

La Ética y Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en las Pymes

Ethics and Corporate Social Responsibility in SMEs

Dr. José Luis Abreu; Dr. Antonio Carlos Cantú Villarreal & Dr. Pablo Guerra Rodríguez

Resumen. La responsabilidad social empresarial constituye un componente estratégico para las pequeñas y medianas empresas, especialmente en contextos latinoamericanos donde estas organizaciones cumplen una función económica, laboral y comunitaria relevante. El presente artículo analiza la relación entre ética, responsabilidad social empresarial y gestión organizacional en las Pymes, considerando dimensiones como la responsabilidad social interna y externa, la sostenibilidad ambiental, la gobernanza, el cumplimiento normativo, el liderazgo ético, la innovación y los informes de sostenibilidad. A partir de una revisión documental de literatura académica, organismos especializados y referentes normativos, se examina cómo la responsabilidad social puede fortalecer la reputación, la competitividad, la confianza de los grupos de interés y la sostenibilidad empresarial. Los hallazgos revisados muestran que, aunque las Pymes enfrentan limitaciones financieras, administrativas y técnicas para implementar modelos formales de responsabilidad social, también cuentan con oportunidades significativas para desarrollar prácticas responsables adaptadas a su escala operativa. Se concluye que la responsabilidad social empresarial no debe asumirse únicamente como una estrategia de imagen, sino como una forma ética de gestión que articula el desempeño económico con el bienestar social y ambiental.

Palabras clave. Responsabilidad social empresarial, ética empresarial, Pymes, sostenibilidad, gobernanza, liderazgo ético, impacto social.

Abstract. Corporate social responsibility is a strategic component for small and medium-sized enterprises, particularly in Latin American contexts where these organizations play a relevant economic, labor, and community role. This article analyzes the relationship among ethics, corporate social responsibility, and organizational management in SMEs, considering dimensions such as internal and external social responsibility, environmental sustainability, governance, regulatory compliance, ethical leadership, innovation, and sustainability reporting. Based on a documentary review of academic literature, specialized organizations, and normative frameworks, the article examines how social responsibility can strengthen reputation, competitiveness, stakeholder trust, and business sustainability. The reviewed findings show that, although SMEs face financial, administrative, and technical limitations when implementing formal social responsibility models, they

also have significant opportunities to develop responsible practices adapted to their operational scale. The article concludes that corporate social responsibility should not be understood merely as an image-building strategy, but rather as an ethical form of management that connects economic performance with social and environmental well-being.

Keywords. Corporate social responsibility, business ethics, SMEs, sustainability, governance, ethical leadership, social impact.

Introducción

Las pequeñas y medianas empresas ocupan un lugar estratégico en la dinámica económica y social de América Latina, no solo por su contribución al empleo y a la actividad productiva, sino también por su cercanía con las comunidades, los trabajadores, los proveedores y los consumidores. Sin embargo, este tipo de organizaciones suele enfrentar limitaciones financieras, administrativas y operativas que dificultan la incorporación formal de modelos avanzados de gestión. En este contexto, la responsabilidad social empresarial adquiere una relevancia especial, ya que permite orientar las decisiones empresariales hacia prácticas más éticas, transparentes, sostenibles y comprometidas con los distintos grupos de interés.

La responsabilidad social empresarial en las Pymes no puede comprenderse de la misma manera que en las grandes corporaciones. Hernández y Ricárdez (2023) señalan que las prácticas de responsabilidad social en las pequeñas y medianas empresas presentan características particulares, debido a la naturaleza, alcance y condiciones propias de este tipo de unidades económicas. Por ello, resulta necesario analizar la RSE desde una perspectiva ajustada a su realidad organizacional, evitando modelos excesivamente rígidos que no siempre responden a sus capacidades reales de inversión, formalización y medición.

Desde esta perspectiva, la ética empresarial constituye uno de los fundamentos centrales de la responsabilidad social en las Pymes. Actuar con transparencia, honestidad, lealtad y respeto hacia los grupos de interés no solo fortalece la

reputación empresarial, sino que también contribuye a construir relaciones de confianza con empleados, clientes, proveedores, autoridades y comunidad. La RSE, por tanto, no debe reducirse a acciones filantrópicas o campañas ocasionales de apoyo social, sino que debe integrarse a la planeación estratégica, a la cultura organizacional y a la toma cotidiana de decisiones.

