

**La Responsabilidad Social Empresarial como Factor de
Competitividad en la Micro, Pequeña y Mediana Empresa de H.
Matamoros, Tamaulipas**

***Corporate Social Responsibility as a Competitiveness Factor in Micro,
Small, and Medium-Sized Enterprises of H. Matamoros, Tamaulipas***

**Dra. Vanoye López Veronica; Dra. Erandi Lizzete Contreras Ocegueda, Dra. Dalia
Terán Guerrero**

Resumen. La presente investigación se centra en explorar cómo la responsabilidad social empresarial puede ser un factor determinante para la competitividad de las MiPymes. A lo largo de este estudio, se abordará el impacto que tiene la adopción de prácticas responsables no solo en la sostenibilidad empresarial, sino también en la mejora de su posicionamiento en el mercado, la fidelización de clientes y la atracción de talento, así como la implementación y el uso de las nuevas tecnologías de información. La importancia de este trabajo de investigación radica en la necesidad de ofrecer a las MiPymes herramientas y enfoques que les permitan mejorar su competitividad mediante la integración de la RSE, un factor que, más allá de ser una obligación ética, puede constituir una ventaja competitiva clave para alcanzar sus objetivos. Asimismo, esta investigación pretende contribuir al conocimiento académico sobre cómo las MiPymes pueden adaptarse a las exigencias sociales, ambientales y tecnológicas actuales, sin sacrificar su viabilidad económica.

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

Abstract. This research focuses on exploring how corporate social responsibility (CSR) can be a determining factor for the competitiveness of micro, small, and medium-sized enterprises (MSMEs). Throughout this study, the impact of adopting responsible practices will be addressed, not only on business sustainability but also on improving market positioning, customer loyalty, and talent attraction, as well as the implementation and use of new information technologies. The importance of this research lies in the need to offer MSMEs tools and approaches that allow them to improve their competitiveness through the integration of CSR, a factor that, beyond being an ethical obligation, can constitute a key competitive advantage for achieving their objectives. Furthermore, this research aims to contribute to academic knowledge on how MSMEs can adapt to current social, environmental, and technological demands without sacrificing their economic viability.

Keywords. Corporate social responsibility, business competitiveness, MSMEs, sustainability

Introducción

En un mundo cada vez más globalizado y consciente de los desafíos sociales y ambientales, la responsabilidad social empresarial (RSE) ha emergido como un concepto clave para las organizaciones, independientemente de su tamaño. Las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPYMEs), que constituyen una parte fundamental de la economía global, se enfrentan a retos constantes para mantener su competitividad en un entorno de negocios cada vez más exigente. Si bien las grandes empresas han adoptado estrategias de RSE con el fin de mejorar su imagen, aumentar la lealtad del cliente y cumplir con normativas internacionales, las MiPYMEs a menudo perciben la implementación de prácticas responsables como un desafío debido a limitaciones de recursos y conocimientos.

Este artículo 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. De igual manera este estudio pretende dar alcance a las micro, pequeñas y medianas empresas de la ciudad de H. Matamoros Tamaulipas en cuanto a la implementación de la cultura de RSE y su relación estrecha con la competitividad de las mismas, para determinar acciones que se pueden tomar en cuenta para incrementar la implementación de la cultura de la RSE en las MIPYMES de la región y con ello elevar su competitividad en el mercado.

Discusión

Metodología de Investigación

Se llevó a cabo una revisión bibliográfica como parte de un proceso de investigación. Según Ocegueda (2004) la investigación documental se define como la investigación realizada en documentos gráficos visuales y/o sonoros con la finalidad de obtener información. Son documentos gráficos los escritos en forma manual e impresa (plásticos,

planos, dibujos, pinturas). Son documentos sonoros las grabaciones orales y los audiovisuales. En las fuentes documentales las personas directamente involucradas en el hecho dejan huella a través de documentos que dan testimonio de los hechos pasados. Estas evidencias podrían ser de primera mano cuando consultamos documentos escritos, grabaciones orales o videos que dan fe, igualmente se consideran en este tipo los manuscritos que reflejan lo que otras personas han observado de manera directa, cuando los datos han sido extraídos de las personas involucradas en forma natural y no tienen alteraciones. La presente investigación se considera del tipo documental ya que tomó como referencia documentos gráficos escritos previamente del tema objeto de estudio.

