

La Responsabilidad Social Empresarial: Una revisión documental de su incidencia en el contexto de la Pymes

Resumen

El discurso de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) ha logrado una gran acogida dentro del contexto académico, lo cual es posible evidenciar a través del número de publicaciones científicas en las que se aborda esta temática. De acuerdo a lo anterior, se considera necesario articular dicha evidencia a través de un estudio de revisión de contenido – constitutivo de estudios de enfoque cualitativo- para lo cual se sistematizan las publicaciones académicas teniendo como referente temporal el 2010 al 2015 y los códigos boléanos respectivos al tópico estudiado. El análisis realizado permite comprobar que los estudios que vinculan la RSE con las Pequeñas y medianas empresas (Pymes) se enfocan en argumentar porque existe una relación con la ventaja competitiva, la gestión, los valores y creencias del gerente y propietario, además de que vislumbra la relación estrecha con ciertos grupos de interés de las Pymes.

Palabras clave: Responsabilidad Social Empresarial, Pymes, ventaja competitiva.

Introducción

Esta investigación tiene soporte en la evolución del concepto de Responsabilidad Social Empresarial (de ahora en adelante RSE), el cual es un paradigma en sí mismo debido al auge que ha tomado y al pragmatismo a nivel empresarial, tal como menciona Porter y Kramer (2002) en su estudio al plantear que la RSE se vincula con el direccionamiento estratégico de las empresas, debido a la orientación a los resultados y el mejoramiento de la imagen corporativa y reputación. Dicho en otras palabras el concepto empieza a acrecentarse en el campo organizacional como una forma de gestión, permeando diversas dimensiones y características organizacionales, alimentando el discurso de los actores que interactúan con y

desde las organizaciones (gerentes y directivos empresariales, trabajadores, clientes, proveedores, instituciones, el Estado, entre otros), desempeñando roles que propenden por intereses particulares y que en mayor o menor grado inciden en la solución de problemas sociales, económicos, ambientales, éticos, etc. en aras del bienestar y la calidad de vida (Romero, Castrillón, & Mares, 2015).

Las prácticas de RSE también se vinculan a las estrategias de marketing, las cuales fundamentan los objetivos empresariales relacionados con una imagen corporativa positiva, y las necesidades de los clientes. En otros casos se menciona que la RSE tiene una incidencia en las estrategias orientadas a los beneficios económicos de las organizaciones, vinculándose al concepto de ventaja competitiva, descrita en su momento por Porter. Sin embargo, lo mencionado anteriormente presenta críticas respecto al verdadero significado de la RSE y la orientación de las prácticas que las organizaciones por su carácter social deben generar. De esa forma, surgen planteamientos de la RSE como los expuestos por el *World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) de Suiza, el *Prince of Wales Business Leadership Forum* (PWBLF), de Inglaterra y el *Business for Social Responsibility* (BSR) de Estados Unidos, en los cuales se converge hacia un enfoque ético, el compromiso positivo hacia sus grupos de interés, y el normativo con el fin de sobrepasar el imperativo legal (Correa, Flynn S. & Amit, 2004).

Lo anterior es muestra de que en el argot organizacional se empieza a instaurar la RSE como paradigma, como modelo de gestión, y del cual surgen diversas teorías que intentan dar explicación a los modos de actuar de las organizaciones, de ahí que surjan los informes de sostenibilidad con los que se divulga o comunica a diferentes grupos de interés el impacto de las acciones de las empresas a nivel interno y externo. Asimismo, se evidencian a nivel

académico el aumento de estudios alrededor del tema relacionado con diversas variables organizacionales, tal como el desempeño, la productividad, e incluso las utilidades (Herrera, Larrán, Lechuga & Martínez-Martínez, 2015). Además dichos estudios se están orientando a las Pymes (Aya & Sriramesh, 2014), por lo cual en el presente estudio se propone a mostrar los aportes de la RSE en relación con las Pymes.