La responsabilidad social empresarial permite vincular el desempeño económico con el bienestar social y la sostenibilidad ambiental. En las Pymes latinoamericanas, esta integración puede expresarse mediante iniciativas internas orientadas al clima laboral y al bienestar del personal; acciones externas dirigidas a la comunidad; prácticas ambientales básicas, como el uso eficiente de agua y energía; mecanismos de gobernanza y cumplimiento; así como procesos de innovación enfocados en la mejora de productos, servicios y modelos de negocio. De esta manera, la RSE se convierte en una herramienta de gestión capaz de generar valor económico y, al mismo tiempo, contribuir al desarrollo sostenible.

En México, organismos como el Centro Mexicano para la Filantropía han impulsado la adopción de prácticas responsables mediante el Distintivo Empresa Socialmente Responsable, mientras que instrumentos internacionales como la ISO 26000 y los estándares de informes de sostenibilidad del Global Reporting Initiative ofrecen referentes útiles para orientar la gestión ética, social y ambiental de las organizaciones. No obstante, para las Pymes, el principal desafío consiste en traducir estos referentes en prácticas accesibles, medibles y coherentes con su tamaño, recursos y capacidades administrativas.

El presente artículo tiene como propósito analizar la ética y la responsabilidad social empresarial en las Pymes, destacando sus principales dimensiones, beneficios, desafíos y posibilidades de implementación. Para ello, se abordan aspectos relacionados con las iniciativas de responsabilidad social corporativa, los informes de sostenibilidad, la evaluación del impacto social, la gobernanza y el cumplimiento, la gestión ambiental, el liderazgo ético, la innovación y el emprendimiento, así como algunos argumentos cuantitativos sobre los beneficios de la RSE. Con ello, se busca

mostrar que la responsabilidad social, cuando se asume de manera auténtica y estratégica, puede fortalecer la competitividad, la legitimidad y la sostenibilidad de las Pymes en América Latina.

Las iniciativas de la RSC

Para que una Pyme sea reconocida como una empresa socialmente responsable, es necesario que implemente estrategias de responsabilidad social empresarial. Esto implica desarrollar sus actividades y relaciones comerciales con base en principios y valores éticos, como la transparencia, la honestidad y la lealtad. Asimismo, debe promover y exigir estos mismos estándares a las organizaciones con las que interactúa, con el fin de salvaguardar los intereses de todos sus grupos de interés, tanto internos como externos.

De acuerdo con Hernández y Ricárdez (2023) la RS en las pequeñas y medianas empresas (Pymes) difieren de las prácticas de las grandes empresas, debido a que las Pymes desarrollan características y circunstancias que las distinguen desde su contenido, su naturaleza y en la extensión de sus actividades de esta.

Las iniciativas de RSC son esenciales para que las pymes latinoamericanas demuestren su compromiso con la ética y la responsabilidad social. Este concepto es relevante para la consulta, ya que permite a las pymes participar en actividades que benefician a la comunidad, como la filantropía, el voluntariado y la conservación del medio ambiente. Al implementar iniciativas de RSC, las pymes pueden mejorar su reputación, generar confianza con sus grupos de interés y contribuir al bienestar de la Sociedad.

Las iniciativas de responsabilidad social empresarial pueden organizarse en varias dimensiones estratégicas que permiten comprender su alcance dentro de las Pymes. Estas dimensiones no solo se relacionan con acciones filantrópicas o ambientales, sino también con la ética, la gobernanza, la gestión interna, la

innovación y la relación con los grupos de interés. En este sentido, la RSE debe entenderse como un componente transversal de la estrategia empresarial (Tabla 1).

