



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

Responsabilidad social empresarial como ventaja competitiva

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciado en Administración**

AUTORES:

Esteban Perez, Judith Magaly (orcid.org/0000-0002-9634-5008)

Huaman Mallma, Victor Raul (orcid.org/0000-0002-2496-4117)

ASESOR:

Mg: Huamani Cajaleon, Diana Lucila (orcid.org/0000-0001-8879-3575)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

LIMA – PERÚ

2022

Dedicatoria

A Dios por permitirnos alcanzar nuestros logros dándonos salud y trabajo; a nuestros padres por su esfuerzo durante nuestro desarrollo como estudiantes y aportado a nuestro desarrollo profesional.

Agradecimiento

A los docentes de la universidad Cesar Vallejo por contribuir a nuestra formación, a nuestros padres por acompañarnos durante este proceso universitario.



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, DIANA LUCILA HUAMANI CAJALEON, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA ESTE, asesor de Tesis titulada: "RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL COMO VENTAJA COMPETITIVA", cuyos autores son ESTEBAN PEREZ JUDITH MAGALY, HUAMAN MALLMA VICTOR RAUL, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 20.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

LIMA, 01 de Julio del 2022

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
DIANA LUCILA HUAMANI CAJALEON DNI: 43648948 ORCID: 0000-0001-8879-3575	Firmado electrónicamente por: DLHUAMANIC el 25- 07-2022 19:11:52

Código documento Trilce: TRI - 0315985



Declaratoria de Originalidad de los Autores

Nosotros, ESTEBAN PEREZ JUDITH MAGALY, HUAMAN MALLMA VICTOR RAUL estudiantes de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA ESTE, declaramos bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL COMO VENTAJA COMPETITIVA", es de nuestra autoría, por lo tanto, declaramos que la Tesis:

1. No ha sido plagiada ni total, ni parcialmente.
2. Hemos mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicada, ni presentada anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

En tal sentido asumimos la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de la información aportada, por lo cual nos sometemos a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

Nombres y Apellidos	Firma
ESTEBAN PEREZ JUDITH MAGALY DNI: 43577488 ORCID: 0000-0002-9634-5008	Firmado electrónicamente por: JESTEBANP el 12-07-2022 17:10:56
HUAMAN MALLMA VICTOR RAUL DNI: 48147924 ORCID: 0000-0002-2496-4117	Firmado electrónicamente por: VHUAMANM1302 el 10-07-2022 11:58:29

Código documento Trilce: INV - 0940131

Índice de contenidos

Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Declaratoria de autenticidad del asesor	iv
Declaratoria de originalidad del autor	v
Índice de contenidos	vi
Índice de tablas	vii
Índice de gráficos	viii
Resumen	ix
Abstract	x
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	6
III. METODOLOGÍA	14
3.1. Tipo de investigación	14
3.2. Protocolo y registro	14
3.3. Criterios de elegibilidad	15
3.4. Fuentes de información	15
3.5. Búsqueda	16
3.6. Selección de los estudios	17
3.7. Procesos de extracción de datos	18
3.8. Lista de estudios	19
3.9. Síntesis de resultados	20
3.10. Aspectos éticos	21
IV. RESULTADOS	23
V. DISCUSIÓN	39
VI. CONCLUSIONES	45
VII. RECOMENDACIONES	48
REFERENCIAS	50
ANEXOS	57

Índice de tablas

Tabla 1. Objetivos propuestos para la revisión sistemática.....	5
Tabla 2. Cadena de búsqueda	14
Tabla 3. Listado de palabras claves	15
Tabla 4. Fuentes de información	16
Tabla 5. Marco de la teoría del aprendizaje	17
Tabla 6. Resultado de filtrado semiautomático y comprobación manual.....	18
Tabla 7. Artículos utilizados para la selección de sesgo	20
Tabla 8. Publicaciones de revistas desde el 2018 hasta el 2022	21
Tabla 9. Publicaciones por revistas desde el 2018 al 2022.....	24
Tabla 10. Recolección de revistas por cada artículo	25
Tabla 11. Matriz de categorización.....	26
Tabla 12. Matriz de hallazgos	28
Tabla 13. Matriz de resultados y correlación	36

Índice de gráficos

Gráfico 1 Pasos de la extracción de datos

19

Resumen

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo demostrar que aplicar la responsabilidad social empresarial genera ventajas competitivas frente sus competidores, mediante el método de revisión sistemática se realizó la recopilación de información sistemáticamente organizada encontrando 30 artículos científicos debidamente indizados. Podemos concluir que las empresas las empresas que participan en actividades de RSE, las que invierten en este campo y sobre todo las que trabajan este aspecto de forma estratégica, son aquellas que tienen una estructura organizacional definida con parámetros y directrices que buscan justamente potenciar la cultura organizacional responsable. En consecuencia, las actividades de RSE influirían tanto en el nivel como en la persistencia del desempeño al atraer a los clientes a comprar, aumentar la satisfacción del cliente, mejorar la lealtad del cliente y mejorar las relaciones con los empleados y las partes interesadas externas.

Palabras clave: Factor Social, factor ambiental, factor económico, responsabilidad legal, responsabilidad ética.

Abstract

The purpose of this research work is to demonstrate that applying corporate social responsibility generates competitive advantages over its competitors. The systematic review method was used to compile systematically organized information and 30 duly indexed scientific articles were found. We can conclude that the companies that participate in CSR activities, those that invest in this field and, above all, those that work on this aspect strategically are those that have a defined organizational structure with parameters and guidelines that seek precisely to promote a responsible organizational culture. Consequently, CSR activities would influence both the level and persistence of performance by attracting customers to buy, increasing customer satisfaction, improving customer loyalty and enhancing relationships with employees and external stakeholders.

Keywords: social factor, environmental factor, economic factor, legal responsibility, ethical responsibility.

I. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación analiza el impacto de la responsabilidad que presentan las empresas para con el trabajador, el gobierno, medio ambiente y su contribución a la sociedad mediante prácticas éticas y valores dirigiendo su proceder a la responsabilidad social empresarial (RSE). Para lograr este propósito se estudió factores que de manera diferenciada influyen en la RSE como ventaja competitiva. Se procedió a describir la variable causa responsabilidad social empresarial (RSE). Así mismo, se elabora las dimensiones aportando información relevante de los artículos revisados y datos de empresas modelo, para proceder a plantear el problema general, objetivos específicos relacionados con sus dimensiones complementando la definición de las justificaciones que pueden dar origen a un nuevo contexto dentro del marco del problema de la investigación.

La responsabilidad social de las empresas como fenómeno nuevo en las actividades empresariales comenzó aproximadamente en la década de 1950 (Lu, et al., 2020, p.1624). En la actualidad, la responsabilidad social de las empresas (RSE) es un fenómeno de tendencia que ha ido transformando e influenciando las políticas gubernamentales, la gestión estratégica de las empresas y las relaciones con la sociedad (Allui y Pinto, 2022, p.1). Además, hay un estancamiento en la búsqueda de este objetivo, dado que, el individualismo neoliberal, la privatización y la ventaja presentan un panorama difícil para el desarrollo empresarial y social. En este sentido es que la RSE ha ganado preponderancia incluyendo el área ambiental, dado que adoptar medidas para su sostenibilidad conlleva a poner mayor atención en la innovación y en la capacidad de comunicar dichas innovaciones de modo que los consumidores las perciban como un cambio a mejor; además disponer de mayores recursos tecnológicos o financieros parece ser insoportable y de poca importancia (García, Ferrer, Castillo y Pinilla, 2021, p.1).

Actualmente una empresa contemporánea no puede ignorar las necesidades de los consumidores modernos, estas necesidades establecen que es vital y apropiado que las empresas y organizaciones comerciales basen sus actividades en acciones socialmente responsables, en lo que respecta a los aspectos sociales, ecológicos y éticos (Aguinis, Glavas, 2012, citado en Lu, et al., 2020, p.1622). Por todo esto es que es necesario abordar categorías que permitirán una mejor explicación de nuestra investigación:

En primer lugar, una empresa socialmente responsable llama la atención cuando se ocupa del bienestar de los empleados y se preocupa en salvaguardar el entorno de trabajo incluyendo salarios competitivos y que correspondan a las normas impuestas por las leyes; todo esto puede influir en la imagen de la empresa y en sus perspectivas de futuro (Engert, Baumgartner, 2016, citado en Lu, et al., 2020, p.1626). Por lo tanto, las empresas deben tomar las medidas correspondientes en el desempeño laboral, en la gestión de la seguridad y salud en el trabajo ya que el resultado crea un entorno de protección dentro de la empresa fortaleciendo la cultura de seguridad (Suasnavas, Pablo y Andrade, 2019). Además, actualmente el consumidor adquiere productos que protejan su salud, que sean amigables con el medio ambiente, que no utilicen para su producción prácticas contrarias a los derechos humanos entre otros aspectos éticos. (Perusquía, Villalón y López, 2019, p.119).

En segundo lugar, en cuanto al entorno social, es importante conocer que una empresa no podría producir los bienes necesarios ni prestar los servicios sin sus proveedores, por ello, una empresa socialmente responsable está obligada a respetar las condiciones contractuales y a desarrollar sus actividades con transparencia; al hablar de los consumidores, es imperante mencionar que son ellos quienes crean los ingresos de la empresa (Dube, Rugiero, 2008, citado en Lu, et al., 2020, p.1627). Podría afirmarse que la satisfacción de los consumidores, así como la calidad de los bienes y servicios, forman una base de clientes leales y contribuyen a la creación de un segmento de consumidores más amplio, estos elementos ayudan a las organizaciones a crear y desarrollar su ventaja competitiva (Lu, et al., 2020, p.1629). Por esto, con una combinación adecuada de medidas sociales externas, recursos y capacidades competitivas internas, las empresas pueden realizar la creación de un valor compartido de la economía y la sociedad (Zhao, et al., 2022, p.1).

En cuanto al enfoque ambiental, sería muy importante potenciar el desempeño empresarial en este aspecto dado que las tendencias comerciales han cambiado rápidamente debido al entorno competitivo. No es suficiente obtener ganancias y obtener una ventaja competitiva, sino que también es necesario responder por los impactos ambientales (Kraus, et al., 2020, p.1). La realineación de la estrategia corporativa con las prácticas de negocio responsable y el

compromiso con lo social y el medioambiente, genera ventajas competitivas, con la preservación del entorno, ahorros en batallas legales y campañas de imagen de marca, entre otras (Henríquez, et al., 2019, p.3). Por todo esto la responsabilidad con el medioambiente podría convertirse en un valioso recurso de las empresas para establecer ventajas competitivas y al mismo tiempo contribuir al desarrollo sostenible; en otras palabras, puede abordar el dilema entre consumir los recursos disponibles y preservarlos para el futuro (Sayantan, et al., 2021, p.1395).

Hablando referente al enfoque económico, este se centra en los beneficios financieros, pero sin dejar de lado la equidad y la justicia, por esto se le denomina responsabilidad económica que presenta como objetivo empresarial generar ingresos, vender bienes y servicios y satisfacer las necesidades del mercado. Es decir, favorecer a la imagen de la empresa, la capacidad financiera, y la satisfacción de las necesidades de los consumidores (Lu, et al., 2020, p.1633, p.1635). En consecuencia, el enfoque económico tiene como única responsabilidad la de generar ganancias para sus accionistas (Long, et al., 2019, p.3). Siempre que los consumidores utilicen nuestros servicios o productos se puede destinar el beneficio obtenido para invertir en otras cosas como la innovación que logre diferenciar a la empresa de los competidores o incluso puede permitir hacer cosas que ni siquiera han pensado en hacer (Nyuur, et al., 2019, P.9).

Referente a las responsabilidades legales estas incluyen el cumplimiento de las responsabilidades económicas dentro de los requisitos legales. Las responsabilidades éticas garantizan que las empresas cumplan con las reglas morales que definen comportamientos apropiados en la sociedad. Las responsabilidades discrecionales implican actividades que no son obligatorias ni requeridas por la ley ni esperadas de los negocios en un sentido ético (Latif, et.al., 2020, p.3). La certificación ISO 9001 demostró ser un predictor significativo del beneficio de RSC de fomentar la innovación, mientras que las variables código de conducta y sector servicios fueron relevantes. Así, las empresas con certificación ISO 9001, cuando se comparan con empresas con otras certificaciones, y las empresas del sector servicios, cuando en comparación con los del sector industrial, consideraron que la RSC es más importante para fomentar la innovación. La ISO 9001 fomenta la innovación en las empresas para generar ventaja competitiva. (Allui, y Pinto, 2022, p.9).

En cuanto a la justificación, según Eliyana y Marafif (2018), explican que es de mucha importancia la implicancia de teorías para que estas puedan servir de explicación y resolver el tema tratado (p.19). También, Gillet y Vanden berghe (2020) mencionaron que la justificación es importante, pues con esta se da a conocer el por qué y para que se está realizando tal estudio. La investigación parte de un objetivo el cual debe ser justificado de manera tal que permita el cumplimiento del mismo, explicando el porqué de su investigación y cuáles son sus beneficios. (p.25).

Para la justificación teórica Buil, Martines y Matute (2018), indicaron que la investigación tiene como punto de vista el desarrollo y la explicación de la variable causal responsabilidad social con su variable dependiente ventaja competitiva que permite tener información más amplia, esto va a ser comparado con argumentos y teorías encontradas en artículos indexados para tener la respuesta que busca este estudio. Nyuur, et al., (2019) indicaron que la Justificación teórica, brinda apoyo en el entendimiento del grado de importancia de la responsabilidad social empresarial, como una estrategia de las organizaciones para obtener ventajas frente a los competidores del mercado (p. 2).

En cuanto a justificación metodológica, según Bernal (2014), “mencionó que la justificación metodológica del estudio se da cuando el proyecto que se va a realizar propone un nuevo método o una nueva estrategia para generar conocimiento válido y confiable” (p.107), es decir que es la elección de métodos y propuesta de estudio sobre un tema para poder obtener los resultados, estos están basados en técnicas de investigación válidas. Este trabajo pretende que haya un mayor interés y más estudios sobre este tema que es de mucha importancia para las empresas de hoy en día y también para el entorno con las que se relacionan. Por lo anteriormente dicho, la justificación metodológica usada en este proyecto de investigación es la revisión sistemática basada en la recopilación de artículos indexados relacionado a las variables responsabilidad social empresarial y ventaja competitiva esto nos da la fiabilidad de que la información obtenida ha sido de fuentes confiables.

Por último, la justificación social según Navarro (2018), se refiere al impacto de la investigación frente a la sociedad además de indicar a que integrantes del entorno social beneficia el desarrollo de la investigación (p.8). Esto quiere decir qué

es lo que aportaría el proyecto de investigación y quienes serían los beneficiarios en el desarrollo del mismo. Con respecto a la justificación social del proyecto podemos mencionar que se beneficiarían las empresas y personas que busquen conocer más referente a la RSE y por consiguiente reconocer temas de importancia como las certificaciones ISO y demás recursos que hacen a una empresa responsable frente a la sociedad, el medio ambiente y respetuosa de sus propios principios éticos. Se tiene por ejemplo a Perusquia, et al., (2019), quienes explican que la responsabilidad social empresarial no solo se centra en el bienestar de los empresarios contribuyendo en un valor agregado y una mejor posición de la empresa frente a sus competidores, sino también se enfoca en el beneficio de las personas, comunidad y medio ambiente y así obteniendo una ventaja competitiva (p.109).

Asimismo, para predeterminar los objetivos de la investigación Mejía (2018) se refiere al logro en alcanzar en el estudio formulando y empezando con un verbo de infinitivo que precise la acción a realizar (p.98). Los objetivos de investigación son:

Tabla 1.

Objetivos propuestos para la revisión sistemática

Objetivo 1	Aplicar la responsabilidad social empresarial genera ventajas competitivas frente sus competidores.
Objetivo 1 ^a	Analizar la responsabilidad social empresarial desde la perspectiva organizacional para generar ventajas competitivas frente a sus competidores.
Objetivo 1b	Analizar la responsabilidad social empresarial desde el punto de vista estratégico para generar ventajas competitivas frente a sus competidores.
Objetivo 1c	Analizar la responsabilidad social empresarial desde el punto de vista de gestión para generar ventajas competitivas frente a sus competidores.

Nota. El objetivo 1 se refiere a las variables de estudio, los siguientes al estudio de las variables.

II. MARCO TEÓRICO

En este capítulo se presentan los antecedentes encontrados en investigaciones hechas anteriormente que serán de utilidad para sustentar la revisión sistemática. Además, se determinan las bases teóricas sobre los aspectos generales de la investigación.

Padilla, C. y Collazzo, P. (2022). El propósito de los autores fue explorar la interacción entre la responsabilidad social de las empresas (RSE) y la innovación verde para impulsar la competitividad en la industria manufacturera en un contexto de mercado emergente. Trabajaron con una muestra de 325 directivos de empresas manufactureras de Ecuador, utilizando métodos cuantitativos y transversales. Concluyeron que la RSE y las innovaciones verdes influyen significativamente en la competitividad de la manufactura en una economía en desarrollo y recomendaron realizar mayores pruebas ya que su estudio únicamente trabajó con las empresas manufactureras de Ecuador y se centra en las prácticas de RSE en un único estudio de caso territorial.

