



DOI: https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i6.3467

¿La responsabilidad social empresarial puede ayudar a mejorar la competitividad de las empresas mexicanas?

Angel Isaias Rangel Esqueda

angelisaiasrangel@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0001-5515-5294>

Juan Alfonso Toscano Moctezuma

jtoscano@uacj.mx

<http://orcid.org/0000-0002-8543-3600>

Universidad Autónoma de Ciudad Juárez

Ciudad Juárez – México

RESUMEN

Este artículo de investigación documental tiene como objetivo identificar el efecto que tiene la responsabilidad empresarial en la competitividad de las empresas, así como los elementos que generan la competitividad y los factores que determinan la implementación de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE). Los hallazgos muestran un efecto positivo en la imagen, reputación, desempeño financiero, innovación, tecnología, la creación de ventajas competitivas y la captación de consumidores, destacando el tamaño, como uno de los principales factores que influye en su implementación. Con esto se pretende informar sobre la importancia de la RSE para el aumento de la competitividad de las empresas mexicanas.

Palabras clave: RSE; competitividad; México; empresas; factores

Correspondencia: angelisaiasrangel@gmail.com

Artículo recibido 10 Octubre 2022 Aceptado para publicación: 10 Noviembre 2022

Conflictos de Interés: Ninguna que declarar

Todo el contenido de **Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar**, publicados en este sitio están disponibles bajo Licencia [Creative Commons](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) .

Cómo citar: Rangel Esqueda, A. I., & Toscano Moctezuma, J. A. (2022). ¿La responsabilidad social empresarial puede ayudar a mejorar la competitividad de las empresas mexicanas?. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 6(6), 1-24. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i6.3467

Can corporate social responsibility help improve the competitiveness of Mexican companies?

ABSTRACT

The purpose of this documentary research article is to identify the effect of corporate responsibility on the competitiveness of Mexican companies, as well as the elements that generate competitiveness and the factors that determine the implementation of Corporate Social Responsibility (CSR). The findings show a positive effect on image, reputation, financial performance, innovation, technology, the creation of competitive advantages and the attraction of consumers, highlighting the size as one of the main factors that influences its implementation. The aim of this study is to provide information on the importance of CSR in increasing the competitiveness of Mexican companies.

Keywords: *CSR; competitiveness; Mexico; companies; factors*

INTRODUCCIÓN

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) se está volviendo más importante día con día, y al contrario de lo que algunos crearían no es una práctica nueva tiene más de 50 años, la razón de su relevancia es por la generación de diversos efectos en las empresas entre estos se encuentran un mejoramiento en la imagen y reputación, motiva la innovación, ayuda a la participación en diferentes mercados y la creación de ventajas competitivas, todos estos cambios influyen de manera directa o indirecta en la competitividad en su mayoría de forma positiva.

La RSE es aplicable universalmente, por lo que no importa el tamaño, giro o área (Gallardo y Lizacano, 2020), pero aun así existe diferentes factores que puede delimitar su aplicación dado que la teoría menciona que todas las empresas tienen un efecto en el medioambiente y sociedad, por lo tanto deberían aplicar estas prácticas, pero existe investigaciones que muestra la existencia de limitantes que influyen como el tamaño, el giro, el conocimiento, el desempeño financiero entre otros. Su relación con la competitividad es de gran importancia la cual es representada por la extensa literatura que trata o a establecido como se relacionan, esto porque los dos elementos se han vuelto necesarios para la supervivencia de las empresas en el ambiente competitivo originado por la globalización. Este trabajo se estructura en cuatro apartados. La introducción, metodología, resultados y conclusión.

METODOLOGÍA

La presente investigación tiene como objetivo analizar la relación de la responsabilidad social empresarial en la competitividad de las empresas a partir de un estudio documental, Bernal (2010) menciona que “la investigación documental consiste un análisis de la información escrita sobre un determinado tema con el propósito de establecer relaciones, etapas, posturas o estado actual del conocimiento” en este caso de la responsabilidad social empresarial y la competitividad de las empresas.

Las principales fuentes de información para la realización de esta investigación fueron documentos escritos como libros, revistas, periódicos, conferencias, entre otros, dado que en estos se proporciona conocimiento ya existente sobre los conceptos estudiados con diferentes tipos de enfoques, hipótesis y metodologías de investigación. Para la búsqueda de la información se utilizó el buscador Google Académico, el cual arrojó la

existencia de 154,000 documentos con diferentes enfoques por consiguientes se establecieron criterios de selección.

Criterios de Inclusión

- CI 1. Investigaciones publicadas entre 2016-2022
- CI 2. Investigaciones donde se pudiera identificar en el resumen (abstract) o en las palabras claves (keywords) competitividad (competitiveness), ventajas competitivas (competitive advantages), factores (factors), desempeño (performance), responsabilidad social empresarial (corporate social responsibility).
- CI 3. Investigaciones cuyo propósito u objetivos se estudie el impacto, la relación o la influencia de la responsabilidad social empresarial en la competitividad de las empresas
- CI 4. Se establecieron para la búsqueda las palabras claves como: competitividad, empresas, responsabilidad social empresarial, RSE o CSR, ventaja competitiva, estrategias competitivas.
- Criterios de exclusión
- CE 1. Investigaciones publicadas del 2015 y años anteriores
- CE 2. Estudios realizados con enfoques de Universidades, Sociología, Sector gubernamental

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Competitividad

La palabra competitividad se ha estado utilizando en los últimos años tanto para referirse desde una nación hasta una empresa, lo cual hace que el concepto se ha diferente cuando se refiere a cada uno, así mismo los autores no han llegado a un consenso sobre el significado ni los elementos que generan la competitividad (Demunar, Mercado, y Nava, 2016). Monterroso (2016) menciona que es un concepto multidimensional puesto se puede utilizar en diferentes planos (país, empresa, industria, región), es relativo dado que depende de la comparación con otros y tiene una vinculación con las estrategias para generar el éxito y con el posicionamiento en el mercado. Para unos autores como Michel Porter la competitividad esta relaciona con la productividad la cual está relacionada con la producción de bienes y/o servicios de calidad así como la generación de ventajas competitivas (Arboleda, 2016) otros entienden como una compañía competitiva cuando

es capaz de ofrecer servicios y/o productos mejores que los competidores (Van-Thanh y Szilárd, 2021)

Chikán lo define como la capacidad de una empresa de lograr de manera sustentable su doble propósito: obtener ganancias y cumplir con los requerimientos de los clientes. Esta capacidad se realiza a través de ofertar en el mercado productos y servicios con un mayor valor en comparación a los ofertados por los competidores. Para lograr la competitividad la organización requiere una continua adaptación a los cambios sociales, normas y condiciones económicas. (Chikán 2008: como se citó en Chikán, Czakó, Kiss-Dobronyi, y Losonci, 2022).