Determinación del Objeto de Estudio

El objeto de estudio fueron las MiPymes, la responsabilidad social y la relación con la competitividad.

Dimensiones (Constructos) de la Investigación:

Las variables de la investigación agruparon y estructuraron en siete dimensiones:

Dimensión 1.

El papel de las micro, pequeñas y medianas empresas como actores corporativos socialmente responsables.

Se analiza la relación de la responsabilidad social empresarial y el papel que juegan las MiPymes como actores socialmente responsables.

Dimensión 2.

El papel que juega la ética en las micro, pequeñas y medianas empresas socialmente responsables.

Se analiza el rol de la ética en las MiPymes como actores socialmente responsables

Dimensión 3.

La importancia de aplicar los principios del desarrollo sostenible en las micro, pequeñas y medianas empresas socialmente responsables.

Se analiza la actuación de las MiPymes y su relación con los principios del desarrollo sostenible como empresas socialmente responsables.

Dimensión 4.

Importancia de la responsabilidad social como estrategia empresarial y herramienta de gestión para las micro, pequeñas y medianas empresas.

Se analiza la importancia de la Responsabilidad social empresarial en las MiPymes como una herramienta de gestión y estrategia empresarial

Dimensión 5.

Conocimiento de las micro, pequeñas y medianas empresas acerca de los beneficios de la aplicación de la responsabilidad social empresarial en relación con su competitividad.

Se analiza el conocimiento que poseen las MiPymes sobre los beneficios de aplicar la RSE y la relación que esta tiene con la competitividad de las mismas.

Dimensión 6.

Dimensiones de Responsabilidad Social Empresarial se implementan en las micro, pequeña y mediana empresa.

Dimensión 7.

Dimensiones de competitividad que se han logrado según la opinión de los gestores de las micro, pequeñas y medianas empresas.

Instrumentos de Recolección de Datos

Las variables incluidas en el presente estudio son:

La responsabilidad social y su relación con la competitividad en las micro, pequeñas y medianas empresas.

Las unidades de análisis determinadas para la presente investigación constan de 380 micro, pequeñas y medianas empresas que se encuentran en la ciudad de H. Matamoros Tamaulipas (INEGI, 2024).

El instrumento de recolección de investigación fue diseñado como una encuesta de tipo cerrada donde el encuestado tiene la opción de elegir entre dos respuestas para cada pregunta.

En total consta de 45 preguntas.

Resultados

El papel de las micro, pequeñas y medianas empresas como actores corporativos socialmente responsables.

El papel de las micro, pequeñas y medianas empresas como actores socialmente responsables, de la ciudad de H. Matamoros, Tamaulipas es importante debido a que son un soporte importante en la economía de la localidad.

Al analizar los datos recabados en la presente investigación se determina que el papel de las MiPymes como actores socialmente responsables es de suma importancia para la competitividad del sector empresarial en la región como lo marca la siguiente gráfica:

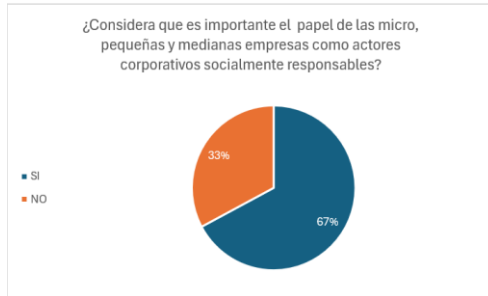


Figura 1 Elaboración propia

Podemos observar que un 67% de las empresas encuestadas considera que su papel como empresa socialmente responsable es importante para la competitividad dentro de la localidad, por lo que llevan a cabo acciones en materia de actualización de maquinaria e insumos, así como su creciente preocupación por contar con personal altamente capacitado en las tareas que realizan. Mientras solo un 33% considera que no es importante el papel que llevan a cabo dentro de la economía y la sociedad.