Revisión de literatura

Para el desarrollo del estudio se considera necesario abarcar el concepto de la responsabilidad social empresarial (RSE), buscando consignar el trayecto de este, en otras palabras observar los ámbitos que han permeado su evolución. Adicionalmente se vincula la RSE con las pymes, contemplando esta última (categoría) como tópico de investigación debido a la importancia que adquiere como tema de investigación y dado a la trascendencia para las economías de los países (Romero, Castrillón & Mares, 2015).

Responsabilidad Social Empresarial

El concepto de RSE abarca un recorrido de más de 50 años (Aya & Sriramesh, 2014) aunque el auge del concepto se propicia a partir de los años 90's debido a la masificación de las tecnologías de la información, la globalización, la aparición de modelos de gestión enfocados en los stakeholders, entre otros (Aya & Sriramesh, 2014), que permiten que el concepto de la RSE se perpetúe. Autores como Little y Little (2000), Porter y Kramer (2002), Aya y Sriramesh (2014), Herrera, Larrán, Lechuga y Martínez (2013), entre otros, avanzan en la idea de que la RSE es trascendental en el direccionamiento estratégico de las organizaciones dado a los resultados de mejoramiento de la imagen y reputación empresarial. Lo anterior sugiere

las prácticas de RSE inciden en la competitividad empresarial (Laudal, 2011; Levitt & Schreihans, 2014).

Por su parte, Carroll (1991) plantea que en los años 80's el concepto de RSE tuvo una transición significativa asociando la RSE con la teoría de los Stakeholders, la teoría de ética empresarial y la ciudadanía corporativa. En cuanto a la relación de la RSE con la gestión, Herrera, Larrán y Martínez-Martínez (2013) plantean que hay una incidencia significativa y de manera positiva, que depende de la actividad específica de la empresa. Igualmente mencionan que la RSE debe alinearse con el direccionamiento estratégico y las políticas empresariales. En cuanto a la vinculación de la RSE con el ámbito legal, Moreno y Graterol (2011) y Laudal (2011) plantean que las organizaciones deben superar los requerimientos normativos para que sus acciones sean socialmente responsables. Por su parte Little (2012) contempla la RSE como una inversión, puesto que los consumidores están dispuestos a pagar un precio mayor por un producto con una característica social o ambiental adicional, en contraste con otro que no la tiene. Otro tema ligado a la RSE es la rendición de cuentas y la comunicación de lo cual Herrera, Larrán, Lechuga y Martínez (2013) exponen que la tendencia de divulgar únicamente indicadores financieros quedo en el pasado, explicando que exponer los impactos sociales y ambientales genera valor a la organización.

Responsabilidad Social Empresarial y las Pymes

De acuerdo con Hamburger (2007) las pequeñas y medianas empresas se ubican en tres niveles de acción respecto a las prácticas de RSE, siendo el primero de estos el nivel operativo, que indica que las prácticas de RSE de las pymes están más orientadas a ser reactivas, es decir a vincularse con los tramites de ley. El segundo el nivel se denomina

eficiente, en el que las prácticas de RSE están asociadas al mínimo exigido por la legislación, y por último se encuentra el nivel responsable, que tiene que ver con la implementación proactiva de la RSE.

Por otro lado, Herrera, Larrán, Lechuga y Martínez-Martínez (2015) menciona que las pymes incorporan la RSE en función de la calidad de vida laboral lo cual converge en los colaboradores como grupo de interés. Asimismo plantean que las Pymes han tenido un desarrollo desigual en comparación con las grandes empresas respecto a la visibilidad de la RSE, aunque exponen que las Pymes están incorporando de manera gradual diversas prácticas. Respecto a lo anterior explican que la razón de la desigualdad es causa de las características constitutivas, tales como su estructura, la propiedad, los rasgos del directivo o empresario, como también el área geográfica donde se encuentran registradas, entre otras. Adicionalmente plantean que en el momento en cual se articulan prácticas de RSE a sus estrategias inciden en el fortalecimiento de la competitividad.

