

La dimensión social de la Responsabilidad Social Empresarial como factor competitivo en la industria alimentaria en el norte de Sinaloa

LUisy LiZeTh VeGA PARRA¹

MARisOL ARMeNTiLLA GALAViz²

CRisTiANGeLy RiVeRA VeRDUZCO³

ResUMeN

La industria alimentaria se ha considerado como una de las principales promotoras de la economía de los países, mientras que el principal interés de dichas empresas pertenecientes a la industria es el elemento humano. Sin embargo, en ocasiones las condiciones de trabajo han sido inapropiadas, donde se ha discriminado, lo que ha ocasionado una baja calidad de vida y desmotivación y una alta rotación de personal o mala reputación dentro y fuera de la empresa.

Es por ello, que se estableció como objetivo de investigación conocer la influencia de la dimensión social de la Responsabilidad Social Empresarial (Rse) en la competitividad de la industria alimentaria del norte de Sinaloa. Para alcanzar el objetivo se utilizó un análisis cuantitativo tomando como muestra a siete industrias alimentarias y como sujetos de investigación a los colaboradores de empresas con prácticas de Rse, con el fin de obtener conocimiento respecto a las prácticas responsables que de manera voluntaria las empresas han empleado, dando respuesta a las demandas

1 Doctora en Innovación y Administración de las Organizaciones. Universidad Autónoma de Sinaloa. Unidad Académica de Negocios. marketing79@hotmail.com

2 Maestra en Ciencias Sociales. Universidad Autónoma de Sinaloa. Unidad Académica de Negocios. Marisol_arga@hotmail.com

3 Maestra en Administración con Especialidad en Mercadotecnia. Universidad Autónoma de Occidente. Unidad Regional Los Mochis. cristiangely.rivera@gmail.com.

de los diferentes públicos de interés, para ello se implantó un cuestionario en google forms validado por Alfa de Cronbach. Los resultados obtenidos fueron analizados por SPSS otorgando gráficos que permitieron conocer la correlación de la dimensión social y su influencia en la competitividad de la industria alimentaria.

Las empresas resaltan la importancia del recurso humano, pues es el que influye en la supervivencia, desaparición o éxito empresarial. Mediante la gestión del recurso humano e integración de RSE los directivos pueden determinar entusiasmo y compromiso, planificación y organización en el trabajo, preocupación por las condiciones laborales, capacitación y desarrollo, por propiciar un lugar de trabajo motivador, desafiante y participativo, en fin, proporcionarles posibilidad de mejorar la calidad de vida y competitividad para la industria alimentaria.

Palabras clave: competitividad, responsabilidad social empresarial, talento humano, calidad de vida.

ABSTRACT

The food industry has been considered as one of the main promoters of the economy of the countries and the main interest of these companies belonging to the industry is the human element. However, sometimes the working conditions have been inappropriate, where there has been discrimination, which has caused a low quality of life and demotivation, which has led to a high turnover of personnel and/or a bad reputation inside and outside the company. That is why the research objective was established to know the influence of the social dimension of Corporate Social Responsibility in the competitiveness of the food industry in northern Sinaloa. To achieve the objective, a quantitative analysis was used, taking as a sample 7 food industries and as research subjects the collaborators of companies with corporate social responsibility practices, in order to obtain knowledge regarding the responsible practices that companies voluntarily have used, responding to the demands of the different publics of interest, for this a questionnaire was implanted in google forms validated by Cronbach's

Alpha and the results obtained were analyzed by SPSS, granting graphs that allowed knowing the correlation of social resignation and its influence in the competitiveness of the food industry. Therefore, it was possible to conclude that companies highlight the importance of human resources, since it is the one that influences survival, disappearance or business success. Through the management of human resources and integration of CSR, managers can determine enthusiasm and commitment, planning and organization at work, concern for working conditions, training and development, to promote a motivating, challenging and participatory workplace, in short, provide them with the possibility of improving the quality of life and competitiveness for the food industry.

Keywords: Competitiveness, Corporate social responsibility, Human talent, Quality of life.

INTRODUCCIÓN

Cebberos (2019) menciona que los antecedentes de la Responsabilidad Social Empresarial (Rse) provienen de siglos atrás, donde se puede identificar la época de la esclavitud en la que muchas personas eran forzadas a realizar trabajos en contra de su voluntad, aunque desde siglos atrás ya existía el abuso a los trabajadores.

