

La Responsabilidad Social Empresarial como Factor de Competitividad en las Mipymes: Un Análisis de los Niveles y el Entorno

Corporate Social Responsibility as a Competitiveness Factor in Smes: An Analysis of Levels and Environment

MAI Vanoye López Veronica; Dra Erandi Lizete Contreras Ocegueda &

Dra. Corina Guillermina Ocegueda Mercado

Resumen. En este artículo encontramos como primera instancia la literatura relacionada con la responsabilidad social empresarial, la cual proporciona las líneas estratégicas que garantizan el óptimo proceso de su implementación a nivel organizacional. Hoy en día, se sabe que las empresas tanto grandes como pequeñas son difíciles de mantenerse firme en el negocio, sobre todo en el contexto de supervivencia frente a una crisis económica, en donde es necesario optimizar la inversión, es decir, invertir en acciones que beneficien a las comunidades y a su entorno, trayendo consigo grandes ventajas para las empresas, por su parte, responsabilidad social es en sí un modelo estratégico empleado por las empresas, industrias, gobiernos, sindicatos, trabajadores u organizaciones en donde es importante el compromiso de las empresas con la comunidad, su entorno y sus diversos grupos de interés, ya sean empleados, accionistas, medioambiente proveedores, clientes, la metodología fue revisión bibliográfica, porque como se mencionó con anterioridad, se recolectará información necesaria y pertinente para el desarrollo de este artículo; haciendo énfasis en libros y páginas de internet. Toda esta información permite tener ideas más claras de lo que se busca alcanzar con la ejecución del artículo, la técnica de la observación será importante en la investigación, esto permite un conocimiento más claro de los beneficios que otorga a las empresas este método de responsabilidad social.

Palabras clave. Responsabilidad social empresarial, competitividad empresarial, mipymes, sustentabilidad

Abstract. In this article we find as a first instance the literature related to corporate social responsibility, which provides the strategic lines that guarantee the optimal process of its implementation at the organizational level. Nowadays, it is known that both large and small companies are difficult to remain firm in business, especially in the context of survival in the face of an economic crisis, where it is necessary to optimize investment, that is, invest in stocks that benefit communities and their environment, bringing with them great advantages for companies, for its part, social responsibility is in itself a strategic model used by companies, industries, governments, unions, workers or organizations where the commitment of the companies with the community, their environment and their various interest groups, whether they are employees, shareholders, environmental suppliers, clients, the

methodology was a bibliographic review, because as mentioned previously, necessary and relevant information will be collected for the development of this article. ; emphasizing books and internet pages. All this information allows us to have clearer ideas of what we seek to achieve with the execution of the article, the observation technique will be important in the research, this allows a clearer knowledge of the benefits that this method of social responsibility gives companies.

Key words: Competitiveness, corporate social responsibility, sustainability, MSMEs., Sustainability,

Introducción

En un contexto económico marcado por la incertidumbre y la alta competitividad, las micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes) enfrentan el reto constante de mantenerse firmes en el mercado. A menudo, estas empresas carecen de los recursos y la infraestructura necesarios para competir de manera equitativa con grandes corporaciones. Sin embargo, en los últimos años, la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) ha emergido como una herramienta estratégica clave que no solo mejora la imagen corporativa, sino que también fortalece la competitividad y la sostenibilidad de las empresas, sin importar su tamaño.

El concepto de RSE, lejos de ser una simple obligación o moda pasajera, ha evolucionado hasta convertirse en un componente central para la gestión empresarial responsable. Las empresas que adoptan prácticas de RSE no solo contribuyen al bienestar de la comunidad y el medio ambiente, sino que también desarrollan una ventaja competitiva que les permite sobrevivir y prosperar en un entorno de negocios cada vez más complejo. Este artículo analiza cómo la implementación de la RSE puede aportar valor a las Mipymes, permitiéndoles adaptarse a los desafíos actuales y mejorar su desempeño en el mercado.

A través de una revisión exhaustiva de la literatura y la observación directa de casos relevantes, esta investigación explora las diversas dimensiones de la RSE, su impacto en las Mipymes y cómo estas pueden integrar de manera efectiva prácticas sostenibles en su modelo de negocio. La RSE, lejos de ser una opción exclusiva para grandes corporaciones, se

presenta como una oportunidad indispensable para las Mipymes que buscan no solo mejorar su competitividad, sino también contribuir al desarrollo sostenible de sus comunidades.