Por otra parte, Herrera, Larrán y Martínez-Martínez (2013) mencionan que las prácticas de RSE generan una percepción en sus grupos de interés asociada a la honestidad, la confianza y la integridad, lo cual tiene como consecuencia un mayor reconocimiento en el mercado. Coppa y Sriramesh (2013) muestran a través de su estudio que las Pymes presentan más prácticas de RSE dirigidas a sus recursos humanos, en comparación con prácticas orientadas al medio ambiente o la sociedad. Entre las actividades que desarrollan a nivel interno, se contemplan actividades relacionadas con la conciliación trabajo/familia, igualdad de oportunidades y acciones en pro de la salud y bienestar de los colaboradores

Objetivos

Objetivo General

- Identificar el fundamento teórico de la responsabilidad social empresarial y su incidencia en las pymes en las publicaciones académicas indexadas en bases de datos especializadas, en el periodo 2011 al 2015.

Objetivos Específicos

- Realizar la búsqueda documental de las publicaciones académicas en aras de categorizar los aportes de la RSE frente a las pymes en el periodo establecido.
- Analizar los resultados con el fin de establecer una reflexión acerca de las tendencias y apuestas respecto de su la relación entre la RSE y las Pymes.

Metodología

El enfoque abordado para el estudio es de orden cualitativo, en el cual se incluyen la investigación exploratoria y descriptiva. En cuanto a la primera (exploratoria) se busca obtener información para procesamiento y análisis, lo cual converge en el acercamiento a las evidencias empíricas. Al combinar este estudio con el descriptivo, de acuerdo a Toro y Parra (2010) se logra precisar en los aspectos particulares de la temática estudiada. La técnica empleada es el análisis de contenido documental, en el cual se recopilan publicaciones en el periodo 2011-2015, teniendo como fuentes de información las bases de datos SCOPUS, Science Direct, EBSCO, ISI, Emerald, y Scielo. La búsqueda abarca una combinación de palabras tal como: “responsabilidad social empresarial” AND “pymes”, “small and middle business” AND “corporate social responsibility”, “SMEs” AND “corporate social responsibility”. Después de compilada y procesada la información, se procede con la realización de filtros que permiten reducir la cantidad de publicaciones que no son relevantes

para el análisis. En primer lugar se tiene en cuenta el cuartil de la revista en el sistema JCR¹ o SJR². En segundo lugar se abarca el contenido de la publicación, haciendo un barrido por la lógica argumentativa que presentan los autores y por tanto desvinculando del análisis los autores que no se enfocan en la temática establecida para esta investigación. Respecto a la sistematización de los datos y el análisis de la información, se hace uso del software Atlas Ti, el cual permite establecer los códigos de análisis que emergen en el proceso de interpretación, los cuales surgen del marco referencial (la teoría y estudios explorados de manera previa).

Resultados

Después de realizada la búsqueda y los filtros con los códigos booleanos planteados se recopilan un total de 39 publicaciones. De acuerdo a las publicaciones procesadas se logra evidenciar que la metodología que utilizan los autores es en un 54% de orden cuantitativo, el 36% de enfoque cualitativo y el 10% realizan una combinación de enfoques. Otro aspecto relevante es que el cuartil con mayor cantidad de publicaciones es el Q3 con un 38%, y la revista con mayor cantidad de publicaciones es la *Journal of Business Ethics*. Para procesar la información a través del Atlas Ti surgen como categorías de análisis dos dimensiones macro: Responsabilidad Social Empresarial y Pymes, las cuales se subdividen en categorías menores tal como se muestra en la Tabla 1.