Papel de la ética en las micro, pequeñas y medianas empresas socialmente responsables

La ética empresarial es un componente fundamental para el desarrollo de cualquier organización, incluyendo las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes). Si bien las MiPymes suelen ser reconocidas por su cercanía a las comunidades locales, su flexibilidad en la toma de decisiones y su capacidad para adaptarse rápidamente a los cambios, también enfrentan desafíos únicos en la implementación de prácticas éticas debido a sus recursos limitados, su estructura organizacional menos formal y las presiones de un entorno competitivo.

Como podemos observar en la siguiente grafica las MiPymes en la ciudad de H. Matamoros, Tamaulipas, están interesadas en llevar a cabo prácticas de ética empresarial ya que el 66% del total de las MiPymes encuestadas considera que el papel que juega la ética en su actividad empresarial es de suma importancia, mientras el 34% restante no lo considera así.



Figura 2 Elaboración propia

La importancia de aplicar los principios del desarrollo sostenible en las micro, pequeñas y medianas empresas socialmente responsables.

El concepto de desarrollo sostenible se refiere al proceso de satisfacer las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer las suyas, integrando de manera equilibrada los aspectos económicos, sociales y ambientales. En el contexto de las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes), la aplicación de los principios del desarrollo sostenible no solo representa una estrategia a largo plazo para garantizar la viabilidad y el éxito, sino que también refuerza su papel como actores socialmente responsables, comprometidos con el bienestar de sus comunidades, el medio ambiente y el crecimiento económico.

Como podemos ver en la siguiente grafica un 66% del total de MiPymes encuestadas considera de suma importancia llevar a cabo principios de desarrollo sostenible dentro de sus negocios, entre otras razones, porque le otorga a los consumidores, confianza y aceptación de sus productos y servicios. Un 34% de las empresas encuestadas no considera importante llevar a cabo principios de desarrollo sostenible dentro de sus actividades empresariales.

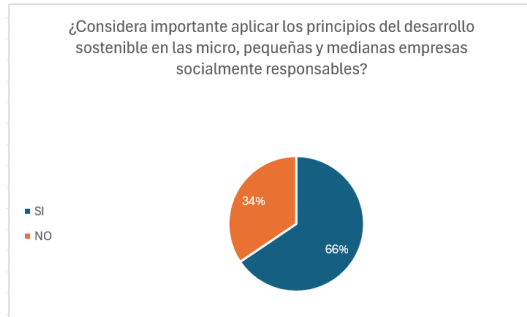


Figura 3 Elaboración propia

Importancia de la responsabilidad social como estrategia empresarial y herramienta de gestión en las MiPymes

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) se ha consolidado como un componente clave dentro de la estrategia de negocios en empresas de todos los tamaños. Aunque muchas veces se asocia a grandes corporaciones, las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPYMES) también están cada vez más integrando la RSE en sus modelos de gestión. Para estas empresas, la responsabilidad social no solo implica un compromiso con el bienestar social y ambiental, sino que se convierte en una herramienta estratégica que les permite diferenciarse, mejorar su competitividad y construir relaciones sólidas con sus stakeholders (clientes, empleados, proveedores y la comunidad).

Como se puede observar en la siguiente gráfica, las empresas encuestadas le dan importancia a la RSE como una estrategia empresarial y como herramienta de gestión en un 73% del total de las encuestas aplicadas, mientras que un 27% no considera importante la cultura de RSE en sus negocios, por diversas razones, entre las que destacan, el desconocimiento de la misma.

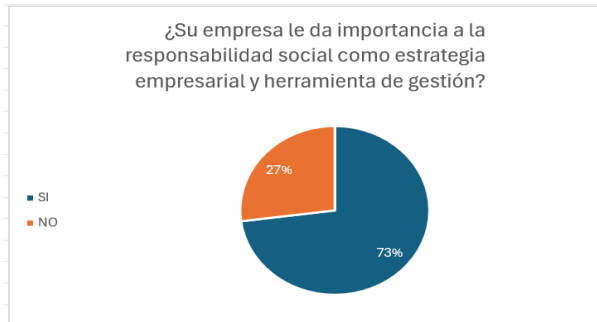


Figura 4 Elaboración propia

Conocimiento de las micro, pequeñas y medianas empresas acerca de los beneficios de la aplicación de la responsabilidad social empresarial en relación con su competitividad.

