ORBIS
Revista Científica Electrónica de Ciencias Humanas / Scientific e-journal of Human Sciences /
PPX200502ZU1935 / ISSN 1856-1594 / By Fundación Unamuno /
Salaiza Flor, Osuna Luis, Joya Ivette, Alvarado, Lisandro (2020)
RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LA INNOVACIÓN DE PYMES EN SINALOA MÉXICO
www.revistaorbis.com / núm. ESPECIAL (año 16) 72-84

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN THE INNOVATION OF SMEs IN SINALOA, MEXICO

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LA INNOVACIÓN DE PYMES EN SINALOA MÉXICO






Salaiza, Flor Osuna, Luis Joya, Ivette Alvarado, Lisandro

RESUMEN
El propósito de la presente investigación fue describir la influencia de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en la innovación de las pequeñas y medianas empresas (PyMEs) en Sinaloa, México. Se utilizaron los aportes de Sánchez (2016), Lema (2016), Hidalgo, Edalid, Cruz y Barrera (2017), Gil (2018), Ojochide, Adegbuyi, y Ayodele, 2018), Latapí, Jóhannsdóttir y Davídsdóttir (2019). Se aplicó un cuestionario en 68 restaurantes de Culiacán; asimismo, se aplicó un diseño no experimental-transeccional. Los resultados indican una correlación positiva entre la RSE y la innovación, en donde las prácticas de RSE tienen un efecto significativo en la innovación en PyMEs.
Palabras clave: Responsabilidad Social Empresarial, innovación, innovación en las PyMEs, México
ABSTRACT
The purpose of this research was to describe the influence of Corporate Social Responsibility (CSR) on the innovation of small and medium-sized enterprises (SMEs) in Sinaloa, Mexico. The contributions of Sánchez (2016), Lema (2016), Hidalgo, Edalid, Cruz and Barrera (2017), Gil (2018), Ojochide, Adegbuyi, and Ayodele, 2018), Latapí, Jóhannsdóttir and Davídsdóttir (2019) were used. A questionnaire was applied in 68 restaurants in Culiacán; likewise, a non-experimental-transectional design was applied. The results indicate a positive correlation between CSR and innovation, where CSR practices have a significant effect on innovation in SMEs.
Keywords: Corporate Social Responsibility, innovation, innovation in the SMEs, Mexico.

Fecha de recepción: mayo 2020
Fecha de aprobación: julio 2020

DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.8404561

[1] Profesora de tiempo completo del Tecnológico Nacional de México campus Instituto Tecnológico de Culiacán, miembro del núcleo académico básico del posgrado en la Universidad de San Miguel. Correo electrónico fsalaiza@itculiacan.edu.mx ORCID ID https://orcid.org/0000-0003-3864-0575
[2]Profesor investigador de tiempo completo de la Universidad Autónoma de Occidente, miembro del núcleo académico básico del Doctorado en Ciencias Administrativas. Integrante del Cuerpo Académico en el nivel de consolidación “Desarrollo Organizacional. Correo electrónico luisalfredovega922@gmail.comORCID ID https://orcid.org/0000-0003-3844-2245
[3] Profesora de tiempo completo del Tecnológico Nacional de México campus Instituto Tecnológico de Culiacán, miembro del núcleo académico básico del posgrado en la Universidad Católica. Correo electrónico iajoya@itculiacan.edu.mx ORCID ID https://orcid.org/0000-0001-6701-8131
[4] Director e Investigador del Instituto de Investigaciones de la Red Académica Internacional “Estudios Organizacionales en América Latina, el Caribe e Iberoamérica” (REOALCEI)-México. Correo-e: lisandroinvestigación@gmail.com ORCID ID https://orcid.org/0000-0001-5097-811X

INTRODUCCIÓN

La responsabilidad social empresarial y la innovación se han tornado en aspectos relevantes de la gestión de negocios actual, aunque hayan transitado por vías diferentes; una mayor toma de consciencia de los generadores de empresas o simplemente pragmatismo. El primer aspecto potencialmente permite un mejor posicionamiento de la empresa, si se resalta la competencia, o incorporar una visión humanista en su quehacer, si sus directivos tienen alcances solidarios. La innovación en cambio surgió como respuesta de las empresas para distinguirse de la competencia y sobrevivir en una economía globalizada.

