

Responsabilidad social empresarial y longevidad. El caso de microempresas del sector comercial en Palenque y Catazajá, Chiapas

Corporate social responsibility and longevity. The case of microenterprises in the commercial sector in Palenque and Catazajá, Chiapas

[Artículos]

Hugo García Álvarez*
Verania Montserrat López Franco**

Recibido: 10 de octubre del 2021
Aprobado: 23 de diciembre del 2021

Citar como:

García Álvarez, H. y López Franco, V. M. (2021). Responsabilidad social empresarial y longevidad. El caso de microempresas del sector comercial en Palenque y Catazajá, Chiapas. *Revista Activos*, 19(2), 106-120.
<https://doi.org/10.15332/25005278.7292>



Resumen

La responsabilidad social en la actualidad supone una colaboración entreempresas y comunidades, lo que implica una clara consciencia de que las acciones presentes van a repercutir en el *futuro* y, en ese sentido, de que la *responsabilidad social empresarial* (RSE) se encarga del bienestar entre *empresa, comunidad y ambiente*.

Este estudio descubrió que, en general, las microempresas de Palenque y Catazajá (n = 95) sí cumplen los tres ámbitos de la responsabilidad social empresarial, con un buen balance entre lo social (3.77), lo económico (3.70) y lo medioambiental (3.87). Poco menos de la mitad de las empresas (n = 40) lleva 10 años

* Doctor en Estudios Humanísticos con Especialidad en Comunicación y Estudios Culturales, director de la Facultad de Ciencias Económicas Administrativas de la Universidad Autónoma del Carmen. Correo electrónico: hgarcia@delfin.unacar.mx; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9426-3981>

** Estudiante de Negocios Internacionales en la Universidad Autónoma del Carmen. Correo electrónico: 181080@mail.unacar.mx; ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0255-3154>

implementando algunas de estas estrategias, lo que “apoya” la noción de que la RSE contribuye a su longevidad.

Palabras clave: responsabilidad social empresarial, microempresas, Chiapas y longevidad.

Clasificación JEL: M14, D19.

Abstract

Social responsibility today involves collaboration between communities and companies, which entails a clear awareness that actions today will have an impact on the future and, in this sense, that *corporate social responsibility* (CSR) is responsible for the well-being of *company, community* and *environment*.

This study found that, overall, microenterprises in Palenque and Catazajá (n=95) do comply with the three main aspects of *corporate social responsibility*, with a good balance between the social (3.77), the economic (3.70), and the environmental (3.87). Just under half of the companies (n=40) have been implementing some of these strategies for 10 years, which “supports” the notion that CSR contributes to their longevity.

Keywords: corporate social responsibility, microenterprises, Chiapas and longevity.

JEL classification: M14, D19.

Introducción

Actualmente, las organizaciones en todo el mundo, conscientes del impacto que sus acciones tienen en su entorno inmediato e incluso considerando afectaciones futuras, buscan la manera de que a través de mejores prácticas su impacto en el medio ambiente sea el menor posible, al mismo tiempo que buscan cambiar para bien las condiciones sociales y económicas de su personal y sus clientes. Este es, de manera resumida, el sentido de la responsabilidad social empresarial.

Las microempresas, uno de los principales motores económicos de las sociedades, suelen no tener en cuenta sus posibilidades como agentes de mejora y no siempre saben cuál es el impacto de sus acciones, en gran medida por desconocimiento de conceptos como la responsabilidad social. Este estudio intentó identificar si las empresas del sector comercial de Palenque y Catazajá, en el estado de Chiapas, realizan, aún sin ser conscientes, actividades de responsabilidad social y si estas prácticas tienen alguna relación con su longevidad.

Responsabilidad social empresarial y microempresas

La responsabilidad social empresarial (RSE) se ha convertido en una nueva forma de gestión y de pensar los negocios, gracias a la cual la empresa se hace responsable de sus operaciones y se preocupa porque sean sustentables en términos económicos, pero también sociales y ambientales.