Tabla 1. Dimensiones estratégicas de la responsabilidad social empresarial en las Pymes

Dimensión de la RSE	Propósito principal	Aplicación en las Pymes
Ética empresarial	Orientar las decisiones con base en transparencia, honestidad y lealtad.	Construcción de relaciones confiables con empleados, clientes, proveedores y comunidad.
Responsabilidad social interna	Fortalecer el clima laboral, la motivación y el bienestar del personal.	Mejora de condiciones laborales, comunicación interna y cultura organizacional.
Responsabilidad social externa	Contribuir al bienestar de la comunidad y de los grupos de interés externos.	Acciones comunitarias, voluntariado, apoyo social y relaciones responsables con proveedores.
Sostenibilidad ambiental	Reducir el impacto ecológico de las operaciones empresariales.	Uso eficiente de agua, energía, reducción de residuos y prácticas ambientales básicas.
Gobernanza y cumplimiento	Asegurar una gestión transparente, ordenada y apegada a principios legales y éticos.	Controles internos, rendición de cuentas, asesoría externa y separación de funciones.
Innovación social y empresarial	Desarrollar productos, procesos o modelos de negocio con impacto positivo.	Mejora de procesos, soluciones sostenibles y adaptación a necesidades del entorno.

Nota. Elaboración propia con base en Hernández y Ricárdez (2023), Mas y Rubí Labarca y Nieves Álvarez (2022), Ramírez Barrientos (2026), Maldonado Vidaurri (2016) y Ramos Méndez et al. (2022).

En el contexto actual, resulta fundamental comprender que la responsabilidad social, en sus dos dimensiones (interna y externa), no opera de forma aislada, sino que se integra al proceso de planificación estratégica de las organizaciones. Además, como señalan Mas, Rubí y Nieves (2022), contribuye a la escalabilidad, sistematización y formalización de los procesos internos. Su estrecha vinculación con las demás estrategias empresariales permite asegurar que estas se ejecuten bajo principios éticos, con un enfoque centrado en la persona. Esto favorece el fortalecimiento de la cultura organizacional, mejora el clima laboral y eleva los niveles de satisfacción y motivación del personal. Al mismo tiempo, promueve la

aceptación por parte de clientes, proveedores y la comunidad, es decir, de los distintos grupos de interés externos, lo cual contribuye de manera significativa al éxito empresarial.

En México, se tiene una organización que fomenta la Responsabilidad Social en las empresas y es el Centro Mexicanos para la Filantropía (CEMEFI), que es una asociación civil sin fines de lucro desde 1988, la cual promueve esta iniciativa de la RSC a través de su certificación de Empresa Socialmente Responsable (ESR) con este sello se acredita el compromiso empresarial con el medio ambiente, la ética y la comunidad.

Para lo cual Villafan K. y Ayala D. (2014, citado por Acevedo, Castillo Ortega en 2019), mencionan que este tipo de organismo tiene un sistema definido y dan grandes beneficios, primero de manera interna como es mejorar la calidad del entorno laboral, y de manera externa, mejor relación con su comunidad y más involucramiento con el medio ambiente, todo esto se traduce como una ventaja competitiva entre sus competidores.

De hecho, esta organización (CEMEFI), refiere que el año 2023 participaron 1,310 Pymes en el sello de ESR en su compromiso con la RSE y aceptar los criterios de Entorno ambiental, Sociedad y Gobernanza (ESG por sus siglas en Ingles que es Environmental, Social, and Governance) en sus evaluaciones futuras. La importancia de esto radica que es una evaluación precisa y cuantitativa que determina el impacto de las operaciones de una organización en su entorno.

Los informes de sostenibilidad

La elaboración de informes de sostenibilidad resulta clave para las pymes latinoamericanas, ya que les permite incorporar la ética y la responsabilidad social corporativa (RSC) dentro de sus estrategias empresariales. Este enfoque es especialmente relevante, pues facilita la comunicación de su desempeño en materia ambiental, social y de gobernanza, fortaleciendo la transparencia y la rendición de cuentas. Asimismo, la adopción de estos informes les brinda la oportunidad de

detectar áreas de mejora y tomar decisiones informadas para reducir riesgos y capitalizar oportunidades. En este sentido, su propósito es ofrecer una visión equilibrada y objetiva del desempeño organizacional en los ámbitos económico, ambiental y social para todos los grupos de interés. De acuerdo con Hoeltl et al. (2013), un análisis cualitativo evidencia diferencias en los resultados de los informes de sostenibilidad entre Europa y América Latina.