Discusión

Tal como señala Pedraza (2011), las empresas de hoy en día ven la responsabilidad social corporativa y los principios del desarrollo sostenible ya no como un capricho empresarial, ni como una obligación o un requisito exigido por sus clientes, las cosas han cambiado para la gerencia al igual que sus desafíos más próximos; hoy los directivos ven la responsabilidad social empresarial como la forma de llevar el negocio de la forma más racional posible, encaminando a la empresa hacia el logro de sus objetivos y con políticas adecuadas que tengan en cuenta empresa la organización como sistema en interacción con el medio ambiente.

Hoy en día, se sabe que las empresas tanto grandes como pequeñas son difíciles de mantenerse firmes en el negocio, sobre todo en el contexto de supervivencia frente a una crisis económica, en donde es necesario optimizar la inversión, es decir, invertir en acciones que beneficien a las comunidades y a su entorno, trayendo consigo grandes ventajas para las empresas, por su parte, responsabilidad social es en sí un modelo estratégico empleado por las empresas, industrias, gobiernos, sindicatos, trabajadores u organizaciones en donde es importante el compromiso de las empresas con la comunidad, su entorno y sus diversos grupos de interés, ya sean empleados, accionistas, medioambiente proveedores y clientes (Toala, 2022).

La situación actual de las pequeñas y medianas empresas no es tan alentadora, ya que se enfrentan a la alta competitividad de empresas tanto nacionales como internacionales, lo cual las mantiene expuestas a múltiples retos y dificultades, que en muchos casos las orilla a la desaparición. Aunado a lo anterior, es cada vez más necesario en el mundo empresarial, la creación de empresas que generen sustentabilidad, lo cual les exige a las pequeñas y medianas empresas, invertir en nuevas tecnologías. Sin embargo, este tema se ve afectado

por algunas problemáticas en las que se podemos encontrar la falta de liquidez económica para que los microempresarios puedan invertir en las infraestructuras, cuestión que las lleva a tener más riesgos que las grandes empresas, y la más importante, la falta de conocimientos y seguridad tanto del personal como de sus instalaciones. Estos inconvenientes llevan a muchas de estas empresas a no crecer dentro del mercado.

Como señala Mellado (2009), cada día, la sociedad exige más a las empresas valores asociados a sus formas de actuar. Para asegurar sus ventajas competitivas y su continuidad a largo plazo, las organizaciones han debido comprender que ya no sólo basta con satisfacer la demanda de los clientes directos, sino que, al mismo tiempo, es prioritario gestionar las expectativas de todas las partes interesadas con relación a la empresa. Además, todo ello debe comunicarlo.

Los ciudadanos poseen en la actualidad más información, exigiendo mayor transparencia, respeto por el medio ambiente, y un trato justo de las personas. Dentro de ello, los medios de comunicación manejan un rol importante en la vida de cualquier organización, y ellos en sus clientes, usuarios y públicos relacionados (Mellado, 2022).

Bermúdez (2018) menciona que el contexto posmoderno, exige una ciudadanía que considere a la sociedad como un marco constructivo de la formación de valores éticos y ciudadanos en pro de las generaciones actuales y futuras. Por ello es frecuente, en el ámbito académico y empresarial el uso de términos como responsabilidad ambiental y social de la empresa, ciudadanía empresarial, responsabilidad social corporativa (RSC), responsabilidad social empresarial (RSE) o simplemente responsabilidad social.

Asumir una posición de indiferencia ante los crecientes problemas que están afectando a la humanidad (contaminación ambiental, violencia, desorden social, pérdida de principios y valores, aumento de los estados depresivos, deslegitimación del orden establecido y más), será para el mundo entero la peor catástrofe vivida. Son las organizaciones empresariales, los profesionales, el estado y las entidades educativas las que deben asumir una posición de

liderazgo para combatir estos flagelos. Por afectados que estemos, es hora de replantear la responsabilidad social de la empresa en todas sus dimensiones. Son los padres de familia, los maestros de colegios y escuelas, las universidades, los gremios empresariales, los gobiernos territoriales, el estado, la misma iglesia y todas aquellas personas y organizaciones que de alguna forma inciden hoy en el mañana, los llamados a asumir un liderazgo con una posición ética, moral y de responsabilidad que no permita seguir construyendo un catastrófico futuro (Vega, 2015).