Las empresas reconocen los intereses de los distintos grupos con los que se relacionan y de manera consciente buscan el beneficio de las generaciones futuras. Esta es una visión de negocios que integra el respeto por las personas, los valores éticos, la comunidad y el medioambiente en la gestión misma de la empresa, independientemente de los productos o servicios que esta ofrezca, del sector al que pertenezca, de su tamaño o nacionalidad (Cajiga, s. f., p. 2)¹.

En el 2019, en Chiapas, el 97 % de las organizaciones eran microempresas, de las cuales, el 50.9 % pertenecía al sector comercial, es decir que en la economía estatal de Chiapas predominaban las microempresas y estas generaban el 68.85 % del personal ocupado del estado².

Según los datos presentados por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2019) en el Directorio estadístico Nacional de Unidades económicas (Denue, s. f.) en Palenque y Catazajá existían, en el 2019, 2076 microempresas del sector comercial.

Con tantas microempresas en estos municipios del oriente del estado de Chiapas y teniendo en cuenta su impacto en la sociedad, se hizo necesario hacer la siguiente pregunta: ¿cuáles son las actividades de responsabilidad social empresarial que realizan las microempresas del sector comercial en Palenque y Catazajá, Chiapas?

La responsabilidad social empresarial (RSE)

La responsabilidad social empresarial (RSE) se puede definir como el compromiso que las empresas adquieren para beneficiar a la sociedad a partir de un desarrollo sostenible, es decir, procurando que exista un equilibrio entre el crecimiento económico y el bienestar social. Para Bateman y Snell (2005, p. 147), “la empresa

¹ Como consecuencia, un número creciente de empresas perciben que la responsabilidad social es un tema que no está restringido solamente a las acciones sociales o ambientales desarrolladas por la organización en la comunidad, sino que implica también el diálogo y la interacción con los diversos públicos relacionados con la empresa.

² El 97 % de las empresas en Chiapas son microempresas, muchas de estas se enfrentaron y se enfrentan distintas crisis por la pandemia del covid-19.

socialmente responsable maximiza los efectos positivos sobre la sociedad y minimiza sus efectos negativos”.

Una empresa que se considere socialmente responsable puede obtener beneficios, así como una mejora de sus oportunidades dentro de la comunidad empresarial, e incrementar sus posibles inversiones (Aguilera, 2012). En la economía de Palenque y Catazajá se encuentran muchas microempresas, por lo que estudiar las actividades de responsabilidad social es fundamental para saber cuál es el compromiso que estas han adquirido, a través de sus acciones, con la sociedad, para que sus actividades reduzcan al máximo las repercusiones negativas en el futuro.

Antecedentes de la responsabilidad social empresarial

A inicios del siglo XX comienza una de las épocas de mayor relevancia para el ámbito organizacional, ya que se dio un cambio en los ámbitos mundiales: la segunda revolución industrial, época en la que hubo una gran cantidad de avances e innovaciones tecnológicas, al mismo tiempo que se generaron importantes aportes para satisfacer necesidades, demandas y deseos. Estos acontecimientos dieron pie a nuevos enfoques y nuevas maneras de conceptualizar las organizaciones, considerando aquellas más representativas en el ámbito empresarial (Ibarra y Montaña, 1992).

El concepto de responsabilidad social empresarial (RSE) fue usado por primera vez por el economista Howard R. Bowen, en su obra *Social Responsibilities of the Businessmen* —publicada en 1953 por primera vez—, en ella el autor les pide a las empresas la responsabilidad de devolver a la sociedad lo que esta les facilitó. Posteriormente, Archie Carroll, tratando de articular mejor el concepto, define la responsabilidad de la empresa como algo legal, donde la ética debe nacer voluntariamente desde de las organizaciones.

Teorías de la Responsabilidad Social

Teoría de la legitimación

Este supuesto nace de la existencia de un contrato social entre la empresa y la sociedad y es el resultado de la aplicación del estudio de los negocios éticos. La capacidad en los negocios éticos existe en la organización cuando los objetivos y las formas de operar se construyen de acuerdo con las normas sociales y de la comunidad.