Entre los conceptos se encuentra la competitividad sistemática, la cual se desarrolla en niveles, macro, meta, meso y micro, que trabajan de forma holística, es decir si un cambio ocurre en alguno de los niveles también afectara a los demás, siendo en este último donde se encuentra la empresa y los elementos que lo determinan competitivo son un manejo exitoso de los recursos de producción, recurso humano calificado, actividades de innovación y una adecuada gestión (Demunar et al, 2016) este nivel es tan importante que es considerado como el corazón de la competitividad (Nedelcheva, 2021).

Falciola, Jansen, y Rollo (2020) mencionan las existencia de 3 pilares que pueden determinar la competitividad de las organizaciones, el primero es el “cambio” esto se refiere a la habilidad de adaptarse a los cambios en el ambiente, el invertir en la innovación, I&D y en la capacitación del personal para desarrollar nuevas habilidades, el segundo es “conectar” está relacionado con la obtención, transformación y uso de la información del mercado en el que se encuentra para generar el mayor beneficio y evitar situaciones que pongan en riesgo la estabilidad de la compañía así como los medios por la cual la consigue y el ultimo es “competir” tiene que ver con la eficiencia y eficacia de las operaciones para responder a las demandas del mercado.

La competitividad a largo plazo de una empresa se origina por la combinación de diferentes factores como la sofisticación de estrategias y gestión de proceso, la calidad del capital humano, el uso eficiente de los recursos naturales, el aumento de la demanda de los servicios y/o productos entre otros, esto permite que las empresas se mantengan en el mercado y sean productivas (Simanaviciene, Kontautiene, y Simanavicius, 2017)

Así como no hay un consenso de que es competitividad o los factores generadores de esta, lo cual dificulta tener una forma de medirla, entre estas se encuentra el índice

multidimensional de Falciola et al (2020) toma en consideración diferentes elementos como la productividad, financiamiento, capacidad de exportación, solicitudes de patentes, capacitación y certificaciones entre otras las cuales se encuentran en los 3 pilares antes mencionados. Chikan et al (2022) utilizan las capacidades productivas ordinarias y dinámicas. Ibarra, González, y Demuner (2017) usan un método basado en la competitividad sistemática tomando en consideración ocho dimensiones las cuales están relacionadas con múltiples actividades realizadas por una empresa en su operación regular, las cuales se integran en las siguientes: 1) planeación estratégica, 2) producción y operaciones, 3) aseguramiento de la calidad, 4) comercialización, 5) contabilidad y finanzas, 6) recursos humanos, 7) gestión ambiental y 8) sistema de información.

La responsabilidad social empresarial

El origen de la RSE se puede rastrear varios siglos atrás, con las primeras prácticas del comportamiento social, la creación de casa para los necesitados, la preocupación de la calidad de vida de los trabajadores, las condiciones laborales y la filantropía, pero no es hasta el siglo XIX en el cual las empresas empiezan a crear un balance entre las necesidades de los clientes, los recursos humanos y la comunidad. Después de la segunda guerra mundial se establece la primera definición por “el padre de la responsabilidad social empresarial” como “la obligación de los empresarios a perseguir esas políticas, a tomar esas decisiones, a seguir aquellas líneas de acción que son deseables en términos de los objetivos y valores de nuestra sociedad” (Bowen, 1953, como se citó en Latapí, Jóhannsdóttir, y Davídsdóttir, 2019). En las siguientes décadas hubo un crecimiento en la conciencia de la sociedad influido por varios movimientos, esto impulsó al estudio de la RSE y su impacto en las empresas, el cual se empezó a relacionar con el incremento de las ganancias, la ética empresarial, y los grupos de intereses. Uno de los factores que ayudó a la expansión del concepto fue la globalización, el cual también sufrió cambios estableciendo las dimensiones de responsabilidad de la empresa (legal, económica, ética y social) y se empezó a considerar como una estrategia, pero no fue hasta los 2000 que Porter y Kramer lo relacionan con la competitividad (Latapí et al, 2019) en la crisis del 2008 fue el momento en el cual las empresas se enfocaron en estas prácticas debido a que vieron afectada su imagen, la productividad, la confianza y lealtad de los consumidores y trabajadores, lo cual impulsó a que se buscara nuevas formas de

administrar y organizar y así dejar las prácticas tradicionales atrás (Simanaviciene et al 2017) entre los conceptos de la RSE se encuentran:

Según Granillo y Ojeda:

La responsabilidad de una organización por los impactos de sus decisiones y actividades sobre la sociedad y el medio ambiente, a través de un comportamiento ético y transparente que contribuye al desarrollo sustentable, a la salud y al bienestar de la sociedad, que tiene en cuenta las expectativas de los interesados, se ajusta a la legislación aplicable y a las normas internacionales de comportamiento, y se integra en toda la organización y la práctica en sus relaciones (Granillo y Ojeda, 2012.; como se citó en López, Ojeda y Ríos , 2017).

La alianza para responsabilidad social empresarial (AliaRSE) la define como:

El compromiso consciente y congruente que asume el empresario y la empresa de cumplir integralmente con la finalidad de la empresa tanto en lo interno, como en lo externo, considerando las expectativas de todos sus participantes en lo económico, social o humano y ambiental, demostrando el respeto por los valores éticos, las personas, las comunidades y la construcción del bien común con justicia social. (AliaRSE, 2008; como se citó en Molina, González y Niño, 2017).

La RSE es una visión de negocios, no es algo que se pueda quitar e implementar de un momento a otro o simplemente seguir por moda queriendo imitar a los competidores sin tener conocimiento de lo que se está haciendo, lo cual pudiera perjudicar en lugar de ayudar por lo que es necesario la planificación antes de llevarla a cabo (Villacis y Caiche, 2021), esto en base del supuesto que las empresas y accionistas invertirán en estas actividades con el objetivo de generar el mayor beneficio posible y por lo tanto las estrategias deben ser diseñadas correctamente (Marin, Martín, y Rubio, 2017), tomando en consideración diferentes elementos relacionados con la dimensión social, ambiental y legal, dado que el solo considerar una o parte de esta no la hace socialmente responsable ni tendra la capacidad de gozar de toda su utilidad (Parrales, Trelles, y González, 2021), aparte de esto es necesario la cooperación de las diferentes áreas de la empresa para su correcta planeación y ejecución (Acuña-Moraga, Severino-González, y Cires-Gómez, 2019), una de las grandes cualidades de la RSE es que se puede planear y diseñar a la

¿La responsabilidad social empresarial puede ayudar a mejorar la competitividad de las empresas mexicanas?

medida de cada empresa, esto gracias a su característica integral, gradual y proporcional (Villacis y Caiche, 2021).

