



Ciencia Latina
Internacional

Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar, Ciudad de México, México.
ISSN 2707-2207 / ISSN 2707-2215 (en línea), septiembre-octubre 2024,
Volumen 8, Número 5.

https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i5

NIVEL DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN MICROEMPRESAS DE SERVICIOS EN LA CIUDAD DE TIERRA BLANCA-MÉXICO

**LEVEL OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN MICRO-
SERVICE ENTERPRISES IN THE CITY OF TIERRA BLANCA-
MEXICO**

Liliana Fuentes Rosas

Tecnológico Nacional de México, México

María del Socorro Flores Serrano

Tecnológico Nacional de México, México

Anibal Gaudencio López Cabrera

Tecnológico Nacional de México, México

DOI: https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i5.13589

Nivel de Responsabilidad Social Empresarial en microempresas de servicios en la ciudad de Tierra Blanca-México

Liliana Fuentes Rosas¹liliana.fuentes@itsb.edu.mx<https://orcid.org/0000-0002-7285-5169>

Tecnológico Nacional de México

México

Anibal Gaudencio López Cabreraanibal.lopez@itsb.edu.mx<https://orcid.org/0000-0002-7439-8715>

Tecnológico Nacional de México

México

María del Socorro Flores Serranomaria.flores@itsb.edu.mx<https://orcid.org/0000-0003-1124-664X>

Tecnológico Nacional de México

México

RESUMEN

Las empresas se erigen como fuente de crecimiento y desarrollo económico, empleo e innovación, su papel es de importancia en la construcción de un mundo más inclusivo y sostenible, tomando en consideración a las personas y el planeta. La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) implica una serie de políticas, procesos, acciones que de manera voluntaria asume la empresa para responder a las exigencias de sus grupos de interés (stakeholders). El objetivo de la investigación es identificar el nivel de apego a la Responsabilidad Social Empresarial en microempresas de servicios en la ciudad de Tierra Blanca, Veracruz, México. El estudio es descriptivo, de corte transversal; con enfoque cuantitativo no experimental (observacional). Los autores aplicaron un instrumento validado, a una muestra de 152 microempresas de servicios, integrado por 21 ítems con escala Likert y fiabilidad de 0.888 dada por el alfa de Cronbach y 0.889 por el omega de McDonalds. Para determinar el nivel de Responsabilidad Social Empresarial se utilizaron baremos con cuartiles. Los resultados muestran que el 49.3 % de las microempresas se ubica en un nivel de RSE de entre el Q1 y Q3. Se concluye que el nivel de Responsabilidad Social Empresarial de la mayoría de las microempresas de servicios de Tierra Blanca se ubica en un nivel medio.

Palabras clave: microempresas, responsabilidad social empresarial, servicios

¹ Autor principal.

Correspondencia: liliana.fuentes@itsb.edu.mx

Level of Corporate Social Responsibility in micro-service enterprises in the city of Tierra Blanca-Mexico

ABSTRACT

Companies stand as a source of growth and economic development, employment and innovation, their role is important in building a more inclusive and sustainable world, taking into consideration people and the planet. Corporate Social Responsibility (CRS) involves a series of policies, processes, and actions that the company voluntarily assumes to respond to the demands of its stakeholders. The objective of the research is to identify the level of adherence to Corporate Social Responsibility in micro-service enterprises in the city of Tierra Blanca, Veracruz, Mexico. The study is descriptive, cross-sectional; with a non-experimental (observational) approach. The authors applied a validated instrument a sample of 152 micro-service enterprises, consisting of 21 items with a Likert scale and reliability of 0.888 given by Cronbach's alpha and 0.889 by McDonald's omega. To determine the level of Corporate Social Responsibility, scales with quartiles were used. The results show that 49.3% of microenterprises are located at a CSR level between Q1 and Q3. It is concluded that the level of Corporate Social Responsibility of most of the microenterprises of services in Tierra Blanca is a medium level.

Keywords: microenterprises, corporate social responsibility, services

Artículo recibido 15 agosto2024

Aceptado para publicación: 17 setiembre 2024



INTRODUCCIÓN

La población mundial se ha caracterizado, en las últimas tres décadas, por un crecimiento exponencial lo que desafortunadamente trae consigo un incremento en el consumo de productos con su respectiva generación de residuos, desafiando de gran manera al medioambiente que siente los estragos y como consecuencia aparece su deterioro lo que no solamente afecta a la población actual, sino que compromete a las futuras generaciones (Severo *et al.*, 2018). El consumismo es una característica de la población actual, tanto urbana como rural, de país de primer mundo como en vías de desarrollo (Chekima *et al.*, 2016).