FUNDAMENTOS TeÓRICOS

En España, la gestión de recursos humanos y responsabilidad social de la empresa: de las ideas a las aplicaciones, se concluye que la Rse es una manera segura de atraer, retener y motivar a sus colaboradores más valiosos y calificados a través de la política de personal más competitiva. La empresa socialmente responsable tiene una mayor protección y mejores condiciones laborales en términos de derechos humanos y respeto por los colaboradores (Chao, 2015). Por su parte, en Ecuador, Alarcón, Quinapanta, Frías Jiménez y Nogu (2019) expresan mediante su investigación, la relevancia que

existe del grado de interrelación entre el talento humano y la Rse. Por lo que la práctica de la Rse en el talento humano cafetero del Ecuador tiene la finalidad de gestionar de manera eficiente, eficaz y efectiva la producción del café, considerándose la importancia de las prácticas de Rse en ético y de valores del personal de la empresa, cuidando su bienestar y el de su familia, su formación, motivación incentiva, entre otros aspectos, que hacen crecer a la organización en su interior y proyección externa.

Conceptualización de la responsabilidad social empresarial

Existen diferentes definiciones de Rse que coinciden en los elementos que lo integran: comprensión de la empresa como un sistema con tres dimensiones: economía, ambiente y sociedad. Así como la búsqueda del equilibrio del presente para conservar el futuro (Madero G & Zárata Solís, 2016), su dimensión social, su voluntariedad, la integración en la gestión, la relación con las partes interesadas y el principio de consenso, la integración e innovación y el principio de transparencia y evaluación (Moll, 2017).

Enfoques de la responsabilidad social empresarial

Teoría instrumental

En la teoría instrumental se ve a la empresa como agente que utiliza los instrumentos para la generación de riqueza e incremento de valor de las organizaciones, basándose en las estrategias empresariales que toman en cuenta los requerimientos y expectativas de los *stakeholders*, lo que por consecuencia se ve incrementado el beneficio de los accionistas (Volpen-testa, 2016).

Teoría integrativa

Garriga y Melé citados en Durán y Mosquera (2016) expone que la teoría integradoras acopia las demandas sociales dentro de las estrategias empresariales a través de acciones que dan solución a los problemas políticos y sociales.

Teoría política

La teoría política hace referencia al poder social que adquieren las empresas con acciones realizadas o ejecutadas en la sociedad (Sanchis & Rodríguez, 2018), así mismo se señala que mientras más crece la organización o empresa, las decisiones de esta se encuentran implícitas en el desarrollo del entorno y se crean empleos.

Teoría de los grupos implicados *stakeholders*

Ferart, García, & Varela (2017) la describen como la teoría con quienes los directivos tienen responsabilidades y no solamente con los accionistas o *shareholders*. Parece ser la visión dominante de las teorías sobre la responsabilidad social desarrollada por la ONU y de ahí en adelante se convirtió en sustento del Pacto Global, Objetivos del Milenio y con los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Teoría de la ciudadanía corporativa o empresarial

El concepto de esta teoría se fundamenta en la necesidad de cooperación social, se sustenta con las aportaciones de las unidades económicas a la comunidad de la cual forma parte, con actividades propias, realización de inversiones y aplicación de programas filantrópicos y algunas implicaciones en políticas públicas (Ferart, García, & Varela, 2017).

Dimensión social de la Responsabilidad Social Empresarial

La gestión de talento humano busca marcar principalmente el gran potencial que hay en un ser humano, que muchas veces puede pasar desapercibido y así estar perdiendo oportunidades laborales. La gestión de talento humano es más que garantizar las competencias de los empleados dentro de la organización (Erazo & Ortiz, 2018).

Las prácticas de Rse aplicadas al recurso humano se pueden relacionar de manera directa con los objetivos de desarrollo sostenible, ya que se traduce en una transformación que va generando un cambio global; es decir, que es un proceso de desarrollo en conjunto con la sociedad con el propósito de progresar e innovar los bienes existentes sin que dañe a la humanidad y al ecosistemas (ONU, 2019).