Mehmood, y Hanaysha, (2022). Proponen que integrar la RSE dentro de las directrices de la empresa supone tomar en cuenta el capital intelectual verde y la innovación ecológica que por consecuencia representan una ventaja competitiva para la organización. La metodología desarrollada fue de una revisión sistemática, tomaron en cuenta 289 artículos que sirvieron para el desarrollo de un modelo intelectual. Concluyeron que, desde la óptica de la gestión ecológica, la responsabilidad social corporativa afecta a la ventaja competitiva de las empresas, recomendaron poner a prueba este modelo teórico en diferentes contextos y países para enriquecer esta investigación.

Mai, An Khoa, y Nguyen, (2021). Pretendieron identificar cómo una empresa obtiene directamente una ventaja competitiva mediante la aplicación de la RSE. Los datos se recogieron encuestando a 869 directivos, como representantes de pequeñas y medianas empresas, y de grandes empresas, de los sectores de comercio y servicios, inmobiliario y manufacturero de Vietnam. Concluyeron que, la realización de actividades de RSE de carácter medioambiental, ético, filantrópico y legal contribuye positivamente a aumentar la reputación de la empresa y, por tanto, a generar una ventaja competitiva. Sugieren que las empresas deberían aplicar la RSC como estrategia a largo plazo para ganar reputación y ventaja competitiva.

Marakova, Wolak, y Tuckova, (2021). Tuvieron como objetivo el identificar las fuentes clave de la ventaja competitiva de las grandes empresas, mediante el estudio que realizaron sobre 253 grandes empresas que operan en Polonia, concluyeron que las actividades de marketing, las actividades de innovación y la aplicación de la responsabilidad social corporativa son las fuentes clave de la ventaja competitiva de las grandes empresas que operan en el mercado. Indicaron que los resultados de estas investigaciones pueden convertirse en directrices para que los directivos se centren adecuadamente en los factores que son fuentes de ventaja competitiva de una empresa en el mercado.

Eyasu, y Arefayne, (2020). Examinaron la relación entre las diferentes dimensiones del compromiso de la RSE (cliente, empleado, comunidad y medio ambiente) con la estrategia de ventaja competitiva del sector bancario. Utilizaron datos transversales de 28 sucursales del banco Lion International de Etiopía, concluyendo que las distintas partes interesadas en la aplicación de la RSE influyen positivamente en los elementos de ventaja competitiva del banco. Recomendaron que los directivos de los bancos deberían hacer más hincapié en la RSC relacionada con el medio ambiente e integrarla en el funcionamiento de la empresa, lo que podría tener un gran impacto en la ventaja competitiva de la organización, ayudándoles a garantizar un desarrollo sostenible.

Lu, Ren, Yao, Qiao, Mikalauskiene y Streimikis (2020). Plantearon como objetivo de investigación el de relacionar a la RSE con la competitividad. El diseño de investigación fue revisión literaria que fue aplicado a todas las empresas de lituana, y se concluyó que la RSE afectan de manera diferente a la competitividad como es a la imagen, reputación y necesidades de los clientes, sin embargo, no afecta a la calidad de producción ni las posibilidades de introducción de innovaciones en una empresa. Así mismo, se recomendó probar el modelo desarrollado y extenderlo a empresas de otros países para saber cómo afecta la diferencia cultural y así obtener mayor información de la RSE en relación con la ventaja competitiva.

Nyuur, Ofori, y Amponsah, (2019). Plantearon como objetivo de estudio el examinar la función moderadora de la orientación a la exportación, la estrategia firme, la estructura y el tamaño de las empresas para conocer con más profundidad la relación entre la RSE y la ventaja competitiva. El diseño de investigación usado

fue revisión de información y una creación de un modelo que fue aplicado a los gerentes de varias empresas en Ghana; y se concluyó que hay efectos positivos de la RSE en la autoridad competente que los impulsa a aplicarla para obtener mayor competitividad sin importar el tamaño de la empresa. Así mismo, se recomendó que las empresas investigadas deben desarrollar e implementar la RSE de acuerdo a sus objetivos.

Allui, y Pinto, (2022). Tuvieron como objetivo identificar los beneficios no financieros de la RSE y el enfoque general de la RSE en Arabia Saudí. Para esto realizaron una encuesta entre empresas saudíes seleccionadas al azar de los sectores de la fabricación y los servicios. Analizaron las estadísticas descriptivas de los perfiles de las empresas, los enfoques de la RSE y los beneficios de la RSE. Concluyeron que el enfoque de RSC más frecuente es minimizar los impactos negativos y maximizar los impactos positivos de la empresa, teniendo en cuenta los aspectos sociales, medioambientales y económicos. Recomendaron incrementar el tamaño relativamente de la muestra y los datos longitudinales para analizar los efectos de las variables a lo largo del tiempo.

Zhao, Tan, y Zhon, (2022). Los autores utilizaron un modelo de juego biforme para estudiar las relaciones entre la responsabilidad social corporativa (RSC) y la ventaja competitiva y su compensación entre las empresas. Concluyeron que las características tecnológicas, la estructura industrial y los entornos institucionales son factores que influyen en el equilibrio entre la ventaja competitiva y la RSE. Concluyeron que su investigación presentó información vital para las implicaciones de gestión, ya que las estrategias de RSE son cada vez más frecuentes en el entorno empresarial actual. Recomendaron deberían profundizar futuras investigaciones teniendo en cuenta que las empresas pueden invertir diferentes niveles de recursos en estrategias de RSE.

Bañuelos, Avendaño, y Carrasco, (2021). Tuvieron como objetivo el conocer los principales actores y factores que influyen en la adopción de medidas y normas de Responsabilidad Social Empresarial, esto lo pudieron realizar mediante una encuesta Delphi realizada en México y España. Concluyeron que las empresas de México y España adoptan medidas y normas de RSE principalmente a petición de los supermercados de destino en EE.UU. y Europa, que tienen el mayor poder en la cadena de valor global. Recomendaron que la investigación se completaría con

un análisis FODA para tener un mejor análisis y resultados en futuras investigaciones.

Wicker, (2021). Su objetivo fue inspirar a los académicos que pretenden elaborar una investigación orientada a tener un impacto, no sólo en la conversación académica y la teoría, sino también en la práctica y la sociedad en general, ya que la RSE ha pasado de centrarse en la maximización del valor para los accionistas a servir a más partes interesadas y a la sociedad en general. Mediante un análisis cualitativo de la revisión sistemática, concluyeron que se debe seguir reconociendo el valor, la interrelación y la complementariedad de los diferentes enfoques para llevar a cabo la investigación. Es por esto que ante los múltiples métodos y las teorías sobre la RSE la convierte en una temática que requiere mayor profundidad haciendo de la investigación sobre la RSE una empresa académica que se ocupe de las grandes cuestiones que merece la pena plantear.

Martínez, Casillas, Nuñez, González, Aguilera, y Portales, (2018). Plantearon que la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) es considerada como una práctica funcionalista que genera ventajas competitivas para las empresas. Se llevó a cabo una metodología cualitativa, la cual consiste en una serie de prácticas y acercamientos interpretativos, realizados en un contexto natural para lograr interpretar un fenómeno que constó de cinco fases, a través de las cuáles se identificaron las intenciones de compra de los participantes y las causas de las mismas. Concluyeron que el marketing social es una herramienta de RSC orientada a la construcción de una ventaja competitiva. Recomendaron mayor investigación ya que este experimento es solamente una aproximación al estudio de los procesos de compra y de consolidación de hábitos de la generación millennial, así como de la forma en que el marketing social y las prácticas de RSC pueden incidir en su comportamiento e interés por contribuir al beneficio de la sociedad por medio de la adquisición de productos con mayor valor social y/o ambiental.

García, Ferrer, Castillo y Pinilla, (2021), Tuvieron como objetivo determinar cuáles son los recursos de una empresa que impulsan sus decisiones sobre políticas de sostenibilidad. Tomaron en cuenta una muestra de 411 gerentes de bodegas vitivinícolas, y concluyeron que la adopción de políticas de sostenibilidad requiere poner el acento en la innovación y en la capacidad de comunicar dichas innovaciones para que los consumidores las perciban como un cambio a mejor;

recomendaron además que la promoción de la financiación y la disponibilidad de recursos como herramientas básicas deberían revisarse en las políticas de sostenibilidad de las empresas vitivinícolas.

La responsabilidad social empresarial (RSE) desde su aparición en la década del 50, cuando las empresas empezaron a implementarla no fue sino hasta 1999 que la Organización Mundial de la Salud propuso una iniciativa donde todas las empresas comerciales contribuyan al desarrollo sostenible, así reducir la contaminación (Lu, et al., 2020, p5). La Responsabilidad social de la empresa genera en el trabajador un sentido de pertinencia en la organización lo que mejora su desempeño laboral. Esto hace que los empleados logren terminar con sus actividades ya que se sienten más confiados en sus capacidades para realizar tareas difíciles que consideran como desafíos que necesitan completarse y ya no como una amenaza que evitar (Latif, et al., 2020, p.4), Con estas prácticas responsables generan una imagen importante y obtienen un beneficio económico que son menores costos a través de un mecanismo de mano de obra mediante el cual los empleados estén dispuestos aceptar una partición económica menor como el valor que se le agrega a la empresa como es reputación e importancia. (Newman, Rand, Tarp y Trifkovic, 2020, p.16).

Hoy en día, se entiende que la RSE es un recurso valioso que no solo obtiene beneficios económicos, sino que también genera beneficios no monetarios como la reputación corporativa y la satisfacción del cliente, crean una ventaja competitiva diferenciada para las empresas (Zhao, Meng, He y Gu, 2019, p.3). La inversión de recursos de la empresa en prácticas de RSE aumenta las ventas, la satisfacción del cliente y la reputación corporativa. Entonces, a las personas le gusta comprar productos y servicios de las empresas que siguen las prácticas de RSE y también es probable que pague una cantidad adicional por ello (Latif, et al., 2020, p.8). La competitividad que se alcanza usando actividades sostenibles aseguran una competencia a largo plazo lo que genera una ventaja competitiva en el mercado. Esta ventaja está basada en que las empresas logran diferenciarse de las demás por medio de las actividades de RSE (Lu, et al., 2020, p.11, p.8).

Referente a la RSE y el ámbito social, la colaboración de proveedores que están involucrados y participan en las actividades relacionadas en la producción de una empresa, es valiosa y representa un recurso primordial que crea una ventaja

competitiva frente a las demás empresas (Zhou, Wang y Zhao, 2020, p.6). La RSE, no debe solo enfocarse de manera local, sino global a la población en general, en un sector competitivo las empresas dirigen muy poca prioridad a la RSE en su estrategia en comparación de los sectores con menos competitividad, esto quiere decir que la competencia no es un factor que impulse a implementar la RSE en su gestión, lo que si impulsa es la relación de la empresa con la comunidad y que tan arraigados están la una con la otra (Newman, et al., 2020, p.11). Cabe señalar que los empleados expresan su satisfacción y a un mayor compromiso laboral a consecuencia de las actividades de RSE que la empresa donde laboran aplica con el propósito de mejorar el bienestar del trabajador, generando una ventaja competitiva desde lo interno de la empresa (Stojanovic, Milosevic, Arsic, Urosevic y Mihaljovic, 2020, p.12).

Por otro lado, la RSE respecto del ámbito económico no es tan importante en países con poco desarrollo, como lo es en las empresas de Pakistán, por ejemplo, donde no existe una ley de RSE y las obligaciones que deben tener hacia el entorno. Las empresas ejercen RSE para incrementar su desempeño empresarial, y no tienen inconveniente en pagar o invertir por mejoras, esto lo saben los inversionistas, pues ellos prefieren invertir en empresas que les aseguren una rentabilidad como son las empresas viables con RSE que les da una ventaja frente a las otras (Ali, Danish y Asrar-ul-Haq, 2019, p3). Estas ventajas competitivas se refieren a la capacidad que posee la empresa de realizar sus actividades de una forma más eficiente para obtener menores costos. Tal ventaja también está relacionada en la manera como la empresa realiza sus procesos ya que esto permite aumentar el valor para sus clientes. Por esto Los clientes no tendrán ningún inconveniente en pagar el precio puesto por la empresa haciendo referencia a la preferencia o lo que esperan los clientes por los productos que ofrece la misma (Perusquía, et al., 2019, p.87).

Referente a la RSE y el aspecto ético, las instituciones de hoy en día y en la mayoría de los países impulsan a que las empresas a que apliquen la RSE en sus actividades como una estrategia competitiva (Nyuur, et al., 2019, p.3), la actitud de los trabajadores por el querer que se implemente la RSE en las empresas es el primer paso para determinar con éxito un importante concepto empresarial.

Implementar la RSE en las organizaciones influye en la reducción de costos, esto es algo que los gerentes deben tomar en cuenta en el proceso de toma de decisiones por lo que la RSE trae muchos beneficios para la empresa (Stojanovic, et al., 2020, p.5). El concepto para la RSE, se puede entender como el medio que aporta para una mejor sociedad, ya que favorece al bienestar de los trabajadores, como también para sus clientes en general. Con esto se puede decir que son prácticas éticas que se gestionan dentro de las organizaciones con el propósito de favorecer el crecimiento de los trabajadores, como también, contribuir en el éxito de las empresas (Perusquía, et al., 2019, p.80).

El deterioro y contaminación ambiental se ha vuelto un problema mundial que afecta tanto a empresas como a los recursos. Sin embargo, se ha tomado conciencia de que las actividades sin responsabilidad ambiental causan un daño al medio ambiente generando aguas y aire contaminado, emisiones atmosféricas y una disminución de recursos (Kraus, et al., 2020, p.1). La actual condición medioambiental y la razonabilidad del hombre han permitido percibir que los cambios que se han originado en el ecosistema amenazan a las personas y empresas, buscando con la responsabilidad ambiental mejorar la condición para las personas y el medio ambiente (Perusquía, et al., 2019, P.69). El hecho de que las empresas inviertan en RSE, ayudará a la protección del medio ambiente, disminuir el desperdicio de recursos y a poder mejorar el uso eficiente de riquezas y sus procesos operativos (Ling, 2019, p.334). Además, las actividades de responsabilidad ambiental benefician la imagen y reputación de la empresa generando un compromiso por parte de sus trabajadores y haciéndose ver por todos como una organización que protege el medio (Benitez, et al., 2019, p.4).

Referente a la RSE y el aspecto legal, las organizaciones básicamente buscan minimizar desechos, abarcar el calentamiento global, la contaminación del aire, el uso de agua, carbón, petróleo, electricidad y conservación de energía (Kraus, et al., 2020, p.3); para esto, la política ambiental dirige a las empresas a que proporcionen un medio ambiente limpio a través de prácticas sostenibles para un uso eficiente de recursos y así también resolver algunos inconvenientes que presentan las organizaciones (Lu, et al., 2020, p.7), es por esto que la RSE legal es de mucha importancia para una organización ya que al ser una institución está

sujeta al cumplimiento de normas y leyes. Además, si se realizan actos ilegales, hay sanciones que implican perjuicios en la producción y la obtención de ganancias. Además, acciones como garantizar que todos los productos cumplan con los estándares legales y el respeto de los acuerdos contractuales, son factores esenciales en la RSE para que las empresas mantengan y sostengan su operación, ya que la RSE legal afecta positivamente la construcción de una ventaja competitiva para las empresas (Mai, et al., 2021, p.99).

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo de investigación

La presente investigación se realiza bajo la metodología de revisiones sistemáticas, que mediante el análisis estructurado de artículos se responde a la pregunta de investigación planteada a partir de una lectura crítica y con transparencia de los artículos encontrados. (Sobrido y Rumbo, 2018, p. 388). Este tipo de investigación tiene como objetivo desarrollar una comprensión mediante la investigación recopilando información relevante sobre un tema, estructurando la base de datos en base a los resultados de diferentes investigaciones para ofrecer a la comunidad científica aportes para la solución de problemas existentes según el tema estudiado y las evidencias recopiladas.

3.2. Protocolo y registro

Según Moreno et al., (2018), en primer lugar, se plantea un problema, determinando las palabras que se usaran en la búsqueda, los artículos de la investigación tienen que ser adecuados y se consiguen luego de realizar un análisis crítico y estadístico (p.184). En la investigación se tuvo la necesidad de extraer información relevante dentro de las diferentes páginas de revistas indexadas donde se busca artículos científicos en los sitios web como: scopus, 14roque, Proquest, verificando por MIAR los códigos ISSN para garantizar la calidad de los artículos.

Tabla 2.

