha norma reconoce para la mayoría de las organizaciones sin importar su tamaño o giro, éstas son gobierno de la gestión, personas que integran la organización, clientes, proveedores y cadena de suministro,

entorno social e impacto en la comunidad, entorno ambiental, inversores, competencia y administraciones públicas (Forética, 2017).

En el caso de las pequeñas empresas, su política de responsabilidad social suele enfocarse principalmente en atender las demandas de los grupos de interés: colaboradores, comunidad, entorno ambiental y clientes (Martín-Castejón & Aroca-López, 2016). Todos estos agentes adoptan funciones y actividades con el propósito de influir en la empresa o presionarla para que sigan comportamientos éticos (González, 2018).

#### *Responsabilidad social empresarial en las pymes*

Hace décadas, sólo las grandes empresas llevaban a cabo acciones de RSE, esto como consecuencia del costo de ejecución de las primeras iniciativas que solía ser alto (Mellado, 2009). Además, aunque las pequeñas empresas fueron consideradas al momento de diseñar las regulaciones y estrategias en materia de responsabilidad social, las iniciativas no se articularon de forma adecuada (Leal, 2006). Fue en tiempos recientes que la RSE empezó a aplicarse a las pymes y se empezó a ver como una oportunidad estratégica para estos negocios (Conraud et al., 2016; Mellado, 2009).

Es evidente que la responsabilidad social no es un tema exclusivo de las empresas grandes. Estudios han comprobado que las pymes han adoptado la RSE como un elemento diferenciador que puede ampliar sus resultados, imagen y posicionarlas en el mercado, mejorando con ello su competitividad (Conraud et al., 2016; Esparza & Reyes, 2019; Flores-Ortiz et al., 2015; Parra et al., 2012). Además, estos negocios poseen características que favorecen la adopción y ejecución de iniciativas responsables; por ejemplo, su dimensión estructural que les facilita promover acciones internas y externas integrando la participación de los trabajadores, o bien que desarrollan sus actividades en un ámbito geográfico más pequeño con lo cual pueden tener un mejor conocimiento de las comunidades y de sus problemas sociales (Mellado, 2009). Otras ventajas son mayor flexibilidad al momento de atender requerimientos, procesos menos burocráticos, y que ponen mayor énfasis en las relaciones personales entre los colaboradores (Martín-Castejón & Aroca-López, 2016).

Sin embargo, a pesar de estas fortalezas, existen grandes obstáculos para las pymes difíciles de superar entre ellos, el acceso a financiamiento, la menor fortaleza institucional y la escasa descentralización para la toma de decisiones por parte del dirigente, los cuales retrasan o inhiben la adopción de la RSE de estas empresas (Esparza & Reyes, 2019; Mellado, 2009).

#### *Influencia del perfil del dirigente en la RSE*

El papel del dirigente es un factor clave en la adopción de prácticas de RSE; como lo señalan los estudios de Cruz (2021), Spence y Lozano (2000), además de Spence y Schmidpeter (2003), muchas de las iniciativas de responsabilidad social nacen a partir de motivaciones inherentes de los directivos o propietarios que son quienes deben liderar la implementación de iniciativas éticas, por lo cual sus valores, sus convicciones y perfil influyen en estas actividades de la empresa; por tanto, la educación y formación

profesional de los fundadores y empleados de pequeñas empresas desempeñan un papel importante para combatir la desconfianza a la innovación en iniciativas que promuevan el comportamiento ético.

En algunas investigaciones se han analizado el género y la escolaridad del dirigente como factores que intervienen en las prácticas de RSE en las empresas, observando distintos resultados para estos factores. Herrera et al. (2014), Cabrera, Déniz y Martín (2011) refieren que el género del dirigente o gerente de las pymes influye en la implementación de la RSE, ya que aquellas empresas que tienen una gerenta se perciben más motivadas para emprender acciones en el tema que las dirigidas por hombres; sin embargo, otros estudios, como el de Martín-Castejón y Aroca-López (2016) y Jui-Ling y Meng-Cheng (2011), no encuentran evidencia significativa que relacione el género y la RSE; asimismo el estudio de Herrera et al. (2016) detalla la existencia de una relación directa entre el género masculino y el desarrollo de prácticas éticas, sosteniendo que son los dirigentes masculinos quienes tienen una mayor predisposición a temas de RSE.

