

## Conocimientos, Actitudes y Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en PYMES del Noroeste de México\*

Knowledge, Attitudes and Practices of Corporate Social Responsibility in SMEs in Northwestern Mexico

**Teodoro Rafael Wendlandt Amézaga\*\***  
**Anakaren Encinas Talamante\*\*\***  
**Andrea Cecilia Gutierrez Vazquez\*\*\*\***

### RESUMEN

El propósito de la presente investigación fue estudiar los conocimientos, actitudes y prácticas de RSE en Pequeñas y Medianas empresas (PYMES) del Municipio de Cajeme, en el noroeste de México. Para la consecución del objetivo se empleó una metodología cuantitativa de diseño no experimental y tipo transversal, con un alcance descriptivo-comparativo. Los datos analizados se obtuvieron mediante un muestreo por conveniencia, contando con una participación total de 50 organizaciones, cuyos sujetos fueron en su mayoría los administradores de las PYMES. De manera general, los resultados muestran mínimas diferencias entre los porcentajes obtenidos de las dimensiones en estudio, sugiriendo que las PYMES de la localidad efectivamente comprenden y aplican la responsabilidad social. A manera de conclusión, es de esperarse se incremente el número de estudios y las actividades de promoción de la RSE, todo ello en beneficio de una sociedad cada vez más sostenible.

**Palabras clave:** responsabilidad social, conocimientos, actitudes, prácticas y PYMES.

\* Artículo original derivado del Proyecto “PYMES en el noroeste de México” Financiado por “Instituto Tecnológico de Sonora” en el 2019

\*\* Profesor de Tiempo Completo del Departamento de Ciencias Administrativas. Instituto Tecnológico de Sonora. Sonora – México. ORCID. 0000-0003-0244-4062. Email. teodoro.wendlandt@itson.edu.mx. Google Académico <https://scholar.google.com.mx/citations?user=tgRN-kdUsf4C&hl=es>

\*\*\* Licenciada en Administración. Instituto Tecnológico de Sonora. Sonora – México. ORCID. 0000-0002-6412-2547. Email. anaket25@gmail.com Google Académico <https://scholar.google.com.mx/citations?hl=es&user=U7aFRcYAAAAJ>

\*\*\*\* Egresada de la Licenciatura en Administración. Instituto Tecnológico de Sonora. Sonora – México. ORCID. 0000-0002-7255-1616 Email. andrea.guva97@gmail.com Google académico [https://scholar.google.es/citations?view\\_op=list\\_works&hl=es&user=q6BIyQ4AAAAJ](https://scholar.google.es/citations?view_op=list_works&hl=es&user=q6BIyQ4AAAAJ)

JOURNAL OF BUSINESS  
and entrepreneurial  
**studies**

ISSN: 2576-0971



<https://doi.org/10.37956/jbes.v4i2.95>

Atribución/Reconocimiento-NoComercial- Compartirlgual 4.0 Licencia Pública Internacional — CC

**BY-NC-SA 4.0**

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/legalcode.es>

Journal of Business and entrepreneurial

Julio - diciembre Vol. 4 - 2 - 2020

<http://journalbusinesses.com/index.php/revista>

e-ISSN: 2576-0971

[journalbusinessentrepreneurial@gmail.com](mailto:journalbusinessentrepreneurial@gmail.com)

Recepción: 4 Junio 2019

Aprobación: 19 Abril 2020

Pag 200 - 2013

## ABSTRACT

The purpose of this research was to study the knowledge, attitudes and practices of CSR in Small and Medium Enterprises (SMEs) of the Municipality of Cajeme, in northwestern Mexico. To achieve this aim, a quantitative methodology of non-experimental design and cross-sectional type was used, with a descriptive-comparative scope. The data analyzed were obtained through a convenience sample, counting with a total participation of 50 organizations, whose subjects were mostly SME administrators. In general, the results show minimal differences between the percentages obtained from the dimensions under study, suggesting that local SMEs effectively understand and apply social responsibility. As a conclusion, it is expected to increase the number of studies and promotional activities of CSR, all for the benefit of an increasing sustainable society.

**Key words:** social responsibility, knowledge, attitudes, practices, and SMEs.

## INTRODUCCIÓN

Desde los primeros años del siglo XXI, es posible percatar una evolución tanto del contexto empresarial como el académico con respecto al fenómeno de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE). De acuerdo con McWilliams, Siegel y Wright (2006), estos años transcurrieron desde un contexto poco preciso e incierto, hasta que la RSE se convirtió en un fenómeno de estudio ampliamente discutido en las organizaciones empresariales y de interés para profesores académicos e investigadores; lo anterior debido a su utilidad práctica en la consecución de objetivos y su beneficio estratégico en los procesos de planeación (e.g. Maignan & Ferrell, 2004).

Por lo tanto, cabe señalar que actualmente la responsabilidad que las empresas tienen para con la sociedad y el medioambiente, debe expresarse mediante un comportamiento que considere e integre las expectativas de sus diversos grupos de interés (Moreno & Graterol, 2011). Además, que esta responsabilidad debería integrarse en toda y en todas las empresas en general, como parte de su cultura, identidad y valores.