En la agenda 2030 se ha planteado los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODs), que se les determina como el llamado universal, con la finalidad de que todos los países adopten medidas que culminen con la pobreza, protejan el ecosistema y garanticen a la sociedad la satisfacción de paz y prosperidad, y así mejorar la vida de manera sostenible para las generaciones futuras (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, 2019). En total son 17 ODs, distribuidos en el siguiente orden: 1. Fin de la Pobreza, 2. Hambre Cero, 3. Salud y Bienestar, 4. Educación de Calidad, 5. Igualdad de Género, 6. Agua Limpia y Saneamiento, 7. Energía Asequible y No Contaminante, 8. Trabajo Decente y Crecimiento Económico, 9. Industria, Innovación e Infraestructura, 10. Reducción de las Desigualdades, 11. Ciudades y Comunidades Sostenibles, 12. Producción y Consumo Responsables, 13. Acción por el Clima, 14. Vida Submarina, 15. Vida de Ecosistemas Terrestres, 16. Paz, Justicia e Instituciones Sólidas y 17. Alianzas para lograr los objetivos.

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible, que se relacionan con las prácticas laborales y que permiten desarrollar estrategias de mejora a las empresas con respecto a sus colaboradores son: ODs 8. Trabajo Decente y Crecimiento, ODs 12. Producción y Consumo Responsable. También, ODs 3, Salud y Bienestar, ODs 5. Igualdad de Género.

Competitividad

El concepto de *competitividad* es usado frecuentemente por los gobiernos, empresas y los medios de comunicación como un concepto de gran interés por parte de los investigadores abordado desde diferentes perspectivas teóricas. Competitividad es un término que toma un significado cada vez más extenso en el mundo actual (Ostrouch y Sługocki, 2018).

Es por ello por lo que la competitividad es una de las características más importantes y fuerzas impulsoras de la economía a nivel mundial (Marikina, 2018). La competitividad puede ser clasificada de acuerdo con dos criterios: nivel descriptivo y por tipos. El nivel descriptivo se refiere a contextos de diferentes niveles como: micro, meso y macro, describiendo a la competitividad desde el nivel empresarial, nacional e internacional, según los insumos y productos generados dentro de un sistema.

Dimensiones de la competitividad

Las empresas ofrecen grandes adelantos tecnológicos, por lo que los clientes tienen acceso entre un producto o servicio de acuerdo con los atributos que ofrecen las empresas, en los que se incluyen la calidad, el costo de producto y la calidad. Por ello, las empresas buscan posicionarse como las mejores en el mercado (Yauri, Erazo, Narváez y Moreno, 2020).

Por su parte, Mora, Vera y Melgarejo (2015) resaltan las principales dimensiones como se indica a continuación:

- Planeación estratégica. Las gerencias de las empresas deberían estar en capacidad de poder organizar un modelo de negocios, partiendo de los ejes fundamentales como son la misión, visión y causa.
- Producción y operaciones. Es importante manejar de forma actualizada los procesos de producción, capacitaciones, certificaciones y uso de nuevas herramientas.
- Aseguramiento de la calidad. En esta dimensión se deben determinar las líneas de actividades planificadas y sistemáticas que nos lleven a

tener normas de calidad, equipos de trabajo, certificaciones y planes para enfrentar posibles problemas.

- Comercialización. Este elemento estratégico es tratado con mucha relevancia al tener una interacción directa con proveedores y clientes, pues se pone en marcha las acciones estructuradas y planeadas.
- Contabilidad y finanzas. Para lograr ser competitivos las empresas deberán tener definido su centro de costos, proyección y margen de ganancias, equipo de administración financiera monitoreando ventas, etcétera.
- Recursos humanos. Al tener en cuenta que sin seres humanos no existiría una empresa, es muy importante tener un documento que nos indique el proceso de selección y contratación, capacitación y adiestramiento, causas de deserción, ambiente laboral, compensaciones y seguridad industrial.
- Gestión ambiental. Es un tema que ha ganado gran relevancia dentro de los consumidores. Las circunstancias obligan a una empresa a ser competitiva y responsable con el medioambiente.
- Sistemas de información. En gran variedad de textos se ha documentado la evidencia para determinar que la tecnología es el mecanismo para llegar a mejorar la competitividad empresarial.

