

Alcances y Dimensiones de la RSE dentro del Marco de la competitividad en las MIPYMES

Scope and Dimensions of CSR within the Framework of Competitiveness in MSMEs

**Dra. Veronica Vanoye López, Mtra. Patricia Nadyeli Cisneros Tamez, Mtro. Juan
Guillermo Rodríguez Martínez**

Resumen. La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) se ha consolidado como un elemento estratégico para el fortalecimiento de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES), especialmente en contextos donde la competitividad exige eficiencia, innovación y capacidad de adaptación. A partir de los aportes de Reyno (2006) y Saavedra (2013), este artículo analiza los alcances y dimensiones de la RSE y su papel como factor determinante para la competitividad empresarial. Se identifican cinco alcances fundamentales —social, solidario, autorreferencial, ético sistémico y ético-valorativo— que explican la forma en que las empresas interactúan con sus grupos de interés. Asimismo, se revisan las dimensiones de acción ética y de demandas sociales, las cuales orientan el comportamiento organizacional hacia una gestión responsable y sostenible. En paralelo, se examinan los factores que influyen en la competitividad de las MIPYMES, como la productividad, la calidad, la flexibilidad, la innovación y las interrelaciones empresariales. Los hallazgos sugieren que la incorporación de prácticas de RSE refuerza la capacidad competitiva de las empresas al mejorar la confianza social, optimizar procesos internos y favorecer el desarrollo de capacidades estratégicas. De este modo, la RSE se presenta no solo como un compromiso ético, sino como un recurso clave para la permanencia y el crecimiento sostenible de las MIPYMES.

Palabras clave. Responsabilidad Social Empresarial; competitividad; MIPYMES; ética empresarial; sostenibilidad; productividad.

Abstract. Corporate Social Responsibility (CSR) has become a strategic component for strengthening micro, small, and medium-sized enterprises (MSMEs), especially in environments where competitiveness requires efficiency, innovation, and adaptability. Drawing on the contributions of Reyno (2006) and Saavedra (2013), this article examines the scope and dimensions of CSR and its relevance as a determining factor in business competitiveness. Five key scopes—social, solidarity-based, self-referential, systemic ethical, and value-based ethical—outline the ways in which companies interact with

their stakeholders. Additionally, the ethical and societal-demand dimensions of CSR illustrate how organizations orient their actions toward responsible and sustainable management. The study also reviews the main elements influencing MSME competitiveness, including productivity, quality, flexibility, innovation, and business interrelations. Findings indicate that integrating CSR practices enhances competitive capacity by strengthening social trust, improving internal processes, and fostering strategic capabilities. Thus, CSR emerges not only as an ethical commitment but also as a critical resource for sustainable growth and long-term viability in MSMEs.

Keywords. Corporate Social Responsibility; competitiveness; MSMEs; business ethics; sustainability; productivity.

Introducción

En las últimas décadas, la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) ha adquirido un lugar central en el debate sobre el desarrollo sostenible y la gestión estratégica de las organizaciones. Lo que comenzó como un enfoque orientado principalmente a la filantropía ha evolucionado hacia un modelo más complejo que vincula la ética, la sostenibilidad, el compromiso con los grupos de interés y la competitividad. En el caso de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES), esta evolución resulta particularmente relevante: son unidades económicas que sostienen buena parte del empleo, dinamizan la economía local y enfrentan entornos caracterizados por la incertidumbre, restricciones de recursos y necesidad constante de innovación.

La literatura especializada, como la planteada por Reyno (2006), ofrece una visión amplia sobre los alcances y dimensiones de la RSE, destacando que su implementación implica asumir responsabilidades internas y externas que abarcan desde la calidad de las relaciones laborales hasta la interacción con la comunidad, la ética organizacional y la generación de valor compartido. Estos elementos permiten comprender que la empresa no opera de manera aislada, sino en un entramado donde sus decisiones tienen repercusiones sociales, ambientales y económicas.

Paralelamente, el concepto de competitividad en las MIPYMES —de acuerdo con Saavedra (2013) y otros autores— se ha convertido en una condición indispensable

para su supervivencia y crecimiento. La competitividad va más allá de producir bienes de calidad o incorporar tecnología; involucra la capacidad de adaptarse al entorno, gestionar recursos de manera eficiente, innovar y establecer relaciones estratégicas con proveedores, clientes e instituciones. En este sentido, la RSE emerge como un elemento que puede potenciar dichas capacidades al promover prácticas que fortalecen la cultura organizacional, mejoran los procesos internos y generan confianza en los mercados.