En la actualidad existen múltiples conceptualizaciones sobre la RSE, los cuales han trascendido en distintos períodos y se han complementado mediante aportaciones de diversos autores (e.g. Carroll, 1979; Freeman, 1984; Frederick, 1960). Como por ejemplo García y Zabala (2008, p.115) señalan que es “un instrumento corporativo que implica un compromiso de las empresas a través de la aplicación sistemática de recursos para respetar y promover los derechos de las personas, el crecimiento de la sociedad y el cuidado del ambiente;” en cambio Frederick (1960, p.60) afirma que la responsabilidad social “...implica una postura hacia la economía y recursos humanos de la sociedad y una disposición para ver que aquellos recursos son usados para fines ampliamente sociales y no simplemente para los intereses de las personas privadas y las empresas.”

De igual forma a través de los años algunas instituciones han buscado proporcionar conceptualizaciones de relevancia con el fin de otorgar guías o normas para la orientación e implementación de acciones de RSE. Un caso de estos es la ISO 26000 (2010, p.3), la cual afirma que la “responsabilidad de una organización ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y el medio ambiente, mediante un comportamiento ético y transparente que: - contribuya al desarrollo sostenible, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad; -

tome en consideración las expectativas de sus partes interesadas; - Cumpla con la legislación aplicable y sea coherente con la normativa internacional de comportamiento; y - esté integrada en toda la organización y se lleve a la práctica en sus relaciones.”

Finalmente, Drucker (1984, p.10) describe a la responsabilidad social como aquel instrumento capaz de “convertir un problema social en oportunidad económica y beneficio económico, en capacidad productiva, en habilidades humanas, en trabajos bien pagos y en riqueza.” Sin duda alguna estos autores buscan concebir a la responsabilidad social como un instrumento cuyo objetivo es mantener y renovar la relación existente entre las empresas y la sociedad, también conocido como “el contrato social” (Steiner, 1972).

Por su parte, el desarrollo evolutivo de la RSE en PYMES en años recientes muestra una tendencia clara y creciente en su estudio (Herrera, Larrán, Lechuga, & Martínez-Martínez, 2015). Además, autores como Soundararajan, Jamali y Spence (2018) distinguen cuatro períodos en la evolución teórica de la responsabilidad social en pequeñas organizaciones empresariales.

El primer de ellos comprende de 1972-1979, período en el que surgen desacuerdos sobre la finalidad de los negocios (Keim, 1978) y posteriormente se propone el modelo de visualización de la responsabilidad empresarial (enlightened self-interest model). En el segundo período de 1980-1989, se da a conocer el modelo del desempeño social corporativo, el cual fungió como complemento de todas las conceptualizaciones que hasta el momento se tenían sobre la RSE. Cabe señalar que, en este período, Lee (2008) menciona que los motivos sociales y económicos de las empresas se encontraban esporádicamente alineados o conectados.

Posteriormente, Soundararajan et al. (2018) mencionan un tercer período que abarca de 1990-1999, años en los que se establece una relación entre la RSE y los procesos correspondientes a la toma de decisiones estratégicas, cuyo fin es la ventaja competitiva. Además, surge la teoría de los grupos de interés y el modelo estratégico de gestión de la RSE, el cual conforme las palabras de Lee (2008) se centró en la obtención de resultados de mercado. Por último, el cuarto período temporal fue del año 2000 hasta el presente, en donde los estudios de la RSE gradualmente cambiaron hacia la gestión estratégica, cuyos resultados fueron de tipo monetarios, de desempeño en procesos y/o productos o de mercado (e.g. Fuller & Tian, 2006; Jenkins, 2006; Niehm, Swinney, & Miller, 2008).

Por otra parte, entre las diversas perspectivas de análisis sobre la RSE en PYMES dentro de la literatura académica, es posible mencionar algunas como: la gestión (e.g. Perrini, Russo, & Tencati, 2007; Ortiz & Kühne, 2008; Perrini & Minoja, 2007), el medioambiente (e.g. Williamson, Lynch-Wood, & Ramsay, 2006; Spence, Jeurissen, & Rutherford, 2000; Nejati, Amran, & Ahmad, 2014) y las prácticas de la RSE en PYMES, incluyéndose aproximaciones para su instrumentalización o medición (e.g. Coppa & Sriramesh, 2013; Giraldo-Cárdenas, Kammerer-Mejía, & Ríos-Osorio, 2016; Pastrana & Sriramesh, 2014; Vives, 2006).

En relación con la última perspectiva de análisis, es importante resaltar el estudio de Giraldo-Cárdenas et al. (2016), el cual tuvo como propósito el indagar sobre los conocimientos, actitudes y prácticas de la RSE en PYMES colombianas del sector económico del aseo. Para ello, se recopiló información de una muestra de 24 organizaciones empresariales, cuyos sujetos participantes respondieron un cuestionario con fundamento en la norma internacional ISO 26000. Entre sus hallazgos, cabe señalar que no fueron identificadas diferencias entre las actitudes, prácticas y conocimientos de RSE entre los grupos de empleados y administradores (o directivos); además que se concluye que el 58% de las empresas señalaron incorporar prácticas de RSE en su cultura organizacional, el 61.5% de ellas poseen actitudes de responsabilidad social y el 59.9% señaló conocer sobre el tema.

En consideración de todo lo anterior y tomando en cuenta el fenómeno de estudio de la RSE como una de las tendencias actuales de la administración (Müñch, 2014), además de la importancia de las PYMES para las economías nacionales, regionales y locales (Correa, Leiva, & Stumpo, 2018); en este sentido, la presente investigación pretende contribuir al conocimiento de la RSE en PYMES con fundamento en estudios previos (Giraldo-Cárdenas et al., 2016), para lo cual se propone estudiar los conocimientos, actitudes y prácticas de RSE en PYMES del Municipio de Cajeme, en el noroeste de México.

