Horizonte Académico
Revista Multidisciplinaria
Recibido:09/10/2024 Aprobado:10/11/2024

DOI: https://doi.org/10.70208/3007.8245.v4.n2.57

Responsabilidad Social Empresarial: un análisis empírico en microempresas de servicios de la ciudad de Tierra Blanca, Veracruz, México

Liliana Fuentes Rosas
liliana.fuentes@itstb.edu.mx
https://orcid.org/0000-0002-7285-5169
Tecnológico Nacional de México / ITS de Tierra Blanca
México, Tierra Blanca

Lucila Guadalupe Tobón Galicia
lucila.tobon@itstb.edu.mx
https://orcid.org/0000-0001-8836-667X
Tecnológico Nacional de México / ITS de Tierra Blanca
México, Tierra Blanca

Lot Rojas Mora
lotrojas@itstb.edu.mx
https://orcid.org/0009-0007-3802-5843
Tecnológico Nacional de México / ITS de Tierra Blanca
México, Tierra Blanca

RESUMEN

Desde hace varias décadas, la responsabilidad social empresarial (RSE) parece ser una buena estrategia por parte de las organizaciones en pro de la solución a los problemas sociales sin perder de vista la rentabilidad. El objetivo de la investigación fue identificar el nivel de RSE que ostentan las microempresas de servicios ubicadas en la ciudad de Tierra Blanca, Veracruz, México y el efecto de este sobre el éxito competitivo de las mismas. Los investigadores realizaron un estudio descriptivo, no experimental (observacional), correlacional y transversal, bajo el paradigma cuantitativo a una muestra de 226 microempresas de servicios en la ciudad de Tierra Blanca, Veracruz, México. Utilizaron dos instrumentos validados. El instrumento de RSE cuenta con 21 ítems y el de Éxito Competitivo con 10 ítems, ambos cuentan con escala Likert y con confiabilidad por arriba de 0.8 dada por el alfa de Cronbach. Para determinar el nivel de RSE se establecieron baremos tomando como referencia cuartiles. Se utilizó la prueba de correlación de Spearman para validar la relación entre RSE y éxito competitivo, y entre RSE y antigüedad de la empresa. Los resultados muestran que el 50 % de las microempresas de la muestra se ubicó en un nivel entre Q1 y Q3, lo que significa un valor por arriba del 25 % de los datos y por abajo del 75 % de los datos. Las pruebas muestran una relación entre RSE y éxito competitivo $rs=0.671$ y $p< 0.001$, al tener ese valor de p se puede decir que hay una relación alta; entre RSE y antigüedad de la empresa $rs=-0.740$ y $p<0.009$ (el valor de p denota una relación débil). Se concluye que el nivel del RSE que presentan las microempresas de servicio en Tierra Blanca es nivel medio y que hay una relación positiva alta entre RSE y éxito competitivo y una relación débil entre RSE y antigüedad de la empresa. Con estos hallazgos se tiene la base para fomentar acciones que robustezcan los conocimientos de los microempresarios de la localidad en pro de la RSE confiando que al hacerlo además de responder eficientemente a sus grupos de interés por añadidura fortalecerán su éxito competitivo.

Palabras clave: microempresas, responsabilidad social empresarial, éxito competitivo

Corporate Social Responsibility: an empirical analysis in microenterprises of services in the city of Tierra Blanca, Veracruz, Mexico

ABSTRACT

For several decades, Corporate Social Responsibility (CSR) has seemed to be a good strategy for organizations to solve social problems without losing sight of profitability. The objective of the research was to identify the level of CSR held by micro-service enterprises located in the city of Tierra Blanca, Veracruz, Mexico and the effect of this on their competitive success. The researchers conducted a descriptive, non-experimental (observational), correlational and cross-sectional study, under the quantitative paradigm of a sample of 226 micro-service enterprises. They used two validated instruments to measure the constructs. In the case of CSR, the instrument has 21 items, for Competitive Success the instrument has 10 items, both instruments have a Likert scale and reliability above 0.8 given by Cronbach's alpha. To determine the level of CSR, scales were established using quartiles as a reference. Spearman's test was used for the correlation between CSR and competitive success, and between CSR and company age. The results show that 50% of the microenterprises in the sample were located at a level between Q1 and Q3, which means a value above 25 % of the data and below 75 % of the data. The tests show a relationship between CSR and competitive success rs=0.671 and $p < 0.001$, having that value of p can be said that there is a high relationship; between CRS and company age rs=-0.740 and $p<0.009$ (the value of p denotes a weak relationship). It is concluded that the level of CSR presented by microservice companies in Tierra Blanca is medium level and that there is a highly positive relationship between CSR and competitive success and a week relationship between CSR and company age. With these findings, we have the basis to promote actions that strengthen the knowledge of the local service microentrepreneurs in favor of CRS, trusting that by doing so, in addition to responding efficiently to their stakeholders, they will also strengthen their competitive success