La empresa, bajo esta idea, se configura y expresa con un enfoque institucional, considerada como organización social coordinadora de recursos y con capacidad de influencia, incluso en la legislación, los gustos y preferencias de los consumidores y la opinión pública. En esta teoría se dice que el quehacer empresarial se ajusta a partir del sistema de valores que una sociedad se ha establecido en su devenir, considerando una visión más amplia de sus precedentes y expectativas y autentificando los objetivos a través de una identificación total de su entorno. Incluso, la propia empresa será hábil para influir en las propias reglas y expectativas de la sociedad, siempre que comparta el sistema de valores de esta (Medina et ál., s. f.).

Teoría institucional

Para esta teoría, se considera una empresa como el modelo de estructuras, organizaciones y acciones que se encarga de seguir con el orden de las normas y principios sociales. La perspectiva de la teoría institucional es más amplia que la teoría de la legitimación. En lugar de explorar directamente el sistema de razonamiento de la sociedad, contempla el modelo de las instituciones establecidas como representación del sistema de valores sociales. Los grupos de interés y los motivos personales que se involucran dentro de la empresa forman parte central de la discusión corporativa. Se atiende a las necesidades agrupadas y determinadas por las prioridades en lugar de ocuparse del conjunto institucionalmente, por lo tanto, le resultan más convenientes a los grupos de interés estas prioridades, que, justamente, arrojan unos resultados más generales (Medina et ál., s. f.).

Principios de la responsabilidad social empresarial

La gestión de la RSE debe de estar basada en principios, asumidos como propios por cada empresa, entre los cuales se destacan los que se presentan como ejes a continuación.

La transparencia

Se refiere a las ideas, pautas y principios generales para el desarrollo de conductas socialmente responsables. Estos principios se encuentran en los códigos de conducta y buenas prácticas, las declaraciones de principios y los modelos de elaboración de memorias sociales o de sostenibilidad. La transparencia requiere también que las empresas den a conocer, informen y publiquen sus conductas de RSE.

Las normas

Para que una empresa sea calificada como socialmente responsable debe cumplir con un conjunto de requisitos técnicos, en su estructura y organización, que son monitoreados por agentes externos. De aquí, que una empresa socialmente responsable debe contar con sistemas e informes de auditoría social, medioambiental o en materia de RSE, así como con certificaciones y acreditaciones expedidas por diversas organizaciones.

La autoevaluación

La empresa socialmente responsable evalúa su desempeño en materia de RSE. Esta actividad le permite extraer conclusiones para realizar cambios en los sistemas de gestión y organización. Para llevarla a cabo, la empresa debe identificar los requisitos técnicos en la estructura y organización necesarios para ser calificada como socialmente responsable por agentes externos. Por otra parte, requiere conocer las metodologías para establecer metas y objetivos de la RSE, los mecanismos y criterios para evaluar conjuntamente los resultados, los distintos modelos de los informes de evaluación de distintas instituciones y los llamados sellos de excelencia.

La gestión socialmente responsable

Es el conjunto de códigos de conductas, declaraciones de principios, modelos o estándares de gestión, así como los informes de sostenibilidad, con los que debe cumplir la empresa.

Consumo socialmente responsable

Las actividades de las empresas en este ámbito se canalizan principalmente a través de las denominadas etiquetas, que le señalan al consumidor un correcto proceso de elaboración del producto en términos de RSE.

Seguimiento y medición

Su finalidad es medir el avance de los procesos y la obtención de resultados para asegurar que el sistema sea eficaz y que se alcanzan los objetivos.

Revisión y mejora

Su propósito es aprender de la experiencia para eliminar o mitigar las debilidades detectadas y potenciar las fortalezas en el siguiente ciclo de gestión.

Para la Secretaría de Economía de México, la responsabilidad social empresarial se define como la contribución activa y voluntaria al mejoramiento social, económico

y ambiental por parte de las empresas, con el objetivo de mejorar su situación competitiva, valorativa y su valor añadido (Secretaría de Economía, 2016).