## MATERIALES Y MÉTODOS

Para la consecución del objetivo se empleó una metodología cuantitativa de diseño no experimental y tipo transversal, con un alcance descriptivo-comparativo. Para la selección de los sujetos en el estudio, se consideró como población a todas las empresas PYMES del Municipio de Cajeme, las cuales contabilizaron un total de 18,201 unidades de acuerdo con el Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas ([www.beta.inegi.org.mx/app/mapa/denue/](http://www.beta.inegi.org.mx/app/mapa/denue/)). Posteriormente, se logró recopilar información mediante un muestreo por conveniencia, contando con una participación total de 50 organizaciones que representaron la muestra final del estudio (*n*).

Por su parte, entre las principales características de los sujetos de la muestra se identificó un promedio de edad de 33.8 años, con un rango de edad que osciló de los 22-60 años y una desviación estándar de 9.4 años. Con respecto a su ingreso promedio mensual y antigüedad en la empresa, estas fueron de \$12,038 pesos mexicanos (aproximadamente \$630 dls americanos) y 5.9 años de antigüedad. Por último, cabe señalar que del total de participantes, el 68% (34 personas) fueron mujeres y el 32% (16 personas) fueron varones. A continuación, en la siguiente tabla se describen las demás características sociodemográficas (Véase Tabla I).

**Tabla I** Características sociodemográficas de lo sujetos participantes (*n* = 50)

Giro/Sector	f		Puesto de trabajo	f		Nivel de escolaridad	f	
		%			%			%
Comercio	24	48	Administradores	27	54	Preparatoria	3	6
Servicio	20	40	Empleado	19	38	Licenciatura	43	86
Industria	6	12	Propietario	4	8	Posgrado <sup>a</sup>	4	8

Nota. Elaboración propia. <sup>a</sup>= sumatoria de tres personas con maestría y uno con nivel doctorado.

El instrumento de medición que se utilizó para la investigación fue tomado del estudio de Giraldo-Cárdenas et al. (2016), con fundamento en la ISO 26000 que se integra por siete materias fundamentales. Cabe señalar que este instrumento se constituye por tres dimensiones (actitudes, conocimientos y prácticas de la RSE) que suman en total 39 preguntas, las cuales se respondieron mediante una escala tipo ikert con cuatro opciones de respuesta, variando desde 1 (*Muy en desacuerdo*) hasta 4 (*Muy de acuerdo*). Cada respuesta se consideró una aproximación al nivel de concordancia con cada afirmación de la escala general, en donde un número mayor representó mayor conformidad.

En relación a la confiabilidad del instrumento de medición, esta se calculó utilizando para ello el coeficiente estadístico Alfa de Cronbach, el cual obtuvo para la escala en general un puntaje de 0.96, indicando con ello un muy buen nivel de consistencia interna (Martínez, Hernández, & Hernández, 2006). Al respecto, es importante señalar que el valor límite mínimo de aceptación

considerado para este coeficiente es 0.70 (Véase Field, 2005). Por su parte, los coeficientes calculados para cada dimensión de la RSE también resultaron con muy buen nivel de consistencia interna (ver Tabla 2).

**Tabla 2** Coeficientes de confiabilidad del instrumentos de medición

Dimensiones de RSE	Alfa de Cronbach
Conocimientos	0.90
Actitudes	0.91
Prácticas	0.89
Escala en general	0.96

Nota. Coeficientes obtenidos como resultado del análisis de los ítems.

## RESULTADOS

De manera general, a continuación se muestran en la tabla número tres los resultados de las tres dimensiones de la RSE, las cuales se presentan con su respectiva media aritmética (*M*), desviación estándar (*DS*) y error estándar (*E.S.*). Al comparar sus medias, se identificó una gran similitud entre los puntajes obtenidos.

**Tabla 3** Resultados generales de las dimensiones de la RSE

Dimensiones de la RSE	<i>M</i>	<i>DS</i>	<i>E.S.</i>
1.- Conocimientos	3.16	.561	.079
2.- Actitudes	3.15	.568	.080
3.- Prácticas	3.16	.545	.077
Promedios:	3.16	.516	.073

Nota. Elaboración propia con información del análisis de los datos.

Como parte del análisis de la primera dimensión de conocimientos de la RSE en PYMES, en la tabla número cuatro se observa la posibilidad de un sesgo de tipo positivo (*deseabilidad social*) en las preguntas o ítems que conforman esta dimensión, la cual resultó con una media de 3.16 puntos. Cabe mencionar que el ítem con una mayor magnitud fue el número seis, el cual se asocia con aspectos como mejorar la calidad de vida de las personas, el ambiente y el cumplimiento de la ley. Por el contrario, el ítem con una menor magnitud fue el número ocho, el cual se asocia con el análisis del ciclo de vida y el etiquetado ecológico.