Tabla 1. Categorías de análisis

Categoría Macro	Subcategoría
Responsabilidad Social Empresarial	Imagen Corporativa
	Reputación Corporativa
	Ética o Moral
	Legitimidad
	Ventaja Competitiva y/o Competitividad
	Stakeholder o grupos de interés
	Rendición de cuentas o Accontability
Pymes	Estructura (Tamaño, composición familiar)

¹ Journal Citation Report (JCR) de ISI Web of Knowledge.

² SCImago Journal Rank (SJR) de ELSEVIER.

	Desempeño / Performance / Gobierno
	Sector
	Gestión (Estrategias)
	Gerente (Educación, Género, Valores o Creencias)
	Relación Desigual en contraste con las Grandes Empresas

Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo con dichas categorías, se desarrolla una matriz de análisis, obteniendo como resultado los datos compilados en la Tabla 2:

Tabla 2. Relación entre los autores y las categorías de análisis

Autores / Dimensiones	Responsabilidad Social Empresarial							Pymes					
	Imagen Corporativa	Reputación Corporativa	Ética o Moral	Legitimidad	Ventaja Competitiva y/o Competitividad	Stakeholder o grupos de interés	Rendición de cuentas o Accountability	Estructura (Tamaño, composición familiar o no)	Desempeño / Performance / Gobierno	Sector	Gestión (Estrategias)	Gerente (Educación, Género, Valores o Creencias)	Relación Desigual en contraste con las Grandes Empresas
Aya & Sriramesh (2014)	*	*	*	*		*	*	*	*		*	*	
Ayuso, Roca & Colomé (2013)				*	*	*		*	*		*		
Battaglia, Testa, Bianchi, Iraldo & Frey (2014)					*	*					*		
Bevan & Yung (2015)			*								*		*
Chiloane-Tsoka & Rasivetshela (2014)	*		*		*				*		*	*	
Coppa & Sriramesh (2013)			*			*		*			*	*	*
Del Baldo (2012)			*	*		*	*	*	*		*	*	*
Demuijnck & Ngnodjom (2013)			*	*		*				*	*	*	
Fraj-Andrés, López-Pérez, Melero-Polo & Vázquez-Carrasco (2012)	*			*	*	*			*	*		*	
Haron, Ismail & Oda (2015)			*			*		*			*	*	
Herrera, Larrán & Martínez-Martínez (2013)			*	*	*	*		*	*	*	*	*	*
Herrera, Larrán, Lechuga & Martínez-Martínez (2013)	*	*		*	*		*	*			*	*	*

