



Comportamiento organizacional: clave para la responsabilidad social interna en una empresa de productos alimenticios

Organizational behavior: key to internal social responsibility in a food company

Autores

- ✉ ^{1*}Ernesto Negrin Sosa
- ✉ ¹Benigno Javier Alcívar Martínez
- ✉ ¹Columba Consuelo Bravo Macías
- ✉ ²Johanna Gómez Rivadeneira



¹ Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí, Carrera de Administración de Empresas, Calceta, Manabí, Ecuador

² Universidad Técnica de Manabí, Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, Manabí, Portoviejo, Ecuador.

* Autor para correspondencia.

Código JEL: M1, M14

Citacion sugerida: Negrin Sosa, E., Alcívar Martínez, B. J., Bravo Macías, C. C., Rivadeneira, J. G. (2024). Comportamiento organizacional: clave para la responsabilidad social interna en una empresa de productos alimenticios. *Revista ECA Sinergia*, 15(2), 35-43. <https://doi.org/10.33936/ecasinergia.v15i2.5805>

Recibido: 25/05/2023
Aceptado: 25/04/2024
Publicado: 01/05/2024

Resumen

El objetivo del presente estudio es evaluar las variables del comportamiento organizacional, de trabajo en equipo y motivación, que son esenciales para la responsabilidad social empresarial de una empresa de productos alimenticios. Se utilizaron tipos de investigación descriptiva, exploratoria, documental y de campo, así como métodos deductivos, deductivos, analíticos y sintéticos. El enfoque de investigación es mixto. Para este estudio, se aplicó un cuestionario con escala Likert a setenta trabajadores de la empresa. Desde la perspectiva de la RSE interna, se destaca la importancia del papel de los empleados como parte esencial del entorno interno de la empresa y se examinan los resultados de la evaluación de las variables del comportamiento organizacional. Esta investigación muestra que la integración de la RSE y las necesidades de los empleados en la gestión empresarial es crucial para aumentar la eficacia de las organizaciones. El trabajo en equipo es esencial para el funcionamiento de una empresa. Los resultados muestran que una mayor cooperación entre los miembros del equipo conduce a una mayor eficiencia y productividad en la empresa de alimentos. Además, se analiza la motivación de los empleados, que es un componente adicional esencial para el éxito de una organización.

Palabras clave: Comportamiento organizacional; responsabilidad social; trabajo en equipo; motivación.

Abstract

The objective of this study is to evaluate the variables of teamwork and motivation of organizational behavior, which are essential for the social and business responsibility of a food products company. Descriptive, exploratory, documentary and field types of research were used, as well as deductive, deductive, analytical and synthetic methods. The research approach is mixed. For this study, a Likert scale questionnaire was applied to seventy workers of the company. From the perspective of CSR, the importance of the role of employees as an essential part of the company's internal environment is highlighted and the results of the evaluation of organizational behavior variables are examined. This research shows that the integration of CSR and the needs of employees in business management is crucial to increase the effectiveness of organizations. Teamwork is essential for the operation of a company. The results show that greater cooperation between team members leads to greater efficiency and productivity in the food company. In addition, the motivation of the employees is analyzed, which is an additional essential component for the success of an organization.

Keywords: Organizational behavior; social responsibility; teamwork; motivation.



INTRODUCCIÓN

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es un enfoque que ha ganado importancia en las empresas como respuesta a las demandas de los consumidores y la sociedad en general. Diversos estudios han analizado la relación entre la RSE y diferentes aspectos de la gestión empresarial, como el talento humano, la reputación corporativa y el desarrollo sostenible (Álvarez *et al.*, 2023). La RSE representa una nueva forma de pensar y actuar por parte de las empresas en respuesta a las demandas de los consumidores, la comunidad en la que operan y los actores internos involucrados. Según Blanco y Alonso (2020), la RSE surge de la relación existente entre la empresa y la sociedad en la que se desenvuelve. En la sociedad moderna, las empresas y organizaciones desempeñan un papel fundamental y son responsables de la mayor parte de la actividad humana. Sus acciones tienen un impacto significativo en la comunidad (Bravo *et al.*, 2020). La gestión empresarial estudia extensamente la responsabilidad social empresarial. Varios investigadores han examinado la conexión entre la RSE y varios factores, como la motivación y la satisfacción laboral (Deci y Ryan, 2008) y (Dorantes *et al.* 2023)