Bajo este marco, el presente artículo examina los principales alcances y dimensiones de la RSE y su relación con los factores que determinan la competitividad de las MIPYMES. La revisión de autores especializados permite establecer que la integración de prácticas responsables no solo contribuye al bienestar social y a la cohesión comunitaria, sino que se convierte en una ventaja estratégica para las empresas que buscan consolidarse en mercados cada vez más exigentes. Comprender esta relación resulta fundamental para orientar políticas, guías y modelos de gestión que respondan a los retos actuales del entorno empresarial.

Discusión

Alcances De La Responsabilidad Social Empresarial.

Desde el punto de vista de Reyno (2006), en este escenario cambiante, donde aparece la responsabilidad Social empresarial como factor de equilibrio, se pueden visualizar los siguientes alcances como concepto en el desarrollo de las actividades empresariales:

- Alcance social y de desarrollo: Desde este punto de vista la RSE se centra en las actividades realizadas por la empresa con el fin de contribuir a la sociedad y la comunidad externa a ésta, cumpliendo con el sentido del deber y considerando en esto a los grupos más vulnerables.

- Alcance solidario e igualitario: En esta noción la empresa se reconoce como un sistema inserto en uno mayor, destacándose ésta en la contribución a las oportunidades y la igualdad de las personas, en este sentido es que se reconoce la existencia implícita

de derechos y deberes, por parte de las empresas y la sociedad.

■ Alcance de autorreferencia: Esta noción considera sólo el interior de la empresa, es decir, la relación que se produce entre ésta con los accionistas, clientes y trabajadores, sin que hayan responsabilidades de otro tipo hacia la comunidad externa, enfocándose solo al mercado y visualizando a la empresa como generadora de ganancias.

■ Alcance ético sistémico: Se considera una visión integral de la empresa en la sociedad, donde se rescata la responsabilidad de ésta con sus stakeholders o grupos de interés de manera permanente, de ahí el carácter sistemático de esta noción, por considerar las acciones socialmente responsables como permanente en el tiempo.

■ Alcance ético y de valores: Esta noción parte a raíz de lo expuesto en los puntos anteriores, considerando la RSE como reflejo de la empresa o las personas que están a cargo de éstas, destacando el énfasis de trabajar bajo valores y difundirlos a todas las áreas, fomentando el surgimiento de una ética corporativa que va a sustentar el proceso de toma de decisiones en la empresa.

Dimensiones de la Responsabilidad Social Empresarial.

Como menciona Reyno (2006), la incorporación de RSE en las prácticas empresariales y los alcances que ésta tiene en el desarrollo de sus actividades, hace que se quiera especificar el enfoque o la participación de las partes involucradas en la relación o interacción empresa sociedad, por lo que se identifican las dimensiones de acción y los niveles que alcanza esta relación.

■ Dimensión ética o moral: Esta dimensión alude a la responsabilidad de la empresa por sus acciones y como influyen estas en la sociedad, comprometiéndose a responder y asegurar el bienestar social. Se puede observar entonces que dentro de ésta, la moral es el ámbito que adquiere nuevas dimensiones, en que los cambios que enfrenta la empresa debe abarcar la relación del “de qué se es responsable” y “ante quién se responde”, esto a la vez delimitado por el contexto en que se desarrollen las actividades de la empresa, trabajando ahora por desarrollar un proceso de toma de decisiones bajo

valores, con plena conciencia de los efectos que pudieren tener para las personas y su entorno dichas decisiones, enfocándose a la visión de alcanzar tanto el desarrollo económico como sustentable para la empresa. Dentro del ámbito operacional de esta dimensión es que se desarrollan dos niveles el Contextual y Global, esto, porque las acciones empresariales afectan tanto a la sociedad completa como a un entorno social limitado cercano a la empresa.

■ Dimensión de demandas de la sociedad: Esta dimensión involucra una percepción más práctica de la Responsabilidad Social, en que la sociedad que comprende el entorno de las empresas pide el cumplimiento de sus demandas y el que ésta asuma la responsabilidad en sus decisiones y acciones. Es en este sentido, que se amplía la dimensión de la ética a los aspectos más prácticos, encargándose de responder o satisfacer las necesidades y demandas sociales y no a los problemas del entorno en general.