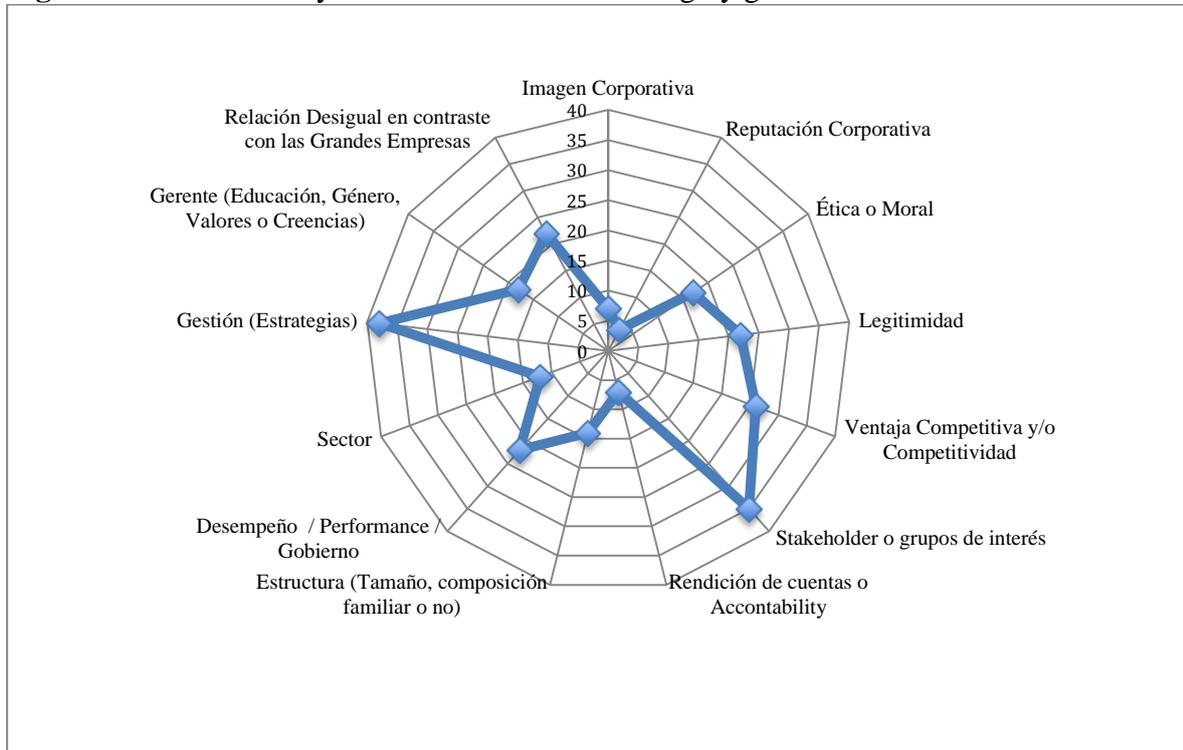
Herrera, Larrán, Lechuga & Martínez-Martínez (2015)			*	*	*	*		*	*	*	*	*	*
Hoogendoorn, Guerra & van der Zwan (2015)				*		*	*			*	*		*
Jammulamadaka (2013)			*	*		*					*	*	*
Laudal (2011)			*		*	*		*	*	*	*	*	
Levitt & Schreihans (2014)		*		*	*	*			*		*		
Little (2012)	*		*	*	*	*					*	*	*
Lund-Thomsen, Jamali & Vives (2014)			*	*		*	*		*		*		*
Martínez-Carrasco, López & Marín (2013)				*	*	*		*	*	*	*		
Mayr (2015)	*		*		*			*	*		*	*	
McCaffrey & Kurland (2015)			*	*		*			*	*	*		*
Moreno & Graterol (2011)				*	*	*		*		*	*		
Nagypál (2014)					*	*			*		*		*
Neamțu (2011)				*		*					*		
Nejati & Amran (2013)						*	*				*	*	*
Rahim & Wisuttisak (2013)	*			*	*	*			*	*	*		*
Ramakrishnan, Haron & Goh (2015)					*	*			*		*		
Romero, Castrillon & Mares (2015)			*	*		*					*	*	
Sáez-Martínez, Díaz-García & González-Moreno (2014)					*	*			*		*	*	*
Santos (2011)				*	*	*	*		*	*	*		*
Torugsa, O'Donohue & Hecker (2012)				*	*	*			*		*		*
Tuna & Besler (2014)					*	*					*		*
Turyakira, Venter & Smith (2014)					*	*			*		*		
Uhlner, Berent-Braun, Jeurissen & de Wit (2012)					*	*		*		*	*		*
Venter, Turyakira & Smith (2014)		*			*	*					*		*
Vo, Delchet-Cochet & Akeb (2015)					*	*			*		*		*
von Weltzien (2011)			*	*	*	*					*	*	*
von Weltzien & Shankar (2011)					*	*		*	*		*		

Fuente: Elaboración Propia

A partir de la identificación de las principales dimensiones abordadas por los autores se evidencia por el lado de la macro categoría de la responsabilidad social empresarial, que el 90% de los autores vinculan la RSE con la teoría de los Stakeholders o grupos de interés;

adicionalmente el 67% relacionan la RSE con la ventaja competitiva. Por el lado de la otra macro categoría, el 97% de los autores evidencian la Gestión de las pymes con sus estudios, y el 56% dan preponderancia al Desempeño. Dichos valores se ven representados en la figura 1.