Método

El presente estudio analizó si las microempresas de Palenque y Catazajá identifican el concepto de responsabilidad y lo aplican de alguna manera y cómo se relaciona esto con la longevidad de las organizaciones, para lo cual se establecieron las siguientes hipótesis:

1. Las microempresas de Palenque y Catazajá llevan a cabo actividades de responsabilidad social empresarial y generan un beneficio para la sociedad y el medio ambiente con actividades éticas.
2. Las empresas con programas de RSE tienen vidas más largas.

Población

Microempresas del sector comercial al por mayor en Palenque y Catazajá, Chiapas.

N = 125 (finita).

Muestra

N = 95, teniendo un 95 % de nivel de confianza y un 5 % de margen de error.

Tipo de muestra

No probabilístico por conveniencia. Nivel de confianza: 95 %. Margen de error: 5.

Proporción de la población: 50. Tamaño de la población: 125. Tamaño de la muestra: 95.

Se obtuvo la muestra a través del cálculo en calculadora muestra disponible en *Netquest* (s. f.).

Resultados

Datos generales de las empresas y el informante

Se realizó una encuesta a 95 microempresas del sector comercial de “comercio al por mayor” con respecto a las actividades de responsabilidad social empresarial que realizan.

Por lo que, a partir de las encuestas, se obtuvo que las microempresas del sector comercial que realizan comercio al por mayor, como se muestra en la tabla 1, tienen un promedio de vida de 5.94 años, es decir, son empresas relativamente jóvenes,

son empresas del sector comercial en un 100 % dedicadas al comercio al por mayor en un 100 %.

Tabla 1. Años de vida de las microempresas del sector comercial en Palenque y Catazajá, Chiapas

K	Linf	Lsup	Xi	F	Fr	Fa
1	1	4	2.5	49	0.52	49
2	5	8	6.5	10	0.11	59
3	9	12	10.5	36	0.38	95
			n=	95	1	

Fuente: elaboración propia

Las empresas son en un 100 % microempresas y tienen en promedio 6 empleados. Como se muestra en la tabla 2, las microempresas se dedican a diversas áreas: abarrotes y el alimento en un 8.42 %; a veterinaria, químicos e insumos en un 35.79 %; materiales en un 25.26 %; granos y semillas en un 5.26 %; maquinaria y tecnología en un 7.37 %; a la joyería en un 1.05 %; reparación en un 2.11 %; perfumes en un 1.05 % y al comercio en general en un 13.68 %.

Tabla 2. Categoría de las microempresas del sector comercial en Palenque y Catazajá, Chiapas

Categoría	Empresas	Porcentaje de empresa
Abarrotes y alimentos	8	8.42 %
Veterinaria, químicos e insumos	34	35.79 %
Materiales	24	25.26 %
Granos y semillas	5	5.26 %
Maquinaria y tecnología	7	7.37 %
Joyería	1	1.05 %
Reparación	2	2.11 %
Perfumes	1	1.05 %
Comercio	13	13.68 %
Total	95	100.00 %

Fuente: elaboración propia.

Para conocer si las empresas están familiarizadas con el concepto de responsabilidad social empresarial se les preguntó si realizan estas actividades dentro de sus empresas. Como se muestra en la tabla 3, los resultados fueron los siguientes: el 73.68 % de las microempresas respondieron que sí, el 25.26 %

respondieron que tal vez sí y el 1.05 % de las empresas respondieron que no realizan estas actividades.

Tabla 3. Las microempresas del sector comercial en Palenque y Catazajá realizan actividades de responsabilidad social

Realiza actividades	Empresas	Porcentaje de empresas
Sí	70	73.68 %
Tal vez	24	25.26 %
No	1	1.05 %
n=	95	100.00 %

Fuente: elaboración propia.