Keywords: microenterprises, corporate social responsibility, competitive success

Conflictos de Interés: Ninguna que declarar Todo el contenido de Horizonte Académico- Revista Científica, publicado en este sitio están disponibles bajo Licencia Creative Commons

INTRODUCCIÓN

La situación actual que aqueja al mundo y que tiene que ver con cambio climático, pobreza, incremento en las desigualdades sociales, riesgos de salud, por citar algunos, ponen en relieve la imperante necesidad que para solucionarlos se necesita un trabajo colaborativo entre gobiernos, empresas y sociedad civil (Godínez y Alfaro, 2022). Una de las acciones que coadyuva con tal propósito es la Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es una filosofía que provoca en las empresas una visión de negocios que integra respeto por las personas, por los valores éticos, por la comunidad y por el medioambiente incluido ello en la gestión misma de la empresa, con independencia del producto o servicio que ofrezca, del sector al que pertenezca, del tamaño que tenga y de la nacionalidad que sea (CEMEFI, 2024).

El origen de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) como concepto data de 1950 en Estados Unidos, sin embargo, en los países en desarrollo fue en 1990 cuando el concepto tomó fuerza misma que se incrementó hacia la década del 2000 (Bernal y Alpuche, 2023). La RSE es una cultura de cambio organizacional cuyas bases son la ética y la sustentabilidad con el objetivo de crear estrategias favorables a las dimensiones: social, económica y ambiental. En la primera dimensión se busca el bienestar y mejora de calidad de vida de la sociedad, la segunda dimensión encaminada a la generación de valor monetario para el público de interés (stakeholders), finalmente, la dimensión ambiental enfocada a controlar o minimizar el impacto negativo que el actuar de la organización pudiera ocasionar en los ecosistemas que la rodean (Salaiza et al., 2020), es decir, involucra tanto actores internos como externos y el alcance no se remite solo al cumplimiento legal (Carrillo et al., 2022). Por lo tanto, ser socialmente responsable implica que las empresas están obligadas a extender su impacto positivo en la sociedad mientras minimizan su impacto negativo (Ferrell y Hartline, 2012).

La RSE, para su correcta comprensión, requiere una visión integral de tal manera que el actuar de las empresas que la practican se entienda como una reciprocidad de beneficios a su entorno a través de acciones de respeto a los derechos humanos, de garantía de condiciones justas para sus empleados, de

promoción de cuidado para el medio ambiente, de transparencia en sus operaciones y de protección al consumidor (Barbosa et al., 2014). De acuerdo con Ormaza et al., (2020) los beneficios que aporta la RSE se engloban en tres ámbitos: social, económico y ambiental; en el ámbito social contempla mejoras en la calidad de vida, salud y educación, en el ámbito económico intenta el crecimiento equitativo sin daños a los recursos medio ambientales, finalmente, en el ámbito ambiental se concentra en el uso de energía renovable y el cuidado de la naturaleza de la cual obtiene recursos para su correcta operación. La jerarquía de estas dimensiones, de acuerdo con Carroll (citado por Bernal y Alpuche, 2023) prioriza las de orden económico, luego las legales, posteriormente, las éticas y finalmente las filantrópicas.

Para que la implementación de RSE sea exitosa es necesario que se de un cambio en las prácticas de gestión de las empresas, ese cambio liderado por los altos mandos y paulatinamente involucrar a diversos grupos de interés (Abad et al., 2019), de tal manera que en la empresa exista consciencia y congruencia con el cumplimiento de los planes y proyectos que beneficien a la empresa y los grupos de interés y siendo así su actuar la empresa puede considerarse socialmente responsable (Barrena et al., 2019). Por otra parte, estos esfuerzos por implementar la RSE ofrece la ventaja ofrecer beneficios para la reputación de la empresa de tal manera que sus clientes las prefieran (Alvarado y Schlesinger, 2008).