**Tabla 4** Dimensión de conocimientos de la RSE

Preguntas/ítems de la primera dimensión	<i>M</i>	<i>DS</i>	<i>E.S.</i>
1.- Las Pymes conocen sobre las diferentes maneras de rendir cuentas por sus impactos en la sociedad, economía y el medio ambiente.	3.02	.869	.123
2.- En las Pymes existen políticas que previenen los actos de corrupción y se capacita al personal para evitarla.	3.04	.781	.111
3.- Las Pymes son socialmente responsables porque incorporan los derechos humanos en sus prácticas.	3.26	.777	.110
4.- Las Pymes conocen ampliamente los Derechos Humanos que deben protegerle a sus trabajadores.	3.14	.808	.114

5.- Los procesos de selección y contratación del personal en las Pymes, evitan discriminación por edad, religión, raza y género, opinión política y nacionalidad.	3.20	.904	.128
6.- Para las Pymes la Responsabilidad Social son acciones que permiten mejorar la calidad de vida de las personas, el ambiente y cumplir la ley.	3.38	.780	.110
7.- Las Pymes garantizan a los trabajadores un empleo seguro, con jornadas laborales justas y una remuneración equitativa.	3.32	.768	.109
8.- Las Pymes realizan análisis de ciclo de vida del producto y su etiquetado ecológico como parte activa del conocimiento Responsable y Social.	2.82	.873	.124
9.- Las Pymes cuentan con políticas de prevención a los impactos que se generan al medio ambiente.	2.84	.997	.141
10.- La educación ambiental en las Pymes, es fundamental para promover el desarrollo de sociedades y estilos de vida sostenibles.	3.30	.789	.112
11.- La competencia justa y limpia entre las Pymes genera confianza entre los consumidores.	3.30	.735	.104
12.- Las Pymes informan a los consumidores de manera clara las formas de acceder a los servicios posventa que ofrecen.	3.34	.798	.113
13.- Las Pymes conocen que los informes de gestión son necesarios para tener un equilibrio con el entorno.	3.16	.792	.112
Totales por dimensión:	3.16	.561	.079

Nota. Elaboración propia con información resultante del análisis de los datos.

De manera específica, en las respuestas a las preguntas de esta primera dimensión se observó una propensión hacia las opciones (3) *de acuerdo* y (4) *muy de acuerdo*, lo que sugiere la posibilidad de cierta deseabilidad social. Por el contrario, las primeras dos opciones de respuesta resultaron con porcentajes menores de respuesta (ver Tabla 5).

**Tabla 5** Preguntas de la dimensión de conocimientos de la RSE

Preguntas/ítems de la primera dimensión	(1) <sup>a</sup>	(2)	(3)	(4)
1.- Las Pymes conocen sobre las diferentes maneras de rendir cuentas por sus impactos en la sociedad, economía y el medio ambiente.	4 (8%)	6 (12%)	25 (50%)	15 (30%)
2.- En las Pymes existen políticas que previenen los actos de corrupción y se capacita al personal para evitarla.	3 (6%)	5 (10%)	29 (58%)	13 (26%)
3.- Las Pymes son socialmente responsables porque incorporan los derechos humanos en sus prácticas.	1 (2%)	7 (14%)	20 (40%)	22 (44%)
4.- Las Pymes conocen ampliamente los Derechos Humanos que deben protegerle a sus trabajadores.	1 (2%)	10 (20%)	20 (40%)	19 (38%)
5.- Los procesos de selección y contratación del personal en las Pymes, evitan discriminación por edad, religión, raza y género, opinión política y nacionalidad.	2 (4%)	10 (20%)	14 (28%)	24 (48%)
6.- Para las Pymes la Responsabilidad Social son acciones que permiten mejorar la calidad de vida de las personas, el ambiente y cumplir la ley.	1 (2%)	6 (12%)	16 (32%)	27 (54%)

7.- Las Pymes garantizan a los trabajadores un empleo seguro, con jornadas laborales justas y una remuneración equitativa.	1 (2%)	6 (12%)	19 (38%)	24 (48%)
8.- Las Pymes realizan análisis de ciclo de vida del producto y su etiquetado ecológico como parte activa del conocimiento Responsable y Social.	4 (8%)	12 (24%)	23 (46%)	11 (22%)
9.- Las Pymes cuentan con políticas de prevención a los impactos que se generan al medio ambiente.	6 (12%)	11 (22%)	18 (36%)	15 (30%)
10.- La educación ambiental en las Pymes, es fundamental para promover el desarrollo de sociedades y estilos de vida sostenibles.	2 (4%)	4 (8%)	21 (42%)	23 (46%)
11.- La competencia justa y limpia entre las Pymes genera confianza entre los consumidores.	---	8 (16%)	9 (38%)	23 (46%)
12.- Las Pymes informan a los consumidores de manera clara las formas de acceder a los servicios posventa que ofrecen.	1 (2%)	7 (14%)	16 (32%)	26 (52%)
13.- Las Pymes conocen que los informes de gestión son necesarios para tener un equilibrio con el entorno.	---	12 (24%)	18 (36%)	20 (40%)
Promedio (porcentaje) por dimensión:	2.36 (4.7%)	8.0 (16%)	19.07 (38.14%)	20.15 (40.3%)

Nota. Elaboración propia con información resultante del análisis de los datos. <sup>a</sup> = (1) Muy en desacuerdo; (2) En desacuerdo; (3) De Acuerdo; (4) Muy de acuerdo.

Al analizar la segunda dimensión de actitudes, en la tabla número seis también se observa un posible sesgo de tipo positivo en las preguntas de esta dimensión, obteniendo una media de 3.14 puntos. Es importante mencionar que el ítem con una mayor magnitud fue el número quince, el cual refiere a la ética como la base de las Pymes. Por el contrario, el ítem con una menor magnitud fue el número veinticinco, el cual se asocia con aspectos como el diseño de los productos y los envases que utilizan las PYMES y su impacto en el medio ambiente.