Como se observa en la tabla 4, el 42.1 % de las microempresas comenzaron a realizar actividades de responsabilidad social desde el 2010, mientras que el 4.2 %, en el 2014; el 1.1 %, en el 2016; el 48.4 % comenzó en el 2019 y solo el 3.2 % empezó en el 2020. El 40 % de las empresas, de las 95, inició sus actividades de RSE desde el 2010; esto apoyaría en parte la segunda hipótesis que se planteó: las empresas con programas de RSE tienen vidas más largas.

Tabla 4. Año de inicio en la implementación de la responsabilidad social empresarial por parte de las microempresas

Año	Empresa	Porcentaje de empresas
2010	40	42.1 %
2014	4	4.2 %
2016	1	1.1 %
2019	46	48.4 %
2020	3	3.2 %
-	1	1.1 %
Total	95	100.0 %

Fuente: elaboración propia.

Las personas que respondieron esta encuesta fueron, en un 53.68 %, los encargados y, en un 46.32 %, los gerentes. El 55.79 % de los encuestados eran de sexo masculino, mientras que el 44.21 %, de sexo femenino.

Las personas que laboran dentro de estas son adultos jóvenes, ya que tienen un promedio de edad de 27 años. Entre estos, se encuentran casados un 42.05 %; un 34.74 %, solteros; un 6.32 %, divorciados y un 17.89 % se encuentran en unión libre.

Las personas que laboran dentro de estas empresas son, en un 41.05 %, personas que estudiaron una licenciatura; en un 23.16 %, personas que estudiaron en la preparatoria técnica; en un 24.21 %, en la preparatoria; en un 8.42 %, en la secundaria; en un 2.11 %, estudiaron una maestría y el 1.05 %, en la primaria.

El personal en las empresas de la responsabilidad social empresarial

Los encuestados indicaron que en general las empresas consideran a su personal para el desarrollo de distintas actividades. El 32.63 % reportaron estar de acuerdo con la inclusión del personal en actividades que se realizan en la empresa y un 24.21 % afirmaron estar *totalmente* de acuerdo con esta actividad.

Las microempresas del sector comercial tienen un promedio de 4 empleados, con capacidades y opiniones muy diferentes: como se muestra en la tabla 5 la mayoría de las empresas están en un 31.58 % de acuerdo con esta actividad; mientras que están totalmente de acuerdo en un 34.74 %, por lo que en su mayoría las empresas realizan esta actividad.

Tabla 5. Contamos con personal con capacidades diferentes

Importancia	N.º de empresas	Porcentaje de empresas
Totalmente en desacuerdo	0	0.00 %
En desacuerdo	5	5.26 %
Indiferente	27	28.42 %
De acuerdo	30	31.58 %
Totalmente de acuerdo	33	34.74 %
Total	95	100.00 %

Fuente: elaboración propia.

Dentro de las microempresas, los empleados cuentan con salarios mínimos por encima de la media: el 42.11 % de las empresas pagan salarios por encima de la media y el 12.63 % de estos está *totalmente* de acuerdo con esta situación. La calidad de vida de los empleados no parece ser una preocupación, ya que el 36.84 % reportaron indiferencia frente a este factor; el 26.32 % afirmaron contemplar este factor en sus agendas y el 23.16 % cree *totalmente* en que la empresa tiene y debe tener en cuenta la calidad de vida de sus empleados.

Además, los empleados cuentan con las prestaciones que establece la ley. El 29.47 % están de acuerdo con esta actividad y el 28.42 % están *totalmente* de acuerdo. Las microempresas tratan con igualdad a sus empleados, ya que el 32.63 % son indiferentes a este tema, el 33.68 % están de acuerdo con implementar políticas

de igualdad y el 21.05 % están *totalmente* de acuerdo, lo que demuestra que más del 50 % las microempresas la realizan.

Las microempresas apoyan a la comunidad: un 38.95 % están de acuerdo en hacerlo y un 30.53 % están *totalmente* de acuerdo en hacerlo, por lo que estas sí lo realizan, de maneras distintas, pero lo hacen.

Dentro de las microempresas, se apoyan los proyectos de los empleados: un 38.95 % de estas están de acuerdo en hacerlo y un 30.53 % están *totalmente* de acuerdo con brindar este apoyo.

