

ARTÍCULO DE DIVULGACIÓN

# INTRODUCCIÓN A LA RESPONSABILIDAD SO- CIAL EMPRESARIAL EN LAS EMPRESAS FAMILIA- RES

INTRODUCTION TO THE CORPORATE  
SOCIAL RESPONSIBILITY IN FAMILY BU-  
SINESSES

REVISTA OJELT  
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA METROPOLITANA  
ISSN: En trámite . Volumen 1. Número 2, 2023.

**Andrés Miguel Pereyra Chan**

Maestro en Ciencias en Planificación Industrial  
Tecnológico Nacional de México/I.T. Mérida, México

[andres.pc@merida.tecnm.mx](mailto:andres.pc@merida.tecnm.mx)

[https://orcid.org/ 0000-0003-3175-1694](https://orcid.org/0000-0003-3175-1694)

**Ailendy Guadalupe Chale Hoil**

Estudiante de la Maestría en Planificación de Empresas y Desarrollo Regional  
Tecnológico Nacional de México/I.T. Mérida, México

[Mg16081275@merida.tecnm.mx](mailto:Mg16081275@merida.tecnm.mx)

[https://orcid.org/ 0000-0002-7484-4156](https://orcid.org/0000-0002-7484-4156)

RECIBIDO: 01 de mayo de 2023  
ACEPTADO: 15 de junio de 2023  
PUBLICADO: 01 de julio de 2023

# RESUMEN

La responsabilidad social empresarial (RSE) es un término dinámico, que se adapta según sea el contexto y que involucra a todas las empresas sin importar su tamaño. El objetivo de este artículo es analizar la importancia y los beneficios de la RSE en el contexto actual relacionado con las empresas familiares, presentando la historia, la conceptualización del término y las dimensiones que involucra la RSE. Identificando que la RSE genera una ventaja competitiva sustentable para la empresa, ya que actualmente la sociedad es más exigente del comportamiento organizacional. Involucra el ámbito ambiental, social, de gobernanza y el contexto global, así como acciones que contribuyen a lograr su implementación. Por lo cual, la RSE es un componente fundamental para el éxito y la sostenibilidad de las empresas que adoptan una visión responsable y se comprometen con la sociedad y el medio ambiente, no solo obtienen beneficios económicos, sino que también fortalecen su imagen de marca y contribuyen al desarrollo sostenible.

**Palabras clave:** Responsabilidad Social Empresarial, Empresas Familiares, Estrategias.  
**Código JEL:** M0, M1

# ABSTRACT

Corporate social responsibility (CSR) is a dynamic term, which adapts according to the context, and which involves all companies regardless of their size. The objective of this article is to analyze the importance and benefits of CSR in the current context related to family businesses, presenting the history, the conceptualization of the term and the dimensions involved in CSR. Identifying that CSR generates a sustainable competitive advantage for the company, since society is currently more demanding of organizational behavior. It involves the environmental, social, governance and global context, as well as actions that contribute to achieving its implementation. Therefore, CSR is a fundamental component for the success and sustainability of companies that adopt a responsible vision and are committed to society and the environment, not only obtain economic benefits, but also strengthen their brand image and contribute to sustainable development.

**Key Words:** Corporate Social Responsibility, Family Businesses, Strategies.

# INTRODUCCIÓN

Las empresas familiares desempeñan un papel fundamental en el progreso de un país debido a su significativa contribución al Producto Interno Bruto (PIB), impulsando el desarrollo económico y la generación de empleo de las sociedades (Armas & Maridueña, 2019). En este contexto, las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) tienen un impacto considerable tanto en el éxito competitivo como en la capacidad de innovación de las empresas (Esparza & Reyes, 2019). Adquiriendo un enfoque estratégico, en el cual, no solo se consideran las ganancias económicas, sino también la forma en que se obtienen.

Son pocos los trabajos de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en la empresa familiar (Fitzgerald et al., 2010), de este modo se hace notable el desconocimiento del tema. Por lo cual, este artículo explica cómo ha sido la evolución de la RSE, también conceptualiza el término de Responsabilidad Social Empresarial en Empresas Familiares y se mencionan las principales dimensiones y motivaciones para lograr implementarla. Es importante destacar que los comportamientos empresariales socialmente responsables se remontan al siglo XVII, inicialmente motivados por causas religiosas y llevados a cabo de manera individual, pero posteriormente se expandieron hacia acciones filantrópicas y se integraron en la estrategia empresarial (Font et al., 2017; Pérez-Sánchez, 2020; Ramos-Enríquez et al., 2021). En el siglo XXI, en 2010, se aprobó la Norma ISO 26000 de Responsabilidad Social, unifica criterios sobre la RSE, en donde se emanan los principios y pautas para las organizaciones, para la consolidación de los esfuerzos suscitados por las instituciones en estos temas (Correa Mejía et al., 2020).