Las estrategias se pueden clasificar en exploratorias y de explotación, las primeras se enfocan en lo nuevo, está relacionada con la innovación, la creación y desarrollo de productos, el mejoramiento de la gestión y procesos, la segunda es utilizar con lo que cuenta actualmente la empresa y usarlo para llevar a cabo las prácticas de RSE (Gulema y Roba, 2021), Tien y Anh, (2018) menciona que las estrategias se pueden situar en cuatro zonas, la primera son las rentables y socialmente irresponsables, la segunda son rentables y socialmente responsables, la tercera son socialmente irresponsables e improductivas y por último se encuentra las que son socialmente responsables e improductivas, las empresas se pueden encontrar en alguna de estas y moverse por cuenta propia o por influencia de terceros (gobierno y sociedad).

El termino RSE sea vuelto un elemento importante para el crecimiento sustentable y futuro de las empresas, ya que genera diferentes beneficios como el aumento de las ventas, reducción de costos, mejorar las relaciones, mitigar riesgos (García, Hernández, y Ávila, 2020) influye en la innovación, permite la penetración en diferentes mercados y proporcionan una ventaja competitiva a largo plazo (Coliaza y López, 2021) los cuales han sido estudiado en relación con diferentes variables como la gestión ambiental y de desechos, comunicación local, influencia en las comunidades, reputación, imagen, rendimiento, participación en el mercado, cultura corporativa, el capital humano, condiciones laborales, innovación, competitividad (Parrales, Trelles, y González, 2021), la rentabilidad (ROA, ROE), el endeudamiento y la percepción sobre RSE, en los cuales mayormente tiene un efecto positivo (Solari, 2018).

México no se ha quedado exento de la expansión de este concepto existen diferentes normas o modelos diseñados por organismos nacionales o internacionales para poder evaluar la responsabilidad social como son el de Empresa Familiarmente Responsable y Empresa Incluyente estos dos son otorgados por la Secretaría de Trabajo y Previsión Social, programa de Industria Limpia por la Procuraduría Federal de Medio Ambiente (PROFEPA), Programa de Cumplimiento ambiental Voluntario por Secretaria de Medio Ambiente y Desarrollo Territorial, ISO 26000 y 14000 por la Organización Internacional de Normalización, Empresa Socialmente Responsable por el Centro Mexicano para Filantropía (CEMEFI), Modelo GRI por Global reporting Org (Fong, Parra, Soriano, y

Teodoro, 2020), el Índice de RSE por la Bolsa Mexicana de Valores, y el Modelo de la Ciudadanía Corporativa del Boston College (García, Rojo, y Portillo, 2018).

La existencia de estos no significa que se lleven a cabo, por ejemplo el distintivo ESR otorgado por la CEMEFI desde el 2001, el cual solo se les entregó a 17 empresas de todo el país en su primera edición, este ha ido aumentando hasta llegar a 1529 en el 2017, lo cual es un número realmente bajo si se compara con la cantidad de unidades económicas existentes, y en los últimos años ha ido disminuyendo el porcentaje de crecimiento de año con año, así como las empresas que lo obtienen no lo renuevan (Bonilla y Cobian, 2019), Lara y Sánchez (2019) hacen un comentario muy certero cuando mencionan en su investigación que esta práctica en México se encuentra en un estado de inmadurez.

Factores que determinan la aplicación de la RSE

La RSE no se crea a partir de un solo individuo en este caso las empresas, necesita de una conjunta participación de todos aquellos grupos de intereses relacionados internamente como accionistas y trabajadores y externamente como proveedores, inversionistas, autoridades (gobierno) y en si la misma comunidad donde se encuentra localizada (Molero, 2016), la importancia de estos radica que tienen el poder de influir en el comportamiento de las empresas e impulsar la RSE, pero si estos muestran desinterés entonces las empresas no tomarán una gran importancia a el cambio (Fong et al, 2020). Las organizaciones deben prestar atención al capital humano ya que estos son fundamentales para el crecimiento, la imagen de la empresa y su posicionamiento en el mercado, por lo tanto su percepción sobre la RSE es importante y esta se ve influenciada de manera positiva por 1) las prácticas laborales que generen condiciones laborales seguras y un buen ambiente laboral, 2) el cuidado del medioambiente, 3) las practicas justas de operación, 4) el respeto al consumidor y 5) la participación en la comunidad (López, Ojeda, y Ríos, 2017).

Entre los factores se encuentra la formación académica del dueño o gerente esto se refiere que a mayor conocimiento de los dirigentes se tendrá un mayor entendimiento de la importancia de estas prácticas, la estructura de propiedad es un elemento importante a considerar por lo tanto las empresas familiares que en su mayoría no cuentan con esto tendrán un menor compromiso, el tipo de actividad económica, afecta la orientación de las practicas a aplicar (Herrera, Larrán, y Lechuga, 2016), el tamaño (Herrera et al 2016; Cincalová y Hedija, 2020), el desempeño siendo las empresas que

tiene un bajo resultado económico las que tienen una mayor implementación (Cincalová y Hedija, 2020), el género se ha tratado de implicar como un factor, dado a diversas argumentaciones las cuales señalan que las mujeres tiene una mayor conciencia de las cuestiones éticas y sociales, pero los resultado han mostrado que no existe una relación significate entre el género y la aplicación de la RSE (Herrera et al, 2016; Cincalová y Hedija, 2020). La comunicación externa e interna y el compromiso de los ejecutivos no son mencionados como factores en la literatura sin embargo son considerados de gran importancia para la correcta aplicación, debido a que estos mantienen informados a los diferentes grupos de intereses sobre las actividades relacionadas con la RSE y ayudan a crear un ambiente apropiado (Bogetić, Đorđević, Čóckalo, y Vorkapić, 2019)

La aplicación de estas prácticas en las empresas mexicanas con afectadas por el tamaño, es decir entre más grande sea mayor será su implementación (Méndez, Rodriguez, y Cortez, 2019; Fong, et al, 2020), el desempeño financiero esto sugiere que aquellas empresas con un mejor desempeño tendrán más recursos para invertir (Méndez et al, 2019) lo cual contradice a los resultados de Cincalova y Hedija (2020) en las compañías checas, el nivel de endeudamiento (Méndez et al, 2019) la presión de elementos externo como lo competidores, cuestiones legales, fiscales o sociales (Camarena y Wendlandt, 2017), la falta de interés y metas (Araiza, de León, Sierra, y Hernández, 2020).