Alcívar *et al.*, 2023 (2023) resaltan la necesidad de tener en cuenta el bienestar de los empleados en el contexto de la RSE. Por otro lado, Fuentes (2023) enfatiza cómo la reputación corporativa y la RSE se relacionan en el sector bancario. Además, Deci y Ryan (2008) han estudiado la motivación en el ámbito laboral, mientras que Dorantes *et al.* (2023) y Mendizábal (2023) han explorado la relación entre la RSE y la gestión del talento humano. Macías y Vanga (2021) han analizado el comportamiento organizacional en empresas comercializadoras. Estos estudios evidencian la importancia de considerar la Responsabilidad Social en la gestión empresarial para mejorar la imagen y el desempeño organizacional. Mendoza (2022) y Murillo *et al.* (2022) examinaron la responsabilidad social empresarial en el mundo actual y subrayaron la importancia de implementarla en las organizaciones. Por otro lado, Quispe *et al.* (2023) investigaron la relación entre la RSE y el desempeño financiero, demostrando cómo la implementación de prácticas responsables puede tener un impacto positivo en los resultados económicos de las empresas. Asimismo, Zárate *et al.* (2021) investigaron la RSE en empresas mexicanas y han destacado la importancia de tener en cuenta los aspectos sociales y ambientales en la gestión empresarial. Estas investigaciones demuestran la importancia de incorporar la RSE en las estrategias empresariales para equilibrar el éxito económico y los efectos positivos en la sociedad. La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) no solo tiene un impacto significativo en el entorno externo de la empresa, sino que también influye en el entorno interno de la organización. En este sentido, es importante considerar diversas variables relacionadas con el comportamiento organizacional que influyen en el desempeño del personal. Licandro (2023) destaca la importancia del trabajo en equipo para lograr resultados superiores mediante la contribución colectiva.

Así mismo, Carroll (1999) señala que la RSE implica un compromiso ético y social por parte de la empresa, que va más allá de la mera generación de beneficios económicos. En el contexto colombiano, Carrillo *et al.* (2022) han explorado la relación entre la RSE y el comportamiento organizacional en dos sectores empresariales. Estos estudios evidencian la importancia de considerar la Responsabilidad Social en la gestión empresarial para mejorar el desempeño organizacional y el bienestar de los trabajadores. La RSE es un camino estratégico para valorizar las organizaciones mediante la generación de relaciones beneficiosas de largo plazo con sus diferentes grupos de interés.

Barroso, 2008 en su investigación afirma lo siguiente:

Contribuir a la calidad de vida dentro de la empresa. Las empresas generan empleos y pagan sueldos y salarios, que deben ser justos y oportunos (Barroso, 2007), contribuyendo al desarrollo de los trabajadores y mejorando su calidad de vida. Al mismo tiempo los trabajadores, con sus ingresos, fomentan el desarrollo de las comunidades donde radican.

También se requiere mejorar el clima organizacional y la calidad de vida laboral (CVL) a través de constante capacitación, adecuada supervisión, comunicación eficaz y trato digno a las personas. El mejoramiento de las habilidades de comunicación en la empresa, el aumento de la autoestima, el manejo de las finanzas personales, el trabajo en equipo y la prevención de adicciones, generan impacto positivo en las organizaciones (p. 78).

Partiendo de estos antecedentes el objetivo planteado es evaluar las variables trabajo en equipo y motivación del comportamiento organizacional, clave para la responsabilidad social interna de una empresa de productos alimenticios, con alta pertinencia y relevancia en la gestión empresarial.