A nivel global se cuenta con una organización independiente sin fines de lucro llamado GRI (Global Reporter Index), con más de 30 años de trabajo, el cual a través de, aquellos que tienen interés para desarrollar y mejorar informes de sostenibilidad rigurosos y prácticos, crean un lenguaje para evaluar e informar sobre los impactos ambientales, sociales y económicos. Con este tipo de organización, es de un gran apoyo para toda empresa con interés de implementar la Responsabilidad Social de manera muy seria, formal y con un sentido sostenible y sustentable. (globalreporting.org)

Evaluación del impacto social

La medición del impacto social constituye una herramienta clave para las pymes latinoamericanas, ya que les permite analizar las consecuencias sociales derivadas de sus actividades y fundamentar la toma de decisiones orientadas a reducir efectos adversos. Este enfoque resulta pertinente para la consulta, dado que facilita la detección de oportunidades de mejora, el diseño de estrategias para atender problemáticas sociales y la evaluación de la eficacia de sus acciones en materia de responsabilidad social corporativa (RSC). Al implementar procesos de evaluación de impacto social, las pymes no solo evidencian su compromiso con la responsabilidad social, sino que también aportan al desarrollo y bienestar de la comunidad.

Gobernanza y cumplimiento

La gobernanza corporativa y el cumplimiento regulatorio son elementos fundamentales para las pymes en América Latina, ya que aseguran que sus

operaciones se desarrollen conforme a las disposiciones legales, normativas vigentes y principios éticos. Este enfoque resulta pertinente para la consulta, debido a que facilita la implementación de estructuras de gobernanza robustas, la adecuada gestión de riesgos y el fortalecimiento de la transparencia y la rendición de cuentas. Al apegarse a estos lineamientos, las pymes pueden reducir la probabilidad de incumplimientos, salvaguardar su reputación y consolidar la confianza de sus grupos de interés.

De acuerdo con Ramírez Barrientos (2026), en su artículo “Gobernanza y sostenibilidad en las Pymes: transformar propósito en valor”, simplifica una definición al respecto como el conjunto de políticas, procesos y estructura que una Pyme deber tener, para asegurar una gestión transparente, ética y eficiente.

Para tal efecto establece elementos esenciales para que esto funcione y son:

1. **Tener un consejo consultivo o asesores independientes.** Un grupo pequeño de especialistas que apoyen a los dueños y/o directores generales en las decisiones.
2. **Separación entre propiedad y gestión.** Por lo general los propietarios quieren involucrarse en todos los temas de manera directa en todos los aspectos del negocio, lo que muchas veces genera conflicto. Por lo tanto, es importante establecer límites de responsabilidad, a manera que, el dueño tenga una visión más estratégica, para que sus decisiones sean de alto nivel, para que directores y gerentes administren los procesos de manera objetiva y eficiente.
3. **Establecer controles internos y auditorías anuales.** Es muy importante asegurar la transparencia en el manejo de los recursos, disminuir los riesgos financieros, y cumplir con las regulaciones legales y fiscales, y de esta manera tener mayor acceso a las fuentes de financiamiento y fomentar la transparencia y la mejora continua por la buena imagen del control sobre este aspecto.

Gestión ambiental

De acuerdo con el estudio de Maldonado-Vidaurre (2016) menciona de la poca capacidad de inversión que puedan tener las Mipymes lo que le impide promover o establecer dentro mejoras ambientales, pero lo que, si pueden, es identificar nichos estratégicos al interior que desean mejorar ambientalmente, como el uso eficiente del agua o de la luz. En su estudio lo pone como un ejemplo y sería la manera de recolectar el agua cuando llueve y su reutilización.

La gestión ambiental constituye un pilar esencial para las pymes en América Latina, ya que les permite disminuir su huella ecológica y atender los riesgos vinculados al cambio climático. Este enfoque resulta pertinente para la consulta, dado que impulsa la adopción de prácticas sostenibles, la reducción de residuos y el uso eficiente de los recursos naturales. Al incorporar sistemas de gestión ambiental, las pymes pueden optimizar sus costos operativos, fortalecer su imagen corporativa y aportar al desarrollo de un futuro sostenible. Tal es el caso en el distrito industrial de Hackefors, en Suecia, 26 pequeñas y medianas empresas (Pymes) han formado una red ambiental y han implementado un sistema de gestión ambiental (SGA) conjunto de acuerdo con la norma ISO 14001 (Ammenberg, 2000).