**Tabla 6.** Dimensión de actitudes de la RSE

Preguntas/ítems de la segunda dimensión	M	DS	E.S.
14.- Las Pymes tienen en cuenta la opinión de los empleados, proveedores, sociedad, entre otros para los aspectos relevantes que se les presenta.	3.22	.790	.112
15.- La ética es la base de las Pymes.	3.46	.579	.082
16.-Las prácticas laborales que tienen las Pymes, implican cumplir con los Derechos Humanos	3.32	.653	.092
17.-. Las Pymes tienen presente que en su empresa no hay contratación de menores de 18 años.	3.26	.777	.110
18.- El comportamiento de las Pymes, se basa en los valores de honestidad, equidad e integridad.	3.28	.671	.095
19.-El salario otorgado por las Pymes a los empleados se encuentra dentro de los límites establecidos en la escala de regulación laboral.	3.06	.958	.135

20.-Las Pymes realizan reuniones frecuentes para escuchar los comentarios y aportes de los empleados, clientes, proveedores, entre otros.	3.02	.958	.135
21.-Las Pymes se preocupan por cuidar de sus acciones frente al entorno que las rodea.	3.16	.866	.122
22.-Las Pymes tienen una creación de conciencia ambiental entre los trabajadores.	2.98	.892	.126
23.-Las Pymes implementan en sus colaboradores, una conciencia hacia el reciclaje.	2.92	.944	.134
24.-Las relaciones entre las Pymes y sus proveedores, contratistas, clientes, entre otros, busca fundamentalmente crear lazos de transparencia y ética a corto y largo plazo.	3.30	.735	.104
25.-El diseño de los productos y los envases que se elaboran en las Pymes, busca no impactar el ambiente.	2.86	.881	.125
26.-Las Pymes educan a los consumidores sobre la salud y seguridad ligada al uso de sus productos, incluidos los peligros asociados.	3.12	.872	.123
Totales por dimensión:	3.15	.568	.080

Nota. Elaboración propia con información resultante del análisis de los datos.

Tomando en cuenta el porcentaje de las respuestas a las preguntas de la tercera dimensión, se observó una propensión generalizada hacia las opciones (3) *de acuerdo* y (4) *muy de acuerdo*, lo que también sugiere posibilidad de cierta deseabilidad como resultado de un sesgo positivo. Asimismo, esta posibilidad fue evidente al calcularse un promedio por cada opción de respuesta, identificándose de igual manera a la tercera y cuarta opción con los mayores valores numéricos (Véase siguiente Tabla 7).

**Tabla 7.** Preguntas de la dimensión de actitudes de la RSE

Preguntas/ítems de la segunda dimensión	(1) <sup>a</sup>	(2)	(3)	(4)
14. Las Pymes tienen en cuenta la opinión de los empleados, proveedores, sociedad, entre otros para los aspectos relevantes que se les presenta.	2 (4%)	5 (10%)	23 (46%)	20 (40%)
15. La ética es la base de las Pymes.	---	2 (4%)	23 (46%)	25 (50%)
16. Las prácticas laborales que tienen las Pymes, implican cumplir con los Derechos Humanos.	---	5 (10%)	24 (48%)	21 (42%)
17. Las Pymes tienen presente que en su empresa no hay contratación de menores de 18 años.	1 (2%)	7 (14%)	20 (40%)	22 (44%)
18. El comportamiento de las Pymes, se basa en los valores de honestidad, equidad e integridad.	---	6 (12%)	24 (48%)	20 (40%)
19. El salario otorgado por las Pymes a los empleados se encuentra dentro de los límites establecidos en la escala de regulación laboral.	1 (2%)	13 (26%)	18 (36%)	18 (36%)
20. Las Pymes realizan reuniones frecuentes para escuchar los comentarios y aportes de los empleados, clientes, proveedores, entre otros.	3 (6%)	13 (26%)	14 (28%)	20 (40%)



21. Las Pymes se preocupan por cuidar de sus acciones frente al entorno que las rodea.	2 (4%)	9 (18%)	18 (36%)	21 (42%)
22. Las Pymes tienen una creación de conciencia ambiental entre los trabajadores.	2 (4%)	14 (28%)	17 (34%)	17 (34%)
23. Las Pymes implementan en sus colaboradores, una conciencia hacia el reciclaje.	3 (6%)	15 (30%)	15 (30%)	17 (34%)
24. Las relaciones entre las Pymes y sus proveedores, contratistas, clientes, entre otros, busca fundamentalmente crear lazos de transparencia y ética a corto y largo plazo.	---	8 (16%)	19 (38%)	23 (46%)
25. El diseño de los productos y los envases que se elaboran en las Pymes, busca no impactar el ambiente.	3 (6%)	14 (28%)	20 (40%)	13 (26%)
26. Las Pymes educan a los consumidores sobre la salud y seguridad ligada al uso de sus productos, incluidos los peligros asociados.	1 (2%)	13 (26%)	15 (30%)	21 (42%)
Promedio (porcentaje) por dimensión:	2.0 (4.0%)	9.53 (19.06%)	19.23 (38.46%)	19.84 (39.68%)

Nota. Elaboración propia con información resultante del análisis de los datos. <sup>a</sup> = (1) Muy en desacuerdo; (2) En desacuerdo; (3) De Acuerdo; (4) Muy de acuerdo.

Al igual que en las dimensiones anteriores, en el análisis de la tercera dimensión de prácticas referentes a la siguiente tabla número ocho también se identificó la posibilidad de un sesgo positivo en las preguntas. Además que el ítem con una mayor magnitud fue el número treinta, el cual se asocia con las políticas de las Pymes referentes al trabajo infantil. Por el contrario, el ítem con una menor magnitud fue el número treinta y uno, asociado a los programas de capacitación y auditoría para evitar el trabajo infantil en las cadenas de valor de sus proveedores.