En aras de responder a las necesidades que actualmente enfrenta la sociedad ha aparecido en escena la Responsabilidad Social Empresarial (RSE). La RSE se constituye como un modelo de gestión transversal en la cultura de las organizaciones caracterizado por el involucramiento de actores tanto internos como externos y el alcance de dicho modelo contempla más allá del cumplimiento de la legislación (Carrillo *et al.*, 2022) que abarca los sectores directamente relacionados con los procesos de la empresa sino que también contempla a los sectores del entorno tales como trabajadores, socios comerciales, proveedores, clientes, accionistas, organizaciones civiles y comunidad en general (Torres, 2011).

Para que la RSE sea exitosa, es necesario un cambio en las prácticas de gestión, iniciando en los niveles altos de la organización, y, posteriormente, involucrar a los diversos grupos de interés (Abad, *et al.*, 2019). Es importante tener en cuenta que las estrategias de RSE van más allá de buenas intenciones focalizadas, sino que, contempla dimensiones internas y externas que conllevan a las organizaciones a reconocerse como parte integral de los problemas y de las soluciones (Carrillo, *et al.*, 2022).

Aunque no existe una definición de RSE mundialmente aceptada, se puede decir que una empresa es socialmente responsable si tiene el compromiso consciente y congruente de cumplir de manera íntegra con los planes y proyectos de la empresa pero además ayuda a cumplir objetivos tanto desde la perspectiva interna como desde la externa (Barrena *et al.*, 2019), es decir, adquiere nuevos comportamientos y compromisos sociales para afrontar los desafíos y contribuir positivamente hacia los consumidores, así como valorarlos más allá de las implicaciones económicas para sus negocios (Ramos, 2021).

La RSE es actuar a favor de los mejores intereses de las personas y las comunidades afectadas por sus



actividades (Bohlander, Snell y Morris, 2018)

Actualmente, el uso del término RSE ha ganado terreno dentro de las empresas sin importar el giro de estas (López *et al.*, 2017) convirtiéndose en un aspecto importante para la práctica empresarial (Huerta y Andrade, 2021). A pesar, de ser un término ya bastante familiar en esta época no se tiene un concepto único y universalmente aceptado de la RSE.

La literatura ofrece trabajos importantes sobre RSE. Trabajos en donde se asocia la RSE con constructos tales como la innovación, la productividad, la competitividad. El campo de estudio de la RSE ofrece un panorama fértil, estudiarlo a la de las microempresas es de suma importancia debido a la contribución tal alta que este tipo de negocios representa para el mundo.

La presente investigación tiene como objetivo conocer el nivel de Responsabilidad Social Empresarial en microempresas de servicios del Municipio de Tierra Blanca, Veracruz, México.

METODOLOGÍA

La investigación se desarrolló bajo el paradigma cuantitativo; se realizó un estudio de tipo descriptivo, observacional, no experimental, y de corte transversal a microempresas de servicios de la localidad de Tierra Blanca, Veracruz, México para identificar su nivel de Responsabilidad Social Empresarial. Las empresas participantes están ubicadas en la localidad antes mencionada con giro de servicios, elegidas de manera intencional no probabilística; se conformó una muestra de 152 microempresas.

Se utilizó el instrumento propuesto por Gallardo *et al.*, (2013), que evalúa a la RSE en tres vertientes: dimensión social, dimensión económica y dimensión medioambiental. Está compuesta por 21 indicadores (8 para la dimensión social, 5 para la dimensión económica y 8 para la dimensión medioambiental), con escala Likert de 10 puntos: “0: totalmente en desacuerdo” a “10: totalmente de acuerdo”. Con una confiabilidad por dimensiones, dada por el Alfa de Cronbach, de 0.834 para la dimensión social, 0.791 para la dimensión económica y 0.907 para la dimensión medioambiental.

La recolección de datos se realizó por medio de la técnica encuesta. El procedimiento de colecta de datos se realizó de manera directa con los propietarios o responsables de las microempresas para poder obtener respuestas más precisas.



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; en el segundo la prueba de normalidad, el establecimiento de baremos y gráficas de frecuencias.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

La muestra contempló la participación de 152 microempresas, cuya información en cuanto a número de empleados se tuvieron un mínimo de 1 empleados y un máximo de 11 (ver tabla 1); en la tabla 2 se aprecia la frecuencia de los datos.