La RSE plantea un desafío y, a la vez, brinda una valiosa oportunidad para obtener mejoras sustanciales. Aunque se han logrado avances significativos en este ámbito, las empresas familiares requieren enfoques innovadores y nuevas ideas que impulsen su crecimiento y desarrollo (Galvis & Galvis, 2019). Por lo tanto, es crucial que se integre en la gestión y las políticas de la empresa, para beneficios de esta como para los grupos de interés, contribuyendo al crecimiento económico y social de su entorno (Aldeanueva, 2012).

# DESARROLLO

La RSE, es concebida como la colaboración activa y voluntaria que dirigen las empresas al progreso social, económico y ambiental, con el objeto de la mejora de la situación competitiva, valorativa y el valor añadido (Portales & García, 2012; Véliz et al., 2018). Se centra en los compromisos de las empresas para el cumplimiento de estas actividades, para el impulso del emprendimiento social para subsanar los problemas mundiales (Véliz et al., 2018).

La Alianza por la Responsabilidad Social Empresarial en México del Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI, 2023), define la responsabilidad social empresarial como “el compromiso de la empresa, para con sus clientes directos e indirectos, así como con sus colaboradores, en la contribución con las necesidades sociales, ambientales y económicas de sus acciones para promover la sostenibilidad y cuidado ambientas en estos”. (p. 7)

Las empresas familiares desempeñan un papel significativo en actividades sociales debido a la estrecha relación entre la familia y el negocio. Estas empresas están vinculadas al apellido de la familia, lo que las vuelve identificables ante la sociedad (Hernández-Calzada, et al, 2017), pero también se involucran en las actividades específicas y van de la mano con muchas de estas responsabilidades, lo cual es de mayor visibilidad cuando estas se encuentran iniciando operaciones o según su tamaño cuando son nano, micro o pequeñas empresas (González, et al, 2021a; González, et al, 2021b). Por esta razón estas empresas cuidan minuciosamente su imagen, ya que, los comportamientos considerados socialmente indeseables afectan la imagen de la familia es importancia, porque las decisiones y las acciones realizadas por la empresa son verificadas para la conservación de la imagen, lo anterior es una motivación para actuar en beneficio de los colaboradores y de la sociedad, siendo esta el diferencial de las empresas no familiares, cuyos propietarios no son reconocidos y están representados por las empresas que los contratan (Campiano et al, 2012).

La orientación y la adaptación al entorno pueden impulsar las prácticas de RSE en empresas familiares, aunque la influencia del paternalismo, nepotismo y decisiones informales debido a la gestión de la familia pueden obstaculizar estas acciones de este modo es importante para las empresas familiares equilibrar los objetivos económicos con el compromiso social y asegurarse de

que las prácticas de RSE estén alineadas con los intereses y principios de la empresa y de la sociedad (Aldeanueva, 2012; Mandl, 2008; Sharma & Sharma, 2011). La RSE incide positivamente en la empresa en temas relacionados con la sustentabilidad, la innovación y el desempeño laboral.

La responsabilidad social en comunidades tiene un efecto significativo debido a que estas empresas muestran un mayor interés en la RSE (Ríos, et al., 2013) y obtienen beneficios significativos, como la mejora y fortalecimiento del entorno laboral, el impulso de la imagen de la marca, la relación con los clientes y la generación de lealtad hacia la empresa (Castillo, et al., 2022). Se enfocan en los problemas locales y toman acciones concretas para contribuir a su comunidad. Por el contrario, en las ciudades, las personas tienden a desconocer los procedimientos de las organizaciones en materia de responsabilidad social, lo que resulta en un menor compromiso de los propietarios hacia este tipo de acciones. En consecuencia, la implicación de las empresas en responsabilidad social es más notable en las empresas pequeñas, donde su influencia y compromiso tienen un mayor alcance en la comunidad (Varona y Lao, 2023).