Con respecto al nivel de estudios, la evidencia apunta a que el compromiso gerencial con la RSE está vinculado con las cualidades adquiridas como educación y capacitación más que con su madurez física inherente (edad). En este sentido, los estudios de Costache et al. (2021), Herrera et al. (2014) y Martín-Castejón y Aroca-López (2016) señalan un vínculo positivo entre el nivel de educación de los gerentes y las prácticas de RSE, puesto que un gerente con formación universitaria tiene mayor motivación para dar importancia a los valores éticos que una pyme dirigida por una persona sin esta formación.

## Metodología

El presente trabajo de investigación tiene un diseño transversal con un enfoque cuantitativo, de tipo exploratorio, descriptivo y correlacional. Su objetivo es conocer el impacto del nivel educativo del dirigente de las pymes de Valle de Santiago en las acciones de RSE que estas empresas llevan a cabo.

Considerando una población de 5216 pymes, cuya cantidad de colaboradores oscila entre 2 y 50 trabajadores, de Valle de Santiago (Inegi, 2020) se realizó un muestreo probabilístico aleatorio simple, con un 95% de confianza, un 5% de error y una probabilidad estimada de  $p = 0.5$  o 50%, obteniendo una muestra de 586 unidades económicas.

Se utilizó como instrumento de investigación el cuestionario anual de la Red de Estudios Latinoamericanos en Administración y Negocios (RELAYN, 2022), el cual fue aplicado de manera presencial del 3 de marzo al 22 de julio de 2022 (Posada, Peña & Aguilar, 2020).

Las variables de estudio a considerar fueron asuntos de ISO 26000, con seis ítems, presentando un alfa=0.84, que pondera el grado en que la empresa responde a cada grupo de interesados propuesto por la ISO 26000, que son los derechos humanos, el medio ambiente, los trabajadores, el evitar malas prácticas, los clientes y la comunidad (Posada et al., 2020).

En relación con las características sociodemográficas de los participantes, la edad promedio de los directores es de 44 años, 282 (57.32%) son hombres y 210 (42.68%) mujeres; 80.69% tiene hijos. Su estado civil indica que 27.2% son solteros y 72.8% casados o en unión libre. Respecto al nivel de estudios de los directores, 5.8% no tienen estudios, 10.14% han cursado primaria, 24.43% secundaria, 11.39% carrera técnica, 30.85% bachillerato, 16.56% licenciatura y 0.83% estudiaron un posgrado.

Las hipótesis planteadas son las siguientes:

Hi: El nivel educativo del dirigente de las mypes de Valle de Santiago impacta en las acciones de responsabilidad social empresarial (RSE) que estas empresas llevan a cabo.

Ho: El nivel educativo del dirigente de las mypes de Valle de Santiago no impacta en las acciones de responsabilidad social empresarial (RSE) que estas empresas llevan a cabo.

## Resultados

De acuerdo con el objetivo y las suposiciones planteadas, la hipótesis nula se acepta, ya que el nivel educativo no impacta en las acciones de RSE en los dirigentes de las mypes de Valle de Santiago.

En la Tabla 1.1, se muestra el cuadro resumen de los estadísticos descriptivos más relevantes para cada grupo al contrastar: las medias y sus intervalos de confianza, la desviación estándar y sus valores máximos y mínimos.

**Tabla 1.1**  
Descriptivos de la muestra  
Responsabilidad social

	N	Media	Desviación estándar	Error estándar	95% del intervalo de confianza para la media		Mínimo	Máximo
					Límite inferior	Límite superior		
Sin instrucción	6	23.33	2.733	1.116	20.47	26.20	20	27
1 Primaria	5	22.00	3.082	1.378	18.17	25.83	18	25

2 Primaria	4	19.75	5.560	2.780	10.90	28.60	13	26
3 Primaria	15	24.87	3.852	0.995	22.73	27.00	17	30
4 Primaria	3	24.00	4.000	2.309	14.06	33.94	20	28
5 Primaria	5	23.60	4.669	2.088	17.80	29.40	17	29
6 Primaria	38	23.50	4.974	0.807	21.87	25.13	10	30
1 Secundaria	14	24.43	6.060	1.620	20.93	27.93	6	30
2 Secundaria	10	23.60	3.836	1.213	20.86	26.34	18	28
3 Secundaria	132	25.53	4.274	0.372	24.79	26.27	9	30
1 Bachillerato o técnico	47	25.45	5.352	0.781	23.88	27.02	0	30
2 Bachillerato o técnico	14	24.00	4.804	1.284	21.23	26.77	18	30
3 Bachillerato o técnico	114	25.04	5.155	0.483	24.09	26.00	0	30
Más de 1 año de universidad sin título	26	25.12	4.668	0.915	23.23	27.00	10	30
Titulado TSU	40	25.75	4.976	0.787	24.16	27.34	10	30
Titulado de licenciatura o ingeniería	94	26.54	3.662	0.378	25.79	27.29	14	30
Título de maestría	13	24.92	3.904	1.083	22.56	27.28	19	30
Título de doctorado	6	26.50	4.370	1.784	21.91	31.09	20	30
Total	586	25.22	4.651	0.192	24.85	25.60	0	30

De esta manera, se presenta el análisis de homogeneidad de varianzas que se aplica en el procedimiento de comparación de medias en dos grupos independientes.