La presente investigación tiene por objetivo resaltar la importancia que representa la responsabilidad social empresarial hoy en día, así como plantear su utilidad de una manera estratégica y como un método de creación de valor y que ésta no solo sea un aporte al entorno para que la organización logre ser percibida de mejor manera. Se aborda de manera detallada el concepto de Responsabilidad Social Empresarial para entender mejor el proceso que esta conlleva y como puede ser implementada en micro, pequeñas y medianas empresas. Así mismo se hace alusión a las diferentes teorías y enfoques del concepto de RSE con la finalidad de entender en qué contextos la literatura académica se estudia a las actividades de RSE y cómo se pueden clasificar en un gran número de acciones empresariales que intentan vincular los negocios con la búsqueda del bienestar social.

Lo anterior permitirá tener un análisis sobre la creciente relevancia de la RSE tanto en nuestro país, como a nivel global, y la relación que el concepto de la misma tiene con el desarrollo sostenible.

Discusión

Definición de Responsabilidad Social Empresarial

Etimológicamente la palabra “responsabilidad”, viene del vocablo *responsum*, forma latina del verbo *responder*. De esto “se puede inferir que la Responsabilidad Social es la habilidad para responder a la sociedad”, desde el ámbito empresarial en este caso (Cardona, 2011).

Para (Reyno, 2006), el concepto de la Responsabilidad Social Empresarial ha sido poco y mal definido, puesto que se ha hecho muchas veces de forma descriptiva, aludiendo al contenido y dando lugar a definiciones que no han logrado reunir en sí misma todos los aspectos que lo conforman. Para tratar de definir la responsabilidad social de la empresa quizá la mejor aproximación sea la semántica, y así puede decirse que “es la obligación ética o moral, voluntariamente aceptada por la empresa como institución, hacia la sociedad en conjunto, en reconocimiento y satisfacción de sus demandas o en reparación de los daños que puedan haberle sido causados a ésta en sus personas o en su patrimonio común por la actividad de la empresa”

Al igual que la anterior, existen otras definiciones de RSE que vale la pena tener en cuenta para introducir el tema, al menos en la medida en que cada una de ellas permite aclarar sus distintas dimensiones. Según Crowther y Aras (2008) citados por (Cardona, 2011), por ejemplo, la definición más amplia de RSE tiene que ver con lo que es, o debería ser, la relación entre las corporaciones globales, los gobiernos y los ciudadanos individuales.

Otra definición, por no decir que una de las más conocidas, la presenta el Libro Verde, la cual dice que “la RSE es la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y ambientales en sus operaciones comerciales y en sus relaciones con sus interlocutores” (Comisión, 2006).

Por otra parte, Vives (2004), citado por (Cardona, 2011), afirma que la Responsabilidad Social Empresarial, consiste en: Prácticas de la empresa que, como parte de la estrategia corporativa, en complementariedad y apoyo de las más importantes actividades empresariales, busca evitar daño y promover el bienestar de “stakeholders” (clientes, proveedores, empleados, fuentes financieras, la comunidad, el gobierno y el medio ambiente); a través de cumplir con reglas, regulaciones y voluntariamente ir más allá de ellas

Según La Comisión de Seguimiento y Evaluación del Diálogo Social citada por (Delgado, 2021), define la RSE como: “un conjunto de compromisos de diversa orden, económica, social

y ambiental adoptados por las empresas, las organizaciones e instituciones públicas y privadas y que constituyen un valor añadido al cumplimiento de sus obligaciones leales, contribuyendo a la vez al progreso social y económico en el marco de un desarrollo sostenible.”

Vega (2015), menciona que, la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es la contribución al desarrollo humano sostenible, a través del compromiso y la confianza de la empresa hacia sus empleados y las familias de éstos, hacia la sociedad en general y hacia la comunidad local, en pos de mejorar el capital social y la calidad de vida de toda la comunidad. En la actualidad la responsabilidad social se considera un concepto normativo no obligatorio o “ley blanda” (es decir, sin la fuerza de la ley), tales como los plasmados en algunos acuerdos internacionales, por ejemplo, la “Declaración universal sobre Bioética y Derechos Humanos” adoptada por la UNESCO.