Las actividades ambientales clave que están realizando las empresas pequeñas son: la reducción de basura y reciclaje, utilización de productos ecológicos, reducción del consumo de energía y del uso del transporte, utilización de recursos de energías renovables (Connell, 2007). De este modo la dinámica de la responsabilidad social empresarial se logra con la definición de acciones que realicen las empresas de manera au-

tónoma, para lograr el cumplimiento de lo legislativo para contribuir al desarrollo sostenible. (Font, et al., 2017). Por lo cual la RSE se entiende como un evento que abarca tres grandes ámbitos social, económico y ambiental, y estos tienen distintas dimensiones como mencionan (Font et al., 2017; Libro Verde, 2015): la RSE externa, las actividades de RSE se extienden a las comunidades e involucran a diversos actores, como empleados, accionistas, socios comerciales, proveedores, consumidores, autoridades públicas y ONG; RSE Interna, los aspectos sociales de la actividad empresarial, se relacionan con la asignación de recursos como lo son el capital humano, el bienestar, la seguridad y la gestión del cambio, mientras que las prácticas ambientalmente responsables se relacionan principalmente con la gestión de los recursos naturales utilizados en la producción.

Por su parte Cajiga (2016) menciona que las dimensiones son: economía interna, la cual, pone énfasis en crear y repartir valor adicional entre los empleados y los propietarios de la empresa; economía externa, implica la producción y repartición de bienes y servicios útiles y rentables para la sociedad; social interna, implica la responsabilidad compartida y solidaria de inversionistas, directivos, colaboradores y proveedores para la preservación de la calidad de las actividades empresariales; y sociocultural y política externa, es ejecución de y contribuciones individuales y colectivas elegidas para dedicar tiempo y recursos con la finalidad de crear las condiciones necesarias para promover y fomentar el espíritu de la empresa.

# CONCLUSIONES

Son pocas las empresas que ejecutan acciones socialmente responsables, dichas acciones son notables en las empresas de tipo familiar, ya que al ser pequeñas empresas se preocupan por cómo sus acciones interactúan con el bienestar de la comunidad y para entenderla abarca aspectos económicos, sociales y ambientales, tanto internos como externos a la empresa. Es esencial considerar la generación equitativa de valor, el bienestar laboral, el desarrollo integral de los trabajadores, la creación de bienes y servicios útiles para la comunidad y la aportación al progreso de la sociedad.

# RSE

# REFERENCIAS

- Aldeanueva Fernández, I. (2012). La Responsabilidad Social Corporativa en la Empresa Familiar: el enfoque de los Grupos de Interés. *Revista de La Agrupación Joven Iberoamericana de Contabilidad y Administración de Empresas (AJOICA)*, 9, 40-51.
- Armas Cabrera, S. L., & Maridueña Arroyave, M. R. (2019). El nivel de profesionalización gerencial y su incidencia en la sostenibilidad en el tiempo de las empresas familiares. *Revista Científica Ciencia y Tecnología*, 19, 29-34. <https://cienciaytecnologia.uteg.edu.ec/revista/index.php/cienciaytecnologia/article/view/258/391>
- Cajiga, J. F. (2016). El concepto de la responsabilidad social empresarial.
- Campopiano, J., De Masis, A., & Casia, L. (2012). La relación entre motivaciones y acciones en responsabilidad social empresarial: un estudio exploratorio. *International Journal of Business and Society*, 2012, 391-425.
- Castillo, J. C., Pereyra, A. M., & Ávila, A. J. (2022). Hacia la Profesionalización y Responsabilidad Social Empresarial en los micronegocios familiares del sector comercial en Ciudad Cautel, Mérida, Yucatán [Instituto Tecnológico de Mérida]. <https://rinacional.tecnm.mx/bitstream/TecNM/5025/1/>