Figura 1. Dimensiones y subdimensiones de liderazgo y género



Fuente: Elaboración Propia.

Discusión y conclusiones

La aproximación al concepto de la RSE y su evolución en el campo organizacional tiene como resultado la emergencia de las categorías con las que se lleva a cabo el análisis en relación con las pequeñas y medianas empresas (Pymes). Estas últimas se ven reflejadas en los estudios encontrados y se manifiesta la importancia que poco a poco van ganando en relación con la RSE (Aya & Sriramesh, 2014). Por un lado se destaca entre los estudios, que los Stakeholders de mayor importancia para las Pymes en relación a las prácticas de RSE son los clientes, los empleados y los proveedores. En cuanto a la ventaja competitiva la mayor parte de los autores convergen en que la RSE es un factor clave para alcanzar mayores beneficios a largo plazo, relacionada con la sostenibilidad y con la gestión estratégica de este

tipo de empresas. Otra evidencia que se puede contemplar entre los resultados es que el gerente propietario de las pymes tiene una gran incidencia con la ética y en la implementación de las practicas de RSE. Además en diferentes autores también se evidencia que el entorno cultural del país incide en la manifestación de prácticas de RSE vinculadas a las Pymes. Por otro lado, este tipo de empresas se rige a la normatividad y la ley cuando se relaciona variables como el sector (actividades económicas) y el medio ambiente.

A partir de los hallazgos de dichas publicaciones y de las relaciones que se presentan de manera conceptual, se logra concluir que la RSE en las Pymes es una tendencia, no sólo porque este tipo de organizaciones representen una cantidad elevada de los ingresos de las naciones o porque genere gran cantidad de empleo, sino porque la RSE está incorporada a las grandes organizaciones como un tema de enorme importancia, lo cual delimita a las pequeñas y medianas empresas a generar acciones responsables.

Referencias bibliográficas

- Aya P., N., & Sriramesh, K. (2014). Corporate Social Responsibility: Perceptions and practices among SMEs in Colombia. *Public Relations Review*, 40(1), 14–24.
- Ayuso, S., Roca, M., & Colomé, R. (2013). SMEs as “transmitters” of CSR requirements in the supply chain. *Supply Chain Management: An International Journal*, 18(5), 497-508.
- Battaglia, M., Testa, F., Bianchi, L., Iraldo, F., & Frey, M. (2014). Corporate social responsibility and competitiveness within SMEs of the fashion industry: Evidence from Italy and France. *Sustainability*, 6(2), 872-893.
- Bevan, E. A., & Yung, P. (2015). Implementation of corporate social responsibility in Australian construction SMEs, *Engineering, Construction and Architectural Management*, 22(3), 295-311.

- Carroll, A. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, 34(4), 39-48."
- Chiloane-Tsoka, E., & Rasivetshela, A. M. (2014). Corporate social responsibility: A toolkit for SMEs efficiency in Tshwane, South Africa, 12(4), 276–282.
- Coppa, M., & Sriramesh, K. (2013). Corporate social responsibility among SMEs in Italy. *Public Relations Review*, 39(1), 30-39.
- Correa, M., Flynn, S. y Amit, A. (2004). *Responsabilidad Social Corporativa en América Latina: Una visión empresarial*. División de Desarrollo Sostenible y Asentamientos Humanos de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). Naciones Unidas, Santiago de Chile.
- Del Baldo, M. (2012). Corporate social responsibility and corporate governance in Italian SMEs: The experience of some “spirited businesses”. *Journal of Management & Governance*, 16(1), 1-36.
- Demuijnck, G., & Ngnodjom, H. (2013). Responsibility and informal CSR in formal Cameroonian SMEs. *Journal of business ethics*, 112(4), 653-665.
- Dentchev, N.A. (2004). Corporate Social Performance as a Business Strategy. *Journal of Business Ethics*, 55(4), 397-412
- Fraj-Andrés, E., López-Pérez, M. E., Melero-Polo, I., & Vázquez-Carrasco, R. (2012). Company image and corporate social responsibility: reflecting with SMEs' managers. *Marketing Intelligence & Planning*, 30(2), 266-280.
- Hamburger, A. A. (2007). *Ética y Responsabilidad Social de las Organizaciones*. *Management*, 18 (28), 109-124.
- Haron, H., Ismail, I., & Oda, S. (2015). Ethics, corporate social responsibility and the use of advisory services provided by SMEs: Lessons learnt from Japan. *Asian Academy of Management Journal*, 20(1), 71-100.