Niveles De La Responsabilidad Social Empresarial.

Teniendo en cuenta a Reyno (2006), en la sociedad la RSE se manifiesta en diferentes ámbitos, ésta puede ser expresada en acciones públicas o privadas de cada individuo, el desarrollo de las familias y grupos sociales, organizaciones civiles e instituciones políticas, en el Estado y en sus políticas públicas. Por lo que, la empresa ve manifestada sus responsabilidades y de acuerdo con los alcances que tenga en el escenario o mercado en que se desarrolle en:

- Responsabilidad básica o global: Esta responsabilidad proviene del simple hecho de la existencia de la empresa en la sociedad y el cumplimiento de normativas y acciones que aseguren el bienestar de ésta. De esta manera, las empresas se encargan de las consecuencias de sus acciones en su entorno, medioambiente y en las personas, haciéndose cargo y asumiendo responsabilidades en los efectos que causen por el desarrollo de sus operaciones.

- Responsabilidad institucional o de las organizaciones: En este sentido las responsabilidades parten por las empresas y la relación que sostienen con todos aquellos que se ven involucrados

en sus acciones y actividades en forma directa. Por lo que frente a esta responsabilidad la empresa deberá acceder y estar dispuesta a dar cuenta de sus acciones a su entorno inmediato, como es su comunidad interna, proveedores y accionistas. Respondiendo a la vez las demandas que estos realicen, y a informar en cuanto al por qué de sus acciones.

■ Responsabilidad societal o contextual: Este tipo de responsabilidad consiste en la conciencia por parte de la empresa de mejorar o conservar el medio en que se encuentra, esto porque al mantener el bienestar de éste se está contribuyendo también a la continuidad de su desarrollo, por lo que esta responsabilidad se enfoca a alcanzar y mantener el desarrollo sostenible de la empresa.

Entorno De La Responsabilidad Social Empresarial.

Como señala Reyno (2006), en el contexto global de las acciones empresariales y bajo la identificación de las dimensiones de desarrollo de la responsabilidad social, las empresas fundamentan su actuación en el compromiso de mantener la coherencia de sus acciones tanto dentro como fuera de ella, entregando a la vez transparencia y certidumbre en sus relaciones. La influencia de la RSE en su entorno se puede apreciar a continuación:

a. Entorno Interno. Este entorno considera como grupos de interés a los directivos, al general de los empleados, accionistas o dueños de las empresas, involucrando también el escenario en que se desarrollan las actividades de la empresa, como es el proceso productivo o la toma de decisiones. En las acciones que la empresa realiza dentro de este escenario interno y considerando el grupo de interés que lo conforma, manifiesta una serie de compromisos, como por ejemplo los de mantener la seguridad en el trabajo o disponibilidad de información para sus dueños y accionistas.

En este entorno se puede reconocer:

■ **La Comunidad Interna:** Que comprende empelados, dueños y accionistas, para los cuales la Responsabilidad Social va a actuar proporcionando una mejor calidad de vida, un entorno seguro y más atractivo para desarrollar sus funciones entre otros beneficios.

■ **Conducta Empresarial:** Se refiere a la manifestación de los principios y valores que mueven a la empresa, bajo los cuales desarrolla sus funciones, una gestión y acción ética que es expuesta para un mejor entendimiento de los grupos de interés que conforman este entorno empresarial y un reflejo positivo hacia la comunidad externa.

■ **Relación con los recursos naturales:** En este sentido se puede hacer referencia a la responsabilidad con que la empresa debe desarrollar sus procesos, de manera de lograr la eficiencia en el manejo de los recursos, esto para reducir los efectos nocivos en la comunidad y el medio ambiente.

b. **Entorno Externo.** El desarrollo de las actividades empresariales se mantiene también por grupos externos a la empresa, pudiéndose mencionar: Los socios comerciales, proveedores, clientes, interlocutores públicos, la comunidad local, las autoridades y Organizaciones de la sociedad Civil. En el ámbito ambiental la relación se fomenta en el trabajo por el cuidado y preservación de éste.