La responsabilidad social empresarial y la competitividad

Si las empresas quieren sobrevivir deberán seguir las nuevas corrientes y aumentar sus niveles de RSE, el no hacerlo mostrará un bajo esfuerzo gerencial para la consecución de los objetivos lo que subsecuentemente ocasionará el cierra de las empresas (Newman, Rand, Tarp, y Trifkovic, 2020), entre los diferentes beneficios generados por estas prácticas se encuentra el mejoramiento de la competitividad (Bogetić et al, 2019), Flores, Ortiz y Vega (2016) mencionan “la RSE se está transformando, de manera creciente y rápida, en una variable competitiva de reconocimiento mundial, un factor de éxito en los negocios que se conjuga con el compromiso ético de la empresa moderna con la sociedad”.

Armijos (2017) señala que las empresas necesitan la cooperación de otros para lograr ser competitiva “los stakeholders” así como la existencia de diferentes niveles de competitividad que están relacionado con estos ; a) cuantitativa (accionista y socios de la empresa) b) cualitativa (empelados y trabajadores), c) sectorial (competidores), d)

cadena de suministros (proveedores), e) institucional (clústeres, organismos gubernamentales y no gubernamentales) y f) entorno político (consumidor), siendo la última competitividad la meta a lograr, dado que está relacionada con la captación de los consumidores, pero para conseguirla es necesario obtener primero los demás niveles.

La RSE afecta a la competitividad a largo plazo (Simanaviciene et al, 2017; Lara y Sánchez, 2021), ya que se asume que las empresas catalogadas como socialmente responsable llevan a cabo actividades relacionadas con la dimensión ambiental, social y económica (Lara y Sánchez, 2021) entre estas se encuentra el cambio de prácticas contaminantes, el desarrollo de tecnología con un bajo impacto ambiental y el diseño de productos eco-friendly, para obtener esto es necesario el desarrollo de diferentes habilidades en los empleados, mayor creatividad y conciencia ecológica, esto generara una mejor eficiencia e imagen de la empresa, reducción de costos y una mejor relación con los grupos de interés, también las actividades asociadas con la ética y valores de la empresa, que ayuden a crear un buen ambiente laboral, en la cual los trabajadores se sientan seguros y exista oportunidades de crecimiento, el llevar a cabo iniciativas socialmente responsables que promuevan los derechos de las mujeres, la diversidad y la antidiscriminación, esto hace que se vea como un lugar deseable y atractivo para trabajar, lo cual retiene y motiva al talento y atraer a nuevo, y por último se encuentran los medios utilizados para mantenerse y crecer en el mercado y mejorar el desempeño financiero, estas tres dimensiones tiene un efecto en los factores de competitividad (Simanaviciene et al, 2017).

Otro elemento que ayuda a la competitividad son las ventajas competitivas, las cuales también se puede crear gracias a los beneficios generados por la RSE en 5 elementos importante de una empresa, la imagen y reputación, la motivación y retenimiento de los empleados, la reducción de costos, los ingresos y posición del mercado y por último la reducción del riesgo, para poder obtener dichos benéficos es necesario llevar prácticas que mejoren los proceso, el uso eficiente de los recursos, las condiciones laborales, la comunicación y la relación con los grupos de interés así como fomentar la transparencia de las actividades y el apego a las normas, reglamentos y leyes (Knudson, 2016).

Varios autores han investigado el impacto de esta en la competitividad en las empresas (ver tabla 1).

¿La responsabilidad social empresarial puede ayudar a mejorar la competitividad de las empresas mexicanas?

Tabla 1: investigaciones relacionadas con la RSE y Competitividad de las empresas

Autor/es	País	Descripción
Larrán, Martínez y Martínez (2016)	España	Han encontrado evidencia empírica en las pymes españolas de que estas prácticas tienen un efecto positivo en el desempeño competitivo de manera directa o indirecta, además de esto los resultados mostraron que los grupos de intereses con mayor efecto en el desempeño son los clientes y empleados así como de las practicas relacionadas con el ambiente, empleados, clientes y sociedad, esta última es la que contribuyen menos a la competitividad
Chinomona y Moruyi (2016)	Sudáfrica	Concluyeron en las organizaciones Sudáfrica que la RSE tiene una influencia positiva en la innovación y en la cadena de abastecimiento y estas a su vez en la competitividad
Ramírez (2016)	Perú	Llevo a cabo una encuesta a directivos de 130 MiPymes manufactureras de San Martin, Perú sobre la percepción y las practicas implementadas referente a las tres dimensiones de la RSE, los resultados mostraron que la responsabilidad económica y social tiene una relación significativa positiva en contraste la ambiental aunque sigue teniendo una relación positiva no es significativa con la competitividad, esto indica que las empresas están más enfocadas en acciones que maximice rentabilidad, generen una mejor gestión de los recursos y reducción de los costos, el mejorar las condiciones y desarrollo del personal al contrario no presta la debida atención al impacto que tienen sus actividades en el ambiental, ya que el dinero que destinan para la implementación de estas acciones se ven como un gasto en lugar de una inversión
Bernal, Briones y de Nieves (2017)	España	La investigación se realizó sobre el impacto de las estrategias de RSE en la competitividad y el desempeño de 56 empresas españolas de tecnología sin distinción del tamaño, los resultados mostraron que las estrategias de RSE tienen un impacto directo positivo en la competitividad, pero no en el desempeño, por lo que este tipo de estrategias influyen en el desempeño a través de la competitividad.