Tabla 1 Descriptivos del número de empleados

	Empleados
N	152
Media	3.70
Mediana	3.00
Desviación estándar	2.00
Mínimo	1
Máximo	11

Tabla 2 Frecuencias del número de empleados

Empleados	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
1	11	7.2	7.2
2	37	24.3	31.6
3	42	27.6	59.2
4	18	11.8	71.1
5	13	8.6	79.6
6	16	10.5	90.1
7	10	6.6	96.7
8	1	0.7	97.4
9	1	0.7	98.0
10	2	1.3	99.3
11	1	.7	100.0
TOTAL	152	100	100



Como puede observarse la mayoría de las microempresas encuestadas tienen entre 2 y 3 empleados. En cuanto a la antigüedad, se tuvo un valor mínimo de 0.50 (medio año), un valor máximo de 60 años, con DE de 8.81 (ver tabla 3).

Tabla 3 Descriptivos del número de empleados

	Antigüedad
N	152
Media	10.1
Mediana	8.00
Desviación estándar	8.81
Mínimo	0.500
Máximo	60.0

La tabla 4 muestra los coeficientes alfa de Cronbach y omega de McDonalds 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 4 Fiabilidad del instrumento aplicado con respecto a la población analizada

Escala	Alfa de Cronbach	Omega de McDonalds
Dimensión Social	0.811	0.816
Dimensión Económica	0.602	0.631
Dimensión Medioambiental	0.853	0.858
Escala global (RSE)	0.888	0.889

Tomando como referencias los cuartiles (Q), se procedió a determinar baremos para identificar el nivel de RSE en las microempresas, considerando el nivel también en las dimensiones. Para ello se utilizó el SPSS solicitando los cuartiles de cada una de las dimensiones y de la escala global. 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	152	152	152	152
	Perdidos	0	0	0	0
Percentiles	25	59.25	39.00	59.00	158.25



50	66.00	44.00	67.00	172.00
75	73.00	48.00	75.00	193.00

Los valores extremos de cada uno de los niveles quedaron como se muestra en la tabla 6, y con base en ello se identificará el nivel actual que ostentan las microempresas de servicio con respecto a la RSE.

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

Dimensión	Nivel		
	BAJO	MEDIO	ALTO
Social	< 59.25	> 59.25 y < 73.00	> 73.00
Económica	< 39.00	> 39.00 y < 48.00	> 48.00
Medioambiental	< 59.00	> 59.00 y < 75.00	> 75.00
RSE	< 158.25	> 158.25 y < 193.00	> 193.00

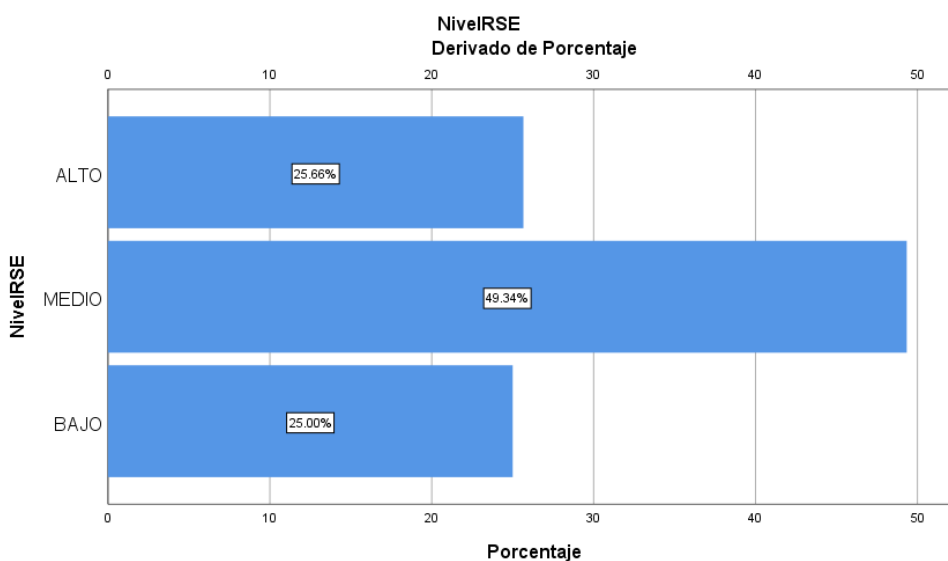
La tabla 7 muestra el nivel alcanzado por la muestra con respecto a cada una de las tres dimensiones y el nivel de Responsabilidad Social Empresarial que ostenta actualmente.

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

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	38	25.0	73	48.0	41	27.0	152	100
Económica	41	27.0	67	44.1	44	28.9	152	100
Medioambiental	40	26.3	72	47.4	40	26.3	152	100
RSE	38	25.0	75	49.3	39	25.7	152	100

La figura 2 compara los niveles de RSE en donde se aprecia que el predominante es el nivel medio; y ese mismo nivel (medio) es el que prevalece en las dimensiones de la RSE tal como se aprecia en la tabla 7.