Cadena de búsqueda

Base de datos		Resultados de palabras claves y otros filtros aplicados
Proquest	370	Palabra Clave ("responsabilidad social empresarial") o ("ventaja competitiva), (Factor Social)", ("factor ambiental"), ("factor económico"), ("gestión de recursos humanos"), ("responsabilidad legal"), ("responsabilidad ética")>
Scopus	1750	Palabra Clave ("responsabilidad social empresarial") o ("ventaja competitiva), (Factor Social)", ("factor ambiental"), ("factor económico"), ("gestión de recursos humanos"), ("responsabilidad legal"), ("responsabilidad ética")>
Scielo	130	Palabra Clave ("responsabilidad social empresarial") o ("ventaja competitiva), (Factor Social)", ("factor ambiental"), ("factor económico"), ("gestión de recursos humanos"), ("responsabilidad legal"), ("responsabilidad ética")>
Web of Science	120	Palabra Clave ("responsabilidad social empresarial") o ("ventaja competitiva), (Factor Social)", ("factor ambiental"), ("factor económico"), ("gestión de recursos humanos"), ("responsabilidad legal"), ("responsabilidad ética")>

Nota. Resultados de la búsqueda en cada base de datos con las palabras claves,

3.3. Criterios de elegibilidad

Los criterios de elegibilidad son las características que se usan acorde al enfoque y al modelo de investigación a realizar, así elegir los artículos con mayor trascendencia para la investigación (Moreno et al., 2018, p.185). Para elegir los artículos que se necesitaban para este trabajo se tomó en cuenta algunos criterios que fueron: Idioma español e inglés, año de publicación el cual debía ser de 5 años de antigüedad, así mismo, los artículos elegidos debían estar indexados en la base de datos MIAR. Al usar estos criterios se obtiene información más actualizada y a la vez tener con seguridad que la información encontrada esta revisada y aprobado para su uso.

Tabla 3.

Listado de palabras claves

Responsabilidad Social Empresarial	Responsabilidad con el empleado
Ventaja Competitiva	Desempeño Empresarial
corporate social responsibility	Gestión responsable
Competitive advantage	Responsabilidad ética
Factor Económico	Competitividad
Reputación del empleador	Desempeño laboral
Factor Ambiental	Responsabilidad Ambiental
Factor Social	Responsabilidad legal

Nota. La tabla muestra las palabras utilizadas para recolectar los artículos.

3.4. Fuentes de información

Los conocimientos previos ayudan a mejorar la información adecuada y precisa de las investigaciones, contienen datos que brindan información relevante para el estudio (Whittemore, et al., 2014, p. 453). Así pues, se realizó una búsqueda de artículos que sean relevantes para el trabajo de investigación en el que se empleó como base de datos los repositorios scopus, 15roquest, Scielo y Web of Science, para su búsqueda se usaron palabras en inglés con un intervalo de 5 años de antigüedad, obteniendo el DOI correspondiente y en el que se hizo un listado de los artículos que podrán ser usados en la investigación.

Tabla 4.

Fuentes de información

Scopus	https://www.scopus.com/home.uri
Proquest	https://www.proquest.com/
Scielo	https://scielo.org/es/
Web of science	clarivate.com/products/web-of-science

Nota. La tabla muestra los diferentes repositorios de donde se obtuvo la información

3.5. Búsqueda

Se realiza identificando las palabras más importantes que conforman el tema y necesariamente se debe tener en cuenta los sinónimos para maximizar la búsqueda, a esto llamaremos las palabras claves y basta con simplificarlas para ser objetivos en nuestra indagación (Ronconi y Roberto, 2020, p.5). Para la búsqueda se utilizaron palabras claves en inglés referente a la responsabilidad social como ventaja competitiva y se realizó de manera electrónica accediendo a una serie de sitios confiables que permitieron recopilar un total de 2370. Después de haber recogido información se precisa realizar el primer sesgo que conlleva a solo seleccionar los artículos que vayan enfocados hacia la investigación en un determinado tiempo para luego realizar un segundo sesgo donde se realiza una revisión exhaustiva indicando un total de 51 artículos indizados.

Tabla 5.

Marco de la teoría del aprendizaje

Categoría	Explicación
Responsabilidad Social Empresarial	Para Perusquía, et al., (2019, p.80), La Responsabilidad social empresarial se puede entender como el medio que aporta para una mejor sociedad, ya que favorece al bienestar de los trabajadores, como también para sus clientes en general. Además, Bénabou & Tirole, (2010); Crifo y Olvidar, (2015); McWilliams y Siegel, (2001), definen la RSE como a las actividades de la organización la cual van más allá de la ley al incorporar las necesidades sociales, ambientales, éticas y de los consumidores en sus actividades operacionales para crear valor para los accionistas y las partes interesadas (Citado en Newman, et al., 2020, p.4).
Social	Para Nguyen, et al., (2018). El factor social se refiere a los al bienestar de los empleados, consumidores, comunidad local, partes interesadas, desde accionistas hasta miembros de la comunidad que se ven afectados por las actividades de la empresa. (p.10). Así mismo, Benitez, et al., (2019) Define la relación positiva que influye en la sociedad y también puede ser más fuerte cuando las empresas aprovechan las tecnologías de las redes sociales en dar a conocer a la sociedad sobre sus prácticas de RSE.
Ambiental	En este aspecto se tiene como objetivo reducir el impacto negativo de la empresa en el medio ambiente. Y mediante la innovación ecológica se da la mejora de productos y procesos que brindan un menor gasto de energía y recursos naturales aumentando la productividad como un medios para proporcionar una ventaja competitiva, junto con un mayor poder de negociación en la cadena de suministro (Padilla y Collazzo, 2022, p.21).
Económica	Para Carroll, (1979, 1991). El factor económico es centrarse principalmente en los intereses de los accionistas y considerar la obtención de beneficios como lo más importante responsabilidades (citado en Ling, Y. H., 2019, p.3). No obstante, Según Lilatif, (2020) no solo es en los intereses de la empresa sino también en la obligación empresarial de satisfacer las necesidades de consumo y mantener el crecimiento económico.
Etico	Las empresas tienden a invertir y construir una identidad ética corporativa. En los países con un régimen voluntario de RSE, las empresas pueden utilizar actividades de RSE para lograr objetivos a corto plazo y participar en lavados ecológicos (Dutta, et al., 2021). Además son aspectos indispensables para garantizar el éxito de las organizaciones actuales, (Talavera y Sanchis, 2021, p.16)
Legal	La RSE legal es vital para las empresas porque una empresa es una entidad en sí misma y debe obedecer leyes y normas (Carroll, 1991). Branco y Rodrigues (2006) mostraron que las empresas que realizan acciones ilegales pueden estar sujetas a sanciones, lo que les impide operar y obtener rentabilidad a largo plazo; por lo tanto, las empresas deben cumplir con sus responsabilidades legales para sobrevivir y ser rentables (Mai, et al., 2021).

Nota. La tabla muestra la definición de cada categoría encontrada en la investigación.

3.6. Selección de los estudios

La selección de los estudios es la elección de artículos relevantes que tienen las condiciones necesarias para ser incluidas en la investigación (Moreno B. et al., 2018, p.185). Para el proceso de selección de estudios se usó criterios de inclusión y exclusión, en el que se empezó por la identificación de artículos relevantes, fecha de publicación, idioma, tipo de investigación y variable de estudio, en el cual se usó un total de 51 artículos indizados para la revisión de sesgo, indicando el número de código respectivo a cada artículo, título, autor, año, doi y repositorio tal y como está detallado en la siguiente tabla:

Tabla 6.*Resultado de filtrado semiautomático y comprobación manual*

Fuente	Original	Semiautomático		Comprobación manual	
		Exclusión	Inclusión	Duplicado	Resumen
Proquest	370	260	40	4	0
Scopus	1750	225	120	70	32
Scielo	130	100	20	15	11
Web of Science	120	100	24	12	7
Total	2370	685	204	101	51

Nota. En la tabla se presenta el proceso de filtración de la información para obtener los artículos.

3.7. Procesos de extracción de datos

Se realizó un gráfico de extracción que empezó con la definición del título junto a las variables y dimensiones, para después hacer la búsqueda en inglés de los artículos en las diferentes webs de búsqueda de información como Scopus, Proquest, Scielo o Web of Science con un máximo de 5 años de antigüedad encontrando un total de 2370. A continuación, se llevó a cabo el proceso semiautomático de selección usando criterios de exclusión e inclusión quedando 204. Por último, se descartó artículos repetidos quedando un total de 51 artículos para el desarrollo de la investigación.

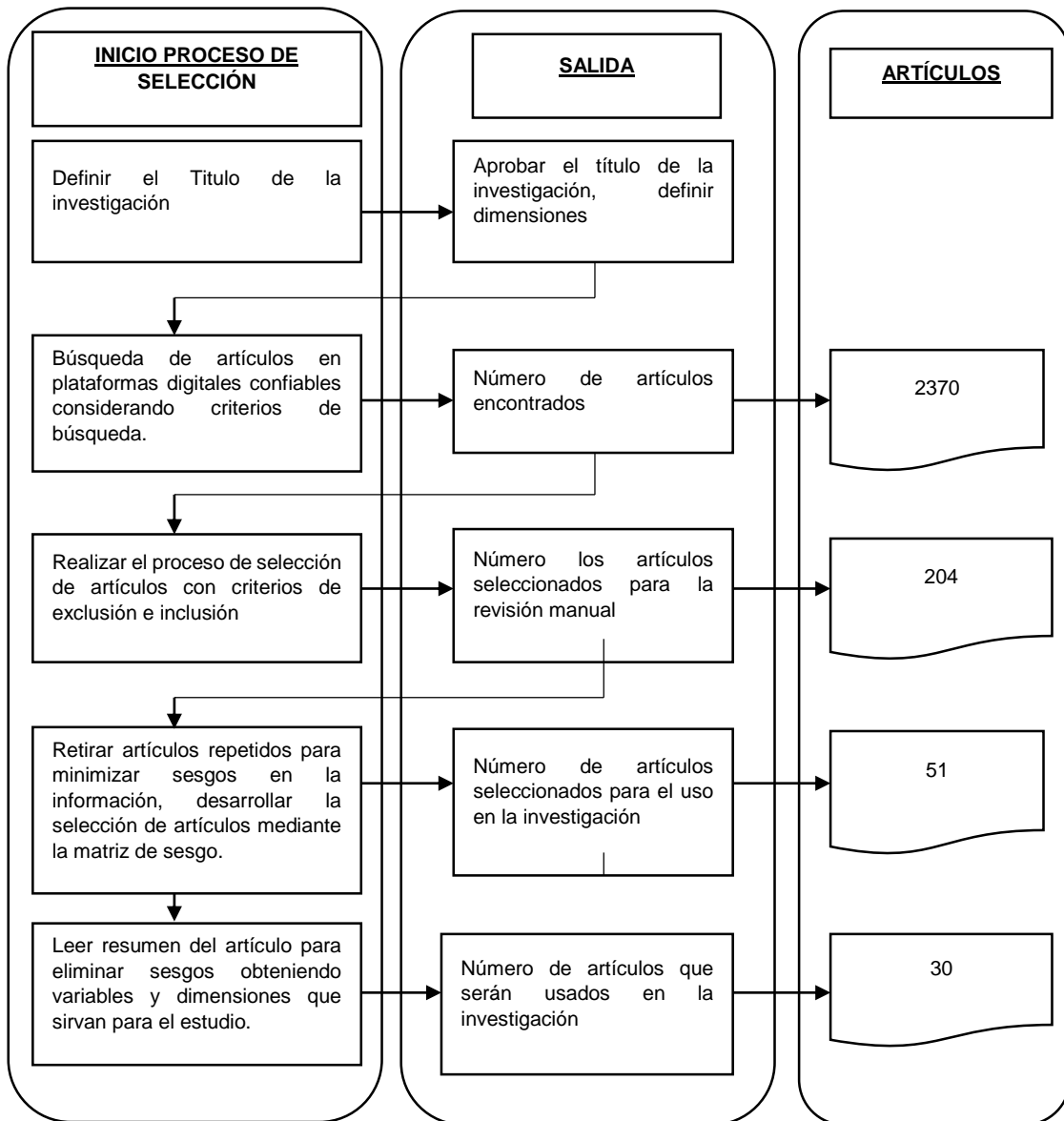


Gráfico 1 Pasos de la extracción de datos

3.8. Lista de estudios

Las directrices para una revisión sistemática, están muy avanzadas, y también la lista de verificación de estudios para realizar una revisión exhaustiva de manera independiente, para este proceso se utiliza un formato estándar (Whittemore, et al., 2014, p.454) Las definiciones que se usaron en las bases teóricas, son Responsabilidad Social Empresarial como variable principal y como factores a la dimensión social, dimensión ambiental, dimensión económica, dimensión ética y dimensión legal, que dan sustento al trabajo de investigación.

Tabla 7.*Artículos utilizados para la selección de sesgo*

Código	Título	Autores	Año
A1	Responsabilidad social empresarial, innovación verde y competitividad: causalidad en la fabricación	Padilla-Lozano, C.P., Collazzo, P.	2022
A2	Impacto de la Responsabilidad Social Corporativa, el Capital Intelectual Verde y la Innovación Verde en la Ventaja Competitiva: Construyendo un Modelo de Contingencia	Mehmood, K. K., & Hanaysha, J. R	2022
A3	Implementación de la estrategia de responsabilidad social corporativa para mejorar la reputación de la empresa y la ventaja competitiva	Mai, N. K., An Khoa, T. N., & Nguyen, T. T.	2021
A6	La responsabilidad social empresarial como fuente de ventaja competitiva en las grandes empresas	va, V., Wolak-Tuzimek, A., & Tuckova, Z	2021
A14	El efecto de la responsabilidad social corporativa en la ventaja competitiva de los bancos: Evidencia del banco internacional león etíope S.C. Cogent Business & Management	Eyasu, A. M., & Arefayne, D.	2020
A22	Explorando la relación entre la responsabilidad social corporativa y la competitividad empresarial	Lu, J. , Ren, L., Yao, S., Qiao, Ji., Mikalauskiene, a., & Streimikis, Ju.,	2020
A38	Responsabilidad social corporativa y ventaja competitiva	Nyuur, et al.	2019
A43	¿Divulgar la actividad de RSE crea una ventaja competitiva?: Un enfoque en las empresas chinas	Strategic direction	2018
A44	Beneficios no financieros de la responsabilidad social corporativa para las empresas saudíes	Alawiya Allui and Luisa Pinto	2022
A45	El equilibrio entre la responsabilidad social de las empresas y la ventaja competitiva: un modelo de juego biforme.	Xiaoyang ZHAO, Justin TAN, Shuxin ZHONG	2022
A46	Implantación de medidas de responsabilidad social corporativa en la horticultura de México y España	Bañuelos K., Avendaño, D., y Carrasco, f.,	2021
A47	Investigación sobre responsabilidad social corporativa en el Journal of Management Studies: un cambio de un enfoque centrado en el negocio a uno centrado en la sociedad	Wickert, C.	2021
A48	Influencia del marketing social y prácticas de RSE en la	Martínez, I., Casillas, F., Nuñez, M., González D., Aguilera, E., & Portales, L.	2018
A49	Los motores de la sostenibilidad de las bodegas españolas: recursos y capacidades	García-Cortijo, M. C., Ferrer, J. R., Castillo-Valero, J. S., & Pinilla, V.	2021
A51	Corporate social responsibility strategies: Past research and future challenges	Nave, A., & Ferreira, J.	2019

3.9. Síntesis de resultados

Este capítulo se centra en recopilar información relevante para el desarrollo de la investigación, tomando como base los artículos encontrados y que cumplen con los requisitos de inclusión y cuyo análisis exhaustivo determinara los resultados para

la presente investigación (Villasís et al., 2020, p.9). Resumiendo, es el proceso de filtrado, depurado, selección, clasificación y evaluación de la calidad de los estudios (Grijalva et al., 2019, p.15). Para la elaboración de la tabla a continuación, se ordenó las revistas encontradas dentro de la investigación,

Tabla 8.