Las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPyMEs) son importantes en la economía mundial, son reconocidas como la mayor fuente de empleos (hasta el 45% del empleo total) y en los países emergentes son las responsables del 33% del producto interno bruto (PIB), en síntesis, las MiPyMEs juegan un papel preponderante tripartita: distribución del ingreso, reducción de la pobreza y generación de empleos (Bin Hashim et al., 1028; Bartolacci et al., 2020). En México, de acuerdo con el INEGI, en 2023 el 52.8% de las empresas eran microempresas, el 35.3% pequeñas, el 6.9% medianas y el 5.1% grandes. Al igual que en el mundo, las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPyMEs) son el motor de la economía mexicana, ya que generan el 52% de los ingresos y emplean a 27 millones de personas, lo que representa el 68.4% del total de personas que trabajan en el sector empresarial.

Con lo anterior queda claro que la adopción de la RSE en las empresas no solo pugna por los intereses económicos, sino que contribuye a un mejor mundo, sin pasar por alto que la decisión de practica de

RSE es voluntaria y que como añadidura a ese actuar la productividad y rentabilidad de la empresa se ven afectadas de manera positiva.

El objetivo de la presente investigación en conocer el nivel de RSE que presentan las microempresas de servicios en la localidad de Tierra Blanca, Veracruz y cómo esta impacta al éxito competitivo de la misma.

MATERIALES Y MÉTODOS

Esta investigación se enmarca en el enfoque cuantitativo, es un estudio descriptivo, no experimental, correlacional y de corte transversal. Se aplicaron instrumentos desarrollados y validados por Gallardo et al., (2013). Uno de ellos recupera aspectos respecto a la RSE en tres dimensiones: social, económica y medioambiental; está compuesta por 21 ítems (8, 5 y 8 para cada una de las dimensiones, respectivamente). El instrumento de éxito competitivo cuenta con 10 ítems. Ambos instrumentos cuentan con escala Likert de 10 puntos: "0: totalmente en desacuerdo" a "10: totalmente de acuerdo". Los sujetos de estudio fueron elegidos de manera intencional y no probabilística (se tomó la decisión debido a que se tenía especial interés en las microempresas del centro de la ciudad, si bien es cierto que el enfoque no probabilístico puede presentar sesgos, tiene la virtud de ser apropiado para estudios exploratorios como es el caso del presente); los criterios de inclusión fueron: ser microempresa, dentro del giro servicios y estar ubicada en la ciudad de Tierra Blanca. Se conformó una muestra de 226 microempresas de servicios. El procedimiento de colecta de datos se realizó de manera directa con los propietarios o responsables de las microempresas.

La captura y análisis de la información recolectada se realizó a través del programa de uso libre Jamovi v.2.2.5. y el SPSS v. 26.0.0. En el primero se realizaron estadísticas descriptivas y prueba de correlación; en el segundo la prueba de normalidad y el establecimiento de baremos.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

De las 226 microempresas analizadas, se obtuvo que respecto a la antigüedad el promedio fue de 10.8 años, con un máximo de 60 y un mínimo de medio año (ver tabla 1). En cuanto a número de empleados se tuvieron un mínimo de 1 empleados y un máximo de 12 (ver tabla 2).

Tabla 1. Descriptivos de antigüedad

	Antigüedad
N	226
Media	10.8
Mediana	8.00
DE	9.76
Mínimo	0.500
Máximo	60.0

Tabla 2. Descriptivos de número de empleados

	Empleados
N	226
Media	3.65
Mediana	3.00
DE	2.03
Mínimo	1
Máximo	12

La tabla 3 muestra los coeficientes alfa de Cronbach y omega de McDonald de cada una de las tres dimensiones del instrumento y del total (RSE), de tales datos se aprecia que el instrumento es confiable para medir la Responsabilidad Social Empresarial en las microempresas.

Tabla 3. Fiabilidad del instrumento de RSE aplicado con respecto a la población analizada

Escala	Alfa de Cronbach	Omega de McDonald
Dimensión Social	0.828	0.832
Dimensión Económica	0.630	0.639
Dimensión Medioambiental	0.857	0.861
Escala global (RSE)	0.898	0.899

Con respecto a éxito competitivo, los resultados de confiabilidad se aprecian en la tabla 4.