Tabla 6. Apoyamos los proyectos que son presentados por el personal

Importancia	N.º de empresas	Porcentaje de empresas
1. Totalmente en desacuerdo	1	1.05 %
2. En desacuerdo.	5	5.26 %
3. Indiferente.	23	24.21 %
4. De acuerdo	37	38.95 %
5. Totalmente de acuerdo	29	30.53 %
Total	95	100.00 %

Fuente: elaboración propia.

Las empresas practican valores éticos: un 43.16 % están de acuerdo en tenerlos en cuenta; mientras que un 1.05 % están *totalmente* de acuerdo en hacerlo. También, se encontró que las empresas les dan oportunidades laborales a personas sin experiencia, ya que los encuestados informaron que un 44.21 % de las empresas están de acuerdo en contratar a este tipo de trabajadores y un 31.58 % están *totalmente* de acuerdo con hacerlo.

En el área económica, las microempresas ofrecen productos de calidad a los clientes, ya que un 32.63 % están de acuerdo con ofrecer buenos productos y un 24.21 % están *totalmente* de acuerdo. En línea con el reporte de que se ofrecen buenos productos, las empresas cuentan con estándares de calidad altos, ya que el 34.74 % de ellas está *totalmente* de acuerdo con tener estos estándares y el 31.58 % está de acuerdo. Además de que ofrecen garantía por sus productos a los clientes, ya que en un 42.11 % afirmó estar de acuerdo con ofrecer garantía y un 13.68 % dijo estar *totalmente* de acuerdo, lo que demuestra que más del 50 % de las empresas realizan estas actividades.

Como se muestra en la figura 1, los encuestados de las microempresas reportan que tienen precios accesibles para los clientes, ya que un 23.16 % está *totalmente* de

acuerdo en manejar estos precios y un 27.37 % está de acuerdo, lo que indica que se preocupan por el bienestar económico de los clientes.

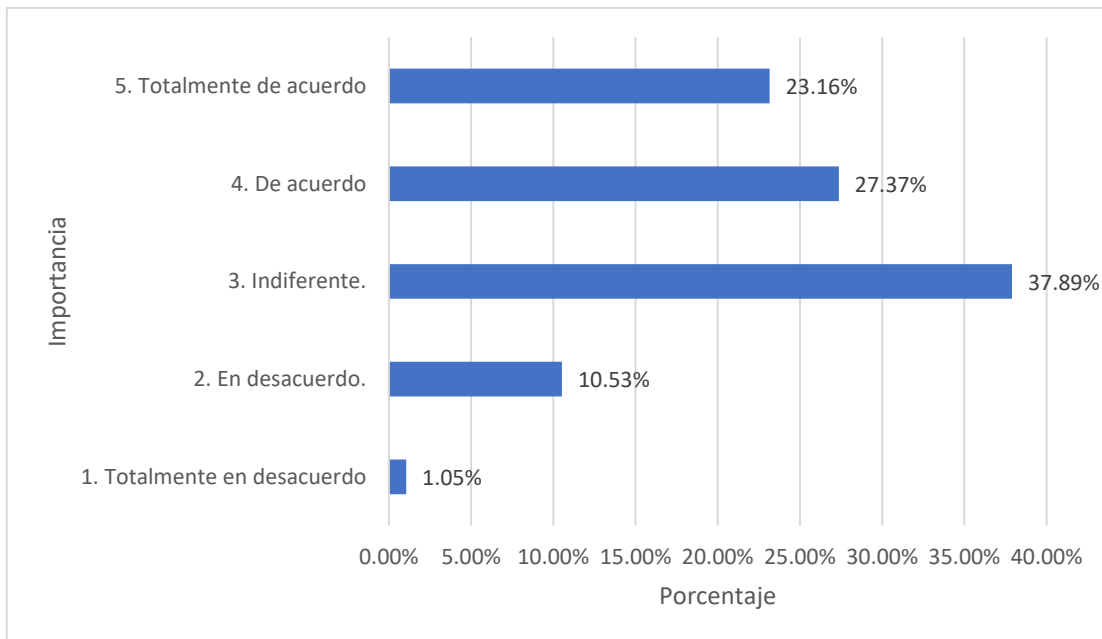


Figura 1. Nuestros precios son accesibles para los clientes

Fuente: elaboración propia.