Publicaciones de revistas desde el 2018 hasta el 2022

Nombre de la revista	2018	2019	2020	2021	2022
Competitiveness Review					1
International Journal of Human Capital and Information Technology Professionals					1
Journal of Competitiveness				2	
International Journal of Management and Enterprise Development				1	
Managerial & Decision Economics				1	
Revista Escuela de Administración de Negocios				1	
Cuadernos Latinoamericanos de Administración				1	
Revesco. Revista de Estudios Cooperativos				1	
Gaceta				1	
Retos revista de ciencia de la administracion y economia				1	
Business Strategy and the Environment			1		
Revista De Cercetare Si Interventie Sociala			1		
Cogent Business & Management			1		
Estudios Gerenciales			2		
Espacios		1			
Actualidad Contable Faces			1		
Technological Forecasting & Social Change			1		
Revista de Competitividad			1		
Investigación administrativa				1	
Investigación Económica			1		
La revista de estudios de desarrollo			1		
Logos Ciencia y Tecnología		1			
Revista Venezolana de Gerencia		1			
Revista Espacios		2			
Decision Support Systems		2			
Estudios sobre el Mensaje Periodístico	1				
Corporate Social Responsibility and Environmental Management Sustainability	1	1	1	1	1
VINE Journal of Information and Knowledge Management Systems		1			
European Accounting Review		1			
Revista internacional de marketing		1			
Ingeniería Industrial	1				
Thunderbird International Business Review		1			
Ciencias de la administracion y economia	1				
Journal of Retailing and Consumer Services		1			
Research Article					1
Strategic Direction	1				
Technological and Economic Development of Economy					1
Revista de la Facultad de Ciencias Agrarias. Universidad nacional de Cuyo				1	
Journal of Management Studies				1	
Universidad & Empresa	1				
Universidad & Ciencia		1			
Total de revistas por año	6	15	11	14	5
Porcentaje total de revistas por año	12%	29%	22%	27%	10%

3.10. Aspectos éticos

El trabajo de investigación respecto a los aspectos éticos fue desarrollado con transparencia y con total veracidad, además de cumplir los criterios establecidos: En primer lugar, protegiendo la propiedad intelectual de los autores de los artículos,

respecto a las teorías e información obtenida; citando a cada autor y brindando la fuente bibliográfica. Segundo, la transparencia asegurando que todos los artículos usados fueron de una antigüedad de 5 años como máximo y están indizados en las bases de datos de los repositorios confiables. Nuestra responsabilidad de investigador nos llevó a cumplir con el artículo 9° de la Política anti plagio mostrado dentro del código de ética en investigación de la Universidad César Vallejo, la cita de artículos se desarrolló de forma coherente y de cada uno de los autores incluidos dentro de la investigación. Por último, mediante el turnitin, se logró determinar las coincidencias desarrolladas dentro del documento, con la finalidad de conseguir el mínimo permitido por la institución.

Beneficencia: La presente investigación contiene información referente a la Responsabilidad social empresarial y está dirigida a los empresarios y personas que tienen el interés de buscar beneficios para la sociedad y a todas las partes involucradas.

No Maleficencia: En base a este principio se puede dar fe que el trabajo contiene información que no representa ningún daño ni tampoco se ha valido de actos que representen algún perjuicio o pueda ser tomado como tal.

Autonomía: Dirigida a La empresa que puede obrar según su criterio, contar con normativa y presupuestos propios. Por ende, es integrada en la autonomía legislativa implementando reglas internas y externas propias de la empresa como también las competencias ejecutivas en las rutinas responsables organismos auditores y regulación de los procesos.

Justicia: Lo fundamental de todo trabajo es el Principio moral de la responsabilidad que inclina a las obras en bienestar de la sociedad y respetando la transparencia en la participación de igualdad en estatus cultural en los deberes.

IV. RESULTADOS

En este capítulo, presentamos la gestión de las revistas halladas durante la investigación, desde el 2018 hasta el 2022, asegurando de forma explícita la actualización de la variable y la veracidad de la información obtenida, además de presentar una tabla de clasificación de los cuartiles que aseguran la calidad de la información y el impacto de la misma en el campo de investigación. Se presenta también la tabla de categorización que es la base de la investigación y además de la tabla de hallazgos donde presentamos la información de mayor preponderancia para la presente investigación. En este sentido presentamos las siguientes tablas:

Tabla de búsqueda de revistas científicas por año:

De la tabla podemos indicar que la investigación contiene información extraída de artículos publicados entre los años 2018 y 2020, siendo la mayoría pertenecientes a los años 2019, 2020 y 2021 con un total del 26.5%, 20.6% y 32.4% de revistas publicadas en estos años respectivamente. Podemos ver que las revistas más utilizadas fueron publicadas en el año 2021, garantizando una vez más el impacto positivo de la información recopilada para la investigación, por ende, definiciones actuales y actualizadas dentro de la investigación. Finalmente, esta tabla muestra el proceso de actualización que tuvieron las variables y sobre todo la calidad de la información, garantizando un trabajo de investigación consecuente con las premisas de la institución y proyectando respeto a la comunidad científica. También de la información extraída en la tabla, se pudo precisar que los artículos publicados en el año 2021 son de mayor importancia para nuestra investigación, debido a que muchos artículos incluidos pertenecen a las revistas publicadas en este año.

Tabla 9.*Publicaciones por revistas desde el 2018 al 2022*

	Nombre de la revista	2018	2019	2020	2021	2022
1	Competitiveness Review					1
2	International Journal of Human Capital and Information Technology Professionals					1
3	Journal of Competitiveness				2	
4	International Journal of Management and Enterprise Development				1	
5	Managerial & Decision Economics				1	
6	Revesco. Revista de Estudios Cooperativos				1	
7	Gaceta				1	
8	Retos revista de ciencia de la administracion y economia				1	
9	Business Strategy and the Environment			1		
10	Revista De Cercetare Si Interventie Sociala			1		
11	Cogent Business & Management			1		
12	Estudios Gerenciales			2		
13	Investigación Económica			1		
14	Revista Espacios		2			
15	Decision Support Systems		2			
16	Estudios sobre el Mensaje Periodístico	1				
17	Corporate Social Responsibility and Environmental Management	1	1	1	1	
18	Sustainability		1		1	1
19	VINE Journal of Information and Knowledge Management Systems		1			
20	European Accounting Review		1			
21	Thunderbird International Business Review		1			
22	Strategic Direction	1				
23	Technological and Economic Development of Economy					1
24	Revista de la Facultad de Ciencias Agrarias. Universidad nacional de Cuyo				1	
25	Journal of Management Studies				1	
26	Universidad & Empresa	1				
Total de revistas por año		4	9	7	11	4
Porcentaje total de revistas por año		11.4%	25.7%	20%	31.4%	11.4%

Nota. revistas con cuartil incluidas dentro de la investigación ordenadas por año.

Tabla de búsqueda por cuartil

Dentro del campo de investigación existe una plataforma virtual que permite a los interesados seleccionar artículos en base a sus indicadores de revista y sobre todo garantizar la calidad y el impacto de la investigación, en pocas palabras permite identificar el cuartil en que está ubicada la revista y su factor de impacto dentro de una determinada área o campo de investigación (Muñoz, Castro & Cordero, 2019, p.62). De la tabla podemos interpretar, que las revistas incluidas dentro de la

investigación en su mayoría pertenecen al cuartil 1 con el 38.2%, que nos denota la importancia e incluso el grado de impacto que tienen las variables estudiadas en esta investigación, generando así una temática de mucha importancia y con mayor capacidad de abordaje en futuras investigaciones. El cuartil 2 tiene 29.4% del total de revistas demostrando la calidad de la información plasmada en este trabajo. Por tanto, se presentó una investigación coherente con la premisa de actualización de la información y sobre todo con la calidad de investigación realizada bajo las premisas de la institución.

Tabla 10.

Recolección de revistas por cada artículo

	Nombre de la revista	Q1	Q2	Q3	Q4
1	Competitiveness Review		1		
2	International Journal of Human Capital and Information Technology Professionals		1		
3	Journal of Competitiveness	2			
4	International Journal of Management and Enterprise Development		1		
5	Managerial & Decision Economics			1	
6	Revesco. Revista de Estudios Cooperativos		1		
7	Gaceta			1	
8	Retos revista de ciencia de la administracion y economia				1
9	Business Strategy and the Environment	1			
10	Revista De Cercetare Si Interventie Sociala			1	
11	Cogent Business & Management		1		
12	Estudios Gerenciales				2
13	Investigación Económica		1		
14	Revista Espacios			2	
15	Decision Support Systems	2			
16	Estudios sobre el Mensaje Periodístico		1		
17	Corporate Social Responsibility and Environmental Management	4			
18	Sustainability	2			
19	VINE Journal of Information and Knowledge Management Systems		2		
20	European Accounting Review	1			
21	Thunderbird International Business Review		1		
22	Strategic Direction				1
23	Technological and Economic Development of Economy	1			
24	Revista de la Facultad de Ciencias Agrarias. Universidad nacional de Cuyo			1	
25	Journal of Management Studies	1			
26	Universidad & Empresa				1
Total de revistas por cuartil		14	10	6	5
Porcentaje del total de revistas por cuartil		40%	28.6%	17.1%	14.3%

Nota. revistas científicas ordenadas por cuartil

Matriz de categorización

Para la elaboración de esta tabla, se toma en cuenta categorías que son obtenidas en base a la información obtenida para la investigación, es decir a los artículos científicos (Prieto y Rumbo, 2018, p.5). Se identificaron mediante un proceso de filtros y selección las categorías con mayor reincidencia dentro de los autores

investigados, ubicándolos y estudiándolos en base a los diferentes enfoques de la investigación, con esto se procede a realizar el desarrollo de la investigación. Esta matriz ha sido realizada en base a los 30 artículos que se encuentran incluidos dentro de la investigación, la variable principal responsabilidad social empresarial está evaluada enfocados desde el punto de vista estratégico, encontrando artículos que mencionan este argumento direccionando la RSE como parte de estrategias estructurales dentro de la organización para generar ventajas competitivas y del mismo modo para el enfoque de gestión dentro de la empresa se encontraron autores que presentan a la RSE como parte de la gestión empresarial y la cultura organizacional para generar ventajas competitivas frente a sus competidores.

Tabla 11.

Matriz de categorización

CATEGORÍA	Ético	Factor Social	Factor Económico	Factor Ambiental	Aspecto legal
	Padilla-Lozano, C.P., Collazzo, P., (2022); Mehmood, K. K., & Hanaysha, J. R., (2022); va, V., Wolak, A., & Tuckova, Z., (2021); Mai, N. K., An Khoa, T. N., & Nguyen, T. T., (2021)	Padilla-Lozano, C.P., Collazzo, P., (2022)	Mai, N. K., An Khoa, T. N., & Nguyen, T. T., (2021)	Padilla-Lozano, C.P., Collazzo, P., (2022); Mehmood, K. K., & Hanaysha, J. R., (2022); Mai, N. K., An Khoa, T. N., & Nguyen, T. T., (2021)	Padilla-Lozano, C.P., Collazzo, P., (2022); va, V., Wolak, A., & Tuckova, Z., (2021)
	relacional	factor filantrópico	Instrumento económico	protección ambiental	innovación tecnológica
	Zhao, Z., Meng, F., He, Y., & Gu, Z., (2019)	Mai, N. K., An Khoa, T. N., & Nguyen, T. T., (2021)	Martínez, I., Casillas, M, Nuñez, C., González, A., Aguilera, A., & Portales, L. (2018)	Ling, Y.-H., (2019)	Allui, A.; Pinto, L., (2022)
GESTIÓN	Recurso humano	relacion con el consumidor	desempeño en el mercado		vino ecológico, innovación ecológica
	Ling, Y.-H., (2019)	va, V., Wolak, A., & Tuckova, Z., (2021)	Padilla-Lozano, C.P., Collazzo, P.,(2022); va, V., Wolak, A., & Tuckova, Z., (2021)		García, M., Ferrer, J., Castillo, J., & Pinilla, V., (2021)
	atracción de empleados	estructural, social	enfoque cognitivo		
	Allui, A.; Pinto, L., (2022)	Zhao, Z., Meng, F., He, Y., & Gu, Z., (2019)	Zhao, Z., Meng, F., He, Y., & Gu, Z., (2019)		
		participación social	reputación de la marca		
		Ling, Y.-H., (2019)	Allui, A.; Pinto, L., (2022)		
		teoría política	teoría integradora		
		Martínez, I., Casillas, M, Nuñez, C., González, A., Aguilera, A., & Portales, L., (2018)	Martínez, I., Casillas, M, Nuñez, C., González, A., Aguilera, A., & Portales, L., (2018)		

	impulsores externos García, M., Ferrer, J., Castillo, J., & Pinilla, V., (2021)	impulsores internos, teoría de los recursos García, M., Ferrer, J., Castillo, J., & Pinilla, V., (2021)		
ESTRATEGIA	capital humano verde	relacional verde	estructural verde	ambiental
	Mehmood, K. K., & Hanaysha, J. R., (2022); Sánchez, Jaime., Seminario, A., & Orunaz, A., (2021); Madero, S., (2020)	Mehmood, K. K., & Hanaysha, J. R., (2022); Sánchez, Jaime., Seminario, A., & Orunaz, A., (2021)	Mehmood, K. K., & Hanaysha, J. R., (2022)	Sánchez, Jaime., Seminario, A., & Orunaz, A., (2021); Sayantan K., Puneet K., Rojers P., Ashish M. & Amandeep D., (2020)
	Filantrópico	social	Económico	calidad ambiental
	Salas, L., García, M. y Azueroz, A., (2020); Cannon, J. N., Ling, Z., Wang, Q., & Watanabe, O. V., (2019)	Sayantan K., Puneet K., Rojers P., Ashish M. & Amandeep D., (2020); Long, W., Li, S., Wu, H., & Song, X., (2019)	Sayantan K., Puneet K., Rojers P., Ashish M. & Amandeep D., (2020); Salas, L., García, M. y Azueroz, A., (2020)	Madero, S., (2020); Benitez, J., Ruiz, L., Castillo, A. y Llorens, J., (2019)
	factor voluntariado	sustentable ético	capacidad financiera	productos RSE
	Lu, J., Ren, L., Yao, S., Qiao, Ji., Mikalauskiene, a., & Streimikis, Ju., (2020)	Madero, S., (2020)	Lu, J., Ren, L., Yao, S., Qiao, Ji., Mikalauskiene, a., & Streimikis, Ju., (2020)	Cannon, J. N., Ling, Z., Wang, Q., & Watanabe, O. V., (2019)
	recursos humanos	ético, legal y social	imagen empresarial	desarrollo sostenible
	Lu, J., Ren, L., Yao, S., Qiao, Ji., Mikalauskiene, a., & Streimikis, Ju., (2020) Long, W., Li, S., Wu, H., & Song, X., (2019); Nyuur, et al., (2019)	Salas, L., García, M. y Azueroz, A., (2020)	Benitez, J., Ruiz, L., Castillo, A. y Llorens, J., (2019)	Nyuur, et al., (2019)
		factor accionarial	diferenciación estratégica	características tecnológicas
		Lu, J., Ren, L., Yao, S., Qiao, Ji., Mikalauskiene, a., & Streimikis, Ju., (2020)	Long, W., Li, S., Wu, H., & Song, X., (2019)	Zhao, X., Tan, J., Zhon, s., (2022)
		identidad social	practica empresarial	
		Benitez, J., Ruiz, L., Castillo, A. y Llorens, J., (2019)	Cannon, J. N., Ling, Z., Wang, Q., & Watanabe, O. V., (2019)	
	gestion social	reputación empresarial		
	Nyuur, et al., (2019)	Nyuur, et al., (2019)		
	partes interesadas	entorno institucional		
	Zhao, X., Tan, J., Zhon, s., (2022)	Zhao, X., Tan, J., Zhon, s., (2022)		

Nota. Se muestra la categorización en los diferentes enfoques.

Matriz de hallazgos

Dentro de la siguiente tabla se pudo observar que son muchas las coincidencias de los autores respecto al ámbito ambiental, a una empresa socialmente responsable con el medio ambiente y la sociedad, que la marca y su reputación no solo dependen de su desempeño productivo, sino que también de su desempeño como organización responsable socialmente y sobre todo la capacidad que tiene para dar a conocer o percibir esta imagen ante los consumidores y la competencia. Es allí donde se evidencia una estrategia muy importante como el marketing social que aprovecha las redes para difundir la capacidad de la empresa en términos de protección y remediación o retribución de los impactos que tiene con el medio ambiente y la sociedad.

Tabla 12.