Algunas de las relaciones que se pueden mencionar son:

■ **Relación con los Proveedores:** Las empresas incorporan en sus acciones criterios de responsabilidad social para elegir a sus proveedores, ya que consideran el cumplimiento por parte de éstos, de acciones sociales y medioambientales. Esto para mantener la coherencia de sus prácticas y las de sus socios comerciales.

■ **Relación con los Clientes:** La relación con los clientes se ve reflejada en el trabajo por parte de las empresas en satisfacer las necesidades de éstos. A la vez los clientes exigen un buen trato y el cumplimiento de sus expectativas, así como el respeto por el medio ambiente. Esto llevará a mantener buenas relaciones y la confianza en la empresa

■ **Relación con los Competidores:** La relación que se establece entre empresas competidoras al trabajar en conjunto puede producir un mayor impacto en sus prácticas de RSE que si trabajaran individualmente.

■ **Organizaciones no gubernamentales (ONG):** “Entidades o estructuras jurídicas orientadas al bien común, sin fines de lucro, y cuyo soporte financiero se basa en aportes y donaciones efectuados por distintos actores (personas físicas o jurídicas) de la sociedad civil”,

Como menciona Toala (2022), en la actualidad, como se ha podido apreciar con anterioridad la conciencia social en muchos aspectos de la vida diaria, incluye la vida laboral, dado, que aspectos como la ecología o la mejora de la calidad de vida, se han convertido en auténticos valores modelo, es por esta razón, que una empresa socialmente responsable funciona siempre con el marco de valores, mejor arando las relaciones a un nivel humano y socialmente comprometidos, tanto empleados y clientes. Esta dinámica de responsabilidad social ha traído consigo algunos cambios que de una u otra forma han beneficiado a las empresas, entre ellas encontramos:

- **Cambios de la sociedad:** los cambios en los valores sociales conllevan una crítica al orden social existente, implicando nuevas exigencias sociales a las organizaciones.
- **Cambios en la relación organización / sociedad:** la concentración de poder en pocas organizaciones implica mayor control sobre las mismas, ya que no pueden dar nuevas formas a la sociedad.
- **Cambios internos en la organización:** la creciente dispersión de la propiedad de las organizaciones trae consigo que las decisiones empresariales se tomen con mayor cautela, incorporando el sistema de arbitraje. Es importante destacar que invertir en acciones que beneficien a las comunidades y al entorno siempre traerá grandes ventajas para las compañías, es por esta razón, que a continuación se desarrollaran los beneficios más relevantes que (Nakamura, 2017), recomienda a la hora de implementar una política de responsabilidad social en las empresas.

- **Mejorar la imagen corporativa y la reputación:** La empresa sigue siendo el actor principal, pero ya no el único. Hoy las aportaciones e interacciones de clientes, trabajadores, proveedores y otros grupos de interés, juegan un papel esencial.
- **Previene riesgos:** La RSC es también un instrumento muy eficaz para reducir los riesgos potenciales asociados a las actividades que desarrollan las empresas, logrando minimizar los conflictos con las comunidades en las que opera; disminuir quejas y mejorar las relaciones con clientes.
- **Captación y retención de talento:** Cuando valoran un empleo, el factor económico pierde peso, es por esta razón que esta estrategia, buscan adherirse a causas, prefieren empresas comprometidas con la sociedad y el medioambiente.
- **Mejora el clima laboral y de la productividad:** Una adecuada gestión de la diversidad incide positivamente en términos de productividad y competitividad, lo que incrementa la probabilidad de encontrar soluciones más innovadoras y robustas.
- **Fomenta la innovación:** El diálogo es importante, porque con los diferentes grupos de interés, se busca soluciones para el desarrollo de productos novedosos que permiten el acceso a nuevos segmentos de mercado.
- **Mejora la eficiencia energética:** Con ello se minimizar sus impactos negativos sobre el medio ambiente, y se obtiene un significativo ahorro en términos económicos.
- **Ventajas para atraer financiamientos:** Un comportamiento responsable implica la implementación de prácticas de buen gobierno, éticas y transparentes que inciden favorablemente en su credibilidad en los mercados y mejoran su acceso a financiamiento.
- **Aumenta la fidelización de consumidores y clientes:** Los consumidores admiran aquellas empresas que valoran a sus empleados, desarrollan proyectos sociales, se preocupan por el medio ambiente e invierten esfuerzos contra la corrupción.