Figura 2 Nivel de RSE en las microempresas de Tierra Blanca en porcentaje



CONCLUSIONES

Los resultados de la presente investigación dictan que el nivel de apego a la RSE por parte de las microempresas de servicios de la localidad de Tierra Blanca, Veracruz se ubica en el nivel medio, lo que denota debilidades importantes y áreas de oportunidad por trabajar, coincidiendo tales resultados con los obtenidos por Guerrero (2019) y los ofrecidos por Cañizares (2020), ambas investigaciones realizados en Colombia y con los de Fuentes et al., (2024) realizada en Escárcega, México, y difiere con la realizada por Martínez, et al., (2018) y Sotelo y Durán (2017) en México, en cuyas investigaciones el nivel alcanzado por microempresas fue relativamente bajo.

Una vez terminada la investigación presente, se puede comprobar el cumplimiento de los objetivos específicos. Se utilizó un instrumento que midió las tres dimensiones de la RSE: social, económica y ambiental, hallando que el nivel en las tres dimensiones es medio, para llegar a tal resultado se utilizaron baremos tomando como referencia los cuartiles (Q).

Los resultados del estudio mostraron que el nivel de apego a la RSE de las microempresas de servicios es nivel medio (casi el 50% de ellas) poniendo de relieve el trabajo que aún debe hacerse en ellas para responder a las necesidades sociales.

Finalmente, se considera que la principal aportación de la presente investigación es mostrar el avance en

materia de acciones en pro de la RSE en la localidad de Tierra Blanca, Veracruz, México, que sirva de sustento para la identificación de áreas de oportunidad.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Abad-Segura, E., Cortés-García, F. J. y Belmonte-Ureña, 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>

Barrena, J., López, M. y Romero, 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.

<https://doi.org/10.1080/09585192.2017.1332669>

Cañizares, J. (2020). El rol de la responsabilidad social empresarial para las microempresas: ¿Qué tanto cumplen las buenas prácticas? *Aibi Revista de Investigación, administración e Ingeniería*, 8(1), 107-115

<https://doi.org/10.15649/2346030X.700>

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>

Chekima, B., Wafa, F., Aisat, O., Chemika, S. y Sondoh, S. (2016), Examining green consumerism motivational drivers: Does premium price and demographics matter to green purchasing? *Journal of Cleaner Production*, 112(4), 3436-3450.

<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2015.09.102>

Fuentes, L., Ramírez, J. y Atlahua, A. (2024). Determinación del Nivel de Apego a la Responsabilidad Social Empresarial en Microempresas de Servicios en Escárcega, Campeche, México. *Revista científica europea, ESJ*, 26, 1. Obtenido de

<https://eujournal.org/index.php/esj/article/view/17758>



- Guerrero, A. (2019). Responsabilidad social y ambiental, análisis para tres microempresas en Ipiales, Colombia. *Económicas CUC*, 40(2), 53-69.
<https://doi.org/10.17981/econcuc.40.2.2019.04>
- Huerta, A. y Andrade, M.G. (2021). Responsabilidad social empresarial en la misión, visión y valores de las principales empresas en México. *Revista de Alimentación Contemporánea y Desarrollo Regional*, 31(57),
<https://doi.org/10.24836/es.v31i57.1109e211109>
- López, J. S., Ortega, I. y Ortiz-Betancourt, I. (2017). Strategies of Corporate Social Responsibility in Latin America: A Content Analysis in the Extractive Industry. *AD-Minister*, (31): 115-135. doi:
<https://doi.org/10.17230/ad-minister.31.7>
- Martínez, P., Escobedo, H., Reyes, J. y García, M. (2018). Evaluación de la Responsabilidad Social Empresarial en empresas chihuahuenses. *Revista International Administración y Finanzas*, 11(1), 77-90.
- Ramos, P. (2021). Elementos de responsabilidad social empresarial y mercadotecnia social para la reputación corporativa e impacto en el branding. *RECAI Revista de Estudios en Contaduría, Administración e Informática*, 10(27), 1-21. <https://recai.uaemex.mx/article/view/15372>
- Torres, C. (2011). Responsabilidad Social Empresarial. Caso Centro Comercial Lago Mall. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, 17(2), 310-321.
- Severo, E. A., De Guimarães, J. C. y Dorion, E. (2018), Cleaner production, social responsibility and eco-innovation: Generations perception for a sustainable future. *Journal of Cleaner Production*, 186(1), 91-103.
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S095965261830790X>
- Sotelo, J. y Durán, M. (2017). La Responsabilidad Social en empresas de León, Guanajuato, y su compromiso comunitario y ambiental. *Fides Et Radio*, 14(2), 145-170.