Matriz de hallazgos

Cód	Fuente	Muestra	Hallazgos
A1	Corporate social responsibility, green innovation and competitiveness – causality in manufacturing Padilla-Lozano, C.P., Collazzo, P. 2022 , Competitiveness Review , (7) , 21-39 DOI: 10.1108/CR-12-2020-0160	325 gerentes de empresas manufactureras del Ecuador,	Ventaja: Las actividades de RSE en la competitividad reduce los riesgos y las estructuras de costos, mejora la relación con los empleados, mejorando la retención y productividad del talento. (p.1) Desventaja: Las actividades de RSE solo se desarrolla donde hay cultura de innovación , mediante las auditorías sociales, ambientales y de sostenibilidad, puede crear nuevos modelos comerciales, que impulsen la productividad tanto a nivel de empresa como de la cadena de suministro en beneficios para la comunidad.(p.1)
A3	Mai, N. K., An Khoa, T. N., & Nguyen, T. T. (2021). Implementation of corporate social responsibility strategy to enhance firm reputation and competitive advantage. Journal of Competitiveness, 13(4), 96-96–114. doi:https://doi.org/10.7441/joc.2021.04.06	896 gerentes, subgerentes y miembros de directorio	Ventaja: la RSE Proporciona pautas para que las gerencias de alto nivel realicen estrategias de la implementación, de manera más efectiva para mejorar la reputación y la ventaja competitiva. (p1). Desventaja: La implementación de actividades de RSE en lo económico, no permite que las empresas ganen reputación. pero en la participación activa de las actividades ambientales de RSE da como resultado la construcción de la reputación de la empresa, creando así una fuente de ventaja competitiva.(p1)
A6	Marakova, V., Wolak-Tuzimek, A., & Tuckova, Z. (2021). Corporate Social Responsibility As a Source of Competitive Advantage in Large Enterprises. Journal of Competitiveness, 13(1), 113–128. https://doi.org/10.7441/joc.2021.01.07	Un estudio 53 empresas polacas	Ventaja: Las actividades de RSE contribuyen a la mejora de la imagen de la empresa, así como las actividades de innovación y tiene un impacto positivo en la construcción de una ventaja competitiva. (p.125)
A14	Eyasu, A. M., & Arefayne, D. (2020). The effect of corporate social responsibility on banks' competitive advantage: Evidence from ethiopian lion international bank S.C. Cogent Business & Management, 7(1) doi:https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1830473	218 trabajadores de un banco en Etiopía	Ventaja: Las actividades de RSE en la ventaja competitiva de la industria bancaria influyen en la práctica de la RSE en la ventaja competitiva bancaria utilizando. (p17). Desventaja: La estrategia de RSE- empleado tiene como función lograr una ventaja competitiva organizacional en las industrias bancarias con acciones responsables relacionada con los empleados para ver en qué medida su contribución a la ventaja competitiva. (p.14)

A33	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. <i>Sustainability</i> , 11(1), 218. doi:10.3390/su11010218	112 Empresas chinas	Ventaja: Las actividades de RSE promueve la capacidad de integración de recursos y la capacidad de aprendizaje organizacional. (p.1) Desventaja: Las Empresas no fomentan la moralidad en Cumplir con la RSE ya que sería una forma efectiva en la innovación y gestión en las empresas donde promueven la economía. (p5)
A34	Ling, Y.-H. (2019). Influence of corporate social responsibility on organizational performance. <i>VINE Journal of Information and Knowledge Management Systems</i> . doi:10.1108/vjikms-11-2018-0096	117 empresas de Taiwán	Ventaja: la RSE tiene una influencia positiva tanto en el desempeño financiero como en el desempeño de la innovación de una empresa. Se confirma la importancia de la RSE para contribuir al desempeño empresarial. Desventaja: Un estudio transversal, es difícil determinar si existe un efecto de desfase entre el impacto de la RSE y el desempeño de la organización (p.346)
A44	Allui, A.; Pinto, L. Non-Financial Benefits of Corporate Social Responsibility to Saudi Companies. <i>Sustainability</i> 2022, 14, 3446. https://doi.org/10.3390/su14063446	Empresas saudíes seleccionadas al azar de los sectores de fabricación y servicios.	Ventaja: Las actividades de RSE incluyen atraer y retener empleados, mejorar la reputación de la marca y mejorar la innovación y economía. (p1) Desventaja: La empresa no tiene el enfoque de la RSE más prevalente en minimizar los impactos negativos y maximizar los impactos positivos del negocio, considerando los aspectos sociales, ambientales y económicos .(p1)
A48	Martínez Escareño, I. M., Casillas Racurello, M. F., Nuñez Alfaro, C. M., González Galindo, A. D., Aguilera Valdez, A. E., & Portales, L. (2018). Influencia del marketing social y prácticas de RSE en la intención de compra de los millennials. <i>Universidad & Empresa</i> , 20(35), 251-280. Doi	97 jóvenes millennial	Ventaja: El enfoque centrado en el negocio se centra en las implicaciones financieras de la RSE en las empresas comerciales y defiende la RSE en la medida en que conduce a un mejor desempeño financiero o alguna otra ventaja competitiva para la empresa. Ventaja2: El marketing social es una herramienta de RSC orientada a la construcción de una ventaja competitiva. Esto se ve en el consumidor verde que se motiva a comprar el producto menos contaminante. Desventaja: Los procesos de compra y de hábitos de la generación millennial, así como de la forma en que el marketing social y las prácticas de RSC pueden incidir en su comportamiento e interés no se puede aplicar a todos los demás segmentos. (p.275)
A49	García-Cortijo, M. C., Ferrer, J. R., Castillo-Valero, J. S., & Pinilla, V. (2021). The Drivers of the Sustainability of Spanish Wineries: Resources and Capabilities. <i>Sustainability</i> , 13(18), 10171. MDPI AG. Retrieved from http://dx.doi.org/10.3390/su131810171	411 gerentes de bodegas de vino	Ventaja: la innovación y el marketing son más importantes que la tecnología y los recursos financieros. Por tanto, se entiende que para adoptar políticas de sostenibilidad se debe enfocar en la innovación, principalmente en huella de carbono y RSC. (p.10). Desventaja: La falta de financiación no es determinante básico para frenar las políticas de sostenibilidad en las bodegas (aunque sí para su desarrollo e implementación). (p.10)
A2	Mehmood, K. K., & Hanaysha, J. R. (2022). Impact of Corporate Social Responsibility, Green Intellectual Capital, and Green Innovation on Competitive Advantage: Building Contingency Model. <i>International Journal of Human Capital and Information Technology Professionals (IJHCITP)</i> , 13(1), 1-14. http://doi.org/10.4018/IJHCITP.293232	Revisión literaria	Ventaja 1: Desde la perspectiva de la gestión verde, la responsabilidad social corporativa afecta la ventaja competitiva de las empresas en las que el capital intelectual verde y la innovación verde actúan como mediadores seriales (p.9) Ventaja 2: La implementación de programas de RSE genera beneficios para las empresas. Por ejemplo, podría resultar en un uso juicioso de materia prima, insumos y componentes, reducción de desperdicios, de costos y alta diferenciación. Todo esto daría como resultado un mayor valor para el comprador que generaría una fuerte ventaja competitiva (Chuang & Huang, 2018) (p.6). Desventaja: La información obtenida del modelo que propone este estudio podría ser diferente en cada país ya que cada uno tiene sus datos y naturaleza propia y distinta a los demás países. Aunque serviría de ayuda a las empresas que deseen al generar estrategias y a recopilar información relevante al tema. (p.10)

A11	<p>Sánchez-Ortega, Jaime Agustín, Seminario-Polo, Alejandra, & Oruna-Rodríguez, Abel Marcial. (2021). Responsabilidad social y la gestión de calidad: Empresa Peruana de Seguros. RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía, 11(21), 117-130. https://doi.org/10.17163/ret.n21.2021.07, http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1390-86182021000100117</p>	331 colaboradores de una empresa peruana de seguros	<p>Ventaja: Se evidencia la relación entre RSE y Gestión de calidad. La empresa ha aplicado políticas relacionado la gestión de calidad como capacitaciones de SST, Así también, Relacionado con el ambiente y la comunidad, como es la compra de bonos de carbono reduciendo las emisiones de co2 y con actividades de ayuda a la comunidad. (p.127) Desventaja: A la empresa le falta desarrollar estrategias simbólicas, es decir gestionar el conocimiento de temas que motiven a los colaboradores y proveedores e involucren también a los beneficios de los programas de responsabilidad y gestión de calidad. La empresa debe reducir la percepción negativa que ante la pandemia de COVID-19, en la que las organizaciones se enfrentarán a niveles de competencia mayores. (p12).</p>
A12	<p>Sayantan K., Puneet K., Rojers J., Ashish M., Amandeep D., (2021). A resource-based view of green innovation as a strategic firm resource: Present status and future directions. https://doi.org/10.1002/bse.2961</p>	951 artículos relevantes.	<p>Ventaja: Las empresas con un sólido desempeño en RSC desarrollan recursos estratégicos y obtienen ventajas competitivas. Estos recursos estratégicos ayudan a dichas empresas a legitimar sus reclamos de desempeño, diferenciar sus productos y reducir los riesgos para su imagen de marca. Desventaja: Las inversiones por parte de las empresas son tomadas con cautela ya que esto puede afectar su competitividad al aumentar los costos operativos. Tales inversiones son un desafío para las empresas más pequeñas que cuentan con menos recursos y una fuerte competencia. (p5).</p>
A15	<p>Madero-Gómez, S. (2020). La satisfacción laboral como efecto moderador entre las prácticas organizacionales de recursos humanos y las líneas estratégicas de responsabilidad social corporativa en México. Estudios Gerenciales, 36(157), 391-401. DOI: https://doi.org/10.18046/j.estger.2020.157.3790</p>	458 trabajadores full time de empresas manufacture ras	<p>Ventaja1: Para tener una cultura empresarial ética enfocada en el cumplimiento de aspectos de la RSE, se tiene que motivar a a las partes interesadas a ser parte de la normativa de la empresa, y que pongan todas sus capacidades al servicio de los demás, con participación y propuestas para vincularse con la sociedad (p.398). Desventaja: Las prácticas organizacionales de recursos humanos utilizadas pueden considerarse como básicas (toma de decisiones que tome en cuenta al empleado, capacitaciones e inclusión), pero se puede mejorar tal estrategia..(p-399)</p>
A17	<p>Salas-Arbeláez, L., García-Solarte, M. y Azuero-Rodríguez, A. (2020). Efecto de la responsabilidad social empresarial sobre el posconflicto colombiano: el caso de las pymes. Estudios Gerenciales, 36(154). DOI: 10.18046/j.estger.2020.154.3547</p>	492 gerentes de pymes de las ciudades de Cali, Medellín y Bogotá.	<p>Ventaja1: El estudio promueve a que las pymes colombianas se involucren en prácticas de RSE, tengan una filosofía de ayuda ante el posconflicto (soldados heridos, sin empleos, etc.), y esto solo se puede si incluyen a la RSE en sus actividades diarias. (p.89) Desventaja2: Las empresas colombianas encuestadas no tienen políticas y actividades de RSE formalizadas por desconocimiento y tampoco prácticas enfocadas en el posconflicto, por enfocarse en los intereses económicos propios. Además, existen otras prácticas de posconflicto y roles del sector privado que en futuras investigaciones deben ser considerados.(p 89)</p>
A22	<p>Lu, J. , Ren, L., Yao, S., Qiao, Ji., Mikalauskiene, a., & Streimikis, Ju., (2020).Exploring the relationship between corporate social responsibility and firm competitiveness. Economic Research. DOI:10.1080/1331677X.2020.1761419</p>	33 empresas	<p>Ventajas1: La RSE crea una base de clientes leales: cuando los clientes toman la decisión de comprar bienes y servicios se dan cuenta de si una empresa respeta los intereses propios y de la sociedad para crear aspectos basados en la comunidad (p.1628) Desventaja: Las dimensiones ambientales, sociales, ambientales y filantrópicas afectan principalmente la capacidad Financiera, la imagen y la reputación de la empresa. Sin embargo, no se menciona la influencia en la satisfacción de las necesidades de los clientes (p.1637)</p>
A29	<p>Benitez, J., Ruiz, L., Castillo, A. y Llorens, J. (2019). How corporate social responsibility activities influence employer reputation: The role of social media capability. Decision Support Systems, considerada como una práctica</p>	100 empresas españolas	<p>Ventaja: Se demuestra que aprovechar una tecnología como las redes sociales genera valor comercial a través de las actividades de RSE en la reputación de la empresa como empleador (p.3). Ventaja2: la RSE, incluyen actividades sociales, ambientales, que ayudan a generar una mejor imagen para atraer y retener a potenciales trabajadores, esto reduce costos en contratación</p>

	funcionalista que genera ventajas competitivas para las empresas		reduciendo la rotación de personal. (p.28). Desventaja1: La influencia positiva de las actividades de RSE en la reputación del empleador ocurre cuando la empresa tiene alta capacidad de medios sociales. Las que tienen baja capacidad su influencia no es significativa. (p.23) Desventaja 2: Aunque la capacidad de las redes sociales amplifica la relación entre las actividades de RSE y la reputación del empleador, el gasto en publicidad no lo hace. (p.26)
A32	Long, W., Li, S., Wu, H., & Song, X. (2019). Corporate social responsibility and financial performance: The roles of government intervention and market competition. Corporate Social Responsibility and Environmental Management. doi:10.1002/csr.1817	2216 Empresas chinas. (Empresas estatales y no estatales.)	Ventaja: involucrarse estratégicamente en la RSE para mejorar su desempeño financiero como actores económicos, o utilizar la RSE para ser un actor político. (p.13) Desventaja: el gobierno influye en la asignación de recursos y la retención de la propiedad por parte del gobierno han impedido que las empresas chinas compitan en igualdad de condiciones, lo que impulsa a las empresas no estatales a adoptar un enfoque económico. (p.14) Desventaja2: Cuando las empresas utilizan la RSE como estrategia para satisfacer las demandas de las partes interesadas poderosas, es probable que se ignoren las demandas de las partes vulnerables, y estas sufran los peores males sociales. (p.14)
A35	Cannon, J. N., Ling, Z., Wang, Q., & Watanabe, O. V. (2019). 10-K Disclosure of Corporate Social Responsibility and Firms' Competitive Advantages. European Accounting Review, 1–29. doi:10.1080/09638180.2019.1670223	6882 empresas estadounidenses dentro del 10k	Ventaja: El alcance de la RSE está relacionado con filantropía, prácticas comerciales y productos menos contaminantes. La RSE en las empresas está impulsada por las diferencias en el costo de producción frente a los gastos de venta, generales y administrativos. (p.24). Desventaja: Se evidenció una variación significativa en el desempeño futuro entre las empresas aplican actividades de RSE. A pesar de encontrar esta variación no se puede atribuir esos resultados de desempeño directamente a las actividades de RSE divulgadas.(p.24)
A38	Nyuur, R. B., Ofori, D. F., & Amponsah, M. M. (2019). Corporate social responsibility and competitive advantage: A developing country perspective. Thunderbird International Business Review. doi:10.1002/tie.22065	179 gerentes de empresas	Ventaja: La RSE permite a las empresas obtener legitimidad y confianza de las partes interesadas, estas las recompensan con mayor productividad y mayor atracción de clientes, así también, con innovación en los procesos de la empresa. (p.3). Ventaja2: La RSE crea una diferenciación y confianza antes las partes interesadas para que sus productos y servicios sean preferidos (p.3) Desventaja: La información es a base de encuesta y los resultados pueden estar influenciados por condiciones del momento. Además, el estudio se realizó en Ghana limitando la información que se podría obtener de otras regiones.(p.12)
A43	Does disclosing CSR activity create a competitive advantage?: A focus on chinese companies. (2018). Strategic Direction, 34(2), 33-35. doi:https://doi.org/10.1108/SD-11-2017-0175	Empresas chinas Revisión literaria	Ventaja: Las actividades de RSE proactivas se ven más en occidente, así como ocurrió en china, con la empresa Lenovo la cual apoyó a los emprendedores con su programa "joven emprendedor", con el que consiguió agregarle valor a su marca y así atraer un mayor número de clientes. (p.33). Desventaja: El estudio está enfocado en las empresas de china, con un entorno diferente a los otros países, como lo es el gobierno, las personas y demás elementos que afectan sus decisiones y accionar (p.34). Desventaja2: En china la RSC ya está integrada en la marca de una empresa por los requisitos reglamentarios, lo que diluye el impacto positivo de la ley. Más bien, su marca se mantiene en gran medida por su actividad de RSE, ya que se reduce en gran medida a ser una condición para hacer negocios (p.35).
A45	Zhao, X., Tan, J. & Zhon, S. (2022) THE TRADE-OFF BETWEEN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AND COMPETITIVE ADVANTAGE: A BIFORM GAME MODEL. TECHNOLOGICAL AND ECONOMIC DEVELOPMENT OF ECONOMY 2022, volume 28 Issue 2:	2 Empresas chinas	Ventaja: La mayoría de los estudios sobre el valor de las estrategias de innovación implícitamente las consideran generadoras de beneficios en virtud de que confieren una ventaja competitiva. (p.479) Desventaja: Una implicación de nuestro análisis es que es posible que una empresa no siempre se beneficie de la mejora de la eficiencia porque puede cambiar las expectativas o los requisitos de