Liderazgo ético

El liderazgo ético representa un elemento clave para las pymes latinoamericanas, ya que facilita la construcción de una cultura organizacional basada en principios éticos y responsabilidad social. Este enfoque es pertinente para la consulta, puesto que impulsa el desarrollo de líderes que privilegien la integridad, la transparencia y la rendición de cuentas, además de influir positivamente en sus colaboradores para adoptar prácticas empresariales responsables. Al fortalecer el liderazgo ético, las pymes pueden consolidar su reputación, generar confianza entre sus grupos de interés y aportar al desarrollo de un entorno más sostenible y justo.

En la investigación de Zolano, Encinas y Durán (2016), que el comportamiento ético para la mayoría de las empresas participantes es el más importante con un 39% de

un total de 27 empresas, donde también tiene un peso alto el impacto ambiental con 24% y la transparencia con un 11% de un total de 11 principios y el menos importante los programas de voluntario.

Innovación y Emprendimiento

La innovación y el emprendimiento constituyen factores clave para las pymes en América Latina, ya que les permiten diseñar nuevos productos, servicios y modelos de negocio orientados a enfrentar retos sociales y ambientales. Este enfoque resulta pertinente para la consulta, dado que impulsa la creación de una cultura innovadora, el desarrollo de soluciones sostenibles y la generación de oportunidades de crecimiento y expansión. Al fortalecer la innovación y el emprendimiento, las pymes pueden incrementar su competitividad, contribuir al desarrollo sostenible de la región y elevar el bienestar de sus grupos de interés.

Las innovaciones en las medianas empresas es más que comprar maquinaria, lo primero sería la mejora de los procesos que se tienen, definir nuevos métodos de control y cambios en las maneras de pensar del personal, esto también incluye la creación de nuevas normas, procesos y políticas institucionales con una visión dirigida a la atención de las necesidades del entorno y la satisfacción de los clientes. Para eso, requiere establecer componentes de planeación y control para alcanzar los objetivos propuestos y el empresario debe de dirigir los procesos de innovación (Sánchez, et al; 2016, citado por En las medianas empresas las innovaciones tienen que ir más allá de la adquisición de nuevas maquinarias. Es primordial la modificación y mejora de los procesos existentes, la implementación de nuevos mecanismos de control y cambios en las formas de pensar del personal, incluye también la creación de nuevas normas, procesos y políticas institucionales con una visión enfocada a la atención de las necesidades del entorno y la satisfacción de los clientes. Para lo cual, se requiere establecer componentes de planeación y control para alcanzar los objetivos propuestos y el empresario debe de dirigir los procesos de innovación (Sánchez, et al; 2016, citado por Ramos-Méndez; Jerónimo Y Almeida Aguilar, 2022).

Argumentos cuantitativos de los beneficios de la Responsabilidad Social

Tabla 2. Hallazgos cuantitativos sobre responsabilidad social empresarial en Pymes de Hermosillo, Sonora

Aspecto evaluado	Resultado reportado	Interpretación para la RSE en Pymes
Percepción de la RSE como factor de sustentabilidad y rentabilidad	83 %	La mayoría de las empresas reconoce que la RSE contribuye al éxito y permanencia empresarial.
Comportamiento ético como principio principal de la RSE	39 %	La ética aparece como el eje más relevante para orientar las acciones responsables.
Impacto ambiental como principio relevante	24 %	La dimensión ambiental ocupa un lugar importante dentro de las preocupaciones empresariales.
Transparencia como principio relevante	11 %	La rendición de cuentas y la claridad institucional son valoradas, aunque en menor proporción.
Empresas que miden impacto económico de programas de RSE	67 %	La medición económica es la más utilizada para evaluar los efectos de la RSE.
Empresas que miden impacto ambiental de programas de RSE	37 %	La evaluación ambiental existe, pero todavía presenta margen de fortalecimiento.
Empresas que miden impacto social de programas de RSE	30 %	La medición social es la menos desarrollada, a pesar de ser central en la responsabilidad empresarial.
Uso de encuestas internas para equilibrio vida-trabajo	40 %	Las encuestas internas son el mecanismo más utilizado para conocer necesidades del personal.
Uso de buzones de sugerencias	16 %	Representa una herramienta complementaria de participación interna.
Beneficios sociales esperados de la RSE	24 %	Los empresarios asocian la RSE principalmente con contribuciones sociales.
Reconocimiento empresarial esperado	17 %	La RSE también se percibe como fuente de reputación y legitimidad.
Beneficios éticos esperados	16 %	La dimensión ética se vincula con la consolidación de una cultura empresarial responsable.
Beneficios ambientales esperados	15 %	La sostenibilidad ambiental aparece como un beneficio relevante, aunque no dominante.