MeTODOLOGÍA De LA iNvesTiGACiÓN

Dentro de los estudios cuantitativos, según el campo del conocimiento y las etapas del desarrollo de la investigación, se pueden concebir diferentes alcances o niveles (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014). Así, ante un problema de investigación novedoso el abordaje suele ser exploratorio y dirigido a iniciar el proceso metodológico de acercamiento hacia el fenómeno. Más adelante, las investigaciones pueden alcanzar un nivel descriptivo, correlacional o causal. En este documento se hace patente una investigación de carácter correlacional, la cual, haciendo uso de la inferencia estadística, tiene cierto valor explicativo (Kerlinger & Lee, 2002).

La importancia del alcance de la investigación deriva del resultado que se espera de ella y de su función condicionante del método. Igualmente, el alcance del estudio guía el diseño, los procedimientos y otros componentes del proceso, independientemente de que sea exploratorio, descriptivo, correlacional o explicativo. Al respecto, una investigación puede incluir elementos de más de uno de estos cuatro alcances (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014).

Existen diferentes mecanismos e instrumentos para reunir información en forma organizada y con un objetivo específico. Para el enfoque cuantitativo, estos instrumentos son estandarizados y uniformes y pueden ser cuestionarios o escalas (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014). Para el caso de esta investigación se utilizó un cuestionario con tarjeta de respuestas de escalamiento Likert, que de acuerdo con Rodríguez (2010), permite obtener información sobre determinado problema a partir de una lista de temas o dimensiones de interés.

Como se ha revisado, las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en la industria alimentaria repercuten en cualquier trabajador o miembro de esta empresa, e incluso en el contexto físico en el que se desarrollan sus estrategias competitivas. No obstante, los datos requeridos se manejan en los mandos medios y estratégicos de la organización, razón por la cual los empleados de estos niveles conforman la población del estudio. De estos, se han seleccionado por conveniencia de acuerdo con la relevancia de los datos que pueden proporcionar y la disponibilidad para responder al instrumento. Así, el tipo de muestreo fue no probabilístico (Otzen & Manterola, 2017).

Las empresas que forman el universo son: Grupo Herdez, S.A. DE C.V., Industrias Marino S.A. de C.V., Caffenio, La Costeña y Sigma Alimentos, Cola-Cola, Molinera del Fuerte S.A. DE C.V., Grupo OXXO, Starbucks Café y Grupo Moctezuma, siendo industrias que cuentan con las características necesarias para la investigación.

Para determinar la muestra de las industrias alimentarias a investigar se utilizó la fórmula estadística de muestreo finita, dando como resultado 7.37 industrias alimentarias. De ahí, 24 participantes respondieron el instrumento, según la estrategia por conveniencia descrita. El cuestionario

estuvo conformado por 29 preguntas cerradas (29 de la escala y 4 complementarias). Se abordan la dimensión social de Rse y de competitiva. Las preguntas se contestaron de acuerdo con una escala Likert con siete opciones de respuesta.

Cabe señalar que, el instrumento se considera confiable, ya que se obtuvo un Alfa de Cronbach de .90 para la escala de Rse y un alfa de .87 para la escala de C. Esto considerando las escalas globales. Se calcularon el Alfa de Cronbach, obteniendo .88 para la dimensión social. Para la competitiva el Alfa de Cronbach fue de .83, lo anterior es congruente con lo encontrado en otras investigaciones donde se ha utilizado el instrumento (Hernández y Manrique, 2017). La tabla 1 y 2 presentan la confiabilidad del instrumento en lo referente a la Rse y eC, respectivamente.

TABLA 1. Confiabilidad por dimensiones y total del instrumento de Rse

Factor	Alfa de Cronbach	No. de elementos	Consistencia
Dimensión Social	.88	14	Alta

TABLA 2. Confiabilidad por dimensiones y total del instrumento de la eC

Factor	Alfa de Cronbach	No. de elementos	Consistencia
Estrategia competitiva	.83	15	Alta

ResULTADOs

Las prácticas de la dimensión social pueden visualizarse exhaustivamente, una por una en la tabla 3 y la relación con los puntajes medios y desviaciones estándar, según los resultados mostrados en la tabla 4.