Tabla 8 Dimensión de prácticas de la RSE

Preguntas/ítems de la tercera dimensión	M	DS	E.S.
27. Las Pymes tienen una participación activa en el desarrollo de las comunidades, así como de las familias de sus trabajadores.	3.10	.814	.115
28. Las Pymes tienen un Código de Ética que permite la transparencia de todas sus operaciones.	3.22	.764	.108
29. Las Pymes cuentan con mecanismos eficientes de prevención y resolución de conflictos (internos).	3.14	.833	.118
30. Las Pymes cuenta con políticas de (No) al trabajo infantil y las socializan con sus colaboradores.	3.46	.676	.096
31. Las Pymes tienen programas de capacitación y/o auditoría para que los proveedores de las empresas no tengan niños en su cadena de valor.	2.78	.864	.122
32. En los procesos de gestión del personal en las Pymes, se tienen en cuenta mecanismo que previenen la discriminación de todo tipo.	3.24	.822	.116
33. Las Pymes verifican el cumplimiento de la Seguridad y Salud en el Trabajo de sus proveedores y contrataciones.	3.24	.771	.109

34. Las Pymes analizan y controlan los riesgos para la salud, derivados de las actividades que realiza en sus procesos.	3.08	.829	.117
35. Las Pymes tienen en cuenta en el área de compras, que los productos sean sostenibles.	3.20	.808	.114
36. Las Pymes evalúan constantemente los impactos medioambientales de sus principales productos o servicios.	2.88	.961	.136
37. La ética es la base de las Pymes.	3.38	.830	.117
38. Las Pymes mencionan abiertamente los precios de sus productos, sin prácticas de competencia desleal.	3.28	.834	.118
39. Las Pymes tienen programas y acciones de impacto comunitario medido y evaluado.	3.06	.867	.123
Totales por dimensión:	3.16	.545	.077

Nota. Elaboración propia con información resultante del análisis de los datos.

Por último, al calcular el porcentaje de las respuestas a las preguntas de la tercera dimensión, se identificó al igual que en las dimensiones anteriores una propensión general para con las opciones (3) *de acuerdo* y (4) *muy de acuerdo*, sugiriendo así también la posibilidad de cierta deseabilidad. Al calcular el promedio correspondiente a cada opción de respuesta, los resultados no fueron distintos para con las dimensiones anteriores, con la tercera y cuarta opción resultando con los mayores valores numéricos (Véase Tabla 9).

**Tabla 9.** Preguntas de la dimensión de prácticas de la RSE

Preguntas/ítems de la tercera dimensión	(1) <sup>a</sup>	(2)	(3)	(4)
27. Las Pymes tienen una participación activa en el desarrollo de las comunidades, así como de las familias de sus trabajadores.	2 (4%)	8 (16%)	23 (46%)	17 (34%)
28. Las Pymes tienen un Código de Ética que permite la transparencia de todas sus operaciones.	1 (2%)	7 (14%)	22 (44%)	20 (40%)
29. Las Pymes cuentan con mecanismos eficientes de prevención y resolución de conflictos (internos).	2 (4%)	8 (16%)	21 (42%)	19 (38%)
30. Las Pymes cuenta con políticas de (No) al trabajo infantil y las socializan con sus colaboradores.	---	5 (10%)	17 (34%)	28 (46%)
31. Las Pymes tienen programas de capacitación y/o auditoría para que los proveedores de las empresas no tengan niños en su cadena de valor.	5 (10%)	10 (20%)	26 (52%)	9 (18%)
32. En los procesos de gestión del personal en las Pymes, se tienen en cuenta mecanismo que previenen la discriminación de todo tipo.	2 (4%)	6 (12%)	20 (40%)	22 (44%)

33. Las Pymes verifican el cumplimiento de la Seguridad y Salud en el Trabajo de sus proveedores y contrataciones.	1 (2%)	7 (14%)	21 (42%)	21 (42%)
34. Las Pymes analizan y controlan los riesgos para la salud, derivados de las actividades que realiza en sus procesos.	2 (4%)	9 (18%)	22 (44%)	17 (34%)
35. Las Pymes tienen en cuenta en el área de compras, que los productos sean sostenibles.	2 (4%)	6 (12%)	22 (44%)	20 (40%)
36. Las Pymes evalúan constantemente los impactos medioambientales de sus principales productos o servicios.	5 (10%)	11 (22%)	19 (38%)	15 (30%)
37. Las Pymes protegen la privacidad y los datos de sus trabajadores.	2 (4%)	5 (10%)	15 (30%)	28 (56%)
38. Las Pymes mencionan abiertamente los precios de sus productos, sin prácticas de competencia desleal.	2 (4%)	6 (12%)	18 (36%)	24 (48%)
39. Las Pymes tienen programas y acciones de impacto comunitario medido y evaluado.	5 (10%)	2 (4%)	28 (56%)	15 (30%)
Promedio (porcentaje) por dimensión:	2.58 (5.16%)	6.92 (13.84%)	21.07 (42.14%)	19.61 (39.22%)

Nota. Elaboración propia con información resultante del análisis de los datos. <sup>a</sup> = (1) Muy en desacuerdo; (2) En desacuerdo; (3) De Acuerdo; (4) Muy de acuerdo.