METODOLOGÍA

La investigación se llevó a cabo a través de un enfoque mixto que incluyó tanto elementos cuantitativos como cualitativos. Se utilizaron métodos de investigación descriptivos, exploratorios, documentales y de campo, así como técnicas analíticas, inductivas, deductivas, sintéticas y descriptivas para analizar y comprender el comportamiento organizacional y la responsabilidad social empresarial dentro de la empresa de productos alimenticios. La población objetivo estuvo compuesta por 70 empleados de la empresa. Para la recolección de datos se diseñó un cuestionario estructurado de 20 preguntas, validado por medio del método Delphi (Bravo *et al.*, 2020)., las 10 primeras preguntas mediante la utilización de la escala de Likert “Excelente”, “Muy Bueno”, “Bueno”, “Regular”, “Malo”, y las 10 preguntas siguientes con la escala “Siempre”, “Casi siempre”, “Algunas veces”, “Pocas veces”, “Nunca” validadas previamente, que permitió medir el grado de adopción desde el comportamiento organizacional y su ejecución de prácticas de Responsabilidad Social Empresarial.

RESULTADOS

Mediante el estudio del comportamiento organización y de manera específica la motivación laboral y el trabajo en equipo como parte importante de la Responsabilidad Social hacia el interior de una empresa de productos alimenticios, se presentan los siguientes resultados. La evaluación de dos variables del comportamiento organizacional que muestran un alto impacto en el funcionamiento de una empresa de productos alimenticios, refleja finalmente la relevancia de estos temas y su relación con la Responsabilidad Social hacia el funcionamiento interno de este tipo de empresa. En la investigación desarrollada en una de sus fases iniciales se procedió con la aplicación del instrumento a los expertos de tipo Likert con la opción de evaluación en una escala decreciente del 5 a 1 donde: 5.- mucha influencia; 4.- mediana influencia; 3.- regular influencia; 2.- poca influencia; 1.- ninguna influencia.

Tabla 1.

Sumatoria de la escala Likert aplicadas a los expertos.

Variables del comportamiento organizacional	Expertos							TOTAL
	#1	#2	#3	#4	#5	#6	#7	
Comunicación	5	5	4	5	5	5	5	33
Habilidades	4	4	3	4	3	5	4	28
Conocimiento	3	4	4	4	4	4	4	27
Valores	4	4	3	4	5	4	5	29
Motivación	5	5	5	4	5	5	5	34
Toma de decisiones	4	4	4	5	4	4	4	29
Solución de conflictos	5	4	4	5	4	4	5	31
Liderazgo	5	5	5	4	5	4	4	32
Trabajo en equipo	5	5	5	5	5	5	5	35
Cultura	4	4	4	5	4	4	4	29
Aprendizaje	3	3	4	4	4	3	4	25

Se identificaron las variables de comportamiento organizacional con mayor influencia en la empresa de productos alimenticios mediante la aplicación del instrumento de evaluación. Los resultados obtenidos revelaron que el trabajo en equipo fue valorado con un promedio de 35, seguido de la motivación con un promedio de 34. Estos valores indican que ambas variables desempeñan un papel significativo en la empresa. Es importante destacar que el trabajo en equipo tiene un impacto positivo en el comportamiento de los empleados, lo cual se refleja en los resultados obtenidos. Asimismo, se observó que otras variables como la comunicación, el liderazgo y la solución de conflictos obtuvieron puntuaciones superiores a 30, lo que sugiere que también tienen una influencia considerable en la empresa. Por otro lado, se identificó que variables como la cultura, las habilidades y el aprendizaje obtuvieron puntuaciones inferiores a 30. Esto indica que estas son adquiridas con el tiempo o ya están presentes en la organización. Los resultados de la investigación desarrollada

mostraron las variables de comportamiento organizacional más relevantes en la empresa de productos alimenticios, destacando el trabajo en equipo y la motivación como aspectos clave. Estos hallazgos brindan información valiosa para mejorar la gestión y el funcionamiento de la empresa, así como para fomentar un entorno laboral favorable y comprometido.