Tabla 3. Puntajes medios y desviaciones estándar de los ítems de la dimensión social de la Rse

Ítem	Media	Desviación estándar
Fomentamos la formación y el desarrollo profesional de los empleados.	6.92	.40
Existe igualdad de oportunidades para todos los empleados.	6.79	.58
Nos preocupamos por mejorar la calidad de vida de los empleados.	6.79	.50
Estamos comprometidos con la creación de empleo y nuevos puestos de trabajo (aceptación de becarios, contratación paro juvenil cualificado, nuevos talentos, etc.).	6.71	.62
Tenemos niveles de salud y seguridad laboral más allá de los mínimos legales.	6.71	.62
Valoramos la contribución de las personas discapacitadas al mundo empresarial.	6.67	.56
Los mecanismos de diálogo con los empleados son dinámicos.	6.54	.72
Consideramos las propuestas de los empleados en las decisiones de gestión de la empresa.	6.54	.72
El salario de los empleados está relacionado con las competencias y los rendimientos que obtienen.	6.54	.83
Pagamos salarios por encima de la media del sector.	6.38	.97
Tenemos políticas de flexibilidad laboral que permiten conciliar la vida laboral con la vida personal.	6.37	1.34
Estamos a favor de la contratación de personas en riesgo de exclusión social.	6.33	1.00
Participamos en proyectos sociales destinados a la comunidad.	6.25	1.29
Animamos a los empleados a participar en actividades de voluntariado o en colaboración con ONGs.	5.96	1.54

TABLA. Puntajes medios y desviaciones estándar de las dimensiones de la Rse y la escala total

Dimensión	Media	Desviación estándar
Dimensión social	6.5357	.56518
Escala total de Rse	6.5357	.56518

Se procede a presentar los puntajes de competitividad y las prácticas organizacionales que significan. Sobre esto, el puntaje medio de la escala fue de .56518, que al igual que en el caso de Rse se considera elevado, considerando el puntaje mínimo (1) y máximo (7), posibles. La desviación estándar fue de .46101, tal y como se muestra en la tabla 5.

TABLA 5. Puntajes medios y desviaciones estándar de las dimensión competitividad y la escala total

Dimensión	Media	Desviación estándar
Competitiva	6.5611	.46101

Respecto a la competitividad, el elevado puntaje en esta dimensión se corresponde con una preocupación por los niveles de calidad de los productos en comparación con otras empresas, así como por la confianza en la capacidad y calidad directiva de sus gestores. De la misma manera se impulsa la capacitación de los recursos humanos y se resalta la cohesión con los valores y cultura corporativa, tal cual se aprecia en la tabla 6.

Con el análisis anterior, se cubre la determinación de los tipos de prácticas referentes a la competitividad que se realizan en la industria alimentaria en el norte de Sinaloa, y se logró el objetivo planteado en esta investigación.

Para precisar estos hallazgos, el coeficiente de correlación que mide la fuerza de asociación entre la dimensión social y la competitividad fue de $r=.363$, con una significación asintótica bilateral de .022, superior al valor de alfa (.05). Como puede apreciarse en la tabla 7, la correlación es positiva y moderada. En la figura 1 se observa un diagrama de dispersión con una

tendencia lineal ascendente, lo que es característico de las correlaciones positivas. Podría decirse que a mayor puntaje en esta dimensión de la Responsabilidad Social Empresarial, mejores niveles de estrategia competitiva.

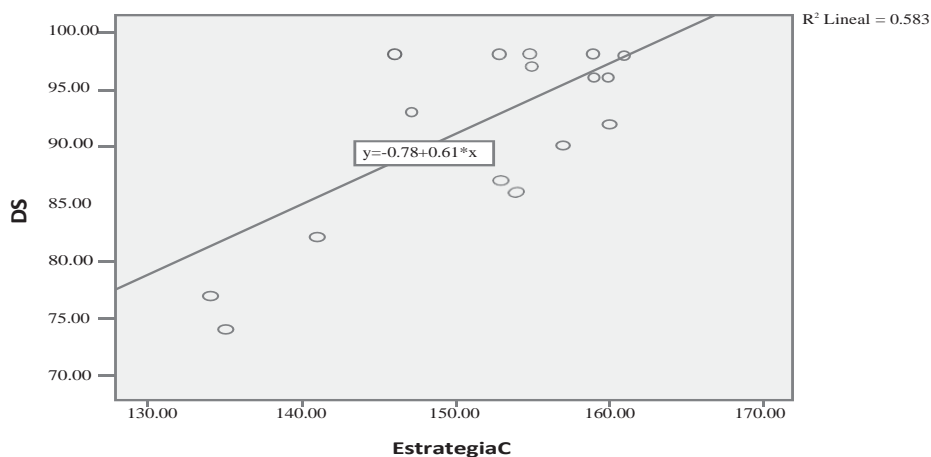
TABLA 6. Puntajes medios y desviaciones estándar de los ítems de competitividad