La competitividad en las Mipymes

Para Saavedra (2013), la competitividad es un término multidimensional que no posee una definición específica, debido a los diferentes niveles y factores cualitativos y cuantitativos que intervienen en su determinación, asimismo comprende la existencia de diversos enfoques de análisis e indicadores para su medición. Además, es un concepto universal utilizado como fórmula para el crecimiento económico de los países y como condición necesaria cuando se trata de ganar participación en los mercados internacionales. Para Fajnzylber (1988) citado por Saavedra (2013), la competitividad consiste en la capacidad de un país para sostener y expandir su participación en los mercados internacionales y elevar simultáneamente el nivel de vida de su población. Esto exige el incremento de la productividad y por ende, la incorporación de progreso tecnológico. Porter (1990) mencionado por Saavedra (2013), coincide en que la competitividad de una nación debe ser capaz de producir un alto nivel de vida para sus ciudadanos y debe estar vinculada también a la productividad utilizando sus recursos naturales, humanos, de capital, la formación de clústers y la innovación.

La competitividad empresarial

Varios estudiosos del tema de la competitividad empresarial han intentado generar modelos o metodologías con el fin de determinar la competitividad en las empresas (Saavedra, 2013).

Para Rubio y Aragón (2006) citados por Saavedra (2013), la clave de la competitividad son los recursos críticos¹, por lo tanto, sugieren que será indispensable identificar estos en la pyme en la generación de altos niveles de responsabilidad en los trabajadores de producción.

Por otro lado, De la Cruz, Morales y Carrasco (2006) mencionados por Saavedra (2013), sostienen que el desarrollo de capacidades en un sector y sus empresas contribuye a impulsar la competitividad de una gama de productos o servicios, éstas también influyen profundamente en las capacidades de crecimiento y diferenciación competitiva de una gama de productos mucho más allá que en el éxito o fracaso de un producto único. Así también, a través de las capacidades el sector determina directamente el monto de inversiones, la asunción de riesgos y el horizonte temporal necesario para conseguir su posicionamiento en el mercado.

Por su parte, Solleiro y Castañón (2005) referidos por Saavedra (2013), señalan que el desempeño competitivo de la empresa depende en primera instancia de su capacidad para administrar los elementos internos que se encuentran bajo control, complementario a esto señalan que la competitividad también depende de la calidad de las interacciones que la firma tiene establecidas con una serie de factores tanto internos como externos.

Asimismo, de acuerdo con la OCDE, citado por Saavedra (2013), los elementos que influyen a la competitividad en las empresas son:

- * Gestión exitosa de los flujos de producción, materias primas e inventarios.
- * Gestión exitosa de los mecanismos de interacción entre planeación, mercadotecnia,

investigación y desarrollo formal, diseño, ingeniería y producción industrial.

* La capacidad para combinar actividades de investigación y desarrollo e innovación en cooperación con universidades y otras empresas.

* La capacidad para incorporar definiciones más exactas de características de la demanda y evolución de mercados en el diseño y producción de estrategias.

* La capacidad para organizar con éxito relaciones interempresariales con proveedores y clientes.

* Mejora de las capacidades de los trabajadores a través de la inversión en entrenamiento especializado y en la generación de altos niveles de responsabilidad en los trabajadores de producción.

Los elementos anteriores incluyen únicamente aspectos que pueden ser controlados por las empresas, considerando la vinculación con las universidades y la relación cliente-proveedor (Saavedra, 2013).

De otro lado, Quiroga (2003), referido por Saavedra (ha realizado una propuesta de un modelo matemático para determinar la competitividad de la Pyme, para lo cual determinó los factores y variables críticas que incorporan elementos internos controlables por las empresas, así como elementos externos que afectan su desempeño.

Por último, Martínez, et al. (2009) citado por Saavedra (2013), sugieren que los indicadores clave que inciden en la competitividad son los indicadores externos que tienen que ver con el entorno de los negocios, la tecnología e innovación que se mide en la capacidad para lanzar nuevos productos al mercado, la calidad, la gestión de los recursos humanos, las capacidades directivas en el uso de nuevas herramientas de gestión, la internacionalización entendida como la capacidad para llegar a los mercados externos y el financiamiento como una fuente necesaria para su permanencia.

La competitividad de las empresas depende de factores en tres niveles: el primer nivel

es la competitividad del país, que incluye variables como la estabilidad macroeconómica, la apertura y acceso a mercados internacionales o la complejidad de la regulación para el sector empresarial; el segundo nivel se refiere a la infraestructura regional; un tercer nivel que explica la competitividad de las empresas tiene que ver con lo que ocurre dentro de la propia empresa (Saavedra, 2013).

Conjuntando los conceptos anteriores tenemos que la competitividad de una empresa depende de la productividad, la rentabilidad, la posición competitiva, la participación en el mercado interno y externo, las relaciones interempresariales, el sector, el entorno macroeconómico y la infraestructura regional.