Para establecer el nivel de desempeño de estas variables en la empresa estudiada, se seleccionaron preguntas apropiadas basadas en la opinión de expertos. Se revisaron 10 cuestionarios relacionados con trabajo en equipo y motivación, lo que permitió identificar los puntos más relevantes en estos ámbitos. Se creó una encuesta con preguntas claras y sencillas, facilitando la obtención de respuestas de los participantes de la empresa y su percepción de la organización. Una vez recopilada la información de los cuestionarios correspondientes, se procedió al ingreso de datos y a la creación de una hoja de cálculo en el programa Excel 2019. Las preguntas se utilizaron como títulos en las columnas, y cada fila correspondió a un empleado que respondió adecuadamente el cuestionario. Se formularon 20 ítems específicos sobre las variables analizadas que tuvieron mayor influencia en la organización.

Con esta metodología, se obtuvo una estructura sólida de datos que permitió analizar y comprender el estado actual de estas variables en la empresa de productos alimenticios. Estos resultados serán fundamentales para desarrollar estrategias efectivas y medidas de mejora enfocadas en potenciar el trabajo en equipo y promover la motivación en la organización. Para obtener los resultados mencionados, se diseñó y aplicó un cuestionario compuesto por 20 preguntas centradas en ambas variables. A continuación, se presentan de manera resumida los datos obtenidos a partir de las primeras 10 preguntas:

Tabla 2.

Resumen de las respuestas a las preguntas del 1 al 10.

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	2	2,9%
Muy Bueno	3	4,3%
Bueno	23	32,9%
Regular	34	48,6%
Malo	7	10,0%
Ns / Nc	1	1,3%
TOTAL	70	100,0%

De las respuestas antes mencionadas, se observa que el 10% de los participantes calificó la comunicación como “mala”, mientras que el 48,6% la calificó como “regular”. Por otro lado, el 32,9% consideró que la comunicación era “buena”. Estos resultados pueden atribuirse a la falta de confianza entre empleadores y empleados, lo cual puede dificultar la expresión de ideas y opiniones hacia los superiores. Esta falta de comunicación podría ser un factor que contribuye a la sensación de desmotivación entre los empleados.

Tabla 3.

Resumen de las respuestas a las preguntas del 11 al 20.

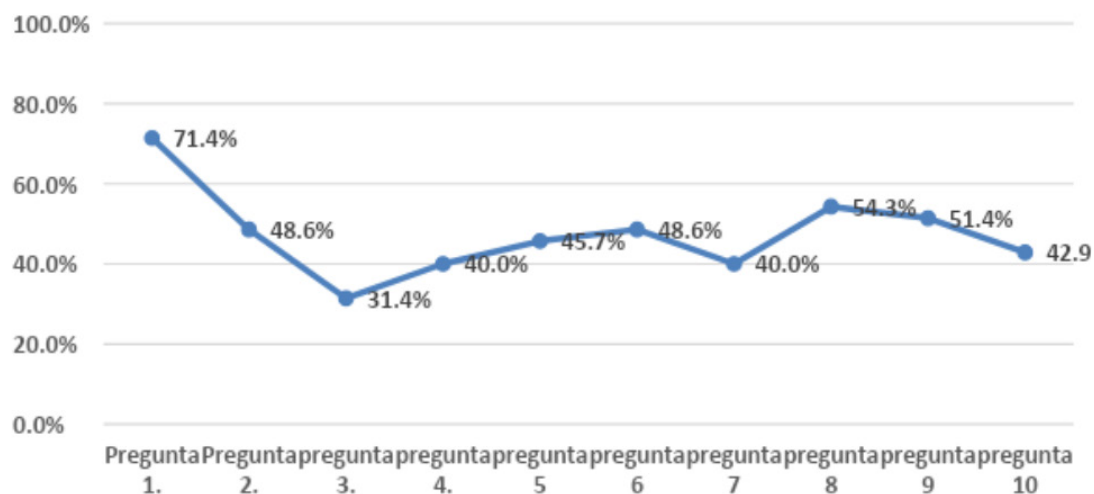
Escala	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	2	2,9%
Casi siempre	9	12,9%
Algunas veces	20	28,6%