Como se observa en la Tabla 2, la RSE es valorada por las Pymes principalmente por su vínculo con la sustentabilidad, la rentabilidad, el comportamiento ético y la generación de beneficios sociales. Sin embargo, también se advierte que la medición del impacto social y ambiental aún requiere mayor fortalecimiento,

especialmente si se busca que la responsabilidad social pase de ser una práctica fragmentada a una estrategia formal de gestión empresarial.

Los hallazgos de Zolano Sánchez, Encinas Meléndrez y Durán Acosta (2016) permiten observar que la RSE no solo se percibe como una práctica ética, sino también como un factor asociado con la sustentabilidad, la rentabilidad y la competitividad de las Pymes. La Tabla 2 sintetiza los principales resultados cuantitativos reportados por los autores.

La RSE es un compromiso permanente, para aumentar la competitividad, que contribuyen activamente al desarrollo sostenible de la sociedad mediante acciones específicas y medibles con el propósito de solucionar los problemas fundamentales del país.

Ventajas de la Responsabilidad Social Empresarial

Este estudio demuestra que la Responsabilidad Social Empresarial está siendo mayormente adoptada, y aunque no se puede hablar de una adopción formal como en las grandes empresas, el 40% de las empresas encuestadas han implementado acciones y estrategias de RSE. Dichas acciones generalmente son esporádicas, fragmentadas, no planeadas y rara vez se incorpora a la estrategia general de la organización. Y que el grado de adopción de la RSE en las Mipymes dependerá de la consciencia social del empresario, ya que, al ser el actor principal, sus valores determinan el actuar en la organización.

De acuerdo con el artículo de López Salazar (2013), los principales beneficios que obtiene una empresa, que se ven reflejados (tabla 3) en distintos ámbitos de la organización, y dependiendo de los procesos de gestión implementados para apoyar el comportamiento responsable son:

Tabla 3. Beneficios de la responsabilidad social empresarial según ámbito organizacional.

Ámbito	Beneficios
Comercial	Reputación e imagen positiva; fidelidad de los clientes; posicionamiento y diferenciación de marca; acceso a nuevos mercados.
Financiero	Atracción de inversiones; reducción de costos de operación; incremento de ventas; rentabilidad de largo plazo; disminución de la percepción del riesgo para posibles inversionistas.
Laboral	Reducción del ausentismo; incremento del nivel de motivación para desarrollar tareas; mayor compromiso en el trabajo, más allá de la compensación económica; productividad laboral; captación y retención de talento.
Medioambiental	Reducción de costos de producción mediante la disminución de desechos; eficiencia en el uso de recursos; calidad e innovación en productos.
Legal	Disminución de costos derivados del respeto a la legislación; mejora de las relaciones con la autoridad.

Nota. Elaboración propia con base en López Salazar (2013).

El ser una empresa que no aplica la responsabilidad social, tiene una equivalencia de no tener conciencia, esta desaprovecha el potencial que a largo plazo le puede ofrecer la RSE al conocer el impacto que debe darles a sus procesos desde su planeación estratégica no sólo a la organización (productividad-economía), sino a los trabajadores, a la sociedad y el medio ambiente.

Existe otro organismo que es la Organización Internacional de Estandarización, (ISO por sus siglas en inglés), a finales del 2004 desarrolló una norma no certificable sobre la RSE de uso voluntario. Con ella pretende guiar con la experiencia internacional a todas las empresas sin importar su tamaño o sector, el ser socialmente responsable, bajo los materiales fundamentales y las mejores prácticas. Esta norma tiene por nombre ISO26000 la cual fue publicada en el 2010.