	463–482 https://doi.org/10.3846/tede.2022.16321		desempeño de la RSC de las partes interesadas y reducir la captura de valor. (p.479) Desventaja 2: En un entorno con una heterogeneidad de RSE alta, las empresas no están motivadas a desarrollar nuevos productos, mejorar su eficiencia o expandir su mercado. Se enfocan en actividades de RSE, donde es difícil obtener una ventaja competitiva suficientemente alta para superar la atención innecesaria y los niveles excesivos de RSE. (p.479)
A46	Bañuelos, K., Avendaño, B. y Carrasco, F. (2021) Implantation of corporate social responsibility measures in the horticulture in Mexico and Spain. Revista de la Facultad de Ciencias Agrarias - UNCuyo, 2021, 53(2), 165-177. DOI: https://doi.org/10.48162/rev.39.050	Encuestados a dos mercados de dos países	Ventaja: La adopción de acciones de RSE permite a las empresas "obtener ventajas competitivas. Segundo, la razón más fuerte para implementar acciones de RSC es "mejorar la imagen o reputación general de la empresa dentro del sector. (p.169) Desventaja: Se encuentran la falta de cultura empresarial, el desconocimiento de los protocolos y la alta carga administrativa, especialmente entre las empresas de producción más pequeñas. Los expertos consideran que las medidas y estándares de RSE tienen un impacto positivo en el campo. (p.1)
A47	Martínez Escareño, I. M., Casillas Racurello, M. F., Nuñez Alfaro, C. M., González Galindo, A. D., Aguilera Valdez, A. E., & Portales, L. (2018). Influencia del marketing social y prácticas de RSE en la intención de compra de los millennials. Universidad & Empresa, 20(35), 251-280. Doi	Revisión de la literatura	Ventaja: Los gobiernos de todo el mundo intentan legislar las cadenas de suministro globales en relación con los derechos humanos, las formas modernas de esclavitud y el trabajo infantil, ley de la cadena de suministro, la ley de vigilancia francesa y la 'Ley de esclavitud moderna' del Reino Unido. Asimismo, la nueva Directiva de la Unión Europea sobre divulgación de información no financiera obliga a las grandes empresas a informar sobre cómo tratan las situaciones críticas. (p.11). Desventaja: La pandemia ha creado más desafíos para las empresas y ha hecho que el gobierno se involucre más activamente en normas y políticas reguladoras ante las crisis. (p.14) Desventaja2: Pocos estudios previos de la rse y escasa información en base a la sociedad, sino a los resultados económicos donde los beneficiarios son los accionistas. (p.13)
A2	Mehmood, K. K., & Hanaysha, J. R. (2022). Impact of Corporate Social Responsibility, Green Intellectual Capital, and Green Innovation on Competitive Advantage: Building Contingency Model. International Journal of Human Capital and Information Technology Professionals (IJHCITP), 13(1), 1-14. http://doi.org/10.4018/IJHCITP.293232	Revisión literaria	Ventaja 1: Desde la perspectiva de la gestión verde, la responsabilidad social corporativa afecta la ventaja competitiva de las empresas en las que el capital intelectual verde y la innovación verde actúan como mediadores seriales (p.9) Ventaja 2: La implementación de programas de RSE genera beneficios para las empresas. Por ejemplo, podría resultar en un uso juicioso de materia prima, insumos y componentes, reducción de desperdicios, de costos y alta diferenciación. Todo esto daría como resultado un mayor valor para el comprador que generaría una fuerte ventaja competitiva (Chuang & Huang, 2018) (p.6). Desventaja: La información obtenida del modelo que propone este estudio podría ser diferente en cada país ya que cada uno tiene sus datos y naturaleza propia y distinta a los demás países, Aunque serviría de ayuda a las empresas que deseen al generar estrategias y a recopilar información relevante al tema. (p.10)
A11	Sánchez-Ortega, Jaime Agustín, Seminario-Polo, Alejandra, & Oruna-Rodríguez, Abel Marcial. (2021). Responsabilidad social y la gestión de calidad: Empresa Peruana de Seguros. RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía, 11(21), 117-130. https://doi.org/10.17163/ret.n21.2021.07 ; http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1390-86182021000100117	331 colaboradores de una empresa peruana de seguros	Desventaja: A la empresa le falta desarrollar estrategias simbólicas, es decir gestionar el conocimiento de temas que motiven a los colaboradores y proveedores e involucren también a los beneficios de los programas de responsabilidad y gestión de calidad. La empresa debe reducir la percepción negativa que ante la pandemia de COVID-19, en la que las organizaciones se enfrentarán a niveles de competencia mayores. (p.12). Ventaja: Se evidencia la relación entre RSE y Gestión de calidad. La empresa ha aplicado políticas relacionado la gestión de calidad como capacitaciones de SST, Así también, Relacionado con el ambiente y la comunidad, como es la compra de bonos de carbono reduciendo las emisiones de co2 y con actividades de ayuda a la comunidad. (p.127)

A12	Sayantan K., Puneet K., Rojers J., Ashish M., Amandeep D., (2021). A resource-based view of green innovation as a strategic firm resource: Present status and future directions. https://doi.org/10.1002/bse.2961	951 artículos relevantes.	<p>Ventaja: Las empresas con un sólido desempeño en RSC desarrollan recursos estratégicos y obtienen ventajas competitivas. Estos recursos estratégicos ayudan a dichas empresas a legitimar sus reclamos de desempeño, diferenciar sus productos y reducir los riesgos para su imagen de marca. Desventaja: Las inversiones por parte de las empresas son tomadas con cautela ya que esto puede afectar su competitividad al aumentar los costos operativos. Tales inversiones son un desafío para las empresas más pequeñas que cuentan con menos recursos y una fuerte competencia. (p5). Desventaja 2: Las empresas dan la opción a la sociedad al elegir ser voluntarias en actividades de RSE de cuestión social y valores comerciales En cambio las partes interesadas como trabajadores, proveedores, consumidores externos, obligan a las empresas a participar en actividades de RSE. (p.6)</p>
A15	Madero-Gómez, S. (2020). La satisfacción laboral como efecto moderador entre las prácticas organizacionales de recursos humanos y las líneas estratégicas de responsabilidad social corporativa en México. Estudios Gerenciales, 36(157), 391-401. DOI: https://doi.org/10.18046/j.estger.2020.157.3790	458 trabajadores full time de empresas manufactureras	<p>Ventaja1: Para tener una cultura empresarial ética enfocada en el cumplimiento de aspectos de la RSE, se tiene que motivar a las partes interesadas a ser parte de la normativa de la empresa, y que pongan todas sus capacidades al servicio de los demás, con participación y propuestas para vincularse con la sociedad (p.398). Ventaja 2: las empresas y las personas toman más importancia la RSE, es por eso que se enfocan en sus prácticas de mejoramiento medioambiental con la implementación de estrategias sustentables (p.399)</p> <p>Desventaja: Las prácticas organizacionales de recursos humanos utilizadas pueden considerarse como básicas (toma de decisiones que tome en cuenta al empleado, capacitaciones e inclusión), pero se puede mejorar tal estrategia.(p.399)</p>
A17	Salas-Arbeláez, L., García-Solarte, M. y Azuero-Rodríguez, A. (2020). Efecto de la responsabilidad social empresarial sobre el posconflicto colombiano: el caso de las pymes. Estudios Gerenciales, 36(154). DOI: 10.18046/j.estger.2020.154.3547	492 gerentes de pymes de las ciudades de Cali, Medellín y Bogotá.	<p>Ventaja1: El estudio promueve a que las pymes colombianas se involucren en prácticas de RSE, tengan una filosofía de ayuda ante el posconflicto (soldados heridos , sin empleos, etc.), y esto solo se puede si incluyen a la RSE en sus actividades diarias.(p.89) Ventaja2: Con los resultados obtenidos no existe todavía un interés pleno del empresario colombiano por la participación en prácticas de posconflicto (contratación de ex combatiente o víctimas de guerra, etc.) debido a la percepción que tienen del conflicto ya que esto no influye en sus operaciones. No obstante, si apoyan en actividades de paz o donaciones a los excombatientes, es decir, actividades filantrópicas. (p.88) Desventaja2: Las empresas colombianas encuestadas no tienen políticas y actividades de RSE formalizadas por desconocimiento y tampoco prácticas enfocadas en el posconflicto, por enfocarse en los intereses económicos propios. Además, existen otras prácticas de posconflicto y roles del sector privado que en futuras investigaciones deben ser considerados.(p 89)</p>
A22	Lu, J., Ren, L., Yao, S., Qiao, Ji., Mikalauskiene, a., & Streimikis, Ju., (2020). Exploring the relationship between corporate social responsibility and firm competitiveness. Economic Research. DOI:10.1080/1331677X.2020.1761419	33 empresas	<p>Ventajas1: La RSE crea una base de clientes leales: cuando los clientes toman la decisión de comprar bienes y servicios se dan cuenta de si una empresa respeta los intereses propios y de la sociedad para crear aspectos basados en la comunidad (p.1628) Ventaja2: Las actividades de RSE que implementan las empresas influyen en la competitividad y a través de qué perspectivas de actividad de la empresa influye en el fortalecimiento de la marca. (p.1630). Desventaja: Las dimensiones ambientales, sociales, ambientales y filantrópicas afectan principalmente la capacidad Financiera, la imagen y la reputación de la empresa. Sin embargo, no se menciona la influencia en la satisfacción de las necesidades de los clientes (p.1637)</p>

A29	Benitez, J., Ruiz, L., Castillo, A. y Llorens, J. (2019). How corporate social responsibility activities influence employer reputation: The role of social media capability. Decision Support Systems, considerada como una práctica funcionalista que genera ventajas competitivas para las empresas	100 empresas españolas	<p>Ventaja: Se demuestra que aprovechar una tecnología como las redes sociales genera valor comercial a través de las actividades de RSE en la reputación de la empresa como empleador (p.3).</p> <p>Ventaja2: la RSE, incluyen actividades sociales, ambientales, que ayudan a generar una mejor imagen para atraer y retener a potenciales trabajadores, esto reduce costos en contratación reduciendo la rotación de personal. (p.28).</p> <p>Desventaja1: la influencia positiva de las actividades de RSE en la reputación del empleador ocurre cuando la empresa tiene alta capacidad de medios sociales. Las que tienen baja capacidad su influencia no es significativa. (p.23)</p> <p>Desventaja 2: Aunque la capacidad de las redes sociales amplifica la relación entre las actividades de RSE y la reputación del empleador, el gasto en publicidad no lo hace. (p.26)</p>
A32	Long, W., Li, S., Wu, H., & Song, X. (2019). Corporate social responsibility and financial performance: The roles of government intervention and market competition. Corporate Social Responsibility and Environmental Management. doi:10.1002/csr.1817	2216 Empresas chinas. (Empresas estatales y no estatales.)	<p>Ventaja: involucrarse estratégicamente en la RSE para mejorar su desempeño financiero como actores económicos, o utilizar la RSE para ser un actor político. (p.13)</p> <p>Desventaja: el gobierno influye en la asignación de recursos y la retención de la propiedad por parte del gobierno han impedido que las empresas chinas compitan en igualdad de condiciones, lo que impulsa a las empresas no estatales a adoptar un enfoque económico. (p.14)</p> <p>Desventaja2: Cuando las empresas utilizan la RSE como estrategia para satisfacer las demandas de las partes interesadas poderosas, es probable que se ignoren las demandas de las partes vulnerables, y estas sufran los peores males sociales. (p.14)</p>
A35	Cannon, J. N., Ling, Z., Wang, Q., & Watanabe, O. V. (2019). 10-K Disclosure of Corporate Social Responsibility and Firms' Competitive Advantages. European Accounting Review, 1–29. doi:10.1080/09638180.2019.1670223	6882 empresasest adounidenses dentro del 10k	<p>Ventaja: El alcance de la RSE está relacionado con filantropía, prácticas comerciales y productos menos contaminantes. La RSE en las empresas está impulsada por las diferencias en el costo de producción frente a los gastos de venta, generales y administrativos. (p.24).</p> <p>Desventaja: Se evidenció una variación significativa en el desempeño futuro entre las empresas aplican actividades de RSE. A pesar de encontrar esta variación no se puede atribuir esos resultados de desempeño directamente a las actividades de RSE divulgadas.(p.24)</p>
A38	Nyuur, R. B., Ofori, D. F., & Amponsah, M. M. (2019). Corporate social responsibility and competitive advantage: A developing country perspective. Thunderbird International Business Review. doi:10.1002/tie.22065	179 gerentes de empresas	<p>Ventaja: La RSE permite a las empresas obtener legitimidad y confianza de las partes interesadas, estas las recompensan con mayor productividad y mayor atracción de clientes, así también, con innovación en los procesos de la empresa. (p.3).</p> <p>Ventaja2: La RSE crea una diferenciación y confianza antes las partes interesadas para que sus productos y servicios sean preferidos (p.3)</p> <p>Desventaja: La información es a base de encuesta y los resultados pueden estar influenciados por condiciones del momento. Además, el estudio se realizó en ghana limitando la información que se podría obtener de otras regiones.(p.12)</p>
A43	Does disclosing CSR activity create a competitive advantage?: A focus on chinese companies. (2018). Strategic Direction, 34(2), 33-35. doi:https://doi.org/10.1108/SD-11-2017-0175	Empresas chinas Revisión literaria	<p>Ventaja: Las actividades de RSE proactivas se ven más en occidente, así como ocurrió en china, con la empresa Lenovo la cual apoyó a los emprendedores con su programa "joven emprendedor", con el que consiguió agregarle valor a su marca y así atraer un mayor número de clientes. (p.33).</p> <p>Desventaja: El estudio está enfocado en las empresas de china, con un entorno diferente a los otros países, como lo es el gobierno, las personas y demás elementos que afectan sus decisiones y accionar (p.34).</p> <p>Desventaja2: En china la RSC ya está integrada en la marca de una empresa por los requisitos reglamentarios, lo que diluye el impacto positivo de la ley. Más bien, su marca se mantiene en gran medida por su actividad de RSE, ya que se reduce en gran medida a ser una condición para hacer negocios (p.35).</p>

A45	<p>Zhao, X., Tan, J. & Zhon, S. (2022) THE TRADE-OFF BETWEEN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AND COMPETITIVE ADVANTAGE: A BIFORM GAME MODEL. TECHNOLOGICAL AND ECONOMIC DEVELOPMENT OF ECONOMY 2022, volume 28 Issue 2: 463–482 https://doi.org/10.3846/tede.2022.16321</p>	2 Empresas chinas	<p>Ventaja: La mayoría de los estudios sobre el valor de las estrategias de innovación implícitamente las consideran generadoras de beneficios en virtud de que confieren una ventaja competitiva. (p.479) Desventaja: Una implicación de nuestro análisis es que es posible que una empresa no siempre se beneficie de la mejora de la eficiencia porque puede cambiar las expectativas o los requisitos de desempeño de la RSC de las partes interesadas y reducir la captura de valor. (p.479) Desventaja 2: En un entorno con una heterogeneidad de RSE alta, las empresas no están motivadas a desarrollar nuevos productos, mejorar su eficiencia o expandir su mercado. Se enfocan en actividades de RSE, donde es difícil obtener una ventaja competitiva suficientemente alta para superar la atención innecesaria y los niveles excesivos de RSE. (p.479)</p>
A46	<p>Bañuelos, K., Avendaño, B. y Carrasco, F. (2021) Implantation of corporate social responsibility measures in the horticulture in Mexico and Spain. Revista de la Facultad de Ciencias Agrarias - UNCuyo, 2021, 53(2), 165-177. DOI: https://doi.org/10.48162/rev.39.050</p>	Encuestados a dos mercados de dos países	<p>Ventaja: La adopción de acciones de RSE permite a las empresas “obtener ventajas competitivas. Segundo, la razón más fuerte para implementar acciones de RSC es “mejorar la imagen o reputación general de la empresa dentro del sector. (p.169) Desventaja: Se encuentran la falta de cultura empresarial, el desconocimiento de los protocolos y la alta carga administrativa, especialmente entre las empresas de producción más pequeñas. Los expertos consideran que las medidas y estándares de RSE tienen un impacto positivo en el campo. (p.1)</p>
A47	<p>Martínez Escareño, I. M., Casillas Racurello, M. F., Nuñez Alfaro, C. M., González Galindo, A. D., Aguilera Valdez, A. E., & Portales, L. (2018). Influencia del marketing social y prácticas de RSE en la intención de compra de los millennials. Universidad & Empresa, 20(35), 251-280. Doi</p>	Revisión de la literatura	<p>Ventaja: Los gobiernos de todo el mundo intentan legislar las cadenas de suministro globales en relación con los derechos humanos, las formas modernas de esclavitud y el trabajo infantil, ley de la cadena de suministro, la ley de vigilancia francesa y la 'Ley de esclavitud moderna' del Reino Unido. Asimismo, la nueva Directiva de la Unión Europea sobre divulgación de información no financiera obliga a las grandes empresas a informar sobre cómo tratan las situaciones críticas. (p.11). Desventaja: La pandemia ha creado más desafíos para las empresas y ha hecho que el gobierno se involucre más activamente en normas y políticas reguladoras ante las crisis. (p.14) Desventaja2: Pocos estudios previos de la rse y escasa información en base a la sociedad, sino a los resultados económicos donde los beneficiarios son los accionistas. (p.13)</p>

Tabla 13.