Ítem	Media	Desviación estándar
Niveles de calidad de nuestro producto frente a otras empresas.	6.79	.415
Los gestores tienen capacidades directivas.	6.71	.624
Calidad de gestión de los recursos humanos.	6.71	.859
Niveles de formación y capacitación del personal del recurso humano.	6.67	.868
Contamos con niveles de cohesión de los valores y de la cultura corporativa.	6.46	.779
Contamos con un nivel de conocimiento del mercado, <i>know-how</i> y experiencia acumulada.	6.33	1.129
Satisfacción y fidelización de clientes.	6.71	.624
Satisfacción y retención de nuestros mejores empleados.	6.54	.977
Imagen y reputación corporativa.	6.50	.933
La capacidad de aprendizaje de los empleados es la clave de nuestra ventaja competitiva.	6.92	.282
El desempeño de la organización ha sido influenciado por el nuevo aprendizaje en los últimos tres años.	6.88	.338

TABLA 7. Correlaciones entre la dimensión social y la competitividad

Coeficiente de correlación Tau b de Kendall		Competitividad
Dimensión social	Coeficiente de correlación	.363**
	Sig. (bilateral)	.022
	N	24

FIGURA 1. Diagrama de dispersión entre la dimensión social de la Rse y la competitividad



ResULTADOs

Alarcón, Quinapanta, Frías Jiménez y Nogu (2019) expresan mediante su investigación la relevancia que existe del grado de interrelación entre el talento humano y la Rse es evidente, tanto en el interior de la organización como hacia el exterior, quedando demostrado que el talento de los hombres y su grado de conciencia, les podrá guiar a la producción limpia, sin empleo de químicos orgánicos que dañen la salud de los ciudadanos, pues, el empleo de químicos y fertilizante solo conlleva a la producción o generación de enfermedades irreparables para la sociedad y no precisamente a la elaboración de un producto sano (café).

Con lo cual se confirma el impacto de las variables analizadas sobre las dimensiones sociales de la industria que genera un impacto positivo con la competitividad en la industria alimentaria del norte de Sinaloa. En congruencia con lo expuesto, se resalta el valor heurístico de este proyecto de investigación, el cual se relaciona de manera importante con el estado actual del conocimiento de la Rse. A su vez, se abre la posibilidad de explorar relaciones no lineales de la Rse con otras variables pertinentes.

CONCLUSIONES

Como una manera de abonar al objetivo: conocer la influencia de la dimensión social de la Responsabilidad Social Empresarial en la competitividad de la industria alimentaria del norte de Sinaloa, se realizó un análisis de la correlación de la dimensión social de la Responsabilidad Social Empresarial con la competitiva, mediante la prueba de Kendall, permitiendo encontrar correlaciones estadísticamente significativas entre la dimensión social y la competitividad, donde se obtuvieron hallazgos, como la existencia de una positiva y moderada correlación entre la dimensión social y la competitiva.

De esta manera, los datos obtenidos y su posterior análisis permiten lograr el objetivo de la investigación aprobando que se establece una relación entre la dimensión social, impacta directamente con el aspecto humano y social de las organizaciones, y es por medio de la gestión del recurso humano que puede materializarse el bienestar de su personal como principal grupo de interés dentro de las mismas y que está directamente involucrado con la estrategia competitiva de la empresa. Así, las empresas responsables, precisan insertarse dinámicamente en lo social, llevar a cabo una gestión en beneficio de los trabajadores, partiendo del hecho que éstos son su principal motor y a la vez son miembros activos de la comunidad en general.