Debemos considerar que en el futuro, las únicas empresas competitivas serán aquellas que cumplan al mismo tiempo con cuatro criterios (Esser, Hillebrand, Messner, Meyer-Stamer, 1994):

Eficiencia: Los indicadores son la productividad del trabajo y del capital. Es preciso optimizar los dos; si se acentúa unilateralmente uno solo de los indicadores (como ocurrió en el pasado con la productividad del trabajo) el resultado final puede ser generalmente la ineffectividad

Calidad: Un indicador que adquiere creciente importancia sobre todo para países en desarrollo -cuya performance referida al aseguramiento continuo de la calidad es cuestionada con frecuencia - es la certificación basada en la normativa ISO 9000.

Flexibilidad: La habilidad para reaccionar ante los cambios y producir fácilmente nuevos productos. Implica la posibilidad de cambiar el volumen, cambiar la forma de procesar los productos y la utilización de materiales distintos.

Rapidez: En las empresas líderes se calcula en base a la capacidad de generar innovaciones en sucesión rápida; uno de los indicadores de la capacidad innovadora es el porcentaje de productos lanzados al mercado en los últimos dos a cuatro años, comparado con la gama entera de manufacturas. Para otras empresas, rapidez es la capacidad de reproducir sin demora las innovaciones de empresas líderes. Y, además, la capacidad de adaptarse muy pronto a nuevas expectativas de la clientela, a los

cambios de la moda y a circunstancias similares (Saavedra, 2013).

Con los autores anteriormente estudiados podemos recalcar que el factor de competitividad en la micro pequeña y mediana empresa en nuestro país es complejo y abarca diferentes aspectos a evaluar. Si bien es cierto que las MIPYMES han demostrado ser un pilar importante en la economía, estas dependen de factores como la eficiencia, la calidad, la flexibilidad y la rapidez.

Es importante mencionar en este punto que para alcanzar la competitividad se requiere de la aplicación dentro de las MIPYMES de la responsabilidad social empresarial, objeto de estudio de la presente investigación.

Conclusiones

El análisis desarrollado permite reconocer que la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) constituye un eje estratégico indispensable para el fortalecimiento de la competitividad en las MIPYMES. A partir de los alcances propuestos por Reyno (2006), se aprecia que la RSE no debe entenderse únicamente como un conjunto de acciones filantrópicas, sino como un modelo integral de gestión que articula dimensiones sociales, éticas, económicas y organizacionales. Esta visión amplia evidencia que la empresa no opera de manera aislada, sino dentro de un entramado social donde sus decisiones generan impactos que demandan coherencia, transparencia y sentido de responsabilidad.

Asimismo, las dimensiones éticas y de demandas sociales muestran que la competitividad sostenible ya no depende solo de la productividad o la innovación, sino de la capacidad de la empresa para responder a las expectativas de sus grupos de interés y construir legitimidad en su entorno. En este marco, las MIPYMES que integran prácticas responsables en su cultura organizacional están mejor posicionadas para adaptarse a los cambios tecnológicos, mejorar sus procesos internos y fortalecer la confianza de clientes, proveedores y comunidad.

En cuanto a la competitividad, los aportes de Saavedra (2013) y otros autores destacan

que ésta es un fenómeno multifactorial que involucra elementos internos —como la gestión operativa, el desarrollo de capacidades y la innovación— y elementos externos —como la infraestructura, el entorno regulatorio y las dinámicas del mercado. La articulación de estos factores muestra que la competitividad empresarial no puede reducirse a un solo indicador; requiere una sinergia entre productividad, calidad, flexibilidad y rapidez, particularmente relevante para empresas que enfrentan recursos limitados y alta presión competitiva.

A partir de esta revisión, se concluye que la RSE no solo es compatible con la competitividad, sino que funciona como un catalizador clave para alcanzarla. Las MIPYMES que adoptan políticas responsables tienden a mejorar su eficiencia, reducir riesgos, fortalecer la cohesión interna y abrir oportunidades de diferenciación. En un entorno global donde los mercados exigen desempeño económico y compromiso social simultáneamente, la RSE se posiciona como un camino viable para que las empresas pequeñas y medianas consoliden su participación en el mercado y contribuyan al desarrollo comunitario.

En síntesis, la evidencia revisada sugiere que no habrá competitividad sostenible en las MIPYMES sin incorporar conscientemente la responsabilidad social en su estrategia empresarial. La RSE amplía la mirada, orienta las decisiones hacia criterios éticos y sistémicos, y se convierte en una herramienta fundamental para enfrentar los desafíos actuales y futuros del entorno empresarial.