Las pequeñas y medianas empresas (PyMEs) constituyen la columna vertebral de la economía de cualquier país, principalmente la de aquellos desarrollados, que tienen una gran fortaleza en este ámbito. En México, según los resultados presentados en 2019 de la encuesta realizada por el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática, (INEGI) existen 111,958 PyMES con una participación del 2.7% en el producto interno bruto (INEGI, 2019). Las tendencias comienzan a mostrar un gran crecimiento en el surgimiento y éxito de los pequeños negocios, que se han convertido en grandes generadores de empleos, y por ende de bienestar para las comunidades.

Las PyMEs han surgido en todos los rubros y gremios de negocios, desde los servicios, y la elaboración de productos y alimentos, hasta la industria de la tecnología. Se han convertido en elementos que generan dinamismo a la economía, tanto en los macro indicadores como en el crecimiento económico de las familias que dependen de ellas.

El ciclo de vida de las PyMEs, como cualquier otro emprendimiento comercial, atraviesa diversos momentos: busca su identidad, consolidar un sistema de valores y, posteriormente, desarrollar conocimientos para mejorar su competitividad en los mercados. El sector de los restaurantes tiene temporadas de altas y bajas ventas dentro de su ciclo para lo cual las empresas necesitan innovar, buscando el éxito y, una vez alcanzado, sostenerlo en el tiempo. Innovar es también la manera de sobrevivir en un mundo en el que los mercados pelean un todo o nada.

Transformar una PyME significa efectuar un abordaje sistémico que permita otorgarle la competitividad suficiente para posicionarse en el mercado con un producto o servicio que la diferencie de sus competidores, ello debe estar apoyado en la productividad. La única manera de lograrlo en un contexto inestable, turbulento y cargado de incertidumbre es aplicando un proceso de innovación permanente Salaiza, Joya y Sánchez (2018) estudiaron la innovación pero en relación con el capital intelectual en PyMES y encontraron que la dimensión del

capital social, la cual forma parte del capital intelectual, resulta cercana y relacionada con el componente social de la RSE, factor de interés en el presente proyecto.

Por otra parte, la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) también se considera una herramienta estratégica para aumentar la competitividad de las PyMEs. Aunque su impacto no suele expresarse en datos concretos ni tampoco manifestarse en el corto plazo, la RSE puede influenciar positivamente la competitividad de las PyMEs; como tendencia en las empresas en el contexto mundial que les permita adaptarse de forma dinámica con el medio ambiente. Por lo tanto, es importante medir la relación entre la responsabilidad social empresarial y la innovación para comprobar que los cambios efectuados en la estructura organizacional con estrategias que promuevan la mejora del medio ambiente afectan directamente la capacidad de innovar de las PyMEs. Esto se refiere al beneficio social de la investigación.

Dentro de las PyMEs el sector de restaurantes constituye un grupo importante que ha incorporado las tendencias de la gestión de negocios tales como una visión ética en la forma de responsabilidad social. Por otra parte, al menos en términos conceptuales está ampliamente difundida la idea de que la innovación es un proceso necesario para que un negocio perdure y prospere en un contexto competitivo y globalizado. Sin embargo, el extenso sector de los restaurantes del tipo pequeño y mediano no ha logrado detonar de manera sistemática este proceso.

En ese sentido, el amplio sector de los restaurantes en Culiacán fue objeto de interés para estudiar la influencia que tiene la Responsabilidad Social Empresarial en los procesos de innovación en las PyMEs. Por lo que se planteó la siguiente interrogante: ¿De qué manera las acciones encaminadas a la responsabilidad social influyen en la innovación de las PyMEs del sector restaurante en Sinaloa? El objetivo fue describir la influencia de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en la innovación de las pequeñas y medianas empresas (PyMEs) en Sinaloa, México.

La hipótesis de la investigación se planteó de la siguiente forma:

H_1: La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) influye de manera significativa en la innovación de las PyMES de la ciudad Culiacán Sinaloa.

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

En términos académicos la RSE se desarrolló en instituciones educativas norteamericanas desde donde migró en una primera etapa a universidades europeas. Se le liga a la ética empresarial y a la economía neoliberal. Aunque se ha desarrollado polémica respecto a lo que representa en términos de rentabilidad para las empresas (Gil, 2018). La RSE se concibe como una reingeniería y pieza clave del movimiento de la responsabilidad social corporativa al mismo tiempo que establece a la sustentabilidad como el principal valor (Latapí, Jóhannsdóttir y Davídsdóttir, 2019).