## DISCUSIÓN

Al transformar los hallazgos obtenidos de cada una de las dimensiones analizadas en la presente investigación en una escala de variación del 0 al 100%, se observa que la dimensión que hace referencia a los conocimientos de los directivos/administradores de las PYMES participantes es de 63.8%, esto representa un puntaje relativamente satisfactorio. Estos resultados, son similares a los obtenidos por Giraldo-Cárdenas et al. (2016), los cuales estudiaron esta misma dimensión desde la perspectiva de los directivos y empleados de PYMES colombianas, los cuales obtuvieron un total de 59.6%.

Por otra parte, con relación a la dimensión de actitudes, a través de la fórmula de transformación, se obtuvo de igual forma un valor satisfactorio de 65.5%. Al contrastar este resultado con el 61.5% obtenido en el estudio de referencia, es posible observar la similitud existente entre ambos estudios.

Finalmente, se compararon los hallazgos de la dimensión que hace referencia a las prácticas de RSE implementadas por las PYMES locales, las cuales alcanzaron un porcentaje de 65.8%, en cambio las empresas de Colombia obtuvieron un valor de 57.7%. Al igual que en las otras dimensiones, es posible identificar un nivel satisfactorio para esta dimensión.

De manera general y como conclusión, es importante destacar la existencia de cierta homogeneidad en los hallazgos de este estudio con el trabajo de Giraldo-Cárdenas et al. (2016). Así también, estos resultados podrían sugerir la posible existencia de sesgo positivo, esto debido a que los valores obtenidos en las tres dimensiones, así como en la escala general fueron relativamente satisfactorios.

## CONCLUSIONES

El propósito del presente trabajo de investigación fue estudiar los conocimientos, actitudes y prácticas de RSE en PYMES del Municipio de Cajeme en México. Cabe señalar que el estudio pone en evidencia la extensa y tan diversa información existente sobre la temática, siendo aún en la actualidad muy difícil converger en alguna corriente teórica de aceptación universal o en alguna perspectiva de análisis que integre el conocimiento (e.g. Herrera et al., 2015; Soundararajan et al., 2018).

Asimismo, es importante resaltar que los resultados fueron similares a aquellos del estudio de Giraldo-Cárdenas et al. (2016), identificándose mínimas variaciones entre las tres dimensiones investigadas; de manera simplista, lo anterior sugiere que las PYMES de la localidad en estudio efectivamente comprenden y aplican la RSE dentro de sus organizaciones.

Por su parte, al emplear la fórmula del estudio de referencia para la transformación de las escalas de cada dimensiones, se obtuvo un puntaje transformado de 63.8% para *conocimientos*, sugiriendo con ello que la mayoría de los administradores se encuentran informados sobre el tema. Por su parte, la dimensión de *actitudes* presentó un puntaje transformado de 65.5%, lo que también sugiere que en su mayoría las PYMES estudiadas manifiestan de cierto sentimiento favorable o predisposición hacia la RSE. Finalmente, las *prácticas* resultaron con un puntaje transformado de 65.8%, indicando que las organizaciones locales efectivamente practican la RSE, con lo que es de suponerse que cuentan con procedimientos formales o estructurados de responsabilidad social. Como observación general, es importante mencionar que todas las preguntas del instrumento variaron dentro de un rango de los 2.78 - 3.38 puntos en promedio. Esto pone en evidencia la posibilidad de cierta deseabilidad social o sesgo positivo en las respuestas del instrumento, hecho que podría descartarse al aplicarse de nuevo, al administrarse a otros grupos de edad, al aumentar la muestra o al comparar los resultados obtenidos con los de una nueva muestra (Véanse Field, 2005; Martínez et al., 2006).

En consideración de estas últimas ideas, es recomendable ampliar la muestra de estudio con el propósito de lograr cierta generalización de los resultados obtenidos, además de poder utilizar otras técnicas estadística que permitan determinar el grado de asociación entre las variables (siguiente alcance de investigación). Asimismo, considerando nuevas ideas para estudios posteriores, cabe la posibilidad de agregar como variable el entorno sociocultural de las PYMES o el proceso de toma de decisiones para las prácticas de RSE.

Al respecto, se recomienda se estudien las prácticas responsables de las organizaciones, para lo cual podría considerarse como variable explicativa la motivación ética/religiosa (Vives, 2006). Finalmente, es importante no dejar de estudiar los posibles impactos que las empresas generan para con sus *grupos de interés* prioritarios, como son sus clientes o consumidores.

## REFERENCIAS

- Carroll, A. B. (1979). A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance. *Academy of Management Review*, 4(4), 497-505. <https://doi.org/10.5465/amr.1979.4498296>
- Coppa, M., & Sriramesh, K. (2013). Corporate social responsibility among SMEs in Italy. *Public Relations Review*, 39(1), 30–39. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2012.09.009>