Además de lo anterior, las empresas apoyan a los clientes brindando descuentos, ya que un 28.42 % están *totalmente* de acuerdo y un 29.47 % de acuerdo. También, al ser microempresas dedicadas al comercio al por mayor, trabajan en conjunto con algunas empresas: un 32.63 % están de acuerdo con estas alianzas y un 23.16 % *totalmente*, de acuerdo.

En el ámbito del medioambiente, las microempresas cuentan con políticas ambientales: el 38.95 % de las empresas cuentan con políticas medioambientales y el 31.58 % están *totalmente* de acuerdo con implementar estas políticas.

Las microempresas del sector comercial utilizan materiales reciclados, por lo que ayudan al medio ambiente: el 34.74 % están de acuerdo con el uso de estos materiales y el 22.11 % están *totalmente* de acuerdo con su uso. Las microempresas utilizan energías alternativas: el 31.58 % están *totalmente* de acuerdo y el 41.05 % están de acuerdo. Asimismo, evitan el uso de materiales tóxicos: el 44.21 % están de acuerdo y el 31.58 % *totalmente* de acuerdo con evitar estos materiales.

Tabla 7. Fomento en los clientes del respeto hacia el medio ambiente

Importancia	N.º de empresas	Porcentaje de empresas
1. Totalmente en desacuerdo	0	0.00 %
2. En desacuerdo	4	4.21 %
3. Indiferente	27	28.42 %
4. De acuerdo	31	32.63 %
5. Totalmente de acuerdo	33	34.74 %
Total	95	100.00 %

Fuente: elaboración propia.

En línea con los resultados recién descritos: las microempresas de Palenque y Catazajá, Chiapas, llevan a cabo actividades de responsabilidad social empresarial y generan un beneficio para la sociedad y el medio ambiente, con actividades éticas. Podemos, también, observar que las instalaciones de las microempresas son amigables con el medio ambiente: el 21.05 % está *totalmente* de acuerdo y el 31.58 %, de acuerdo, a pesar de que el 34.75 % sea indiferente frente a este tema. Se considera importante fomentar en los clientes el respeto hacia al medio ambiente: el 32.63 % están de acuerdo y el 34.74 %, *totalmente* de acuerdo.