La relación entre responsabilidad empresarial y competitividad se establece cuando las empresas, al incorporar prácticas responsables, pueden mejorar su reputación, fidelizar a los clientes, aumentar la productividad, y acceder a mercados más exigentes, lo que les permite mantenerse y prosperar en un entorno competitivo.

Como podemos observar en la siguiente grafica un 73% de las empresas encuestadas aseguran contar con conocimiento acerca de los beneficios de la aplicación de la responsabilidad social empresarial en relación con su competitividad, mientras el 27% restante afirmaron tener desconocimiento de los mismos.

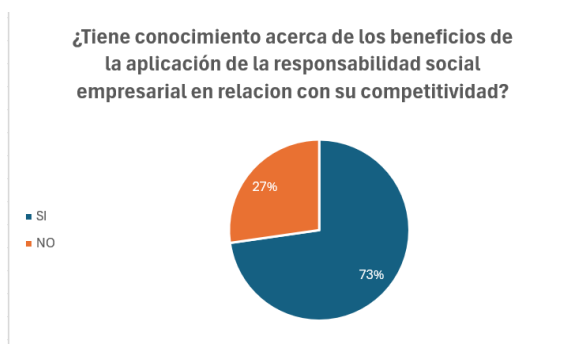


Figura 5 Elaboración propia

Implementación de las dimensiones de la responsabilidad social en la micro y pequeña y mediana empresa

La implementación de las dimensiones de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) es fundamental para promover un desarrollo empresarial sostenible, incluso en empresas de menor escala. La RSE se refiere a las prácticas voluntarias que las empresas adoptan para contribuir al bienestar social, económico y ambiental, más allá de sus obligaciones legales.

Como podemos observar en la siguiente gráfica, del total de Mipymes encuestadas, un 73% implementan las dimensiones de la responsabilidad social en sus empresas, mientras un 27% no toma en cuenta la implementación de las mismas en la mayoría de los casos por desconocimiento.



Figura 6 Elaboración propia

Dimensiones de Responsabilidad Social Empresarial que se han logrado implementar en las micro, pequeña y mediana empresa.

Como se ha mencionado anteriormente, la implementación y el conocimiento que las MiPymes tiene acerca de las diferentes dimensiones de la responsabilidad social empresarial impacta positivamente en todos los aspectos de las mismas.

A continuación, podemos observar que un 71% de las MiPymes encuestadas considera que si ha logrado implementar las dimensiones de la RSE mientras un 29% considera

que aun no ha alcanzado la implementación de al menos dos de las dimensiones de la RSE.

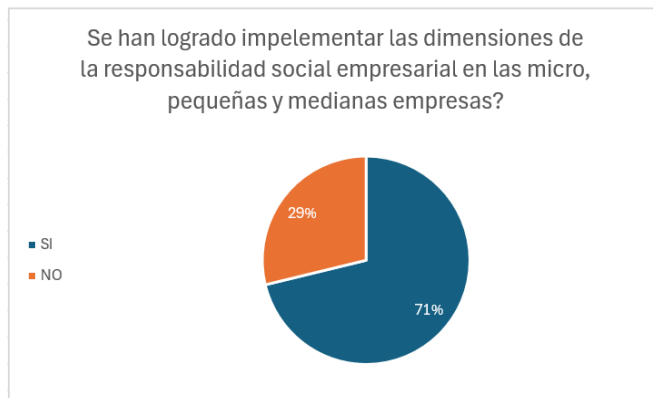


Figura 7 Elaboración propia

Relación de la responsabilidad social empresarial y la competitividad en las micro, pequeñas y medianas empresas

La relación entre la responsabilidad social empresarial (RSE) y la competitividad en las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) es cada vez más relevante en el contexto actual, ya que las expectativas de los consumidores, inversionistas y la sociedad en general están orientadas hacia prácticas empresariales éticas y sostenibles. Aunque las MIPYMES enfrentan desafíos en términos de recursos y capacidades, la implementación de la RSE puede ser una herramienta poderosa para mejorar su competitividad.