De acuerdo con Villacís y Caiche (2021), no se debe ver a la Responsabilidad Social como una herramienta para tener una imagen positiva ante sus clientes, lo que en mercadotecnia llamaríamos el branding, sino todo lo contrario, es un compromiso real de gestión social, y hoy en día, más empresas adoptan a la RS como parte de

su ventaja competitiva estrategia, y que tiene un propósito del mejor manejo posible de los recursos que se obtienen del entorno y en el provecho de la sociedad misma.

Un dato importante de resaltar es el estudio de Azuero, García y Castro (2020) sobre

“La Responsabilidad Social Empresarial en las Pymes de Colombia: un estudio descriptivo a partir de las dimensiones económica, ético-legal y filantrópica” en referencia del género de los gerentes, que tanto mujeres como hombres ponen preferencia a la dimensión económica, posteriormente a la dimensión ético-legal y seguido con la dimensión filantrópica.

Conclusiones

La responsabilidad social empresarial en las Pymes debe entenderse como una práctica estratégica y no únicamente como una acción filantrópica, aislada o eventual. A partir del análisis desarrollado, se observa que la ética, la transparencia, la gobernanza, la sostenibilidad ambiental, la innovación y la relación responsable con los grupos de interés constituyen dimensiones esenciales para fortalecer la legitimidad y la permanencia de estas organizaciones. En este sentido, la RSE permite que las Pymes articulen su desempeño económico con compromisos sociales y ambientales, generando valor tanto para la empresa como para su entorno.

El estudio permite advertir que las Pymes enfrentan limitaciones estructurales importantes para implementar modelos formales de responsabilidad social, especialmente por restricciones financieras, baja capacidad de inversión, informalidad administrativa y ausencia de sistemas robustos de medición. Sin embargo, estas limitaciones no impiden avanzar hacia prácticas responsables. Por el contrario, muestran la necesidad de adaptar la RSE a la realidad operativa de las pequeñas y medianas empresas, mediante acciones progresivas, medibles y vinculadas con su planeación estratégica.

Los hallazgos revisados indican que la RSE ofrece beneficios en distintos ámbitos organizacionales: mejora la reputación empresarial, fortalece la confianza de clientes y proveedores, favorece el clima laboral, reduce riesgos legales y ambientales, contribuye a la eficiencia operativa y puede convertirse en una fuente de ventaja competitiva. No obstante, para que estos beneficios sean sostenibles, la responsabilidad social debe integrarse a la cultura organizacional y no limitarse a una estrategia de imagen o posicionamiento comercial.

La gobernanza y el cumplimiento representan condiciones indispensables para consolidar una RSE auténtica en las Pymes. La existencia de controles internos, asesoría externa, separación de funciones, rendición de cuentas y cumplimiento normativo permite reducir riesgos, profesionalizar la gestión y fortalecer la confianza de los grupos de interés. En este punto, la ética empresarial deja de ser un discurso abstracto y se convierte en una práctica concreta de dirección, administración y toma de decisiones.

La dimensión ambiental aparece como uno de los mayores desafíos para las Pymes latinoamericanas. Aunque muchas de estas empresas no cuentan con recursos suficientes para implementar sistemas ambientales complejos, sí pueden desarrollar acciones viables, como el uso eficiente del agua y la energía, la reducción de residuos, la reutilización de recursos y la identificación de oportunidades internas de mejora ambiental. Estas prácticas, aunque sencillas, pueden generar impactos positivos acumulativos y abrir el camino hacia modelos de gestión más sostenibles.

La medición del impacto social constituye una tarea pendiente. Los datos analizados muestran que las Pymes suelen medir con mayor frecuencia los efectos económicos de sus programas de RSE, mientras que la evaluación social y ambiental todavía presenta áreas de oportunidad. Por ello, resulta necesario promover instrumentos sencillos, accesibles y adecuados al tamaño de estas empresas, que permitan valorar de manera objetiva los resultados de sus acciones responsables.

La RSE en las Pymes latinoamericanas debe asumirse como un proceso gradual de aprendizaje organizacional. Su consolidación requiere liderazgo ético, compromiso directivo, participación del personal, innovación en procesos y una visión de largo plazo. Cuando la responsabilidad social se incorpora de manera coherente a la estrategia empresarial, las Pymes no solo mejoran su competitividad, sino que también contribuyen al desarrollo sostenible, al bienestar comunitario y a la construcción de organizaciones más humanas, transparentes y socialmente comprometidas.