**Tabla 1.2**  
Prueba de homogeneidad de varianzas  
Responsabilidad social

Estadístico de Levene	gl1	gl2	Sig.
0.448	17	568	0.973

Se observa una significancia de 0.973, por lo que se infiere una homocedasticidad al presentarse de manera constante la RSE de los directivos de las mypes de Valle de Santiago con el nivel educativo adquirido.

**Tabla 1.3**  
ANOVA  
Responsabilidad social

	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Entre grupos	586.187	17	34.482	1.623	0.054
Dentro de grupos	12 069.528	568	21.249		
Total	12 655.715	585			

Para llevar a cabo el contraste, se recurre al estadístico F, que en los resultados obtenidos equivale a 1.623, y un valor p asociado a 0.054, el cual es considerado no significativo, ya que su valor es mayor a 0.05. Es así como se acepta la igualdad de medias; es decir, no existen diferencias significativas entre los grupos. Considerando entonces que el factor nivel educativo no influye en la variable dependiente de responsabilidad social; esto significa que, los distintos valores del factor se comportan de igual forma en lo que a la variable dependiente se refiere.

**Tabla 1.4**  
Correlación

		Responsabilidad social	Nivel de estudios
Responsabilidad social	Correlación de Pearson	1	0.153**
	Sig. (bilateral)		0.000
	N	586	586
Nivel de estudios	Correlación de Pearson	0.153**	1
	Sig. (bilateral)	0.000	
	N	586	586

\*\*La correlación es significativa en el nivel 0.01 (bilateral).

En la Tabla 1.4, se observa una correlación de Pearson en donde se muestra que las variables no están relacionadas linealmente, aunque no se puede descartar que exista otro tipo de relación entre ellas distinta de la lineal; sin embargo, independencia implica incorrelación; es decir, el nivel de estudios es independiente a la responsabilidad social.

## Discusión

Hoy en día es indiscutible el interés en cuestiones asociadas a la responsabilidad social empresarial (RSE), no sólo de las grandes empresas, sino también de los negocios pequeños, que deben velar por contribuir al desarrollo sostenible de las comunidades en las que operan y dar respuesta a las demandas de los grupos de interés con los que interactúan.

El perfil del empresario o dirigente de las mypes permite el desarrollo de acciones ligadas a la responsabilidad social que nacen a partir de las motivaciones inherentes a ellos, que son quienes lideran el proceso de implementación de las iniciativas (Spence & Schmidpeter, 2003).

Referente al nivel de estudios de los directores encuestados, 5.8% no tiene estudios, 10.14% ha cursado primaria, 24.43% secundaria, 11.39% carrera técnica, 30.85% bachillerato, 16.56% licenciatura y 0.83% estudió un posgrado, considerando entonces la creencia popular de que mientras más preparación profesional se tiene se genera mayor conciencia en el compromiso hacia la sociedad. Esto se fundamenta con el sentido de la educación actual que orienta desde la base del compromiso que se tiene como individuo con el medio, en el cual se gestan teorías de responsabilidad individual idóneas para generar un sentido de RSE acorde a los diversos momentos por los que atraviesa el mundo (Santos, Marques, Justino & Mendes, 2020).

En este sentido, el estudio permitió conocer que el nivel educativo del dirigente de las mypes de Valle de Santiago no impacta en las acciones de responsabilidad social empresarial (RSE) que estas empresas llevan a cabo.

## Conclusiones

Dado el análisis de datos realizado, se observa que al presentarse las varianzas iguales se deduce que el nivel académico no impacta en la RSE de los directivos.