Matriz de resultados y correlación

RSE- CUANTITATIVOS				
Cod. Art.	DESCRIPCION	HIPOTESIS	RESULTADOS	CORRELACION
A33	<p>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. <i>Sustainability</i>, 11(1), 218. doi:10.3390/su11010218</p>	<p>H1. La RSC se correlaciona positivamente con la CA. H2 La RSE potencia la CA al mejorar la dimensión estructural del capital social. H5 La RSE mejora la CA al mejorar la capacidad de integración de recursos. Hipótesis .H7. La RSE mejora la CA al mejorar la innovación y la capacidad de cambio.</p>	<p>Por lo tanto, los coeficientes estandarizados y no normalizados. Entre CSR y CA fueron mayores que 0 y $p = 0,002 < 0,05$, lo que indica que la H1 es defendible En otras palabras, la RSE LA H2, H5, H7 se relacionó positivamente con la CA.</p>	<p>Existe una correlación</p>
A44	<p>Allui, A.; Pinto, L. Non-Financial Benefits of Corporate Social Responsibility to Saudi Companies. <i>Sustainability</i> 2022, 14, 3446. https://doi.org/10.3390/su14063446</p>	<p>H3). La reputación de marca tiene una relación significativa con (a) códigos de ética, (b) Enfoque de RSE, (c) sector, (d) tamaño de la empresa, y (e) tipo de certificación.</p>	<p>Los resultados muestran H3 $F(10, 93) = 2065, p = 0,037$). Tener menos de 100 empleados ($B = 0,514, p = 0,048$) demostró ser un predictor significativo de los beneficios de mejorar la reputación de la marca, mientras que ISO La certificación 9001 ($B = 0,441, p = 0,069$) fue un predictor marginalmente significativo. Considerando lo mas importante la RSE para mejorar reputación de la marca. Tiene el nivel de significancia el 10.3%.</p>	<p>Existe una relación</p>
A14	<p>Eyasu, A. M., & Arefayne, D. (2020). The effect of corporate social responsibility on banks' competitive advantage: Evidence from ethiopian lion international bank S.C. <i>Cogent Business & Management</i>, 7(1) doi:https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1830473</p>	<p>H1: La RSE de la industria bancaria hacia la responsabilidad ambiental tiene una influencia directa y positiva en su ventaja competitiva</p>	<p>Los resultados de la RSE H1 basada en el medio ambiente es significativamente menos calificada en comparación con otras dimensiones de la RSE y mostró que un impacto positivo y directo en la ventaja competitiva de la empresa $\hat{\gamma} \frac{1}{4} 0:37; EE = 0:067; \text{valor de } p < 0:01$. Por lo tanto, se verifica la hipótesis H4. Significa que la actividad de RSE basada en el medio ambiente que fue implementada a influye menos en su ventaja competitiva. En el impacto positivo de la respuesta ambiental de las organizaciones a sus grupos de interés a través de actividades de RSE en la ventaja competitiva en la reputación y buena voluntad entre las comunidades anfitrionas y, finalmente, contribuye a sus beneficios financieros a largo plazo. (p.18)</p>	<p>Existe una relación causal entre la ventaja competitiva y la RSE.</p>
A34	<p>Ling, Y.-H. (2019). Influence of corporate social responsibility on organizational performance. <i>VINE Journal of Information and Knowledge Management Systems</i>. doi:10.1108/vjikms-11-2018-0096</p>	<p>H1. Si bien la RSE en su conjunto tiende a tener una asociación positiva con el desempeño de la organización, la influencia de las diversas prácticas de RSE (protección de los empleados y</p>	<p>Específicamente, la RSE en la participación comunitaria tiene una influencia positiva en el desempeño financiero de una empresa ($= 0.181, p < 0.01$). En concreto, la protección de los empleados y los consumidores ($= 0,307, p < 0,01$) tiene una influencia positiva en la H1 en el rendimiento una empresa y la</p>	<p>Existe una influencia</p>

		consumidores, protección del medio ambiente y participación de la comunidad) en el desempeño organizacional (desempeño financiero y desempeño de innovación) no será el mismo.	influencia de varias prácticas de RSE.		
A49	García-Cortijo, M. C., Ferrer, J. R., Castillo-Valero, J. S., & Pinilla, V. (2021). The Drivers of the Sustainability of Spanish Wineries: Resources and Capabilities. <i>Sustainability</i> , 13(18), 10171. MDPI AG. Retrieved from http://dx.doi.org/10.3390/su131810171	H1.4 porque la relación solo fue significativa en el caso de la RSE. Finalmente, se acepta la hipótesis H2; en todos los casos se encontró relación entre la ventaja competitiva y la adopción de políticas de sustentabilidad.(P8)	La responsabilidad social empresarial $\hat{y} = 1,227442$ (error cuadrático de 62,20 frente a 359,67 para $\hat{y} = 1$). Para la huella de carbono, el valor fue $\hat{y} = 1,648547$. Los modelos estimados fueron correctamente especificados según la prueba RESET. F-Snedecor, con un (p-valor < a 0,05,) teniendo en cuenta pero hay que recordar que la definición actual del concepto de sostenibilidad abarca tres factores: viabilidad económica, medio ambiente y aceptación social ,	Existe Relación	una
A3	Mai, N. K., An Khoa, T. N., & Nguyen, T. T. (2021). Implementation of corporate social responsibility strategy to enhance firm reputation and competitive advantage. <i>Journal of Competitiveness</i> , 13(4), 96-96-114. doi: https://doi.org/10.7441/jcc.2021.04.06	H3. La responsabilidad ética tiene efectos positivos en la reputación de una empresa.H7. La responsabilidad legal tiene efectos positivos en una ventaja competitiva firme.H9. La responsabilidad filantrópica tiene efectos positivos en una ventaja competitiva firme.	Los resultados son impactantes y mejoran la gestión estratégica. La implementación de actividades de RSE. Tenemos la RSE legal ($\hat{y} = .147, p < 0.01$), la RSC ética ($\hat{y} = .139, p < 0.05$), la RSE filantrópica ($\hat{y} = .180, p < 0.001$) y RSE ambiental ($\hat{y} = .202, p < 0.001$).demostraron tener efectos positivos y directos en la H3, H5, H7, H9, sobre una ventaja competitiva empresarial.	Existe influencia	una
A17	Salas-Arbeláez, L., García-Solarte, M. y Azuero-Rodríguez, A. (2020). Efecto de la responsabilidad social empresarial sobre el posconflicto colombiano: el caso de las pymes. <i>Estudios Gerenciales</i> , 36(154). DOI: 10.18046/j.estger.2020.154.3547	H1: A mayor RSE filantrópica, mayor probabilidad de vinculación y apoyo de emprendimientos de víctimas y excombatientes de las pymes colombianas. H2: a mayor RSE económica, mayor probabilidad de vinculación y apoyo de emprendimientos de víctimas y excombatientes de las pymes colombianas.	Resultados.La variable RSE se midió a base de 3 dimensiones: Económico (Cronbach: 0,608, Varianza total: 72,108%); Ético-legal (Cronbach: 0,809, Varianza total: 65,174%); Filantrópica (Cronbach: 0,615, varianza total: 73,581%). Es decir se apoya la H1 y H2, la dimensión económica es la que más importancia tiene, pues las empresas participan de actividades sociales cuando tienen algún incentivo por parte del gobierno y donde se va a obtener algún retorno económico.	Existe una Relación	
29	Benitez, J., Ruiz, L., Castillo, A. y Llorens, J. (2019). How corporate social responsibility activities influence employer reputation: The role of social media capability. <i>Decision Support Systems</i> , considerada como una práctica funcionalista que genera ventajas competitivas para las empresas	H1: Existe una relación positiva entre las actividades de RSE y la reputación del empleador. H2: La capacidad de las redes sociales amplifica positivamente la relación entre las actividades de RSE y la reputación del empleador	Los resultados apoyaron la H1, lo que sugiere que las actividades de RSE permiten la reputación del empleador ($\hat{y} = 0.348 < 0,001$). También se apoyó la H2, lo que sugiere una relación más fuerte cuando las empresas usan las redes sociales para los objetivos comerciales ($\hat{y} = 0,131, < 0,10$).	Existe una Relación	

<p>A32</p> <p>Long, W., Li, S., Wu, H., & Song, X. (2019). Corporate social responsibility and financial performance: The roles of government intervention and market competition. <i>Corporate Social Responsibility and Environmental Management</i>. doi:10.1002/csr.1817</p>	<p>H1: Existe una relación positiva entre la RSE y el desempeño financiero. H2: RSE impacta más en el desempeño financiero en empresas estatales que en las estatales. H3: La competencia de la industria fortalece la relación entre la RSE y el desempeño financiero para empresas estatales como no estatales.</p>	<p>Resultado: Se apoya la H1: ($p < .05$), lo que sugiere que la RSE tiene un impacto significativo en el desempeño empresarial. Así también se respalda la H2, donde la RSE tiene relación positivo y significativo con el desempeño financiero de las empresas no estatales ($p < .01$). Por último se respalda también la H3: ($p < 0,01$). Estos resultados revelan que la RSC tiene un fuerte desempeño financiero en las empresas que operan en mercados competitivos que en mercados menos competitivos.</p>	<p>Existe una Relación</p>
---	---	--	----------------------------

V. DISCUSIÓN

Analizar como la responsabilidad social empresarial genera ventajas competitivas en las empresas. Las organizaciones que desempeñan con solidez actividades de RSE desarrollan recursos estratégicos y obtienen ventajas competitivas. Estos recursos estratégicos ayudan a dichas empresas a, diferenciar sus productos y reducir los riesgos para su imagen de marca lo que involucra la reputación empresarial (Sayantan, et al., 2021). Sin embargo, las dimensiones ambientales, sociales, y filantrópicas afectan principalmente la capacidad financiera, la imagen y la reputación de la empresa. Más no se evidencia una afectación directa en la satisfacción de las necesidades de los clientes que es un aspecto fundamental dentro del proceso para generar ventajas frente a la competencia (Lu, et al., 2020). Además, la influencia positiva de las actividades de RSE en la reputación del empleador sucede siempre que la organización tenga una elevada capacidad de medios sociales. En contraste las que no tienen, representan una influencia poco significativa en dicha reputación lo que conlleva a sostener que es imperativo potenciar este aspecto dentro de la empresa para conseguir los objetivos en este rubro (Benitez, et al., 2019).

Desde el punto de vista estratégico la RSE brinda pautas a los directivos de la empresa para generar estrategias para su implementación, contundente, logrando mejorar la reputación y la ventaja competitiva de la organización (Mai, et al., 2021). Sin embargo, existe una diferencia marcada en cuanto a involucrarse estratégicamente en la RSE para mejorar su desempeño financiero como actores económicos, o utilizar la RSE para ser un actor político que busca generar mejoras financieras como participante económico (Long, et al., 2019). Además, las organizaciones deben desarrollar estrategias simbólicas, es decir gestionar el conocimiento de temas que motiven a los trabajadores y proveedores e incluyan también a los beneficios de los programas de responsabilidad y gestión de calidad (Sánchez, et al., 2021).

De acuerdo al punto de vista de gestión, implementar actividades de RSE, la participación activa de las actividades ambientales de RSE genera como resultado para la empresa la construcción segura y permanente de su

reputación, generando además una fuente de ventaja competitiva (Mai, et al., 2021). Es necesario entender el alcance de la RSE y que está relacionado con filantropía, prácticas comerciales y productos menos contaminantes. La RSE en las empresas está impulsada por las diferencias en el costo de producción frente a los gastos de venta, generales y administrativos (Cannon, et al., 2019). En este sentido las inversiones por parte de las empresas son tomadas con cautela ya que esto puede afectar su competitividad al aumentar los costos operativos. Estas inversiones son un reto para pequeñas empresas que tienen menos recursos y demasiada competencia.

Finalizando, damos cuenta de que la RSE se originan como las actividades económicas, medioambientales, sociales, legales y éticas que realizan las empresas adaptándolas a las perspectivas que tiene la sociedad en base a la retribución de los impactos a los interesados por esto es que se propaga la información para generar una reputación adecuada y ventajas dentro del mercado (Salas et al., 2020).

Analizar la responsabilidad social empresarial desde el punto de vista estratégico para generar ventajas competitivas frente a sus competidores. La RSE crea una base de clientes leales cuando los clientes toman la decisión de comprar bienes y servicios se dan cuenta de si una empresa respeta los intereses propios y de la sociedad para crear aspectos basados en la comunidad (Lu, et al., 2020). Sin embargo, cuando las empresas utilizan la RSE como estrategia para satisfacer las demandas de las partes interesadas poderosas, es probable que se ignoren las demandas de las partes vulnerables, y estas sufran los peores males sociales (Long, et al., 2019). Además, en un entorno con variedad de RSE alta, las empresas no están motivadas a desarrollar nuevos productos, mejorar su eficiencia o expandir su mercado. Se enfocan en actividades de RSE, donde es difícil obtener una ventaja competitiva suficientemente alta para superar la atención innecesaria y los niveles excesivos de RSE (Zhao, y Zhon, 2022).

Desde la óptica estratégica la RSE crea una diferenciación y confianza ante las partes interesadas para que sus productos y servicios sean preferidos (Nyuur, et al., 2019). Sin embargo, Las actividades de RSE solo se desarrolla

donde hay cultura de innovación, mediante las auditorías sociales, ambientales y de sostenibilidad, puede crear nuevos modelos comerciales, que impulsen la productividad tanto a nivel de empresa como de la cadena de suministro en beneficios para la comunidad (Padilla, y Collazzo, 2022). Las Empresas no fomentan la moralidad en Cumplir con la RSE ya que sería una forma efectiva en la innovación y gestión en las empresas donde promueven la economía (Zhao, et al., 2019).

Actualmente la información encontrada sobre RSE es muy importante para las organizaciones y su desempeño, esto se debe al incremento que ha adquirido el enfoque medioambiental, desde lo tradicional se puede mencionar que las empresas han buscado su rentabilidad, ahora se muestran más interesadas en trabajar con el medio ambiente (Kraus, et al., 2018). Sin embargo, en ocasiones es mejor direccionar las estrategias no solo a generar ingresos a corto plazo, pues de esa forma los ingresos a futuro se incrementarán con ayuda de la RSE (Stojanović, et al., 2021). Además, es de mucha importancia que las empresas reduzcan la contaminación a través de la innovación tecnológica y disminuyan el número de equipos que contaminan en la organización (Lu, et al., 2020).

La RSE en los últimos tiempos ha tenido un crecimiento importante por la creciente demanda que se origina por parte de los empleados, clientes, proveedores, comunidad e incluso los activistas sociales (Román, y Miriam, 2021). Sin embargo, en el contexto actual donde la mayoría piensa en conseguir mayor beneficio posible de sus actividades, también se plantea una lucha activa contra la corrupción, con el objetivo de suprimir los negocios ilegales, en la sombra y el soborno (Lu, et al., 2020). Además, los consumidores están enfocados en conocer hasta qué grado las empresas están inmiscuidas desde la RSE con la comunidad, hasta donde llega su desprendimiento de buscar más allá de un posicionamiento comercial o incluso generar únicamente beneficios económicos a los interesados (López y Peñalosa, 2019).

Las empresas deben abarcar estratégicamente desde lo legal la RSE pues el respeto a los derechos de las masas, ciudadanos comprometidos y capacitados podrían generar beneficios al desarrollo de la sociedad y lograr

hacerlas más democráticas (Arévalo, y Cancelo, 2018). Sin embargo, existe un gran consenso entre los investigadores para definir la RSE en cuatro dimensiones: económica, legal, ética y filantrópica, aunque no todos concuerdan en el aspecto ambiental, la mayoría obtuvo como resultado de incluir el aspecto legal dentro de las actividades empresariales para definir y evaluar los beneficios obtenidos por al adoptar posturas de RSE (Mai, et al., 2021). Además, la RSE es básicamente el comportamiento voluntario que adoptan las empresas, que van más allá de sus obligaciones jurídicas, contribuyendo al desarrollo económico de la comunidad y de la sociedad en general, mejorando la calidad de vida de las personas y sus familias, consiguiendo beneficios a largo plazo reflejados en todo aspecto (Perusquía, et al., 2019)).

Analizar la responsabilidad social empresarial desde el punto de vista de gestión para generar ventajas competitivas frente a sus competidores. En la actualidad podemos evidenciar una variación significativa a futura en el desempeño de las empresas que aplican actividades de RSE. A pesar de encontrar estas variaciones no se puede atribuir todos los resultados de desempeño directamente a estas actividades (Cannon, et al., 2019). Por el contrario, las organizaciones casi siempre proponen a la sociedad ser partícipes o no de las actividades de RSE, mientras que las partes interesadas como trabajadores, proveedores, consumidores, presionan a la empresa a participar de dichas actividades (Sayantan, et al., 2021). Además, podemos contemplar desde la óptica del empleado que, pertenecer a una empresa que centra su accionar no solo en obtener ganancias y orientada al beneficio social; origina que se genere una imagen positiva de la organización (Latif, et al., 2020).

Una buena base económica permite a la empresa ser independiente de los acreedores y permite reforzar la capacidad tecnológica, introducir innovaciones, fortalecer la marca y, al mismo tiempo, ocupar una posición fuerte en un mercado competitivo (Lu, et al., 2020). Sin embargo, la empresa puede desarrollar recursos diferentes a los económicos, como trabajadores calificados y generar una excelente reputación desde la buera relación con las

partes interesadas (Ali, et al., 2019). Además, adoptar el marketing relacionado con una causa por ejemplo apoyo caritativo, participación comunitaria y voluntariado de los empleados, supone mayores ingresos a largo plazo debido a que los clientes están más relacionados y se sienten más identificados de consumir a una empresa caritativa y con sentido de responsabilidad (Cannon, et al., 2019).