- Facilita la obtención de premios y reconocimientos: Estos mejoran la relación con el entorno, logran una mayor credibilidad frente a nuevos consumidores y usuarios e incrementan la influencia de la empresa en su sector (Toala B. F., 2022).

El camino hacia la RSE

Toda empresa que desee ser socialmente responsable debe asumir, adoptar y publicar los indicadores siguientes, que señalan el grado de adopción de la responsabilidad.

Para Porto y Castromán (2006), citados por (Barroso, 2008), este debe ser el “decálogo” de toda empresa que desee ser socialmente responsable:

- 1) Promover e impulsar en su interior una cultura de RSE que busque las metas y el éxito del negocio, contribuyendo al mismo tiempo al bienestar de la sociedad.
- 2) Identificar las necesidades sociales del entorno en que opera y colaborar en su solución, impulsando el desarrollo y mejoramiento de la calidad de vida.
- 3) Hacer públicos los valores de su empresa y desempeñarse con base en un código de ética.
- 4) Vivir al interior y al exterior de esquemas de liderazgo participativo, solidaridad, servicio y respeto a la dignidad humana.
- 5) Promover el desarrollo humano y profesional de toda su comunidad (empleados, familiares, accionistas y proveedores)
- 6) Identificar y apoyar causas sociales como parte de su estrategia de acción empresarial.
- 7) Respetar el entorno ecológico en todos y cada uno de los procesos de operación y comercialización, además de contribuir a la preservación del medio ambiente.
- 8) Invertir tiempo, talento y recursos en el desarrollo de las comunidades en las que opera.

9) Participar, mediante alianzas intersectoriales con otras empresas, en organizaciones de la sociedad civil (OSC) y/o con el gobierno, en la atención de las causas sociales que ha elegido.

10) Tomar en cuenta e involucrar a su personal, accionistas y proveedores en sus programas de inversión y desarrollo social.

Las PYMES en México

Las Pymes así como las grandes empresas, tienen su propia naturaleza y sus propias virtudes y problemáticas, conocerlas es un punto de partida para saber de que forma podemos hacer la imagen corporativa y de las comunicaciones, herramientas estratégicas económica y socialmente rentables para la empresa. Las Pymes son un importantísimo impulso y sustento del desarrollo económico de México. Según resultados de censos económicos por el INEGI en 2009, en este país, había constituidas 51 444 056 empresas, de las cuales: 95.20% son microempresas, estas generan 46.6% del total de empleos y contribuyen al 15% del PIB 4.3 son pequeñas empresas, las cuales crean el 15% del total de los empleos del país y producen 14% del PIB 0.3 son medianas empresas, que originan el 17% de empleos y producen mas del 22% del PIB 0.20% pertenece a la categoría de grandes empresas Queda así en evidencia la importancia de las micro, pequeñas y medianas empresas para el desarrollo económico y social de nuestro país (Guarneros, 2014).

Conclusiones

Los temas relacionados con la responsabilidad social empresarial, ética empresarial, cuidado del medio ambiente y rendición de cuentas deben ser tomados con seriedad por las empresas en la actualidad. Si bien es cierto que a nivel empresarial se buscan objetivos como lograr ganancias monetarias, el cuidado en la calidad de los productos o servicios que se ofrecen, también se debe tomar en consideración los aspectos medioambientales, la aplicación de valores éticos y morales en cada área a nivel organizacional, crear una cultura de responsabilidad social aplicando cada uno de sus principios, pues todo esto, le generara valor agregado a las pequeñas y medianas empresas, sea cual sea el giro al que se dediquen.

Aunado a lo anterior, está la imagen corporativa, concepto que se ha vuelto imprescindible llevar a cabo en las pequeñas y medianas empresas para lograr ser más competitivas y posicionarse en el mercado para el logro de objetivos.