En la actualidad la RSE puede ser comprendida reconociendo cuatro líneas o ámbitos básicos y estratégicos que explican su presencia en toda actividad de la empresa y donde se ven involucrados todos sus actores: empleados, proveedores, clientes, accionistas, gobierno y sociedad en general (Hidalgo, Edalid, Cruz y Barrera, 2017). Éstos a su vez incluyen subtemas, que pueden variar de un país, de un sector o de una empresa a otra en relación con: la ética y la gobernabilidad empresarial; la calidad de vida en la empresa; la vinculación y el compromiso; así como el cuidado y la preservación del medioambiente.

Mediante este concepto se puede entender que la responsabilidad social no es algo ajeno o que se añade a la función original que la empresa tenga. Amerita aplicarla con conciencia y teniendo en mente el nivel de impacto y repercusión que causará en aquellos grupos o terceras personas involucradas en su operación. Es precisamente la capacidad de manejar estos desafíos siempre considerando obtener el mayor impacto positivo reduciendo el negativo.

En congruencia con lo expuesto, para este estudio la RSE se entiende como una cultura de cambio organizacional basada en la ética y en la sustentabilidad para incorporar estrategias o acciones en favor de tres dimensiones: social, relacionada con el bienestar y mejora de la calidad de vida de los individuos que conviven en un mismo territorio; económica, como la capacidad de generar valor monetario para el público de interés (*stakeholders*); y ambiental, referida al impacto de la organización en los ecosistemas circundantes.

INNOVACIÓN

Para Sánchez (2016) la innovación consiste en la producción, adopción, asimilación y explotación de una novedad que añade valor en la esfera social y económica; en la renovación o ampliación de productos, servicios y mercados en

el desarrollo de nuevos métodos de producción o en el establecimiento de sistemas de gestión. La innovación se ha vuelto uno de los recursos fundamentales para lograr una mayor ventaja competitiva, así como también una estrategia empresarial para alcanzar un mayor nivel de crecimiento y desempeño (Lema, 2016).

En las definiciones de innovación expuestas se aprecia un elemento común, una idea nueva hecha realidad o llevada a la práctica; significa convertir ideas en productos, procesos o servicios nuevos o mejorados que el mercado valora y que, por tanto, permita generar nuevas utilidades a la empresa y beneficios a la sociedad.

La innovación empresarial se concibe en esta investigación, como un proceso que le permite a la empresa generar o mejorar nuevos productos o servicios; implementar nuevos procesos de fabricación o distribución; utilizar nuevos métodos de mercadeo y hacer cambios en la gestión del negocio de manera que le permitan alcanzar el desarrollo sostenible y garantizar su permanencia mediante el respeto del medio ambiente y de la sociedad. Esto es, involucra tanto los procesos para la generación de productos o servicios, las formas de comercialización y de gestión empresarial incluyendo valores de cuidado ambiental y social.

INNOVACIÓN EN LAS PyMEs

Las PyMEs son reconocidas en todo el mundo como la columna vertebral de las economías modernas porque contribuyen de manera importante al crecimiento económico mundial y al desarrollo sostenible mediante la generación de empleo, el alivio de la pobreza, la creación de riqueza y la seguridad alimentaria. Es el reconocimiento de los importantes roles desempeñados por ellas lo que ha resultado en una mayor atención y educación en el enfoque para desarrollar y sostener este sector viable (Ojochide , Adegbuyi, y Ayodele, 2018).

A diferencia de la innovación tradicional que comprende actividades circunscritas a un modelo de producción lineal (científicas, tecnológicas, organizativas, financieras y comerciales) para mejorar la productividad, las nuevas tendencias en innovación en las pequeñas y medianas empresas proponen actividades no intensivas en capital ni en conocimientos que están ofreciendo soluciones eficaces y económicas a problemas del entorno inmediato que dan valor agregado y crecimiento para las empresas. Se ha creado un nuevo marco de referencia sobre las nuevas manera de innovar en las PyMEs de economías emergentes conocidas como innovación blanda, innovación frugal e innovación inversa (Blanco y Baier, 2017).