Pocas veces	24	34,3%
Nunca	15	21,3%
Ns/Na	0	0,0%
TOTAL	70	100,0%

Al analizar las respuestas de los 70 empleados participantes en el estudio en relación a las 10 preguntas planteadas, se observa una preferencia mayoritaria a responder “pocas veces” con un 34,3% de las respuestas, seguido de “algunas veces” con un 28,6% de respuestas en conjunto. Estos resultados sugieren que existe una frecuencia limitada en la aplicación de ciertas prácticas o comportamientos relacionados con las categorías evaluadas. Una posible explicación para esta respuesta podría ser la falta de instrucción existente en la empresa. Es fundamental tener en cuenta estos hallazgos para considerar la necesidad de implementar programas de formación y desarrollo que fomenten el fortalecimiento de las habilidades y conocimientos pertinentes en el entorno laboral. Calificando las 10 primeras preguntas en porcentajes se obtuvo el siguiente resultado:

Figura 3.

Calificación en porcentajes de las preguntas de 1 al 10.

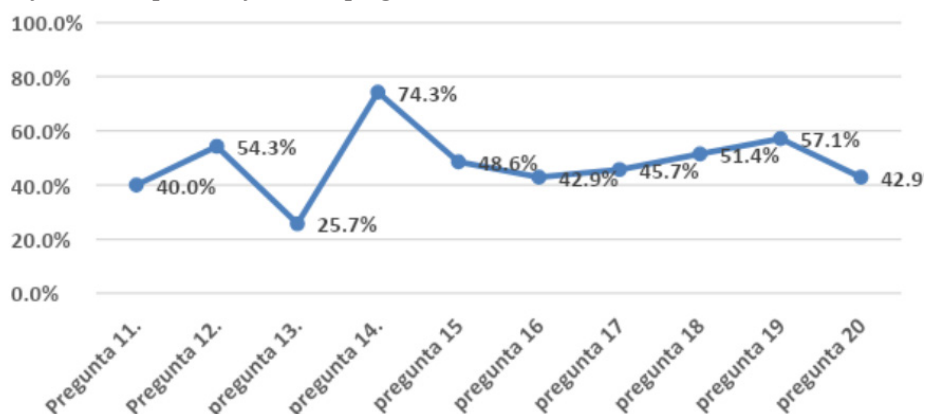


Después de realizar la tabulación en porcentajes, se observa que de las primeras 10 preguntas, la pregunta más destacada en puntaje es la número 1, titulada “¿Cómo considera Ud. el ámbito laboral de la empresa en la que ejerce su función?”, con un impresionante 71,4% de respuestas favorables. Esto sugiere que la empresa proporciona un entorno laboral adecuado y cómodo para que los colaboradores realicen sus actividades asignadas. Por otro lado, se destaca la pregunta con el puntaje más bajo, la número 3: “¿Cómo considera los méritos que realiza la empresa para motivar a los trabajadores?”, la cual registra un porcentaje de 31,4%. Esto puede deberse a que la empresa no lleva a cabo actividades sociales o culturales que fomenten la motivación entre los trabajadores.

Estos resultados brindan una perspectiva inicial sobre la percepción de los colaboradores en relación al ambiente laboral y las iniciativas de motivación en la empresa. Sin embargo, es importante tener en cuenta que los resultados obtenidos se basan en una muestra limitada y se requiere una evaluación más amplia y detallada para obtener conclusiones más sólidas. La calificación de las preguntas del 11 al 20 en porcentajes, se muestra en el gráfico que aparece a continuación:

Figura 4.

Calificación en porcentajes de las preguntas de 11 al 20.



Al analizar las preguntas del 11 al 20, se observa en el gráfico que el ítem mejor valorado es el número 4, correspondiente a la siguiente pregunta: “¿Se siente usted satisfecho con la función que desempeña dentro de la empresa?”, obteniendo un notable 74,3% de respuestas positivas. Este alto porcentaje sugiere que los colaboradores cuentan con un entorno laboral cómodo que les permite desempeñar sus funciones de manera satisfactoria.