Como podemos observar en la siguiente figura del total de Mipymes encuestadas un 72% considera de vital importancia la relación de la implementación de la responsabilidad social empresarial en todas sus dimensiones en cuanto a su relación con la competitividad. Mientras un 28% no considera que exista dicha relación entre la responsabilidad social empresaria y la competitividad.

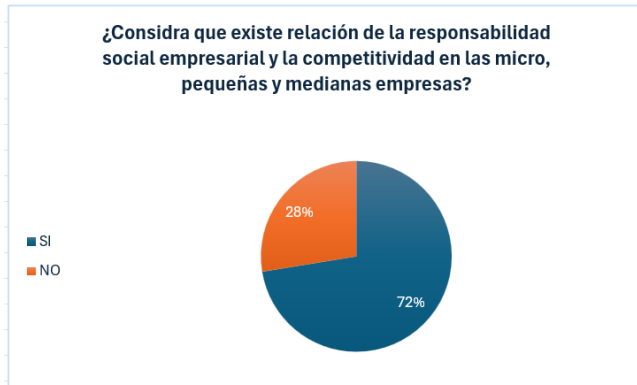


Figura 8 Elaboración propia

Conclusiones

Como ya se ha mencionado anteriormente, las MiPymes son fundamentales para la economía del país, ya que representan una de las principales fuentes de empleo para la población. La responsabilidad social y el valor compartido en las micro, pequeñas y medianas empresas en la sociedad son cruciales para el desarrollo de su competitividad. Estas organizaciones deben implementar una política organizacional, ya que son herramientas que fomentan la motivación laboral y el desarrollo social de sus empleados. Esto, a su vez, contribuye a mejorar la calidad de vida y la seguridad social de los trabajadores y sus familias.

Asimismo, es esencial resaltar la importancia del valor compartido en las micro, pequeñas y medianas empresas. La dirección y la toma de decisiones de los líderes influyen directamente en las acciones del personal, lo que a su vez lleva al cumplimiento de los objetivos y al éxito organizacional. Por ello, es crucial que las MiPymes de la localidad implementen una política de trabajo con una dirección estratégica que se base en la responsabilidad social y el valor compartido, con el fin de fomentar un ambiente organizacional positivo y contribuir al desarrollo social.

Dada la relevancia de las MiPymes, es fundamental trabajar en la mejora de su funcionamiento para incrementar su competitividad y garantizar su sostenibilidad en los ámbitos económico, ambiental y social. Debido a su ubicación y número, es urgente que

implementen estrategias enfocadas en optimizar su desempeño ambiental. Es crucial crear conciencia entre los empresarios de las MiPymes sobre la contaminación que generan y los riesgos que ello conlleva, así como desarrollar políticas que permitan la adopción de herramientas para corregir esta situación. Las MiPymes deben establecer estrategias que les ayuden a mejorar sus procesos productivos, minimizando los impactos negativos en el medio ambiente y guiando sus operaciones bajo principios de sostenibilidad. A pesar de que hemos observado en los resultados obtenidos en la presente investigación, acerca de las MiPymes en la ciudad de H. Matamoros Tamaulipas, en cuanto a la implementación de aplicación de la cultura de RSE, la cual es bastante amplia, no obstante, se reconoce la necesidad de seguir estableciendo y fomentando dichas prácticas en todas las micro, pequeñas y medianas empresas, tanto las ya existentes, como las que seguirán surgiendo en el futuro.

Recomendaciones

Recomendaciones para que las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes) de la localidad de H. Matamoros, Tamaulipas implementen prácticas de responsabilidad social:

Evaluación de Impacto Social y Ambiental: Es importante realizar un diagnóstico para identificar las áreas donde la empresa puede mejorar su impacto social y ambiental. Esto incluye analizar las prácticas actuales y los efectos sobre la comunidad y el medio ambiente.

Definir una Política de Responsabilidad Social: Es de vital relevancia establecer una política clara que refleje el compromiso de la empresa con la responsabilidad social. Esta política debe incluir objetivos específicos y metas a alcanzar.