Cabe señalar que en las empresas donde se incluye la RSE dentro de sus planes estratégicos aumenta la rentabilidad; ésta no tiene por qué deteriorarse; por el contrario, debe existir una relación complementaria positiva entre la responsabilidad social y los niveles de rentabilidad en el mediano plazo. La sostenibilidad del sistema es prioritaria para todos los actores que participan en estas interrelaciones; la acción de los gobiernos es insuficiente para lograr un balance sostenible entre lo económico, lo social y lo ambiental. Por esta razón, se hace indispensable que las empresas desarrollen una conciencia sobre la tarea crítica que tienen en estos frentes, y la forma de cumplirla es beneficiando a todos sus grupos de interés (Aguilera & Puerto, 2012).

Las organizaciones con responsabilidad social pueden ayudar a mejorar la calidad de vida, siempre y cuando las medidas que tomen estén dirigidas a incrementar las utilidades; sin embargo, los empresarios deben estar motivados por razonamientos morales con principios; estos principios necesariamente deben estar inscritos en el proyecto de empresa definido por la organización (Bateman & Snell, 2005, p. 150).

De esta manera, los directivos de las mypes deben buscar el equilibrio entre alcanzar la sostenibilidad del medioambiente y de la sociedad, dependiendo de la racionalidad y de los principios éticos con que

se manejan los negocios, y asimismo buscar la rentabilidad suficiente de la organización para ser viable, obtener riqueza, eficiencia y crecimiento para lograr que los mercados sean socialmente responsables conforme a su propia filosofía.

## Referencias

- Aguilera, C. A., & Puerto, B. D. P. (2012). Crecimiento empresarial basado en la responsabilidad social. *Pensamiento y Gestión*, (32), 1-26. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64623932002>.
- Barros, M., Retamozo, M., & González, D. (2015). Responsabilidad social empresarial. *Semilla DICE*, (1), 81-87.
- Bateman, T. S., & Snell, S. A. (2005). *Administración: un nuevo panorama competitivo* (4a. ed.) (pp. 147, 150-151). México: McGraw Hill/Interamericana.
- Bowen, H. R. (1953). *Social responsibility of the businessman*. New York: Harper and Row.
- Cabrera, M. K., Déniz, M. C., & Martín, J. D. (2011). Consejos de administración y potencial para la responsabilidad social de las empresas familiares no cotizadas españolas. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 17(2011), 47-67.
- Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI) (2013). El concepto de la responsabilidad social empresarial. Recuperado de [http://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto\\_esr.pdf](http://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf).
- Comisión de las Comunidades Europeas (2001). *Libro verde: fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*. Bruselas: COM.
- Conraud, E., Ojeda, J. F., & Arredondo, M. G. (2016). La responsabilidad social empresarial de las pymes del estado de Guanajuato, México. *Recherches en Sciences de Gestion*, 114, 77-100. Recuperado de <https://doi.org/10.3917/resg.114.0077>.
- Costache, C., Danut-Dumitru, D., & Maniu, I. (2021). Facilitators of and Barriers to Sustainable Development in Small and Medium-Sized Enterprises: A Descriptive Exploratory Study in Romania. *Sustainability*, 13(6), 3213. Recuperado de <https://doi.org/10.3390/su13063213>.
- Cruz, A. L. (2021). El principal impulsor de la responsabilidad social en pymes. *Realidad Empresarial*, (11), 55-59. Recuperado de <https://doi.org/10.51378/reuca.v0i11.6183>.
- De Miguel, M. L. (2011). La responsabilidad social empresarial en la pequeña y mediana empresa. *Guía de buenas prácticas. Proyecto IMPULSA RSE-PYME*. Avilés: Gobierno de España/ASEM.
- Esparza, J. L., & Reye, T. (2019). Prácticas de responsabilidad social empresarial desarrolladas por empresas familiares mexicanas y su efecto en el éxito competitivo y la innovación. *Tec Empresarial*, 13(2), 45-57. Recuperado de <https://dx.doi.org/10.18845/te.v13i2.4494>.