<p>Martínez, Herrera, Lárran, y Lechuga (2017)</p>	<p>España</p>	<p>El estudio mostro que las practica de RSE contribuyen de manera significaba al aumento del desempeño competitivo, ya que a través de estas se puede mejorar la capacidad de innovación, la cual a su vez es una fuente de ventajas competitivas, también señalan que las prácticas de responsabilidad social tienen un efecto diferente, siendo las practicas sociales orientadas a los empleados y clientes las que tienen un mayor impacto en el desempeño y las relacionadas con el ambiente y la comunidad están más asociadas con la innovación.</p>
<p>Marín, Martín y Rubio (2017)</p>	<p>España</p>	<p>La investigación tuvo una muestra de 236 compañías, en la cual encontraron que la RSE no tiene un relación directa con la competitividad, pero esta si con la innovación, esta es considerada como uno de los mayores conductores de la competitividad, también se tiene una relación directa con la inversión dado que la RSE puede ser usada para encontrar las mejores oportunidades y así generar el mayor beneficio, en lugar de solo imitar a la competencia, otro aspecto importante mencionado es referente a las iniciativas las cuales si no están relacionadas con la innovación no tendrán efecto en la competitividad.</p>
<p>Kim, Kim y Qian (2018)</p>	<p>Estados Unidos de América</p>	<p>Se determino que en las empresas de Estados Unidos dedicas a la creación de Software las prácticas de RSE influyen de manera significativa y positiva a las acciones encaminadas a la búsqueda de nuevas y mejores formas de satisfacer a los clientes, estas a su vez son consideras como acciones competitivas que tiene un efecto en la posición competitiva de la firma</p>
<p>Gallardo- Vázquez, Valdez-Juárez, y Lizcano- Álvarez, (2019)</p>	<p>España</p>	<p>Las iniciativas de RSE aumentan el capital humano, relacional y estructural las cuales son componentes del capital intelectual, esto a razón de que llevan a cabo programas para desarrollar el conocimiento, habilidad y valores de los empleados, promueven la diversidad y el equilibrio entre la vida laboral y profesional, también ayuda a la creación de intangibles, pero solo el capital humano y relacional influyen en la competitividad y está a legitimidad de la compañía.</p>
<p>Gallardo- Vázquez, Valdez-Juárez, y Castuera- Díaz, (2019)</p>	<p>España</p>	<p>En las MiPymes las practicas RSE no tiene un efecto directo en la competitividad y el desempeño financiero, pero si en la innovación la que afecta de manera positiva la reputación y la competitividad y esta última al desempeño.</p>

¿La responsabilidad social empresarial puede ayudar a mejorar la competitividad de las empresas mexicanas?

Zhao, Meng, He y Gu (2019)	China	Se estudiaron 112 organizaciones privadas, gubernamentales, y multinacionales, en las cuales se concluyó que la RSE se puede volver una manera efectiva de crear ventajas competitivas y promover la renta económica con la mediación de dos elementos; el capital social y las habilidades dinámicas.
Newman, Rand, Tarp, y Trifkovic, (2020).	Vietnam	En las empresas manufactureras vietnamitas aumenta la productividad laboral tanto en empresas que se encuentra en un ambiente competitivo o no competitivo, siendo en este último donde se tiene un mayor impacto, sin embargo no tiene un efecto en el nivel de productividad de la empresa y tiene una relación adversa con los sueldos es decir aquellas empresas menos comprometidas con las prácticas de RSE pagan un mayor sueldo a sus trabajadores que las más involucradas
(Gallardo & Lizacano, 2020)	España	Los resultados mostraron que las características de la RSE en las micro, pequeña y media empresa pueden diferenciarse de las grandes. Las Pymes se enfocan a prácticas relacionadas con los grupos de interés internos como los empleados son el fomento de la diversidad, igualdad de condiciones, sueldos justos, seguridad laboral, desarrollo profesional y una continua capacitación, con externos, ofrecen productos de calidad a un precio razonable, buscan el desarrollo de relaciones con los proveedores, ponen atención a establecer y cumplir con los estándares del comportamiento socialmente responsable en la cadena de suministro, en contraparte se caracterizan por la falta de transparencia relacionada con el impacto ambiental de sus actividades, un bajo nivel implementación y expansión de la cultura de RSE, otro punto importante son los cambios originado aquellas empresas que llevan a cabo estas prácticas perciben una mejor posición competitividad que la competencia, al haber mejorado el nivel de habilidades de los empleados, la calidad de los productos/o servicios, la tecnológica, y la cultura corporativa, a su vez no se ve una gran mejoría en la legitimidad organizacional al no consolidar su imagen, la falta de compromiso de los empleados con los valores de la empresa y la cultura social así como la incapacidad de atraer nuevo talento e inversionistas.

de Sousa, Souza, Campos, y Vidal (2020)	Brasil	La competitividad de las multinacionales en economías emergentes, pueden verse beneficiadas por la adopción de las prácticas, esto dado que al participar en mercado internacionales y ser parte de la cadena de valor global, se espera el cumplimiento de normas y lineamientos de sustentabilidad tanto en el país de origen como en los otros donde se situé, al no llevar a cabo originaran problemas legales, económicos y de reputación.
Van-Thanh y Szilárd (2021)	Vietnam	Estudiaron la relación de RSE y la competitividad en 216 pymes vietnamitas, utilizando como elementos de medición de la competitividad el desempeño financiero, innovador y relacional y en el caso de la RSE se conceptualizo en base a las practicas relacionadas con los grupos de interés (trabajadores, consumidores, comunidad y medioambiente), los resultados mostraron que la RSE tiene una fuerte influencia en la competitividad, siendo las actividades relacionados con los empleados las que tienen una mayor relación al contrario de las practicas ligadas al medioambiente.
Gulema y Roba (2021)	Etiopia	Encuestaron 122 multinacionales en Etiopía lo que mostro que estas empresas utilizan estrategias exploratorias y de explotación de RSE para mejorar la competitividad, resaltando las primeras dado que están relacionadas con la innovación y creatividad, y por lo tanto tiene un mayor efecto en la competitividad.
Wedysiage, Hatane y Deviesa (2021)	Indonesia	En 67 compañías manufactureras de indonesia, se concluyó que las actividades de RSE no tiene un impacto en las ventajas competitivas sin embargo estas si afecta la satisfacción del cliente por lo cual las compañías deberían considerar llevar las a cabo si quieren seguir existiendo, también afecta el compromiso de los trabajadores este a su vez genera una buena reputación lo cual crea ventajas competitivas y mejora el desempeño laboral.

Fuente; elaboración propia

La RSE en la competitividad de las empresas mexicanas

Se han llevado a cabo en México diferentes investigaciones cuyos resultados han demostrado que la RSE afecta la competitiva de las empresas o la existencia de una relación con otros elementos que tiene un impacto en esta. Entre los efectos positivos se encuentra la generación de intangibles como son las estrategias de creación de valor relacionadas con la innovación de procesos y desarrollo de productos, la captación de

¿La responsabilidad social empresarial puede ayudar a mejorar la competitividad de las empresas mexicanas?

clientes, el establecimiento de alianzas estratégicas y el aumento de la lealtad de los trabajadores y consumidores, esto influye en la creación de ventajas competitivas difíciles de imitar y así diferenciarse de la competencia (Camarena y Wendlandt, 2017). En las empresas de la industria maquiladora en Baja California impacta en la imagen, rendimiento y gestión ambiental estos factores inciden en el nivel de la competitividad (Flores, Vega, y Chávez, 2016). Los efectos relacionados con la imagen concuerdan con los resultados de la investigación de Maldonado, Pinzón y Leana (2017) los cuales muestran que la RSE tiene una gran influencia en esta y en la reputación, pero esto depende del nivel de adopción e implementación de estas actividades, por lo que si una empresa solo las lleva de una forma superficial no tendrá el mismo efecto de aquellas con un mayor compromiso, así como la investigación de Araiza et al (2020) señalan la influencia de la RSE en la percepción de los consumidores, los cuales al momento de hacer una compra consideran la reputación ética de los negocios, evitan consumir bienes o servicios de aquellas que hayan incurrido en actos inmorales y en el caso de que exista empresas ofertando el mismo producto o servicio a un mismo precio y calidad decidirían comprar a aquella con prácticas de RSE.