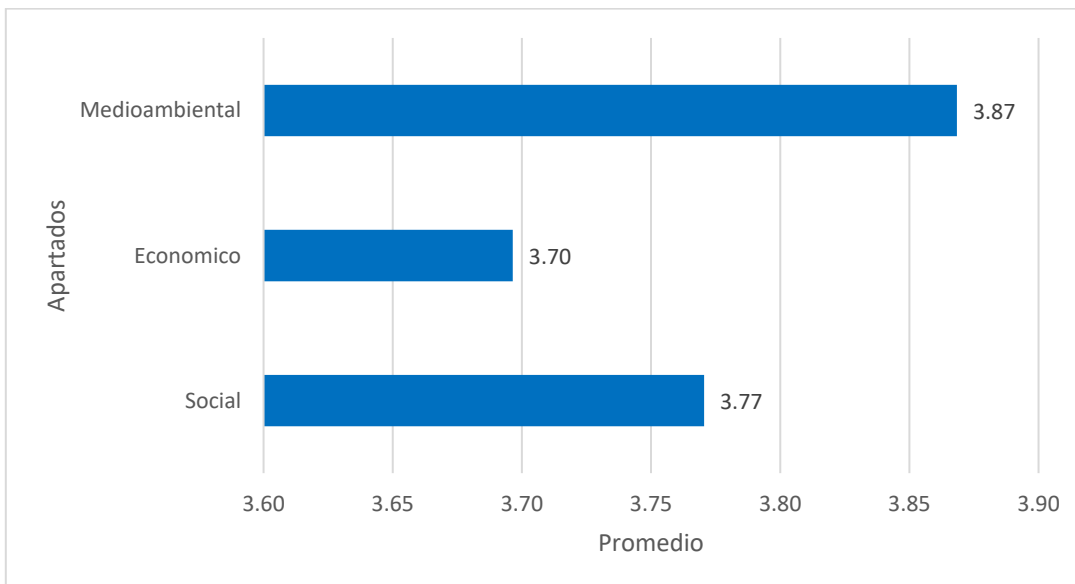


Figura 2. Promedio de los apartados de Responsabilidad Social Empresarial de las microempresas del sector comercial en Palenque y Catazajá

Fuente: elaboración propia.

Como se muestra en la figura 2, las microempresas del sector comercial dedicadas al comercio al por mayor en Palenque y Catazajá realizan actividades de responsabilidad social, su promedio en las dimensiones representa que la mayoría de ellas están de acuerdo con implementar actividades respecto a la responsabilidad social empresarial.

Conclusión

Las microempresas del sector comercial que se dedicada al “comercio al por mayor” realizan actividades de RSE, ya que, de acuerdo con el promedio obtenido en los resultados, se encuentran “de acuerdo”.

En general, las empresas, si bien son relativamente jóvenes, de acuerdo con el ritmo convencional de vida de este tipo de negocios en el país, tienen un promedio de años de 5.94. Las empresas comenzaron a realizar estas actividades desde el 2010 (un 42.1 %) y desde el 2019, especialmente (un 48.4 %); por lo que las empresas que desde hace 11 años realizan actividades de responsabilidad social aún siguen siendo rentables, al igual que las que comenzaron en el 2019.

Estos resultados sugieren que las empresas con programas de RSE tienen vidas más largas. Este dato resulta muy aliciente, aunque aún faltaría un análisis estadístico más sólido y volver a consultar a los encuestados para verificar cómo funciona esta relación aparente.

Cabe señalar que estas microempresas, aunque fueron afectadas por la pandemia del covid-19, durante el 2020 no cerraron, sino que, al contrario, han entrado en recuperación, generando un beneficio para la sociedad y el medio ambiente a partir de acciones de RSE, además, se espera que les brinde una esperanza de vida más larga.

Referencias

- Aguilera, D. P. (2012). Crecimiento Empresarial Basado en la Responsabilidad Social. *Pensamiento y Gestión Numérica*, 32..
http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-62762012000100002
- Bateman, T. S. y Snell, S. A. (2005). *Administración: un nuevo panorama competitivo*. McGraw-Hill/Interamericana.
- Cajiga, J. (s. f.). *El concepto de responsabilidad social empresarial*. CemeFi.
https://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf
- Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas. (S.F). *INEGI*.
<https://en.www.inegi.org.mx/app/mapa/denue/>

- Ibarra E y Montaña, L. (1992). Teoría de la Organización y administración pública: Insuficiencias y desafíos de una maltrecha relación. *Gestión y Política Pública*, 1(1).
http://www.gestionypoliticapublica.cide.edu/num_anteriores/Vol.I_No.I_2dosem/ICE_Vol.I_No.I_2dosem.pdf
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2019). *Censo Economico*.
Inegi.https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2020/OtrTemEcon/CenEconResDef2019_Nal.pdf
- Medina, L. M; Chávez, y Hernández, A. (s. f). *Teoría de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE)*. Universidad de Buenos Aires. http://www.economicas.uba.ar/wp-content/uploads/2017/08/Medina_Teor%C3%83%C2%ADas_sobre_la_responsabilidad.pdf
- Netquest. (s. f). *Netquest*. Netquest. <https://www.netquest.com/es/gracias-calculadora-muestra>
- Secretaría de Economía. (2016). *Responsabilidad social empresarial*. Gobierno de México.
<https://www.gob.mx/se/articulos/responsabilidad-social-empresarial-32705>