- Flores-Ortiz, M. V., Vega-López, A., & Chávez-Moreno, E. A. (2015). La responsabilidad social empresarial como factor de competitividad en la industria maquiladora de Tijuana, B. C., México. *Global Conference on Business and Finance Proceedings*, 10(1), 759-768.
- Forética (2017). SGE 21. Sistema de gestión ética y socialmente responsable. Madrid: Forética.
- González, J. (2018). Los grupos de interés y su importancia en la propuesta de valor de las empresas. *Boletín Económico de ICE, Información Comercial Española*, (3096), 47-57.
- Granda, G., & Trujillo, R. (2011). La gestión de los grupos de interés (stakeholders) en la estrategia de las organizaciones. *Economía Industrial*, (381), 71-76.
- Herrera, J., Larrán, M., Lechuga, M. P., & Martínez-Martínez, D. (2014). Motivaciones hacia la responsabilidad social en las pymes familiares. *European Journal of Family Business*, 4(1), 21-44. Recuperado de <https://doi.org/10.24310/ejfbefb.v4i1.5037>.
- \_\_\_\_\_ (2016). Responsabilidad social en las pymes: análisis exploratorio de factores explicativos. *Prácticas de responsabilidad social corporativa en las pequeñas y medianas empresas españolas: Análisis de factores explicativos. Revista de Contabilidad*, 19(1), 31-44. Recuperado de <https://doi.org/10.1016/j.rcsar.2014.10.003>.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi) (2020). Censo de Población y Vivienda 2020. Aguascalientes, México. Recuperado de <https://www.inegi.org.mx/programas/ccpv/2020/>.
- ISO 26000. (2010). Norma Internacional traducción oficial: Guía de responsabilidad social. Ginebra, Suiza: Secretaría Central de ISO. Obtenido de <https://americatlatinagenera.org/wp-content/uploads/2014/09/U4ISO26000.pdf>
- Jui-Ling, H., & Meng-Cheng, C. (2011). What Prompts Small and Medium Enterprises to Engage in Corporate Social Responsibility? A Study from Taiwan. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 19(5), 288-305. Recuperado de <https://doi.org/10.1002/csr.276>.
- Leal, J. (2006). Pyme y medio ambiente en Chile: desafíos públicos y oportunidades privadas. *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo*, 2(2), 40-49. Recuperado de <http://dx.doi.org/10.4067/riatvol2iss1pp40-49%250718-235X>.
- Castejón P. J., & López, B. (2016). Corporate social responsibility in family SMEs: A comparative study. *European Journal of Family Business*, 6(1), 21-31. Recuperado de <https://doi.org/10.1016/j.ejfb.2016.05.002>.
- Martínez, H. (2005). La ética empresarial al comienzo del nuevo milenio. Vol. 2. Colombia: Pontificia Universidad Javeriana.
- Mellado, C. (2009). Responsabilidad social empresarial en las pequeñas y medianas empresas latinoamericanas. *Revista de Ciencias Sociales*, 15(1), 24-33. Recuperado de [http://ve.scielo.org/scielo.php?pid=S1315-95182009000100003&script=sci\\_arttext](http://ve.scielo.org/scielo.php?pid=S1315-95182009000100003&script=sci_arttext).

- Navarro, F. (2012). *Responsabilidad social corporativa: teoría y práctica*. Madrid: Esic.
- Parra, P. N., Rascón, D., Espinoza, F., & Caballero, R. del C. (2012). Responsabilidad social empresarial como ventaja competitiva. *Revista de Investigación Académica Sin Frontera*, 5(15), 1-14. Recuperado de <https://doi.org/10.46589/rdiasf.v0i15.13>.
- Posada, R., Peña, N., & Aguilar, O. (2020). Resultados generales del estudio de innovación e industria 4.0 en las micro y pequeñas empresas en América Latina. *Innovación e industria 4.0 en las micro y pequeñas empresas en América Latina*. México: McGraw Hill Education. Recuperado de <https://www.relayn.org/biblioteca/LibrosImpreso.html>.
- Santos, G., Marques, C. S., Justino, E., & Mendes, L. (2020). Understanding social responsibility's influence on service quality and student satisfaction in higher education. *Journal of Cleaner Production*, 256, 120597. Recuperado de <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.120597>.
- Spence, L. J., & Lozano, J. F. (2000). Communicating about Ethics with Small Firms: Experiences from the U.K. and Spain. *Journal of Business Ethics*, 27, 43-53. Recuperado de <https://doi.org/10.1023/A:1006417425446>.
- Spence, L. J., & Schmidpeter, R. (2003). SMEs, Social Capital and the Common Good. *Journal of Business Ethics*, 45, 93-108. Recuperado de <https://doi.org/10.1023/A:1024176613469>.

### **Sobre los autores**

<sup>1</sup> Profesora e investigadora de la Universidad Tecnológica del Suroeste de Guanajuato, México, ORCID: 00000-0001-6999-4224

<sup>2</sup> Profesora e investigadora de la Universidad Tecnológica del Suroeste de Guanajuato, México, ORCID: 0000-0002-0671-7964

<sup>3</sup> Profesora e investigadora de la Universidad Tecnológica del Suroeste de Guanajuato, México, ORCID: 0000-0002-0093-5346



# iQU4TRO EDITORES

*En colaboración con:*