Tabla 4. Fiabilidad del instrumento de éxito competitivo aplicado con respecto a la población analizada

Escala	Alfa de Cronbach	Omega de McDonald
Éxito competitivo	0.929	0.930

Como se observa en la tabla 4 hay argumentos para sostener que el instrumento efectivamente recoge información del constructo bajo análisis (éxito competitivo).

Tomando como referencia a los cuartiles (Q), se procedió a determinar baremos para identificar el nivel de RSE en las microempresas, considerando, también, el nivel en las dimensiones. Para ello se utilizó el SPSS. Los valores arrojados se observan en la tabla 5.

Tabla 5. Valores de los cuartiles de las dimensiones y de la escala global

Estadísticos		D. Social	D. Económica	D. Medioambiental	RSE
N	Válidos	226	226	226	226
	Perdidos	0	0	0	0
Percentiles	25	56.75	37.75	56.00	152.00
	50	64.00	41.00	63.00	166.00
	75	70.00	46.00	70.00	184.25

Los valores extremos de cada uno de los niveles se muestran en la tabla 6, y con base en ellos se identificó el nivel actual que de RSE ostentan las microempresas de servicios.

Tabla 6. Valores en cuartiles de cada nivel de las dimensiones y de la escala global

	Nivel		
Dimensión	Bajo	Medio	Alto
Social	< 56.75	> 56.75 y < 64.00	> 70.00
Económica	< 37.75	> 37.75 y < 41.00	> 46.00
Medioambiental	< 56.00	> 56.00 y < 63.00	> 70.00
RSE	< 152.00	> 152.00 y < 166.00	> 184.25

En la tabla 7 se muestra el nivel alcanzado por la muestra con respecto a cada una de las tres dimensiones y el nivel de Responsabilidad Social Empresarial; como puede observarse es nivel medio, sin embargo, resulta interesante el hecho de que en el caso de RSE el 50 % de las microempresas puntúan en nivel medio y el otro 50 % se reparte en partes prácticamente iguales en los niveles alto y bajo.

Tabla 7. Número de microempresas por nivel de las dimensiones de RSE y RSE

Dimensión	NIVELES						TOTAL	
	BAJO		MEDIO		ALTO			
	Núm.	%	Núm.	%	Núm.	%	Núm.	%
Social	56	24.8	109	48.2	61	27.0	226	100
Económica	56	24.8	103	45.6	67	29.6	226	100
Medioambiental	61	27.0	105	46.5	60	26.5	226	100
RSE	57	25.2	113	50.0	56	24.8	226	100

Para realizar las correlaciones, primeramente, se aplicaron pruebas de normalidad para sustentar el uso de pruebas paramétricas o no paramétricas. La tabla 8 muestra los resultados de ello y el sustento para la utilización de la prueba de Spearman para medir las correlaciones.

Tabla 8. Prueba de normalidad Kolmogorov-Smirnov

	Estadístico	gl.	Sig.
D. Social	.112	226	.000
D. Económica	.078	226	.002
D. Medioambiental	.106	226	.000
RSE	.091	226	.000
Éxito Competitivo	.165	226	.000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Para identificar la relación entre Nivel de RSE y Éxito competitivo se utilizó una Correlación de Spearman. Siendo la hipótesis alternativa:

Ha: Existe una relación significativa entre Nivel de RSE y éxito competitivo en las microempresas de servicios de la localidad de Tierra Blanca, Veracruz, México.

Los resultados indican que existe una relación alta dados los valores de p<0.001 y rs=0.671 (Mayorga, 2022), ver Tabla 9.

Tabla 9. Matriz de correlación RSE y Éxito Competitivo

Correlation Matrix			
		RSE	Éxito competitivo
RSE	Spearman's rho	_	
	gl	_	
	p-value	_	
Éxito competitivo	Spearman´s rho	0.671***	_
	gl	224	_
	p-value	<0.001	_

Nota. * p < .05, ** p < .01, *** p < .001

También, para identificar la relación entre Nivel de RSE y antigüedad de la microempresa de servicios se utilizó Correlación de Spearman. Siendo la hipótesis alternativa:

Ha: Existe una relación significativa entre Nivel de RSE y antigüedad de la microempresa de servicios de la localidad de Tierra Blanca, Veracruz, México.