Influye significativa en el éxito competitivo y la innovación de las MiPymes familiares de Quintana Roo, ya que esto fomenta el cambio en la gestión, motiva la generación de nuevos productos y/o servicios lo que permite crecer en el mercado (Esparza y Reyes, 2019). Flores et al (2016) mostraron que en la industria maquiladora de Tijuana, Baja California, la imagen, el rendimiento, las normas y regulaciones y la gestión ambiental son factores de competitividad que inciden directamente con la RSE.

Granados, Arredondo y Caldera (2019) estudiaron la percepción de la RSE en las empresas exportadoras del estado de Guanajuato, lo cual es un tema de mucha relevancia, si se considera que en México solo un pequeño porcentaje de empresas exportan, menciona que este tipo de prácticas ayuda a cumplir con las exigencias internacionales y aquellas organizaciones que las han implementado han logrado exportar aun cuando estas tienen un poco reconocimiento nacional, ha influido en participar en nuevos mercados y ayuda a la generación de ventajas competitivas, sin embargo aun con estos beneficios les falta un mayor compromiso por la aplicación total de estas prácticas.

Es de suma importancia saber qué tipo de prácticas se llevaran a cabo, ya que cada una tiene un efecto diferente en las empresas mexicanas, se tiene una mayor tendencia por implementar actividades relacionadas con los empleados y los consumidores las cuales se encuentran en las dimensión social y económica, las que son consideradas de poca importancia son las ambientales (Coliaza y López, 2021) esto concuerda con los resultados de Ramírez (2016) en las empresas de Perú, además se centran en los elementos mencionados por Martínez, Herrera, Lárran, y Lechuga (2017) que tienen un mayor efecto en el desempeño competitivo.

Al contrario de las investigaciones anteriores se encuentra la de Aguiasocho, Galeana y Peña (2016) en las empresas pymes manufactureras de Morelia, Michoacán en las cuales encontraron que los gerentes de las empresas tienen un gran desinterés por estas prácticas y todo lo que conlleva como el generar vínculos con la comunidad, el ser transparente y el de proyectar una mejor imagen aun cuando uno de los beneficios es la creación de ventajas competitivas a razón de esto se determinó que no existe una relación de las RSE con la competitividad.

CONCLUSIONES

La mayoría de las investigaciones han mostrado una relación significativa positiva de la RSE con la competitividad de manera directa o indirecta, debido a que las empresas modifican su forma de operar y empiezan a entender que tienen un papel esencial en la sociedad, a raíz de esto se van creando, motivando o influyendo en diferentes elementos que determinan la competitividad como es la innovación uno de los principales conductores de esta, entre los otros se encuentra la creación de valor, las ventajas competitivas, la imagen y la reputación.

Otro punto que se pudo corrobora es la universalidad de la RSE como lo menciona Gallardo y Lizacano (2020), ya que las compañías analizadas van desde las microempresas hasta las multinacionales dedicadas a diferentes actividades económicas en diversos países cuyas características culturales, geográficas y económicas son diferentes y aun así mostraron similitudes en los resultados.

Las investigaciones en México también han mostrado una relación positiva, por lo que se puede asumir que la RSE puede ayudar a la competitividad, mejorando la posición en el mercado y la capacidad competir en nuevos tanto nacionales como internacionales así como la creación de intangibles los cuales serán difíciles de imitar por la competencia,

pero el gozar de estos beneficios se podría ver entorpecido por el desinterés por parte de los gerentes o dueños de implementar estas prácticas (Aguilasocho et al, 2016), el poco valor que se le da y la impaciencia de ver resultados en el corto plazo (Fong et al, 2020), lo cual varios autores como Simanaviciene et al (2017), Martínez, et al (2017), Lara y Sánchez (2021) han mencionado que su efecto es al largo plazo, por lo que sería necesario un cambio de visión por parte de las empresas mexicanas y considerar que el pensamiento de los consumidores y la sociedad se están volviendo socialmente responsables y deben ser capaces de responder a las demandas de estos (Falconi et al, 2020).

LISTA DE REFERENCIAS

- Acuña-Moraga, O., Severino-González, P., & Cires-Gómez, A. (2019). Responsabilidad social empresarial y ventaja competitiva. El estudio de pequeñas empresas mineras de Chile. *Encuentros*, 17(2), 178-186. Obtenido de <https://doi.org/10.15665/encuent.v17i02.979>
- Aguilasocho, M. D., Galeana, F. E., & Peña, O. A. (2016). Responsabilidad Social y Mercadotecnia: las empresas pequeñas y mediana manufactureras en Morelia, Michoacán. *Mercados y Negocios*(35), 7-22. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=571864084002>
- Araiza, G. Z., de León, E. V., Sierra, H. M., & Hernández, M. V. (2020). Dimensiones De La Responsabilidad Social Empresarial Como Determinantes De La Preferencia De Compra De Los Consumidores En la Industria Refresquera. *Revista Internacional Administración & Finanzas*, 27-36. Obtenido de https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3768742
- Arboleda, H. H. (2016). Competitividad: Concepto y Evolución Histórica. *Revista de Economía & Administración*, 13(2), 13-28. Obtenido de <https://revistas.uao.edu.co/ojs/index.php/REYA/article/view/21>
- Armijos, C. J. (2017). La responsabilidad social empresarial. Una óptica desde los stakeholders. *Revista Economía y Política*, 103-123. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6630445>
- Bernal, C. (2010). Metodología de la investigación. En C. Bernal, *Metodología de la investigación* (págs. 110-128). Bogotá: Pearson.