Para las pequeñas y medianas empresas, hacer las cosas de manera diferente, con anticipación y saber adaptarse a las necesidades del mercado laboral cambiante es la verdadera aplicación de la innovación. La innovación es crucial para crear y mantener una ventaja competitiva debido a que genera un mejor posicionamiento en el mercado, y constituye la única forma de superar la híper competencia (Betim, 2019).

En relación con los conceptos planteados por los autores la innovación en las PyMEs en esta investigación consiste en todas aquellas actividades no intensivas en capital ni en gasto para investigación y desarrollo que ofrezcan soluciones a problemas del entorno con un valor agregado y resultados económicos satisfactorios a través del uso óptimo de los recursos existentes; así como adaptar el conocimiento tácito para solucionar las necesidades de los clientes.

MATERIALES Y MÉTODOS

El objetivo de la investigación fue describir la influencia de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en la innovación de las pequeñas y medianas empresas (PyMEs) en Sinaloa, México. Metodológicamente se utilizó el enfoque cuantitativo, un diseño no experimental transversal y alcance correlacional, (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

Respecto al enfoque cuantitativo, en la investigación se usó la recolección y el análisis de datos para contestar la pregunta de investigación y probar la hipótesis previamente establecida. El diseño no experimental consistió en mediciones de las variables en un determinado momento sin manipulación de ellas, y el alcance explicativo alcanzado fue correlacional determinado por el análisis estadístico del índice r Pearson a los valores de las variables.

En Culiacán, Sinaloa existen 298 restaurantes con las especificaciones requeridas para seleccionar la muestra. Se aplicó un muestreo por conveniencia, uno de los tipos no probabilístico más usados en la investigación científica. El tamaño de la muestra para una población finita se determinó con base en la fórmula de (Munch, 2011):

$$n = \frac{NZ^2pq}{E^2(N-1)+Z^2pq}$$

En donde:

Z= nivel de confianza. Si Z=1.65 el porcentaje de confiabilidad es de 90%
N= universo 298
p= probabilidad a favor 0.5

q= probabilidad en contra 0.5
E= error de estimación 0.1
n= tamaño de la muestra

$$n = \frac{298(1.65^2)(0.5)(0.5)}{(0.1^2)(298-1)+(1.65^2)(0.5)(0.5)} \qquad n = 55.56$$

La técnica utilizada para recolección de información fue la encuesta y como instrumento el cuestionario tipo escala Likert que contenía 43 preguntas para medir la RSE y la innovación (Leyva, 2018); con cinco categorías numéricas de respuesta, del uno al cinco, para capturar la intensidad de los sentimientos del encuestado hacia las afirmaciones, donde 1=totalmente en desacuerdo y 5=totalmente de acuerdo. La Dimensión de innovación incluye dos subdimenciones: capacidad de innovación con 15 ítems y desempeño innovador con 10 ítems; la dimensión RSE tiene tres subdimensiones: social con 13 ítems; económica, cuatro ítems; y ambiental, cuatro ítems.

El cuestionario fue aplicado en 68 restaurantes correspondientes a la muestra de los cuales 72% cuentan con solo una sucursal y 28%, con más de una; 87% de los restaurantes son pequeñas empresas con (11 a 30 empleados) y 13% son medianas (31 a 100 empleados). Asimismo, el instrumento fue dirigido a los gerentes o encargados de los restaurantes quienes poseen distintos niveles de estudio: el 47.06% tiene una licenciatura terminada; 25%, preparatoria; 14.71%, carrera técnica; 8.82%, secundaria; y 4.41%, especialidad.

Para respaldar la consistencia y estabilidad de las puntuaciones obtenidas a través del cuestionario se realizó un análisis de confiabilidad que establece su precisión. Se aplicó la técnica de Alfa de Cronbach en SPSS, con un resultado de .918 lo que indica una alta confiabilidad del instrumento.

Las técnicas estadísticas que se emplearon para hacer el análisis fueron la media aritmética y la desviación estándar de las dimensiones, el coeficiente de correlación de Pearson entre las dimensiones de las dos variables, así como el análisis de regresión lineal, todos se llevaron a cabo utilizando el programa estadístico SPSS. En la tabla 1 se muestra la estadística descriptiva obtenida de los datos de las variables RSE e innovación.