- Herrera M., J., Larrán J, M., Lechuga S., M. P., & Martínez-Martínez, D. (2015). Evolución de la literatura sobre la responsabilidad social en pymes como disciplina científica. *Revista Europea de Dirección Y Economía de La Empresa*, 24(2), 117–128.
- Herrera, J., Larrán, J. M., Lechuga, P. M., & Martínez-Martínez, D. (2013). Determinantes De La Publicación De Memorias De RS En Las Pequeñas Y Medianas Empresas. *Revista Prisma Social*, (10).
- Herrera M., J., Larrán J., M., & Martínez-Martínez, D. (2013). Relación entre responsabilidad social y performance en las pequeñas y medianas empresas: Revisión bibliográfica. *Cuadernos de Gestion*, 13(2), 39–65.
- Hoogendoorn, B., Guerra, D., & van der Zwan, P. (2015). What drives environmental practices of SMEs?. *Small Business Economics*, 44(4), 759-781.
- Jamali, D. y Mirshak, R. (2007). Corporate social responsibility: Theory and practice in a developing country context. *Journal of Business Ethic*, 72, 243–262
- Jammulamadaka, N. (2013). The responsibility of corporate social responsibility in SMEs. *International Journal of Organizational Analysis*, 21(3), 385-395.
- Laudal, T. (2011). Drivers and barriers of CSR and the size and internationalization of firms. *Social Responsibility Journal*, 7(2), 234-256.
- Levitt, C., & Schreihans, C. (2014). Can Sme's Expect A Return On Corporate Social Responsibility Initiative? *Allied Academies International Conference: Proceedings of the Academy of Strategic Management (ASM)*, 13(1), 29.
- Little, B. (2012). Successful corporate social responsibility (CSR) strategy for small businesses. *Strategic direction*, 28(10), 34-38.
- Little, P. & Little, B. (2000). Do perceptions of corporate social responsibility contribute to explaining differences in corporate price-earnings ratios? A research note. *Corporate Reputation Review* 3, 137–142.

- Lund-Thomsen, P., Jamali, D., & Vives, A. (2014). CSR in SMEs: an analysis of donor-financed management tools. *Social Responsibility Journal*, 10(4), 602-619.
- Mahoney, L. y R.W. Roberts (2007). Corporate social performance, financial performance and institutional ownership in Canadian firms. *Accounting Forum* 31: 233-253.
- Martínez-Carrasco P., F., López Y., J. A., & Marín R., J. L. (2013). Estrategias, estilos de dirección, compromiso de los trabajadores, responsabilidad social y desempeño de las pequeñas y medianas empresas de economía social de la región de Murcia. *REVESCO Revista de Estudios Cooperativos*, (111), 108–136.
- Mayr, S. (2015). Corporate Social Responsibility in SMEs: The Case of an Austrian Construction Company. *International Journal of Business Research*, 15(2), 61-72.
- McCaffrey, S. J., & Kurland, N. B. (2015). Does “local” mean ethical? The US “buy local” movement and CSR in SMEs. *Organization & Environment*.
- Mellado, C. (2009). Responsabilidad social empresarial en las pequeñas y medianas empresas latinoamericanas. *Revista de Ciencias sociales*, 15(1).
- Moreno F., Z. & Graterol, D. (2011). Corporate Social Responsibility (CSR) in the SMEs' sector in Barquisimeto, Venezuela. *Contaduría y administración*, (235), 175-194
- Nagypál, N. C. (2014). Corporate social responsibility of Hungarian SMEs with good environmental practices. *Journal for East European Management Studies*, 327-347.
- Neamțu, B. (2011). Public-Private Partnerships for Stimulating the Eco-Efficiency and Environmental Responsibility of SMEs. *Transylvanian Review of Administrative Sciences*, 7(34), 137-154.
- Nejati, M., & Amran, A. (2013). Corporate social responsibility terminologies in small businesses: insights from Malaysia. *Business Strategy Series*, 14(1), 11-14.
- Porter, M. & Kramer, M. (2002). The Competitive Advantage of the Corporate Philanthropy. *The Harvard Business Review*