Los resultados indican que existe una relación débil dados los valores de p<0.01 y rs=-0.174, (Mayorga, 2022), Tabla 10.

Tabla 10. Matriz de correlación Nivel de RSE y antigüedad

Correlation Matrix			
		Antigüedad	Nivel RSE
Antigüedad	Spearman's rho	_	
	gl	_	
	p-value	_	
Nivel RSE	Spearman´s rho	- 0.174**	_
	gl	224	_
	p-value	0.009	_

Nota. * p < .05, ** p < .01, *** p < .001

DISCUSIÓN

El objeto de estudio han sido las microempresas de servicio por su gran impacto en el crecimiento económico del país y ser las principales contribuyentes del PIB y generadoras de empleo, teniendo como eje principal la RSE debido a la relevancia que esta filosofía supone en la contribución a los problemas que aquejan al mundo actual.

Los resultados de la presente investigación permiten observar que el nivel de responsabilidad social empresarial que caracteriza a las microempresas estudiadas es medio, que si bien no es malo pone de manifiesto que al igual que los resultados obtenidos por Godínez y Alfaro (2022) es indispensable que cuando las empresas hablan de generar valor deben considerar no solamente los criterios económicos sino también los sociales y ambientales y así lograr un valor sostenible.

El nivel medio obtenido tanto en la RSE como en cada una de sus tres dimensiones también coincide con los resultados de López (2013) en donde se obtiene que casi el 50% de las microempresas de servicios estudiadas practican la RSE de manera consciente eso sin duda es un resultado esperanzador, sin embargo, hay un porcentaje cercano al 25% de microempresas que no asume la RSE, es decir, no le considera importancia, y de acuerdo con Buentello (2021) sí hay estrategias que pueden adoptar las microempresas en cuanto a RSE se trata.

La correlación alta entre RSE y éxito competitivo coincide con los resultados de Muñoz (2013) y Lara y Sánchez (2021) quienes consideran que las empresas se vuelven más competitivas gracias a la RSE logrando procesos más rentables, y esta es una buena razón por la cual las empresas deberían adoptar la filosofía de la RSE pues es innegable el hecho de que una empresa tiene como objetivo ser rentable,

tener utilidades, ganancias, y aunque deben hacerse más investigaciones para tener resultados concluyentes, esta investigación encontró que a mayor RSE en la empresa mayor será éxito competitivo. Con respecto a la relación, aunque débil entre la RSE y la antigüedad de la empresa discrepa de los resultados obtenidos por Pérez, Zapata y Esparza (2020) en no hubo relación alguna dando tranquilidad respecto a que las jóvenes microempresas pueden competir dignamente frente a las longevas en cuanto a RSE se trata.

Dentro de las líneas futuras de investigación que abre esta investigación es si la práctica de RSE en las empresas presenta diferencias significativas que tengan que ver con el tamaño, giro o tipo de producto que vendan.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Abad, E., Cortés, F. J. y Belmonte, L. J. (2019). The sustainable approach to corporate social responsibility: A global analysis and future trends. *Sustainability*, *11(19)*, 5382. https://doi.org/10.3390/su11195382

Barbosa, D., Medina, C., y Vargas, M. (2014). Globalización, capitalismo financiero y responsabilidad social empresarial: Tensiones estructurales. *Civilizar: Ciencias Sociales y Humanas, 14*(27), 135-154. https://doi.org/10.22518/16578953.186

Barrena-Martínez, J., López-Fernández, M. y Romero-Fernández, P. (2019). Towards a configuration of socially responsible human resource management policies and practices: Findings from an academic consensus, *The International Journal of Human Resource Management*, *30*(17), 2544-2580.