- Correa, F., Leiva, V., & Stumpo, G. (2018). Mipymes y heterogeneidad estructural en América Latina. En M. Dini & G. Stumpo (Coords), *Mipymes en América Latina: un frágil desempeño y nuevos desafíos para las políticas de fomento: Documentos de Proyectos: LC/TS.2018/75* (pp. 9-17). Santiago, Chile: CEPAL.
- Drucker, P. F. (1984). The New Meaning of Corporate Social Responsibility. *California Management Review*, 26(2), 53-63.
- Field, A. (2005). *Discovering Statistics Using IBM SPSS statistics*. London, UK: SAGE Publications Ltd.
- Frederick, W. C. (1960). The Growing Concern over Business Responsibility. *California Management Review*, 2(4), 54-61. <https://doi.org/10.2307/41165405>
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Boston, United States: Pitman.
- Fuller, T., & Tian, Y. (2006). Social and Symbolic Capital and Responsible Entrepreneurship: An Empirical Investigation of SME Narratives. *Journal of Business Ethics*, 67(3), 287-304. <https://doi.org/10.1007/s10551-006-9185-3>
- García, J., & Zabala, H. (2008). Políticas de Estado como sustento de la organización ciudadana. *Centro de Investigación de Ciencias Administrativas y Gerenciales*, 5(2), 111-129.
- Giraldo-Cárdenas, L. M., Kammerer-Mejía, Y. Y., & Ríos-Osorio, L. A. (2016). Responsabilidad social en pymes del área metropolitana de Medellín, Colombia. *Dimensión Empresarial*, 14(1), 123-135. <http://dx.doi.org/10.15665/rde.v14i1.649>
- Herrera, J., Larrán, M., Lechuga, M. 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. <http://dx.doi.org/10.1016/j.redde.2014.06.001>
- ISO 26000. (2010). *Guía de responsabilidad social*. Ginebra, Suiza: Secretaría Central de ISO, Translation Management Group. Recuperado de <https://www.iso.org/standard/42546.html>
- Jenkins, H. (2006). Small Business Champions for Corporate Social Responsibility. *Journal of Business Ethics*, 67(3), 241-256. <https://doi.org/10.1007/s10551-006-9182-6>
- Keim, G. D. (1978). Corporate social responsibility: an assessment of the enlightened self-interest model. *Academy of Management Review*, 3(1), 32-39. <https://doi.org/10.2307/257574>
- Lee, M.-D. P. (2008). A review of the theories of corporate social responsibility: Its evolutionary path and the road ahead. *International Journal of Management Reviews*, 10(1), 53-73. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2370.2007.00226.x>
- Maignan, I., & Ferrell, O. C. (2004). Corporate social responsibility and marketing: An integrative framework. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 32(1), 3-19. <http://dx.doi.org/10.1177/0092070303258971>
- Martínez, M. R., Hernández, M. J., & Hernández, M. V. (2006). *Psicometría*. Madrid, España: Alianza Editorial, S. A.
- McWilliams, A., Siegel, D. S., & Wright, P. M. (2006). Corporate Social Responsibility: Strategic Implications. *Journal of Management Studies*, 43(1), 1-18. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1467-6486.2006.00580.x>
- Moreno, F., & Graterol, D. (2011). Prácticas de responsabilidad social empresarial en la Pyme. Un estudio en el sector metalmecánico de Barquisimeto, Estado Lara, Venezuela. *Contaduría y Administración*, 235, 175-94.

- Münch, L. (2014). *Administración: gestión organizacional, enfoques y proceso administrativo* (2da ed.). Mexico: Pearson Educación.
- Nejati, M., Amran, A., & Ahmad, N. H. (2014). Examining stakeholders' influence on environmental responsibility of micro, small and medium-sized enterprises and its outcomes. *Management Decision*, 52(10), 2021–2043. <https://doi.org/10.1108/MD-02-2014-0109>
- Niehm, L. S., Swinney, J., & Miller, N. J. (2008). Community social responsibility and its consequences for family business performance. *Journal of Small Business Management*, 46(3), 331–350. <https://doi.org/10.1111/j.1540-627X.2008.00247.x>
- Ortiz, D., & Kühne, S. (2008). Implementing Responsible Business Behavior from a Strategic Management Perspective: Developing a Framework for Austrian SMEs. *Journal of Business Ethics*, 82(2), 463–475. <https://doi.org/10.1007/s10551-008-9897-7>
- Pastrana, N., & Sriramesh, K. (2014). Corporate Social Responsibility: Perceptions and practices among SMEs in Colombia. *Public Relations Review*, 40(1), 14–24. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2013.10.002>
- Perrini, F., & Minoja, M. (2007). Strategizing corporate social responsibility: evidence from an Italian medium-sized, family-owned company. *Business Ethics: A European Review*, 17(1), 47–63. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8608.2008.00519.x>
- Perrini, F., Russo, A., & Tencati, A. (2007). CSR Strategies of SMEs and Large Firms. Evidence from Italy. *Journal of Business Ethics*, 74(3), 285–300. <https://doi.org/10.1007/s10551-006-9235-x>
- Soundararajan, V., Jamali, D., & Spence, L. J. (2018). Small Business Social Responsibility: A Critical Multilevel Review, Synthesis and Research Agenda. *International Journal of Management Reviews*, 20(4), 934-956. <http://dx.doi.org/10.1111/ijmr.12171>
- Spence, L. J., Jeurissen, R., & Rutherford, R. (2000). Small Business and the Environment in the UK and the Netherlands: Toward Stakeholder Cooperation. *Business Ethics Quarterly*, 10(4), 945. <https://doi.org/10.2307/3857841>
- Steiner, G. (1972). Social Policies for Business. *California Management Review*, 24, 17-24. <https://doi.org/10.2307/41164414>
- Vives, A. (2006). Social and Environmental Responsibility in Small and Medium Enterprises in Latin America. *The Journal of Corporate Citizenship*, 1(21), 39-50.
- Williamson, D., Lynch-Wood, G., & Ramsay, J. (2006). Drivers of Environmental Behaviour in Manufacturing SMEs and the Implications for CSR. *Journal of Business Ethics*, 67(3), 317–330. <https://doi.org/10.1007/s10551-006-9187-1>