El número 3, con la puntuación más baja, recibió un 25,7% de respuestas favorables. Esta pregunta si la empresa ofrece incentivos financieros para aumentar la motivación de los empleados y el cumplimiento de las tareas concretas. La falta de motivación del personal en el lugar de trabajo puede ser la causa de una baja puntuación. Esto demuestra que los empleados valoran más que solo logros tangibles o incentivos morales porque el dinero es fundamental para su rendimiento, productividad y satisfacción. Como resultado, se puede suponer que un personal motivado trabaja de manera incondicional para lograr los objetivos de la empresa.

Estos resultados resaltan la importancia de brindar un ambiente laboral satisfactorio y de implementar estrategias de motivación efectivas, incluyendo incentivos financieros, para promover el compromiso y el rendimiento de los colaboradores. No obstante, es esencial realizar un análisis más profundo y extenso para obtener conclusiones más sólidas y respaldadas por una muestra representativa de la organización.

El estudio revela que el trabajo en equipo no se considera como una variable relevante en la empresa productora de alimentos. Esto tiene consecuencias negativas para la empresa, ya que se observa una disminución en su eficiencia. El trabajo colaborativo es fundamental para optimizar los procesos, fomentar la creatividad y promover la colaboración entre los miembros del equipo. Por lo tanto, es necesario que la empresa tome en cuenta esta variable y promueva un ambiente propicio para la cooperación y colaboración del equipo. Esto a su vez contribuirá a mejorar los resultados organizacionales y fortalecer la Responsabilidad Social Empresarial hacia el interior de la empresa.

Además, en la empresa de productos alimenticios, se evidencia una falta de atención hacia la variable de motivación. Los resultados obtenidos reflejan que existe un nivel bajo de esta variable entre el personal, lo cual puede atribuirse a la falta de incentivos proporcionados por la empresa. Esta desempeña un papel fundamental en el rendimiento de los colaboradores, ya que influye en su nivel de compromiso, productividad y satisfacción laboral. Es esencial que la empresa comprenda la importancia de la motivación y desarrolle estrategias efectivas para fomentarla, como reconocimientos, oportunidades de crecimiento y desarrollo, y un ambiente laboral que promueva el bienestar y la satisfacción de los empleados.

El análisis de estas dos variables del comportamiento organizacional resulta de gran relevancia en la empresa estudiada. Los resultados destacan la importancia de abordar adecuadamente el trabajo en equipo y la motivación en el ámbito laboral, ya que tienen un impacto significativo en el funcionamiento y los resultados de la organización. Estos hallazgos respaldan

la necesidad de implementar acciones y políticas orientadas a fortalecer las variables del comportamiento organizacional en estudio. Al hacerlo, la empresa podrá mejorar su desempeño, promover un entorno laboral más satisfactorio y cumplir con sus responsabilidades sociales hacia el interior de la organización.

DISCUSIÓN

Para comprender la evolución conceptual de la RSE, es pertinente leer y analizar el trabajo de Carroll (1999). La conceptualización de la RSE ha cambiado con el tiempo, y Carroll fue un pionero en clasificar las diversas dimensiones de la RSE, como la responsabilidad económica, legal, ética y discrecional. Su enfoque holístico y estratificado ha sentado las bases para la comprensión actual de la RSE y la forma en que se aborda en la investigación y la práctica empresarial. Blanco y Alonso (2020) ofrecieron una visión adicional sobre la regulación del bienestar ocupacional en el contexto de la legislación y la RSE. Sus hallazgos destacan cómo la combinación de normas legales y prácticas de RSE puede tener un impacto en la calidad del entorno laboral y, por lo tanto, en la satisfacción y el deseo de los empleados de trabajar. La investigación de (Bravo *et al.*, 2020) aborda la mejora del desempeño de las empresas comercializadoras desde la perspectiva del comportamiento organizacional. Según sus hallazgos, es crucial comprender cómo los elementos organizacionales pueden afectar la motivación y el desempeño de los empleados. El trabajo de (Álvarez *et al.*, 2023), direccionado con la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en la relación trabajador-patronal, se complementa con esta investigación. El estudio previo encontró una conexión interesante entre la RSE y la satisfacción laboral. Su investigación examina la confiabilidad y validez de una escala de medición para evaluar la RSE. Dado que puede influir significativamente en la percepción de que los empleados tienen de su trabajo y la organización, la relación entre la RSE y la satisfacción laborales un punto de conexión interesante en el estudio previo.