Tabla 1. Estadística descriptiva de los promedios por dimensión de las variables RSE e innovación

Estadísticos de RSE					Estadísticos de Innovación	
		Promedio Dimensión Económica	Promedio Dimensión Ambiental	Promedio Dimensión Social	Promedio Desempeño Innovador	Promedio Capacidad Innovadora
N	Válido	68	68	68	68	68
	Perdidos	0	0	0	0	0
Media		4.4926	3.7463	3.9148	3.9636	4.0314
Desv. Estándar		1.73419	.77085	.61407	.81737	.71008

Fuente: Elaboración propia (2020).

RELACIÓN ENTRE LAS DIMENSIONES RSE E INNOVACIÓN

El siguiente paso para evaluar la influencia de la RSE sobre la innovación consistió en aplicar un análisis de correlación. En la tabla 2 se muestran los resultados de correlación entre las dimensiones económica, social y ambiental de RSE y las dos dimensiones de Innovación (desempeño y capacidad innovadora). La dimensión social de la RSE obtuvo la mayor correlación con la variable de innovación: .603 con el desempeño y .804 con la capacidad innovadora. La dimensión ambiental de la RSE mostró una correlación significativa de .614 con la capacidad innovadora.

Tabla 2: Análisis de Correlación entre las dimensiones de las variables RSE e innovación

Correlaciones

		Prom_ECO23	Prom_Ambien	Prom_Social	Desemp. Innovador	Capacidad innovadora
Prom_ECO23	Correlación de Pearson	1	.384**	.411**	.406**	.445**
	Sig. (bilateral)		.001	.000	.001	.000
	N	68	68	68	68	68
Prom_Ambien	Correlación de Pearson	.384**	1	.844**	.397**	.614**
	Sig. (bilateral)	.001		.000	.001	.000
	N	68	68	68	68	68
Prom_Social	Correlación de Pearson	.411**	.844**	1	.603**	.804**
	Sig. (bilateral)	.000	.000		.000	.000
	N	68	68	68	68	68
Desemp. Innovador	Correlación de Pearson	.406**	.397**	.603**	1	.788**
	Sig. (bilateral)	.001	.001	.000		.000
	N	68	68	68	68	68
Capacidad Innovadora	Correlación de Pearson	.445**	.614**	.804**	.788**	1
	Sig. (bilateral)	.000	.000	.000	.000	
	N	68	68	68	68	68

**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia (2020).

INFLUENCIA DE LA RSE EN LA INNOVACIÓN DE LAS PYMES

Una vez identificadas las relaciones significativas entre las variables se realizaron dos análisis de regresión lineal con las dimensiones que mostraron valores de correlación significativa arriba de 0.5:

Las subdimensiones ambiental y social de RSE explican el 66% de la varianza de la capacidad innovadora lo cual se muestra en la Tabla 3. La significancia del modelo se aprecia en la tabla 4 el cual muestra un valor de 0.00 y la tabla 5 muestran los coeficientes de la ecuación de regresión:
Capacidad Innovadora = 22.301 + 1.145 (Social) - 0.204 (Ambiental) + Error.

Tabla 3. Modelo de regresión lineal, análisis de las variables y coeficientes con la variable dependiente Capacidad innovadora.

Resumen del modelo

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	.812[a]	.660	.650	.42027

a. Predictores: (Constante), Prom_Ambien, Prom_Social

Fuente: Elaboración propia (2020)

Tabla 4: Análisis de Varianza con la variable dependiente Capacidad innovadora.

ANOVA[a]

Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	22.301	2	11.151	63.130	.000[b]
	Residuo	11.481	65	.177		
	Total	33.782	67			

a. Variable dependiente: Prom_Cap
b. Predictores: (Constante), Prom_Ambien, Prom_Social

Fuente: Elaboración propia (2020)

Tabla 5: Análisis de los coeficientes con la variable dependiente Capacidad innovadora.