Referencias

Acevedo Sánchez, I., Castillo Trejo, A., & Ortega Montiel, M. de L. (2019). Modelo de responsabilidad social empresarial en la PYME, caso Tula-Tepeji, México. *TEPEXI Boletín Científico de la Escuela Superior Tepeji del Río*, (12), 48–65.

<https://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/tepexi/issue/archive>

Ammenberg, J., Börjesson, B., & Hjelm, O. (2000). Certificación conjunta de servicios médicos de emergencia y de grupo. Una vía rentable para que las PYMES obtengan la certificación ISO 14001. En *ISO 14001* (1.ª ed.). Routledge.

Azuero-Rodríguez, A. R., García-Solarte, M., & Castro-Ruiz, C. (2020). La responsabilidad social empresarial en las Pymes de Colombia: Un estudio descriptivo a partir de las dimensiones económica, ético-legal y filantrópica. *Revista Espacios*, 41(43), Artículo 11.

Centro Mexicano de Filantropía. (s. f.). *Centro Mexicano de Filantropía*.
<https://www.cemefi.org/>

Centro Mexicano de Filantropía. (2023). *Segmentos de empresas Distintivo ESR®*.
<https://www.cemefi.org/wp-content/uploads/2023/12/Segmentos-Empresas-Distintivo-ESR-Cemefi-2023.pdf>

Global Reporting Initiative. (s. f.). *El líder mundial en informes de sostenibilidad*.
<https://www.globalreporting.org/>

Hernández Villa, X. C., & Ricárdez Jiménez, J. D. (2023). Categorías de responsabilidad social empresarial pública en las PYMES mexicanas. *Trascender, Contabilidad y Gestión*, 8(24), 101–133. <https://doi.org/10.36791/tcg.v8i24.225>

Hoeltl, A., Brandtweiner, R., & Stock, P. S. (2013). Sustainability reports from the food industry: Case studies from Europe and Latin America. *WIT Transactions on Ecology and the Environment*, 170, 77–88.

International Organization for Standardization. (s. f.). *ISO 26000: Responsabilidad social*. <https://www.iso.org/iso-26000-social-responsibility.html>

López Salazar, A. (2013). Hacia la responsabilidad social empresarial de pequeñas empresas: Caso México. *Revista Internacional Administración & Finanzas*, 6(6), 39–54. <https://ssrn.com/abstract=2285755>

Maldonado Vidaurri, N. N. (2016). *La responsabilidad social empresarial en las Mipymes de México: ¿Cómo introducir la responsabilidad social en las Mipymes?* [Tesis de maestría, Instituto Superior de Educación y Ciencias].

Mas y Rubí Labarca, Y. Ch., & Nieves Álvarez, M. J. (2022). Gestión de la calidad de servicio en los centros de salud privados. *Revista Temario Científico*, 2(2), 25–38. <https://doi.org/10.47212/rtcAlinin.2.2>

Ramírez Barrientos, E. (2026). *Gobernanza y sostenibilidad en las Pymes: Transformar propósito en valor*. Colegio de Contadores Públicos de México. <https://www.contadoresmexico.org.mx/Boletin/gobernanza-sostenibilidad-Pymes-transformar-proposito-en-alor>

Ramos Méndez, E., Jerónimo Yedra, R., & Almeida Aguilar, M. A. (2022). Innovación tecnológica en las medianas empresas industriales. *Vinculatégica EFAN*, 8(2), 110–122. <https://doi.org/10.29105/vtga8.2-264>

Villacís-Pérez, W., & Caiche-Morán, R. (2021). La responsabilidad social como herramienta de ventaja competitiva para las pequeñas y medianas empresas. 593 *Digital Publisher CEIT*, 6(5), 65–72. <https://doi.org/10.33386/593dp.2021.5.608>

Zolano Sánchez, M. L., Encinas Meléndrez, L. del C., & Durán Acosta, M. G. (2016). Responsabilidad social empresarial (RSE) en las PYME's. *Trascender, Contabilidad y Gestión*, (3), 2–13.