- Bernal, C. J., Briones, P. A., & de Nieves, N. C. (2017). Impacts of the CSR strategies of technology companies on performance and competitiveness. *Tourism & Management Studies*, 13(4), 73-81. doi:10.18089/tms.2017.13408
- Bogetić, S., Đorđević, D., Čočkaló, D., & Vorkapić, M. (2019). Corporate Social Responsibility As A Factor Of Global Competitiveness. *Journal of Engineering Management and Competitiveness*, 8(1), 11-19. doi:10.5937/jemc1801011B
- Bonilla, C. L., & Cobian, R. L. (2019). Ventajas que perciben las empresas mexicanas que cuentan con el distintivo de empresa socialmente responsable ESR®. *Ciencias Administrativas Teoría y Praxis*(1), 11-26. Obtenido de <https://cienciasadmvastyp.uat.edu.mx/index.php/ACACIA/article/view/213>
- Camarena, M. J., & Wendlandt, A. T. (2017). Strategic CSR Dimensions and Value Creation in Socially Responsible Mexican Firms. *International Review of Management and Business Research*, 749-769. Obtenido de <https://www.irnbrjournal.com/download.php?file=../papers/1500000405.pdf>
- Chikán, A., Czakó, E. C., Kiss-Dobronyi, B., & Losonci, D. (2022). Firm competitiveness: A general model and a manufacturing application. *International Journal of Production Economics*, 243. doi:<https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2021.108316>
- Chinomona, E., & Omoruyi, O. (2016). The influence of CSR, Innovation and Supply Chain Partnership on Firm Competitiveness. *Risk Governance & Control: Financial Markets & Institutions*, 345-354. doi:<https://doi.org/10.22495/rgcv6i4c2art12>
- Cincalová, S., & Hedija, V. (2020). Firm Characteristics and Corporate Social Responsibility: The Case of Czech Transportation and Storage Industry. *Sustainability*, 15(5). Obtenido de <https://doi.org/10.3390/su12051992>
- Coliaza, P. M., & López, N. M. (2021). Responsabilidad Social Empresarial e Innovación como Estrategia Competitiva en el Sector Turístico de Ciudad del Carmen, Campeche. *Hitos de Ciencias Economico Administrativas*, 27(79), 400-420. doi:<https://doi.org/10.19136/hitos.a27n79.4765>
- de Sousa, d. M., Souza, P. R., Campos, S. W., & Vidal, V. J. (2020). The relationship between corporate social responsibility and competitiveness: proposition of a theoretical model moderated by participation in global value chains. *Rev. Bras. Gest. Neg. São Paulo*, 21, 722-739. doi:<https://doi.org/10.7819/rbgn.v21i4.4018>

- Demunar, F. M., Mercado, S. P., & Nava, R. R. (2016). Determinantes de la competitividad empresarial desde el enfoque de la competitividad sistémica. *Aportaciones a los estudios Económico-Administrativos*, 39-64. Obtenido de <http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/49780/interiores-aporaciones.pdf?sequence=1#page=39>
- Esparza, A. J., & Reyes, F. T. (2019). Prácticas de responsabilidad social empresarial desarrolladas por empresa familiares y su efecto en el éxito competitivo y la innovación. *Tec Empresarial*, 13(2), 45-57. Obtenido de <https://doi.org/10.18845/te.v13i2.4494>
- Falciola, J., Jansen, M., & Rollo, V. (2020). Defining firm competitiveness: A multidimensional framework. *World Development*, 129. doi:<https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2019.104857>
- Flores, O. M., Vega, L. A., & Chávez, M. E. (2016). La responsabilidad social empresarial como factor de competitividad en la industria maquiladora de Tijuana, B.C., México. *Revista Internacional Administración & Finanzas*, 9(4), 65-77. Obtenido de https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2803566
- Fong, C., Parra, Á., Soriano, L., & Teodoro, E. (2020). El estado actual de la resposanbilidad Social Empresarial en México. *Revista Academica y Negocios*, 6(1), 41-56. Obtenido de <https://revistas.udec.cl/index.php/ran/article/view/2618>
- Gallardo, V. D., & Lizacano, Á. J. (2020). CSR-related competitiveness and legitimacy in MSMEs. *Economics and Sociology*, 13(1), 52-73. doi: 10.14254/2071-789X.2020/13-1/4
- Gallardo-Vázquez, D., Valdez-Juárez, L. E., & Castuera-Díaz, Á. M. (2019). Corporate Social Responsibility as an Antecedent of Innovation, Reputation, Performance, and Competitive Success: A Multiple Mediation Analysis. *Sustainability*, 11(20), 5614. Obtenido de <https://doi.org/10.3390/su11205614>
- Gallardo-Vázquez, D., Valdez-Juárez, L. E., & Lizcano-Álvarez, J. L. (2019). Corporate Social Responsibility and Intellectual Capital: Sources of Competitiveness and Legitimacy in Organizations' Management Practices. *Sustainability*, 11(20), 5843. Obtenido de <https://doi.org/10.3390/su11205843>
- García, M. E., Rojo, S. E., & Portillo, C. V. (2018). Grado de responsabilidad social empresarial de una compañía de supermercados en Ciudad Juárez. *ECORFAN*, 10-

16. Obtenido de https://www.ecorfan.org/proceedings/Gestion%20de%20las%20Organizaciones%20desde%20la%20Responsabilidad%20Social/Gestion_de_las_Organizaciones_desde_la_Responsabilidad_Social.pdf#page=22
- García, V. M., Hernández, G. T., & Ávila, D. D. (2020). El éxito competitivo como factor de la responsabilidad social empresarial en las industrias textiles del estado de Hidalgo. *Repositorio De La Red Internacional De Investigadores En Competitividad*, 12, 1555-1572. Obtenido de <https://www.riico.net/index.php/riico/article/view/1671>
- Gaytán, R. M., & Flores, V. C. (2018). FACTORES DETERMINANTES EN LA ADOPCIÓN DE PRÁCTICAS DE RESPONSABILIDAD DE SOCIAL EMPRESARIAL: UN ANÁLISIS SECTORIAL EN LAS FRANQUICIAS MEXICANAS. *AD-minister*, 21-38. doi:<https://doi.org/10.17230/ad-minister.33.2>
- Granados, M. J., Arredondo, H. M., & Caldera, G. D. (2017). PYMES EXPORTADORAS DE GUANAJUATO Y SU VISIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL RSE. *Jovenes en la Ciencia*, 3(2), 443-455. Obtenido de <http://repositorio.ugto.mx/handle/20.500.12059/3627>
- Gulema, T. F., & Roba, Y. T. (2021). Internal and external determinants of corporate social responsibility practices in multinational enterprise subsidiaries in developing countries: evidence from Ethiopia. *Future Business Journal*, 7(7). Obtenido de <https://doi.org/10.1186/s43093-021-00052-1>
- Herrera, M. J., Larrán, J. M., & Lechuga, S. M. (2016). Responsabilidad social en las pymes: análisis exploratorio de factores explicativos. *Revista de Contabilidad Spanish Accounting Review*, 19(1), 31-44. doi:<https://doi.org/10.1016/j.rcsar.2014.10.003>
- Herrera, M. J., Larrán, J. M., Martínez, C. I., & Martínez, M. D. (2016). Relationship between corporate social responsibility and competitive performance in Spanish SMEs: Empirical evidence from a stakeholders' perspective. *BRQ Business Research Quarterly*, 19, 55-72. doi:<https://doi.org/10.1016/j.brq.2015.06.002>
- Ibarra, M., González, L., & Demuner, M. (2017). Competitividad empresarial de las pequeñas y medianas empresas manufactureras de Baja California. *Estudios fronterizos*, 18(35), 107-130. doi:<https://doi.org/10.21670/ref.2017.35.a06>