Coeficientes[a]

Modelo		Coeficientes no estandarizados B	Desv. Error	Coeficientes estandarizados Beta	t	Sig.
1	(Constante)	.311	.335		.930	.356
	Prom_Social	1.145	.156	.991	7.356	.000
	Prom_Ambien	-.204	.124	-.221	-1.644	.105

a. Variable dependiente: Prom_Cap

Fuente: Elaboración propia (2020)

RESULTADOS

Una vez aplicados los 68 instrumentos se obtuvieron los promedios para cada una de las dimensiones RSE e innovación. En cuanto a la dimensión RSE la subdimensión económica obtuvo el resultado más alto, 4.49, lo cual muestra que los restaurantes toman acción en la optimización de recursos y principalmente en beneficio de la utilidad del restaurante. La subdimensión social obtuvo una media de 3.91 en aspectos de desarrollo del personal y apoyo a la comunidad. Este resultado muestra que en los restaurantes se actúa de manera ética se promueven los valores, el buen trato al personal y se ofrecen las mismas oportunidades tanto a hombres como a mujeres, está en niveles por encima de la media. La media de la subdimensión ambiental, 3.74, muestra que en los restaurantes están de acuerdo en promover y aplicar medidas que cuiden el entorno en el que brindan su servicio y llevar a cabo el reciclado de materiales.

La dimensión innovación incluye los resultados de las subdimensiones capacidad innovadora y desempeño innovador de las PyMEs. En capacidad innovadora se obtuvo el promedio más alto, 4.03, lo cual evidencia que la empresa implementa acciones para ser innovadora, éstas implican desde adaptarse y ser flexible frente a los cambios del mercado y trabajo en equipo. En cuanto al desempeño innovador que abarca desde la estructura organizacional hasta la comunicación, el promedio 3.96 demuestra que los restaurantes estudiados se adaptan a nuevos procesos, soluciones y de manera constante optimizan los procesos mediante la aplicación de nuevas tecnologías para realizar cambios sustanciales en la organización.

DISCUSIÓN

La RSE y la innovación son temas importantes para las empresas hoy en día. Los cambios actuales y la tendencia que existen en el cuidado del medio ambiente, el impacto social y la rentabilidad repercuten directamente en la manera de operar de las organizaciones. Las PyMEs del sector restaurantes en Sinaloa, al ser una parte importante para la economía local en el sector turismo combinadas con el prestigio de la gastronomía local tienen que adaptarse a las nuevas exigencias del mercado y reaccionar con acciones de índole innovadora.

Los resultados obtenidos muestran la existencia de una relación entre las dos variables bajo estudio: la influencia que tiene la responsabilidad social empresarial en la innovación de las PyMES sucede en el ámbito social que engloba la participación del empleado con la empresa, la calidad de vida del trabajador y la promoción de la empresa en la sociedad. Por lo tanto, la hipótesis H1 se confirma, es decir, la responsabilidad social empresarial sí influye de manera significativa en la innovación en las PyMEs de restaurantes de Culiacán Sinaloa, explicando el

66% de la varianza. A su vez, la presente investigación cumplió el objetivo de describir la influencia de la RSE en la innovación de las PyMEs.

La capacidad innovadora de los restaurantes objeto de estudio reflejó que cuentan con el talento humano necesario para alcanzar las metas estratégicas de crecimiento para la empresa. Por otra parte, los resultados mostraron que estos negocios no establecen vínculos con el gobierno, instituciones o universidades para proponer cambios en la organización, que la mayoría no colabora con agentes externos para incentivar cambios. Sin embargo, se observó que los restaurantes cuentan con un equipo de trabajo que fomenta y ejecuta innovaciones.

Las mediciones de las variables RSE e innovación incluyeron sus respectivas dimensiones las cuales fueron analizadas y relacionadas; contrario a lo esperado la dimensión económica de la RSE presentó relaciones débiles con las dimensiones de innovación, sin embargo, la relación en el ámbito social dentro de la RSE está fuertemente relacionado con la capacidad de los restaurantes para innovar. Se mostró que, por cada mejora o aplicación en la dimensión social, el resultado de la dimensión desempeño innovador aumenta considerablemente.

CONCLUSIONES

La Responsabilidad Social Empresarial y la innovación están directamente relacionadas con las PyMEs. En el estado de Sinaloa, la tendencia se dirige hacia el aumento en la creación de pequeñas empresas que puedan brindar servicios a la población, con la idea de generar empleos y movilizar la economía. Es necesario implementar estas herramientas en los modelos de negocio de dichas empresas por los beneficios derivados.