Es por ello, que la empresa resalta la importancia del recurso humano, pues es el que influye en la supervivencia, desaparición o éxito empresarial. Mediante la gestión del recurso humano e integración de Rse los directivos pueden determinar entusiasmo y compromiso, planificación y organización en el trabajo, preocupación por las condiciones laborales, capacitación y desarrollo por propiciar un lugar de trabajo motivador, desafiante y participativo, en fin, proporcionarles posibilidad de mejorar la calidad de vida.

REFERENCIAS

Alarcón, Quinapanta, M., Frías Jiménez, R., & Nogu. (2019). Influencia del talento humano y su impacto en la responsabilidad social empresarial y en la trazabilidad del café ecuatoriano. *Veritas & Research*, 1, 45-53.

- Cebreros, G. A. (Junio de 2019). *Responsabilidad social corporativa aplicada al sector textil español: Indetex y Mango*. Cantabria, España: Universidad de Cantabria.
- Chao, H. (2015). *Gestión de Recursos Humanos y Responsabilidad Social de la Empresa: de las ideas a las aplicaciones*. Universidad de la Rioja, España.
- Durán, A., & Mosquera, P. (2016). Correspondencia de los Modelos de Relaciones Públicas a distintos contextos evolutivos de Responsabilidad Social Empresarial. *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, 91-112.
- Erazo, L., & Ortiz, D. (2018). *Gestión de talento humano*. México: Editorial Limusa.
- Ferart, M., García, B., & Varela, R. (2017). *Responsabilidad Social de Empresa*. UNAM.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. México D.F.: McGraw-Hill/Interamericana Editores, S.A. de C.V.
- Kerlinger, F. N., & Lee, H. B. (2002). *Investigación del comportamiento*. McGraw-Hill.
- Madero G, S. M., & Zárate Solís, I. A. (2016). La sostenibilidad desde una perspectiva de las áreas de negocios. *Cuadernos de Administración*, 32, 7-19.
- Marikina, M. (2018). The Impact of Ecological Regulations and Management on National Competitiveness in the Balkan States. *Journal of Competitiveness*, 10(4), 120-135. <https://www.cjournal.cz/files/309.pdf>
- Moll, N. R. (2017). La dimensión laboral interna de la Responsabilidad Social Empresarial y el Derecho del Trabajo. *Revista Internacional y Comparada de Relaciones Laborales y Derecho del Empleo*, 5, 1-36.
- Mora, E., Vera, M., & Melgarejo, Z. (2015). Planificación estratégica y niveles de competitividad de las mipymes del sector comercio en Bogotá. *Estudios gerenciales*, 79-87. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0123592314001600?via%3Dihub>
- Naciones Unidas (2019). Objetivos de Desarrollo Sostenible. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/development-agenda/>
- Ostrouch, T., & Sługocki, W. (2018). Space and population-competitiveness determinants of countries in the age of globalization. *Management*, 22(2), 121-140. [https://content.sciendo.com/configurable/contentpage/journals\\$002fmanment\\$002f22\\$002f2\\$002farticle-p121.xml](https://content.sciendo.com/configurable/contentpage/journals$002fmanment$002f22$002f2$002farticle-p121.xml)

- Otzen , T., & Manterola, C. (2017). Técnicas de muestreo para una población de estudio. *Scielo*, Conacyt, 227-232.
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (2019). Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. <https://www.undp.org/content/undp/es/home/sustainable-development-goals.html>
- Rodríguez, M. (2010). *Métodos de investigación*. Culiacán: Universidad Autónoma de Sinaloa.
- Sanchis, J., & Rodríguez, S. (2018). Responsabilidad social empresarial en banca. Su aplicación al caso de la banca corporativa. *Revesco*. 127, 204-227. Obtenido de <https://bit.ly/2ZeZIVH>
- Volpentesta, J. (2016). Confluencia de teorías en torno a la Responsabilidad Social Empresarial (Rse). *Revista Digital UNLP/FC.*, 43-52.
- Yauri, S. G., Erazo, Á. J., Narváez, Z. C., & Moreno, V. (2020). *Plan de responsabilidad social empresarial para el sector inmobiliario*. <http://dx.doi.org/10.35381/r.k.v5i10.845>