Bartolacci, F., Caputo, A. & Soverchia, M. (2020). Sustainability and financial performance of small and medium sized enterprises: A bibliometric and systematic literature review. *Business Strategy and the Environment*, *29*(3), 1297-1309. https://doi.org/10.1002/bse.2434

Bernal, J.L. y Alpuche, E. (2023). La responsabilidad social empresarial como estrategia organizacional: un análisis empírico para la región oriente del Estado de México. *CIENCIA ergo-sum, Revista Científica Multidisciplinaria de Prospectiva*, *30*(1), 1-18. https://doi.org/10.30878/ces.v30n1a1

Bin Hashim, N. A., Raza, S. & Minai, M. S. (2018). Relationship between entrepreneurial competencies and small firm performance: Are dynamic capabilities the missing link? *Academy of Strategic Management Journal*, *17*(2), 1-10. Recuperado de https://www.abacademies.org/articles/Relationship-between-entrepreneurial-competencies-and-small-firm-1939-6104-17-2-198.pdf

Buentello, C., Valenzuela, N., Gómez, L. y Villareal, V. (2021). Percepción de la filosofía de RSE, de directivos de mypes del sector servicios en Piedras Negras Coahuila. *Revista RELAYN, 5*(2), 167-185. Recuperado de https://iquatroeditores.org/revista/index.php/relayn/article/view/339

Carrillo, T. D. N. J., Urrea, M. L., Tereso, L., y Verdugo, L. M. (2022). Áreas de Responsabilidad Social Empresarial en empresas sinaloenses: Un análisis desde la innovación social. *Revista de Ciencias Sociales, 27* (6), 352-363. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8598062

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

Centro Mexicano para la Filantropía CEMEFI (2024). El concepto de la responsabilidad social empresarial. Recuperado de www.cemefi.org/centrodedocumentacion/1426.pdf

Ferrell, O., y Hartline, M. (2012). *Estrategia de Marketing.* México*:* Aprendizaje Cengage. *Recuperado de* https://books.google.com.mx/books?id=PHHMsYIyh1wC&printsec=frontcover&dq=Estrategia+de+marketing.&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwjemN_2upHsAhWaJTQIHd3xCnwQ6AEwAHoECAIQAg#v=onepage&q=Estrategia%20de%20marketing.&f=false

Gallardo, D., Sánchez, M.I., Corchuelo, M.I.. (2013). Validación de un instrumento de medida para la relación entre la orientación hacia la responsabilidad social corporativa y otras variables estratégicas de la empresa. *Revista de Contabilidad, 16*(1), 11-23. Recuperado de https://www.redalyc.org/pdf/3597/359733644002.pdf

Godínez, N.L. y Alfaro, G. (2022). Impacto de la responsabilidad social empresarial en el desarrollo sostenible de México. *Revista Espacios, 43*(11), 108-121. https://doi.org/10.48082/espacios-a22v43n11p08

Instituto Nacional de Estadística y Geografía INEGI (2023). Estadísticas a propósito del Día de las Microempresas y las Pequeñas y Medianas Empresas. Recuperado de https://www.inegi.org.mx/app/salaDeprensa/noticia.html?id=8275

Lara, I.A. y Sánchez, J. (2021). Responsabilidad social empresarial para la competitividad de las organizaciones en México. *Mercados y Negocios,* 43, 97-118. Recuperado de https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=571867103005

Mayorga, LA. (2022). Manual de la metodología de la investigación. Cusco: Yachay

Muñoz, J. (2013). Ética empresarial, Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y Creación de Valor Compartido (CVC). *Journal Globalization, Competitiveness & Gobernability,* 7(3), 76-88. Recuperado de https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=511851339007

Ormaza, J., Ochoa, J., Ramírez, F., y Quevedo, J. (2020). Responsabilidad social empresarial en el Ecuador: Abordaje desde la Agenda 2030. *Revista de Ciencias Sociales (Ve), XXVI*(3), 175-193. https://doi.org/10.31876/rcs.v26i3.33241

Pérez, M., Zapata, J. y Esparza, J. (2020). La antigüedad de las Mipymes y su impacto en las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial – RSE – mediante el análisis factorial confirmatorio. *Libre Empresa, 17*(1), 48-62.

Salaiza, F., Osuna, L., Joya, I. y Alvarado, L. (2020). Responsabilidad Social Empresarial en la innovación de PYMES en Sinaloa México. R*evista Científica Electrónica de Ciencias Humanas*, Num. Esp., 72-84. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7611497

Salazar, A. (2013). Hacia la responsabilidad social empresarial de pequeñas empresas: caso México. *Revista Internacional Administración & Finanzas, 6*(6), 39-54. Recuperado de https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2285755