CASTILLO-22-HACIA%20LA%20  
PROFESIONALIZACI%c3%93N%20  
Y%20RESPONSABILIDAD%20SO-  
CIAL%20EMPRESARIAL.pdf

- CEMEFI. (2023). 4o Taller de Introducción al Nuevo Modelo del Distintivo ESR 2023 ¿Porque mi empresa debería ser una ESR?. [https://www.cemefi.org/?gclid=EAIaIQobChMIrZ210qn2\\_wlV9RetBh3x\\_gL6EAYASAAE-gKou\\_D\\_BwE](https://www.cemefi.org/?gclid=EAIaIQobChMIrZ210qn2_wlV9RetBh3x_gL6EAYASAAE-gKou_D_BwE)
- Connell, N. (2007). Social and environmental responsibility and the small business owner. UK: The Federation of Small Businesses. [https://www.rsm.nl/education/executive-education/short-courses/corporate-communication/corporate-responsibility/?gclid=EAIaIQobChMI54DV4an2\\_wlVRyGtBh2CrwzQEAYASAAEgL9IPD\\_BwE](https://www.rsm.nl/education/executive-education/short-courses/corporate-communication/corporate-responsibility/?gclid=EAIaIQobChMI54DV4an2_wlVRyGtBh2CrwzQEAYASAAEgL9IPD_BwE)
- Correa Mejía, D. A., Mesa-Jurado, L. T., Rivera-López, P. A., & Román-Buriticá, M. M. (2020). Incidencia de las prácticas de responsabilidad social corporativa sobre el costo de patrimonio: evidencia desde Colombia. *AD-Minister*, 36, 5-30. <https://doi.org/10.17230/ad-minister.36.1>
- Esparza Aguilar, J. L., & Reyes Fong, T. (2019). Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial desarrolladas por empresas familiares mexicanas y su efecto en el éxito competitivo y la innovación. *Tec Empresarial*, 13, 45-57.
- Fitzgerald, M., Haynes, G. W., & Schrank, H. L. (2010). Socially Responsible Processes of Small Family Business Owners: Exploratory Evidence from the National Family business survey. *Journal of Small Business Management*, 524-551. <https://doi.org/10.1111/j.1540-627X.2010.00307.x>
- Font Playán, I., López Galindo, M., & Pérez Rueda, S. O. (2017). La responsabilidad social empresarial: un fenómeno en evolución. In M. Gutiérrez Nájera (Ed.), *Políticas Públicas y Renovación Social en el Siglo XXI* (Primera, pp. 227-260).
- Galvis Rueda, J. F., & Galvis Rueda, M. A. (2019). Definición, importancia y análisis de la empresa familiar. *Lúmina*, 20, 8-28. <https://doi.org/10.30554/lumina.20.3260.2019>
- González, K. C., Pereyra, A. M., Martín, S. G. y Castillo, J. C. (2021a). Family firms in the social and economic inequalities in Latin America. *Journal Legal, Ethical and Regulatory Issues*, 24 (Special 1), 1-17. <http://www.scopus.com/inward/record.url?eid=2-s2.0-85112856361&partnerID=MN8TOARS>
- González, K. C., Solís, Y. B. y Martín, S. G. (2021b). Transition of Women's Economic Activity to Contribute to Family Income as an Effect of COVID-19. *Estudios de Economía Aplicada*. 39(12), 1-11. <http://www.scopus.com/inward/record.url?eid=2-s2.0-85120476260&partnerID=MN8TOARS>
- Hernández-calzada, M. A., Mendoza-Mohen, J., & Salazar-Hernández, B. C. (2017). La Responsabilidad Social en la Empresa Familiar. *HOLOS*, 5, 174-185.
- Libro Verde. (2015). Comisión de las Comunidades Europeas: fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas. ESADE IPES. [https://itemsweb.esade.edu/wi/research/iis/pdfs\\_web/Libro\\_Verde.pdf](https://itemsweb.esade.edu/wi/research/iis/pdfs_web/Libro_Verde.pdf)
- Mandl, I. (2008). Overview of Family Business Relevant Issues. [https://familybusiness-study\\_en.pdf](https://familybusiness-study_en.pdf)
- Pérez-Sánchez, B. (2020). Responsabilidad Social Empresarial y Grupos Económicos Familiares en México. *Investigación Valdizana*, 14(2), 61-71. <https://doi.org/10.33554/riv.14.2.707>
- Portales, L., & García de la Torre, C. (2012). Evolución de la responsabilidad social empresarial: nacimiento, definición y difusión en América Latina: Responsabilidad Social Empresarial. En *Responsabilidad Social Empresarial*. Vol. 1, pp. 1-14. Pearson.
- Ramos-Enríquez, V., Duque, P., & Vieira Salazar, J. A. (2021). Responsabilidad Social Corporativa y Emprendimiento: evolución y tendencias de investigación. *Desarrollo Gerencial*, 13(1), 1-34. <https://doi.org/10.17081/dege.13.1.4210>
- Ríos, M., Ferrer, J., & López, A. (2013). Participación de las empresas familiares en actividades de responsabilidad

- social sostenible. *Revista Panorama Empresarial*, 7, 35-46.
- Sharma, P., & Sharma, S. (2011). Drivers of Proactive Environmental Strategy in Family Firms. *Business Ethics Quarterly*, 21(2), 309-334. <https://doi.org/10.5840/beq201121218>
- Varona Leyva, F. L., & Lao León, Y. O. (2023). Responsabilidad Social Empresarial en las MIPYMES Turísticas. *Revista de Desarrollo Sustentable, Negocios, Emprendimiento y Educación*, 5, 17-26. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8933830>
- Véliz, M. A., Torres, S. L., & Cantos, J. B. (2018). La responsabilidad social corporativa y su rol en las empresas ecuatorianas. *Revista Lasallista de Investigación*, 15(2), 105-117. <https://doi.org/10.22507/RLI.V15N2A8>