Se alcanzó el objetivo general de la investigación el cual consistió en describir la influencia de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en la innovación de las pequeñas y medianas empresas (PyMEs) en Sinaloa, México. Los resultados del estudio mostraron principalmente una mayor inclinación por prácticas sociales y ambientales, las cuales repercuten directamente en la calidad de vida del empleado, el impacto en la comunidad, el cuidado de los residuos, manejo la energía y la reducción de la contaminación. La implementación de estrategias económicas tiene menor repercusión para el desarrollo de prácticas innovadoras, posiblemente por el desconocimiento de qué y cómo implementarlas, sin tener repercusiones negativas en materia económica ni realizar grandes inversiones.

En respuesta a la interrogante propuesta ¿De qué manera las acciones encaminadas a la responsabilidad social influyen en la innovación de las PyMEs

del sector de restaurantes en Sinaloa? Conviene responder que por ser las pequeñas y medianas empresas la mayoría de los entes económicos en el país, éstas tienen que ofrecer productos y servicios atractivos, novedosos y asequibles, además de adaptarse a las nuevas tendencias del mercado y buscando satisfacer las necesidades de los clientes de manera que puedan mejorar sus posibilidades de permanencia. Las PyMEs pueden considerar otras estrategias asociadas a su capacidad innovadora, cuidado del ambiente y desarrollo de los actores que la integran sin incurrir en inversiones económicas altas enfocadas a la adquisición de certificaciones onerosas, o a la adquisición de tecnología, investigación y desarrollo como recomienda la innovación tradicional.

El reto se encuentra en manejar a la innovación y a la RSE como un componente inicial en el modelo de negocios de las PyMEs y no únicamente implementarlas como una actividad posterior.

Se concluye que una buena política de responsabilidad social puede generar dinámicas de innovación en acciones de índole social y ambiental, con la posibilidad de lograr cambios en la cultura organizacional que fomenten espacios de mayor participación y colaboración, fomentando la creatividad y una mayor cultura de la innovación en las PyMEs de la localidad.

REFERENCIAS

Betim, R. (2019). Understanding The Current Status Of. *Management Research and Practice*, 43-55.

Blanco F y Baier H, (2017). Hacia una mirada integral de la innovación ligera: análisis conceptual de las innovaciones no intensivas. *Cuadernos del CIMBAGE* N°19, 2°Edición (2017) pp. 79-103.

Gil, G. (2018). Responsabilidad Social Corporativa: una visión crítica de una noción empresarial. [Monografía] Madrid: Centro de Investigaciones Sociológica. 311.

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación.* México: Mc Graw Hill.

Hidalgo B, Edalid, Á, Cruz E, y Barrera, M. (2017). La responsabilidad social empresarial: estudio diagnóstico en empresas de Tuxpan, Veracruz. *Revista de la Alta Tecnología y la Sociedad*, 38-44.

Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática. (2019). Las pequeñas y medianas empresas (PyMEs) en México. Recuperado del sitio de Internet: https://www.inegi.org.mx/datos/

Latapí M, Jóhannsdóttir L, y Davídsdóttir, B. (2019). A literature review of the history an evolution of corporate social responsibility. International *Journal of Corporate Social Responsability.* Vol.4 No.1 Pág. *1-23.* Recuperado de https://doi.org/10.1186/s40991-018-0039-y.

Lema, D. (2016). Efecto de la innovación en el crecimiento y el desempeño de las Mipymes del Pacífico. Un estudio empírico. *Elsevier,* 326-335.

Leyva, R. (2018). *Propuesta de un modelo administración estratégica para las MIPyMES del sector de antojitos mexicanos en Puerto Vallarta*. Puerto Vallarta, México: Centro Universitario de la Costa.

Ojochide F, Adegbuyi, O, y Ayodele, M. (2018). Government financial support and financial performance of SMEs. *Academy of Strategic Management Journal.* 1-10.

Salaiza F, Joya I y Sánchez, A. (2018). El capital intelectual como factor clave para la innovación en pymes. *Revista ICA. Investigación en Ciencias Administrativas.* Vol. 8 Núm. 15. pp. 126-154. Abril-noviembre de 2018.

Sánchez, M. (2016). Gestión de la innovación en pequeñas y medianas empresas de Barranquilla - Colombia. *Revista de Ciencias Sociales*, 78-91.