- Knudson, H. (2016). *Making the business case: The effects of corporate social responsibility on SME competitiveness*. Road-CSR, Interreg Europe.
- Lara, M. I., & Sánchez, G. J. (2021). Responsabilidad social empresarial para la competitividad de las organizaciones en México. *Mercados y Negocios*(43), 97-118. doi:<https://doi.org/10.32870/myn.v0i43.7546>
- Latapí, A. A., Jóhannsdóttir, L., & Davídsdóttir, B. (2019). A literature review of the history and evolution of corporate social responsibility. *International Journal of Corporate Social Responsibility*, 4(1), 1-23. Obtenido de <https://doi.org/10.1186/s40991-018-0039-y>
- López, S. A., Ojeda, H. J., & Ríos, M. M. (2017). La responsabilidad social empresarial desde la percepción del capital humano. Estudio de un caso. *Revista de Contabilidad*, 20(1), 36-46. Obtenido de <https://doi.org/10.1016/j.rcsar.2016.01.001>
- Maldonado, G., Pinzón, C. S., & Leana, M. C. (2017). Corporate Social Responsibility, Brand Image and Firm Reputation in Mexican Small Business. *Journal of Management and Sustainability*, 7(3), 38-47. doi:10.5539/jms.v7n3p38
- Marin, L., Martín, P., & Rubio, A. (2017). Doing Good and Different! The Mediation Effect of Innovation and Investment on the Influence of CSR on Competitiveness. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management, Corp. Soc. Responsib. Environ. Mgmt.*, 24, 159-171. doi:10.1002/csr.1412
- Martínez, M. D., Herrera, M. J., Lárran, J. M., & Lechuga, S. M. (2017). The strategic nature of corporate social responsibility in SMEs: A multiple mediator. *Industrial Management & Data Systems*, 177(1), 2-31. Obtenido de <https://doi.org/10.1108/IMDS-07-2015-0315>
- Méndez, S. A., Rodríguez, G. M., & Cortez, A. K. (2019). Factores Determinantes de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE). Caso aplicado a México y Brasi. *Análisis económico*, 197-217. doi:<https://doi.org/10.24275/uam/azc/dcsh/ae/2019v34n86/Mendez>
- Molero, G. G. (2016). La responsabilidad social empresarial en el contexto del capital social. *Omnia*, 22(3), 46-59. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=73752819004>

- Molina, V., Ricardo, G., González, M. O., & Niño, M. A. (2017). Revisión epistemológica del gobierno corporativo y la Responsabilidad Social Empresarial. *Contexto*, 43-56. doi:<https://doi.org/10.18634/ctxj.6v.0i.798>
- Monterroso, E. (2016). Competitividad y Estrategia: conceptos, fundamentos y relaciones,. *Revista del Departamento de Ciencias sociales*, 3(3), 2-26. Obtenido de <http://www.redsocialesunlu.net/wp-content/uploads/2016/05/RSOC014-002-Competitividad-y-estrategia-MONTERROSO.pdf>
- Nedelcheva, Y. (2021). Competitiveness assessment concepts. *Revista inclusiones*, 8, 49-61. Obtenido de <https://revistainclusiones.org/index.php/inclu/article/view/217>
- Newman, C., Rand, J., Tarp, F., & Trifkovic, N. (2020). Corporate Social Responsibility in a Competitive Business Environment. *The Journal of Development Studies*, 56(8), 1455-1472. doi:10.1080/00220388.2019.1694144
- Parrales, Z. C., Trelles, G. M., & González, I. M. (2021). La responsabilidad social empresarial y su papel estratégico en la competitividad de las empresas exportadoras internacionales. *YACHANA*, 10(2), 92-113. Obtenido de <http://revistas.ulvr.edu.ec/index.php/yachana/article/view/670>
- Ramirez, J. (2016). La Responsabilidad Social Empresarial desde una perspectiva de desarrollo sostenible y su influencia en la competitividad empresarial de San Martin. *Rev. Ciencia, Tecnología y Humanidades*, 7(1), 141-156. Obtenido de <https://repositorio.unprg.edu.pe/handle/20.500.12893/9244>
- Simanaviciene, Z., Kontautiene, R., & Simanavicius, A. (2017). Assumptions of Corporate Social Responsibility as Competitiveness Factor. *Montenegrin Journal of Economics*, 149-160. Obtenido de <https://repository.mruni.eu/handle/007/15573>
- Solari, E. (2018). Lo que dice la academia sobre los efectos de la aplicación de prácticas de RSE. *Ciencias Administrativas*, 6(12). doi:<https://doi.org/10.24215/23143738e026>
- Tien, N. H., & Anh, D. B. (2018). Gaining competitive advantage from CSR policy change – Case of foreign corporations in Vietnam. *Polish Journal of Management Studies*, 403-417. doi:10.17512/pjms.2018.18.1.30

¿La responsabilidad social empresarial puede ayudar a mejorar
la competitividad de las empresas mexicanas?

- Van-Thanh, P., & Szilárd, P. (2021). The Competitive Impact of CSR on SMEs: An Empirical Research in Vietnam. *American-Eurasian Journal of Sustainable Agriculture*, 15(1), 29-44. doi:10.22587/aejsa.2021.15.1.3
- Villacis, P. W., & Caiche, M. R. (2021). La responsabilidad social como herramienta de ventajas competitiva para las pequeñas y medianas empresas. *Digital publisher*, 65-72. doi:https://doi.org/10.33386/593dp.2021.5.608
- Wedysiage, M., Hatane, S., & Deviese, D. (2021). Corporate Social Responsibility and Competitive Advantage: The Evaluation of the Mediation role of Employee Commitment and Customer Satisfaction, (Study on Manufacturing Companies in Surabaya). *International Journal of Business Studies*, 4(1), 1-10. doi:https://doi.org/10.9744/ijbs.4.1.1-10
- Zhao, Z., Meng, F., He, Y., & Gu, Z. (2019). The Influence of Corporate Social Responsibility on Competitive Advantage with Multiple Mediations from Social Capital and Dynamic Capabilities. *Sustainability*, 11(218). doi:10.3390/su11010218