Fomentar la Transparencia y la Ética: Se recomienda implementar prácticas de transparencia en la gestión empresarial, informando a empleados, clientes y proveedores sobre las acciones y resultados en responsabilidad social.

Involucrar a los Empleados: Es relevante crear un ambiente participativo donde los empleados puedan aportar ideas y participar en iniciativas de responsabilidad social. Esto puede incluir programas de voluntariado o proyectos comunitarios. De esta manera se incentiva la cultura de responsabilidad social en los miembros de cada empresa.

Colaborar con la Comunidad: Se sugiere establecer alianzas con organizaciones locales, sociedades y asociaciones civiles, o instituciones educativas para desarrollar proyectos que beneficien a la comunidad, como programas de educación, salud o medio ambiente.

Implementar Prácticas Ambientales Sostenibles: Adoptar medidas para reducir el consumo de recursos, minimizar residuos y promover el reciclaje. Esto puede incluir la optimización del uso de energía y agua.

Promover Productos y Servicios Éticos: Si es posible, ofrecer productos y servicios que sean sostenibles y responsables, garantizando que se cumplan estándares éticos en su producción y distribución.

Capacitación y Sensibilización: Ofrecer capacitación a empleados sobre temas de responsabilidad social, ética empresarial y sostenibilidad, para que estén informados y motivados a contribuir, y así puedan adoptar una cultura como miembros de empresas socialmente responsables.

Medición y Evaluación: Establecer indicadores para medir el impacto de las acciones de responsabilidad social. Realiza evaluaciones periódicas para ajustar las estrategias según los resultados obtenidos.

Comunicación de Resultados: Se recomienda compartir los logros y avances en responsabilidad social con todas las partes interesadas, incluyendo clientes, empleados y la comunidad, para generar confianza y fomentar el compromiso.

Al implementar estas recomendaciones, las MiPymes pueden contribuir de manera significativa al bienestar social y ambiental, al mismo tiempo que fortalecen su imagen y competitividad en el mercado.

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/>
- Confederación, d. I. (2005). Manual para Responsabilidad social para PYMES. Chile: Fundación ProHumana.
- 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.
- De la Rosa, A. A. (2007). La micro, pequeña y mediana empresa en México, sus 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. Arequipa Peru: Universidad la Salle .

Dopico, P. A. (2012). La responsabilidad social empresarial y los stakeholders: un análisis cluster. Revista galega de Economía, 1-17.

Fernandez, M. W. (2018). Relación entre la responsabilidad social empresarial y la competitividad en MYPES . Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle , 13-55.

Hernandez, S. R. (2006). Metodología de la Investigación. México: Mc Graw Hill.

INEGI. (20 de Agosto de 2024). DENUE Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas. Obtenido de DENUE Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas: <https://www.inegi.org.mx/app/mapa/denue/?ag=11035>

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, 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.

- Murcia, Y. (2016). Responsabilidad social empresarial en las PYMES de Latinoamerica . Granada: Universidad de Granada.
- Navarrete, A. (2021). Responsabilidad social, como estimulo de la innovacion de las mypes del municipio de San Juan del Rio Queretaro. Revista Relayn, 32-47.
- Ocegueda, M. C. (2004). Metodologia de la investigación. Metodos, Técnicas y estructuración de trabajos académicos. México: Corina Ocegueda.
- Pedraza, P. (2011). Desafios de la gerencia: responsabilidad social y desarrollo sostenible. Gestion ambiental de la Universidad Militar de Nueva Granada, 23-34.
- Perez, 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. (Septiembre de 2006). Universidad Tecnica Federico Santa Maria. Obtenido de Universidad Tecnica Federico Santa Maria: <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 Internacional Review, 38-52.
- Toala, B. (2022). Mirada a la evolucion de la responsabilidad social empresarial. Rrvista 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

Dra. Veronica Vanoye López

veronica.vl@matamoros.tecnm.mx

Dra Erandi Lizzete Contreras Ocegueda

erandi.co@matamoros.tecnm.mx

Dra. Dalia Terán Guerrero

Dalia.tg@matamoros.tecnm.mx

Instituto Tecnológico de Matamoros, Área de participación: Ingeniería Administrativa