El estudio de Cañizares (2020) aborda un tema importante en la literatura sobre Responsabilidad Social Empresarial (RSE) al examinar cómo este influye en las microempresas y cuánto se cumplen las buenas prácticas. La investigación se centra en un contexto en el que las microempresas son esenciales para la economía, pero con frecuencia enfrentan dificultades para llevar a cabo prácticas debido a los recursos limitados. Los hallazgos de Cañizares-Arévalo brindaron una perspectiva útil sobre cómo las microempresas están abordando la RSE y cuán efectivas son sus acciones para promover un impacto social y ambiental favorable. Por otra parte, en la Planificación Estratégica de las Pymes Mexicanas, Dorantes *et al.* (2023) analizan los factores de Responsabilidad Social Empresarial (RSE). Su investigación destaca cómo la motivación y el compromiso de los empleados pueden verse afectados por la incorporación de la RSE en la planificación estratégica, lo que a su vez puede mejorar el desempeño organizacional y el bienestar general. Este estudio tiene un impacto significativo en la creación de estrategias que fomenten una cultura organizacional más comprometida y responsable.

En síntesis, este estudio proporciona evidencia de la influencia comportamiento organizacional positiva y la RSE en la empresa. Los hallazgos respaldan la importancia de implementar prácticas responsables que promuevan la satisfacción y el compromiso de los empleados, alineándose con la teoría de la autodeterminación y los enfoques de trabajo en equipo. Además, se destaca el potencial de la RSE para generar beneficios reputacionales y financieros a largo plazo. Estos resultados resaltan la relevancia del comportamiento organizacional y la RSE como una estrategia integral en la gestión empresarial y su contribución al desarrollo favorable de las organizaciones.

CONCLUSIONES

En esta investigación se evaluó las variables de comportamiento organizacional como la motivación y el trabajo en equipo. Debido a cómo el personal afecta el funcionamiento y los resultados de la organización, estas variables muestran una influencia significativa en la Responsabilidad Social Empresarial dentro de la organización. Para cumplir con sus responsabilidades sociales y mejorar su desempeño, la empresa debe considerar y promover el trabajo en equipo y la motivación. Al hacerlo, se mejorará el entorno laboral y se fortalecerá el compromiso de los empleados para lograr los objetivos de la empresa.

De esta manera, el quinto principio de la RSE interna, que se refiere a la gestión de recursos humanos dentro de la empresa, se alinea con la estrategia. Para mejorar su desempeño y cumplir con sus responsabilidades sociales, las empresas deben promover un entorno laboral positivo y fomentar las variables del comportamiento organizacional. Se sugiere que las investigaciones futuras se centren en un análisis más profundo de las variables que surgen en el comportamiento organizacional. El clima de la organización, el liderazgo, la comunicación interna y el desarrollo del talento humano