Referencias

- Barroso, T. F. (2008). *La responsabilidad social empresarial. Un estudio a cuarenta empresas de la ciudad de Mérida, Yucatán*. Contaduría y Administración, 73–91.
- Bermúdez, C. Y. (2018). *Medición de la responsabilidad social empresarial: casos en pequeñas y medianas empresas latinoamericanas*. SciELO.
- Cancino, D. C. (2008). *Responsabilidad social empresarial*. Control y Gestión y Sistemas de Información de la Facultad de Economía 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 de la Comunidad Europea. (2006). *Libro Verde: Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social empresarial de las empresas*. <http://www.europa.eu.int/>

Confederación de la Producción y del Comercio. (2005). *Manual para responsabilidad social para PYMES*. Fundación ProHumana.

Correa, M. (2010). *Cambio y oportunidad: La responsabilidad social corporativa como fuente de competitividad en pequeñas y medianas empresas en América Latina y el Caribe*. CEPAL. <https://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 Económicas UNNE*, 240–256.

De la Rosa, A. A. (2007). *La micro, pequeña y mediana empresa en México: Saberes, mitos y problemáticas*. Revista de Ciencias Sociales y Humanidades, Iztapalapa, 183–200.

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

Dopico, P. A. (2012). La responsabilidad social empresarial y los stakeholders: Un análisis cluster. *Revista Galega de Economía*, 1–17.

Esser, K., Hillebrand, W., Messner, D., & Meyer-Stamer, J. (1994). *Systemic Competitiveness: New Challenges to Firms and Governments*. Institute for Development and Peace (INEF).

Fernández, M. W. (2018). *Relación entre la responsabilidad social empresarial y la competitividad en MYPES*. Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle.

Hernández, S. R. (2006). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill.

INEGI. (2024). *Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE)*. <https://www.inegi.org.mx/app/mapa/denue/?ag=11035>

Jiménez, P. A. (2008). La internacionalización de la empresa a través del enfoque de recursos y capacidades. *Gestión Joven*, 2.

- Mellado, C. (2022). Responsabilidad social empresarial en las pequeñas y medianas empresas. *SciELO*, 6–15.
- Montero, S. M. (2012). La responsabilidad social y la ISO 26000. *Formación Gerencial*, 103–119.
- 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, P. R. (2023). Los stakeholders y la responsabilidad social. *Cumbria FSC*, 477–538.
- Moreno, Z. (2011). Prácticas de responsabilidad social empresarial en la PYME. *Contaduría y Administración UNAM*, 175–194.
- Muricia, Y. (2016). *Responsabilidad social empresarial en las PYMES de Latinoamérica*. 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.
- Ocegueda, M. C. (2004). *Metodología de la investigación: Métodos, técnicas y estructuración de trabajos académicos*. México: Corina Ocegueda.
- Pedraza, P. (2011). Desafíos de la gerencia: Responsabilidad social y desarrollo sostenible. *Gestión Ambiental de la Universidad Militar de Nueva Granada*, 23–34.
- Pérez, C. M. (2022). Responsabilidad social empresarial: Un enfoque basado en la relación con los stakeholders. *Revista de Ciencias Humanas, Teoría Social y Pensamiento Crítico*, 451–464.
- Reyno, M. M. (2006). *Responsabilidad social empresarial*. Universidad Técnica Federico Santa María. <https://www.eumed.net/libros-gratis/2008c/436/>
- Saavedra, G. M. (2013). Determinación de la competitividad de la PYME en el nivel micro: El caso del Distrito Federal, México. *FIR FAEDPYME International Review*, 38–52.
- Toala, B. (2022). Mirada a la evolución de la responsabilidad social empresarial. *Revista Científica Dominio de las Ciencias*, 1035–2055.
- Toala, B. F. (2022). *Mirada a la evolución de la responsabilidad social empresarial*. 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 medición como factor de competitividad. *Universidad Autónoma de Querétaro, Red Internacional de Investigadores*, 1923–1043.

Los Autores

Dra. Veronica Vanoye López

veronica.vl@matamoros.tecnm.mx

Mtra. Patricia Nadyeli Cisneros Tamez

patricia.ct@matamoros.tecnm.mx

Mtro. Juan Guillermo Rodríguez Martínez

Juan.rm@matamoros.tecnm.mx

Instituto Tecnológico de Matamoras, Área de participación: Ingeniería Administrativa