Referencias

- Barroso, T. F. (2008). La responsabilidad social empresarial. Un estudio a cuarenta empresas de la ciudad de Merida, Yucatan. *Scielo, Contaduria y Administracion*, 73-91.
- Bermudez, C. Y. (2018). Medición de la responsabilidad social empresarial: casos en pequeñas y medianas empresas latinoamericanas. *Scielo*, 3.
- Cancino, d. C. (2008). Responsabilidad social empresarial. *Control y Gestion y Sistemas de Informacion de la Facultad de Economia y Negocios de Chile*, 9-53.
- Cardona, D. A. (2011). La responsabilidad social empresarial desde la perspectiva de los gerentes de los hoteles PYMES de la Cd. de Cartagena. *Saber ciencia y libertad*, 91-103.
- Cleri, C. (2007). *El Libro de las Pymes*. Buenos Aires: Granica.
- Comisión, d. I. (Junio de 2006). *Libro verde: fomentar un marco europeo para la responsabilidad social empresarial de las empresas*. Obtenido de <http://www.europa.eu.int/>
- Correa, M. (2010). *Cambio y oportunidad: la responsabilidad social corporativa como fuente de competitividad en pequeñas y medianas empresas en America Latina y el Caribe*. Obtenido de www.repositorio.cepal.org
- Da Costa, P. C. (2022). La responsabilidad social corporativa y su papel para la competitividad

de las empresas latinoamericanas. *Revista de la facultad de ciencias economicas UNNE Argentina*, 240-256.

Delgado, K. (2021). *La responsabilidad social empresarial y la competitividad en las MYPES de mantenimiento y señalización vial de Arequipa, 2020*. Arequipa Peru: Universidad la Salle .

Jimenez, P. A. (2008). La internacionalización de la empresa a través del enfoque de recursos y capacidades. *GESTIÓN JOVEN Revista de la Agrupación Joven Iberoamericana de Contabilidad y Administración de Empresas* , 2.

Mellado, C. (2022). Responsabilidad Social Empresarial en las Pequeñas y Medianas Empresas . *Scielo*, 6-15.

Moreno, D. M. (2004). La visión de la empresa basada en el conocimiento: Análisis de un caso de la administración pública española. *Dialnet*, 835-847.

Moreno, Z. (2011). Prácticas de responsabilidad social empresarial en la PYME. *Contaduría y Administración UNAM*, 175-194.

Murcia, Y. (2016). *Responsabilidad social empresarial en las PYMES de Latinoamérica* . Granada: Universidad de Granada.

Navarrete, A. (2021). Responsabilidad social, como estímulo de la innovación de las mypes del municipio de San Juan del Río Querétaro. *Revista Relayn*, 32-47.

Pedraza, P. (2011). Desafíos de la gerencia: responsabilidad social y desarrollo sostenible. *Gestión ambiental de la Universidad Militar de Nueva Granada*, 23-34.

Pedraza, P. (2011). Desafíos de la gerencia: responsabilidad social y desarrollo sostenible . *Revista estudiantes facultad de ciencias economicas Universidad de Colombia* , 23-34.

- Reyno, M. M. (Septiembre de 2006). *Universidad Tecnica Federico Santa Maria*. Obtenido de Universidad Tecnica Federico Santa Maria: <https://www.eumed.net/libros-gratis/2008c/436/>
- Toala, B. (2022). Mirada a la evolucion de la responsabilidad social empresarial. *Rvista cientifica, dominio de las ciencias*, 1035-2055.
- Toala, B. F. (2022). *Mirada a la evolucion de la responsabilidad social empresarial*. Jipijapa, Ecuador: Revista dominio de las ciencias.
- Vallaso, V. Y. (2015). DESARROLLO SUSTENTABLE Y RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LA EDUCACIÓN SUPERIOR. *Revista San Gregorio*, 93-105.
- Vega, N. (2015). Responsabilidad social en la empresa, concepto y medicion como factor de competitividad. *Universidad Autonoma de Queretaro Red Internacional de Investigadores*, 1923-1043.

Los Autores

MAI Vanoye López Veronica

veronica.vl@matamoros.tecnm.mx

Dra Erandi Lizete Contreras Ocegueda

erandi.co@matamoros.tecnm.mx

Dra Corina Guillermina Ocegueda Mercado

Corina.om@matamoros.tecnm.mx

Instituto Tecnológico de Matamoros, Área de participación: Ingeniería Administrativa