son algunas de estas variables que son particularmente importantes. El quinto principio de la RSE interna, que se centra en la gestión del talento humano dentro de la empresa, puede ser utilizado para examinar estas áreas de estudio. Se puede obtener una comprensión más profunda de cómo mejorar el comportamiento organizacional y fomentar prácticas responsables en el entorno empresarial al investigar cómo interactúan estas variables con los principios de RSE interna.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alcívar, B.J., Carranza, M.J., y Márquez, Y.J. (2023). Evaluación de la motivación y la satisfacción laboral en la cooperativa ahorro-crédito lucha campesina. *Puriq*, 5, e492. <https://doi.org/10.37073/puriq.5.492>
- Álvarez Velázquez, E., Ruiz Berrio, A., y Flores Laguna, O. A. (2023). Responsabilidad Social Empresarial en la Relación Obrero-Patronal: Validez y confiabilidad de escala de medición. *Revista Venezolana De Gerencia*, 28(103), 1119-1138. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.28.103.13>
- Barroso Tanoira, F. G. (2008). La responsabilidad social empresarial: Un estudio en cuarenta empresas de la ciudad de Mérida, Yucatán. *Contaduría y administración*, (226), 73-91. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0186-10422008000300005&lng=es&tlng=es.
- Blanco Prieto, A., y Alonso Domínguez, A. (2020). Regulación del bienestar ocupacional: entre la legislación y la responsabilidad social empresarial. *Revista Española De Sociología*, 29(2). <https://doi.org/10.22325/fes/res.2020.20>
- Bravo, C., Hernández, A., Negrin, E., Palacios, WA, Sarmentero Bon, I., y Félix, M. E. (2020). Mejora del desempeño de empresas comercializadoras basado en el comportamiento organizacional. *Ingeniería Industrial, XLI* (2), e4120. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=360464740009>
- Cañizares-Arévalo, J. de J. (2020). El rol de la responsabilidad social empresarial para las microempresas: ¿Qué tanto se cumplen las buenas prácticas? *AiBi Revista De Investigación, Administración E Ingeniería*, 8(1), 107–115. <https://doi.org/10.15649/2346030X.700>
- Carrillo Montoya, T. del N. J., Urrea Zazueta, M. L., Tereso Ramírez, L., y Verdugo Araujo, L. M. (2022). Áreas de Responsabilidad Social Empresarial en empresas sinaloenses: Un análisis desde la innovación social. *Revista De Ciencias Sociales*, 28, 352-363. <https://doi.org/10.31876/rcs.v28i.38851>
- Carroll, A. B. (1999). Corporate social responsibility: Evolution of a definitional construct. *Business & Society*, 38(3), 268-295. <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/000765039903800303>.
- Deci, E. L. y Ryan, R. M. (2008). Teoría de la autodeterminación: una macroteoría de la motivación, el desarrollo y la salud humanos. *Psicología canadiense / Psychologie canadienne*, 49 (3), 182–185. <https://doi.org/10.1037/a0012801>
- Dorantes Benavidez, H., Gutiérrez Lugo, L. M., Dorantes Benavidez, F., y Acosta Mendizábal, M. A. (2023). Factores de Responsabilidad Social Empresarial en la Planificación Estratégica de las Pymes Mexicanas. *Revista Venezolana De Gerencia*, 28 (102), 734-750. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.28.102.18>
- Licandro, O. (2023). Voluntariado corporativo: definición y relación con la Responsabilidad Social Empresarial. *Retos Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 13(25), 97-110. <https://doi.org/10.17163/ret.n25.2023.07>
- Macías García, E. K., y Vanga Arvelo, M. G. (2021). Clima organizacional y motivación laboral como insumos para planes de mejora institucional. *Revista Venezolana De Gerencia*, 26(94), 548-567. <https://doi.org/10.52080/rvgluzv26n94.6>
- Mendoza-Woodman, J. (2022). Microenterprise and applied corporate social responsibility. *Revista Internacional De Humanidades*, 14(4), 1–13. <https://doi.org/10.37467/revhuman.v11i.4142>

- Murillo Vargas, G., García Solarte, M., y Azuero Rodríguez, A. R. (2022). Responsabilidad social empresarial, cambio institucional y organizacional del sector petrolero colombiano. *Revista De Ciencias Sociales*, 28(1), 175-186. <https://doi.org/10.31876/rcs.v28i1.37683>
- Quispe Gonzales, G. C., Durán Herrera, V. H., Benites Aliaga, A. A., y Bringas Ríos, V. Y.(2023). Motivación laboral en Pymes del sector construcción, Lima. *Revista Venezolana De Gerencia*, 28(101), 113-125. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.28.101.8>
- Zárate-Rueda, R., Bautista-Zárate, J. S., y Beltrán-Villamizar, Y. I. (2021). Los grupos de interés en el marco de la Responsabilidad Social Empresarial: revisión sistemática. *Estudios Gerenciales*, 37(160), 460-471. <https://doi.org/10.18046/j.estger.2021.160.3974>