- Rahim, M. M., & Wisuttisak, P. (2013). Corporate social responsibility-oriented compliances and SMEs access to global market: Evidence from Bangladesh. *Journal of Asia-Pacific Business*, 14(1), 58-83.
- Ramakrishnan, P., Haron, H., & Goh, Y. N. (2015). Factors influencing green purchasing adoption for small and medium enterprises (smes) in malaysia, *International Journal of Business and Society*, 16(1), 39–56.
- Romero, L. A. P., Castrillón, M. A. G., & Mares, A. I. (2015). Código de ética empresarial para las Pymes: marco de referencia para la sostenibilidad y responsabilidad social empresarial (RSE). *Espacios*, 36(02).
- Sáez-Martínez, F. J., Díaz-García, C., & González-Moreno, A. (2014). Environmental orientation as a determinant of innovation performance in young SMEs. *International Journal of Environmental Research*, 8(3), 635-642.
- Santos, M. (2011). CSR in SMEs: strategies, practices, motivations and obstacles. *Social Responsibility Journal*, 7(3), 490-508.
- Toro, I. D., Parra, R. D., & Darío, R. (2010). *Fundamentos epistemológicos de la investigación y la metodología de la investigación cualitativa/cuantitativa*. Fondo Editorial Universidad EAFIT.
- Torugsa, N. A., O'Donohue, W., & Hecker, R. (2012). Capabilities, proactive CSR and financial performance in SMEs: Empirical evidence from an Australian manufacturing industry sector. *Journal of Business Ethics*, 109(4), 483-500.
- Tuna, Ö., & Besler, S. (2014). Turkish SMES Corporate Sustainability Approaches: Cluster Analysis Method, an Empirical Study. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5(19), 175–184.

- Turyakira, P., Venter, E., & Smith, E. (2014). The impact of corporate social responsibility factors on the competitiveness of small and medium-sized enterprises. *South African Journal of Economic and Management Sciences*, 17(2), 157-172.
- Uhlaner, L. M., Berent-Braun, M. M., Jeurissen, R. J., & de Wit, G. (2012). Beyond size: Predicting engagement in environmental management practices of Dutch SMEs. *Journal of Business Ethics*, 109(4), 411-429.
- Venter, E., Turyakira, P., & Smith, E. E. (2014). The influence of potential outcomes of corporate social responsibility engagement factors on SME competitiveness. *South African Journal of Business Management*, 45(4), 33.
- Vo, L. C., Delchet-Cochet, K., & Akeb, H. (2015). Motives Behind The Integration Of CSR Into Business Strategy: A Comparative Study In French SMEs. *Journal of Applied Business Research*, 31(5), 1975.
- Von Weltzien H., H. (2011). Embedding CSR as a learning and knowledge creating process: the case for SMEs in Norway. *Journal of Management Development*, 30(10), 1067-1084.
- Von Weltzien H., H., & Shankar, D. (2011). How can SMEs in a cluster respond to global demands for corporate responsibility?. *Journal of Business Ethics*, 101(2), 175-195.