Actualmente podemos observar que la tecnología permite establecer objetivos para minimizar los impactos ambientales, presentar productos que sean aceptados por la sociedad y promover un mejor uso de los recursos (García, et al., 2021). Sin embargo, son los consumidores, el mercado, las políticas y las partes interesadas que pueden poner en marcha iniciativas en materia medioambiental, como reducir el consumo de agua, minimizar el uso de productos químicos, gestionar los residuos, mejorar el uso del suelo, compensar el uso de la energía y luchar contra el efecto invernadero (García, et al., 2021), además, acorde con ISO (2010)(8) la RSE es el compromiso por el impacto que las operaciones de una organización tienen sobre la sociedad y el medioambiente.(Mejias y Bermudez, 2018)

La empresa responsable se preocupa por cumplir obligaciones con sus grupos de interés, se comportan ética/honestamente con sus clientes, dan prioridad a sus principios éticos y protegen el medioambiente (Salas, et al., 2020). Sin embargo, para que la empresa consiga tener cultura organizacional ética direccionada en el cumplimiento de la RSE, se debe conseguir la motivación de los interesados a formar parte de la normativa de la empresa, e incentivar a poner todas sus capacidades al servicio de los demás (Madero, 2020). Aunque, esto signifique poner en marcha un sistema de administración con procedimientos, métricas y documentación que le permita a la empresa operar mediante principios de responsabilidad social, de una forma más planificada (Perusquía, et al., 2019)

La RSE legal es vital para las empresas porque una empresa es una entidad en sí misma y debe obedecer leyes y normas, además las organizaciones que participan de acciones legales pueden estar sujetas a sanciones, algo que limita obtener beneficios y perjudica sus ingresos a largo plazo; por lo tanto, las empresas deben cumplir con sus responsabilidades

legales para sobrevivir y ser rentables (Mai, et al., 2021). Sin embargo, todo esto se direcciona hacia el impacto positivo en gestión organizacional bajo los asuntos que contempla la norma ISO 26000 (2010): derechos humanos, prácticas laborales, medio ambiente, prácticas justas de operación, asuntos de consumidores, participación activa y desarrollo de la comunidad (Mejias y Bermudez, 2018).

VI. CONCLUSIONES

1. Referente a la RSE, la Organización Mundial de la Salud propuso una iniciativa donde todas las empresas comerciales contribuyan al desarrollo sostenible, así reducir la contaminación; por ende, la practica responsable en protección de los consumidores, el medioambiente la sociedad e incluso la economía de la empresa, se ven afectados de manera directa a través de las relaciones comerciales entre las partes interesadas dentro del proceso productivo. Definida además como actividades y programas empresariales que cubran aspectos ambientales y sociales, del mismo modo perdurar los vínculos necesarios entre los interesados consumidores, proveedores, sociedad etc., (Padilla, et, al., 2020; Mehmood, et, al., 2022; Zanfrillo, y Artola, 2021; Hernández y Yagui, 2021; Sánchez, et, al., 2021; Salas, et, al., 2020; Kraus, et, al., 2020; Ling, H. 2019; Allui, et al., 2022). Además, una empresa responsable genera automáticamente una buena imagen corporativa lo que conlleva a confirmar que la RSE supone una ventaja competitiva para las organizaciones de por sí (Marakova, et, al., 2021; Eyasu y Arefayne, 2020; Zhao, et al., 2022).
2. Podemos concluir también que las empresas las empresas que participan en actividades de RSE, las que invierten en este campo y sobre todo las que trabajan este aspecto de forma estratégica, son aquellas que tienen una estructura organizacional definida con parámetros y directrices que buscan justamente potenciar la cultura organizacional responsable, hecho que se incrementó debido a la demanda por parte de los interesados, que a su vez valoran la importancia de alianzas estratégicas para generar ventajas competitivas frente a la competencia, cumpliendo completamente con los planes de la organización; debe involucrarse inversiones estratégicas y decisiones operativas, que generen aumentos de ganancias. En consecuencia, las actividades de RSE influirían tanto en el nivel como en la persistencia del desempeño al atraer a los clientes a comprar, aumentar la satisfacción del cliente, mejorar la lealtad del cliente y mejorar las relaciones con los empleados y las partes interesadas externas (Talavera, y Sanchis, 2021; Madero, S., 2020; Lizarzaburu, et al., 2020; Stojanović, et, al., 2021; García, et al., 2021; Román, B., y Miriam, R., 2021; Zhao, et al., 2019;

Cannon, et al., 2019; Nyuur, et al., 2019; Park, E., 2019; Dal Mas, et al., 2021; Bañuelos, et al., 2021). Podemos ver que las redes sociales también juegan un papel importante en este aspecto pues existe una relación entre la RSE y la reputación empresarial ya que, si son mal aprovechadas, pueden ser un arma de doble filo, influir de forma negativa, positiva o ninguna sobre el impacto de las actividades de RSC en la reputación de la empresa. Actualmente se usa muy a menudo para divulgar datos como, información financiera, políticas ambientales y sociales, que pueden ser engañosas o mal intencionadas (Benitez, et al., 2019; Arévalo, y Cancelo, M., 2018).

3. La RSE involucra la percepción ética, jurídica, económica y social que tienen a sociedad sobre las empresas, ya que al participar de las leyes va más allá de solo velar por los aspectos ambientales y sociales pues busca de esta manera crear valor a las partes interesadas combinando estas responsabilidades para generar la maximización de ganancias para los accionistas, la obtención del mejor valor del dinero, el establecimiento de una posición competitiva fuerte y el mantenimiento de un alto nivel de eficiencia operativa (Ana, y Calaa, Rodríguez. 2021; Suasnavas, et al., 2019; Newman, et al., 2020; Latif, et al., 2020; Moliner et al., 2019; Perusquía, et al., 2019). Es un modo de gestión que augura parabienes a la empresa, Según ISO, 2010 actúa como impulsor del desarrollo de la empresa, al buscar crecimiento económico sin degradar los recursos actuales mejorando de forma responsable las operaciones, evitando afectar a la sociedad a nivel social, ambiental o económico; incluyendo a los proveedores y medir constantemente los logros sociales y ambientales de la organización (Henríquez, et al., 2019; Ospina, y Tello, 2019; López, y Peñalosa, 2019; Mejias, y Bermudez, 2018; Cecilia, 2018)
4. Se pudo concluir de la investigación, desde la óptica de estrategia que las actividades de RSE generan para las empresas ventajas competitivas y determinan la reputación empresarial consiguiendo que los consumidores tengan en consideración el hecho que ser responsable con el ambiente y por ende la protección de la salud. Además, el enfoque ético y ambiental son enfoques muy importantes y que muestran que tan preponderante es ser una empresa responsable en todos los puntos tocados en la investigación,

tomando en cuenta las estrategias adecuadas para aprovechar los beneficios que origina el desarrollar actividades de RSE.

5. De la investigación también se concluyó desde la óptica de gestión, que la empresa puede promover actividades como: brindar capacitación laboral, dar tiempo o dinero a proyectos de la comunidad local, contribuir a obras de caridad, considerar la diversidad en las decisiones de contratación, brindar flexibilidad horaria, apoyar el desarrollo de la comunidad local y la conservación del patrimonio; promover la igualdad de género en sus prácticas laborales; fomentar activamente el respeto por la cultura e idioma de la zona; colaborar con proyectos sociales y benéficos; animar a los clientes a contribuir a iniciativas sociales y benéficas; y elegir proveedores que demuestren su responsabilidad social (Nave y Ferreyra, 2018, p.8). En este sentido, la empresa como estrategia puede crear el puesto de director de RSE que se encargue justamente de ver el tema ambiental, social, filantrópico y que esto permitirá direccionar sus decisiones a cumplir este objetivo. Una función principal de este director será por ejemplo persuadir a los directivos a direccionar recursos que fortalezcan estas actividades de RSE y poder generar esas ventajas que tanto se buscan (Nave y Ferreyra, 2019, p.6).

VII. RECOMENDACIONES

1. Si bien la reputación empresarial es de suma importancia dentro del mercado tan competitivo actual. Esto debe suponer para la empresa trabajar en generarla desde la fabricación de empleados con consciencia social y respetuosos del medio ambiente, ya que no hay mucha información sobre este aspecto dentro de la información recopilada a lo largo de la investigación.
2. Ante la Situación de incertidumbre global, la responsabilidad social es de prioridad en las empresas que se manejan bajo la estructura legal y la ética ya que ellos siempre ven el capital como una oportunidad. Actualmente se desconoce mucho sobre las rigurosidades al momento de inspeccionar el cumplimiento de las normas y las políticas de la RSE que son las certificaciones ISOS 9001 debido a la mejora y desarrollo de la empresa. Además, según la ISO 2010 las empresas deben ser monitoreadas mediante auditorias. Este hecho se convertiría en una ventaja competitiva debido a la relación armoniosa de la empresa con la parte legal. Para futuras generaciones las empresas deben tomar conciencia el rol pasivo de la RSE ante la crisis económica.
3. Las actividades de RSE aún son un capítulo en incertidumbre, se debe promover mayor investigación y exponer más sobre este tema debido justamente al desconocimiento estructurado para desarrollar dichas actividades y que se conviertan en una verdadera ventaja competitiva, por ejemplo, desde el enfoque de gestión la RSE genera modificaciones desde la estructura, cultura empresarial y actividades que involucran el global de la empresa, por esto aun cuando se concluyó que estas actividades si generan estas ventajas competitivas, se recomienda mayor énfasis en el estudio de este enfoque ya que para lograr cambios por fuera, se debe gestionar una reestructuración desde el interior de la empresa.
4. Las dependencias dentro de la empresa son un tema muy importante es por esto que se recomienda tomar en cuenta la creación de un área específica encargada del tema de actividades de RSE desarrolladas por la organización, para conseguir objetivos y tener resultados en términos económicos y de prestigio de la marca.

5. Para las futuras investigaciones, se recomienda ahondar en el aspecto de actividades que puedan definir a una empresa socialmente responsable, ya que es muy generalizada la literatura encontrada en la actualidad referente a este aspecto, además de incluir investigaciones basadas en experiencias para fortalecer los resultados generados por desarrollar estratégicamente estas actividades de RSE.

REFERENCIAS

- Ali, H., Danish, R. y Asrar-ul-Haq, M. (2019). How corporate social responsibility boosts firm financial performance: The mediating role of corporate image and customer satisfaction. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 1-12. <https://doi.org/10.1002/csr.1781>
- Ana R & Calaa Rodríguez. (2021). Responsabilidad social corporativa en los centros de la red hospitalaria de utilización pública de Cataluña. *Gaceta*.<https://doi.org/10.1016/j.gaceta.2019.06.001>
- Allui, A., Pinto, L., (2022). Non-Financial Benefits of Corporate Social Responsibility to Saudi Companies. *Sustainability*, 14, 3446. <https://doi.org/10.3390/su14063446>
- Arévalo, R. y Cancelo, M., (2018). Los medios de comunicación y su responsabilidad social organizacional en Iberoamérica. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 24(2), 1043-1055. <http://dx.doi.org/10.5209/ESMP.62201>
- Bañuelos, K., Avendaño, B. y Carrasco, F., (2021). Implantation of corporate social responsibility measures in the horticulture in Mexico and Spain. *Revista de la Facultad de Ciencias Agrarias - UNCuyo*, 2021, 53(2), 165-177. DOI: <https://doi.org/10.48162/rev.39.050>
- Benítez, J., Ruiz, L., Castillo, A., & Llorens, J., (2019). *How corporate social responsibility activities influence employer reputation: The role of social media capability. Decision Support Systems*, 113223. doi:10.1016/j.dss.2019.113223
- Cannon, J., Ling, Z., Wang, Q., & Watanabe, O., (2019). 10-K Disclosure of Corporate Social Responsibility and Firms' Competitive Advantages. *European Accounting Review*, 1–29. doi:10.1080/09638180.2019.1670223
- Whittemore, R., Chao, A., Jang, M., Minges, K. E., & Park, C. (2014). Methods for knowledge synthesis: An overview. *Heart & Lung: The Journal of Acute and Critical Care*, 43(5), 453–461. doi:10.1016/j.hrtlng.2014.05.014

- Darmon, N., Briend, A., & Drewnowski, A. (2004). Energy-dense diets are associated with lower diet costs: a community study of French adults. *Public Health Nutrition*, 7(01). doi:10.1079/phn2003512
- Dutta, S., Katti, S., Phani, B. V., & Zhu, P., (2021). Corporate social responsibility spending as a building block for sustainable corporate ethical identity: Lessons from Indian business groups. *Managerial and Decision Economics*. doi:10.1002/mde.3412
- Eyasu, A. M., & Arefayne, D., (2020). The effect of corporate social responsibility on banks' competitive advantage: Evidence from ethiopian lion international bank S.C. *Cogent Business & Management*, 7(1) doi:https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1830473
- García, C., Ferrer, J., Castillo, J., & Pinilla, V., (2021). The Drivers of the Sustainability of Spanish Wineries: Resources and Capabilities. *Sustainability*, 13(18), 10171. MDPI AG. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.3390/su131810171>
- Grijalva, P. K., Cornejo, G. E., Gomez, R. R., Real, K. P., & Fernandez, A. (2019). Herramientas colaborativas para revisiones sistemáticas. *Revista Espacios*, 40(25), 9-11
- Henríquez, G., Garzón, M., Mejía, C., Torrenegra, Á. & Rada, J., (2019). Medición de impactos socioambientales y responsabilidad social organizacional. *Dimensión Empresarial*, 17(4). Doi: 10.15665/dem.v17i4.2111
- Hernández, J., y Yagui, V., (2021). Desempeño de responsabilidad social empresarial divulgado en medios virtuales por el impacto del COVID-19. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, 17(33). <https://doi.org/10.18270/cuaderlam.v17i33.3438>
- Khoa, A., Mai, N., & Le, C., (2021). The impact of corporate social responsibility practices on competitive advantage: Vietnamese evidence. *International Journal of Management and Enterprise Development*, 20(2), 177-195. doi:https://doi.org/10.1504/IJMED.2021.117906

- Kraus, S., Rehman, S. & Garcia, F. (2020). Responsabilidad social corporativa y desempeño ambiental: el papel mediador de la estrategia ambiental y la innovación verde. *Previsión tecnológica y cambio social* 160 (2020). <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120262>
- Latif, K., Sajjad, A., Bashir, R., Shaukat, M., Khan, M., & Sahibzada, U., (2020). Revisiting the relationship between corporate social responsibility and organizational performance: The mediating role of team outcomes. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*. doi:10.1002/csr.1911.
- Ling, Y. H. (2019). Influence of corporate social responsibility on organizational performance. *VINE Journal of Information and Knowledge Management Systems*, Vol. 49, núm. 3, págs. 327-352. doi: 10.1108/vjikms-11-2018-0096
- Lizarzaburu, B., Edmundo, R. y Del Brío, J., (2020). Estrategias innovadoras: Responsabilidad social corporativa. *Actualidad Contable Faces*, 23(41), 84-102. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=25764894005> ISSN: 2244-8772
- Long, W., Li, S., Wu, H., & Song, X. (2019). Corporate social responsibility and financial performance: The roles of government intervention and market competition. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*. doi:10.1002/csr.1817
- López, D. y Peñalosa, M. (2019). Responsabilidad social empresarial y su impacto en la disposición a pagar más entre los consumidores colombianos. *Revista Venezolana de Gerencia*, 24(87). <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29060499003>
- Lu, J., Ren, L., Yao, S., Qiao, J., Mikalauskiene, A., & Streimikis, J. (2020). Exploring the relationship between corporate social responsibility and firm competitiveness. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 33(1), 1621–1646. doi:10.1080/1331677x.2020.1761419
- Madero, S., (2020). La satisfacción laboral como efecto moderador entre las prácticas organizacionales de recursos humanos y las líneas estratégicas de

responsabilidad social corporativa en México. *Estudios Gerenciales*, 36(157), 391-401. DOI: <https://doi.org/10.18046/j.estger.2020.157.3790>

Mai, N., An Khoa, T., & Nguyen, T., (2021). Implementation of corporate social responsibility strategy to enhance firm reputation and competitive advantage. *Journal of Competitiveness*, 13(4), 96-96–114. doi:<https://doi.org/10.7441/joc.2021.04.06>

Martínez, I., Casillas, M., Nuñez, C., González, A., Aguilera, A., & Portales, L. (2018). Influencia del marketing social y prácticas de RSE en la intención de compra de los millennials. *Universidad & Empresa*, 20(35), 251-280. Doi: <http://dx.doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.6034>

Marakova, V., Wolak, A., & Tuckova, Z. (2021). Corporate Social Responsibility As a Source of Competitive Advantage in Large Enterprises. *Journal of Competitiveness*, 13(1), 113–128. <https://doi.org/10.7441/joc.2021.01.07>

Mehmood, K. K., & Hanaysha, J. R. (2022). Impact of Corporate Social Responsibility, Green Intellectual Capital, and Green Innovation on Competitive Advantage: Building Contingency Model. *International Journal of Human Capital and Information Technology Professionals (IJHCITP)*, 13(1), 1-14. <http://doi.org/10.4018/IJHCITP.293232>

Moreno, B., Muñoz, M., Cuellar, J., Domancic, S., & Villanueva, J. (2018). Revisiones Sistemáticas: definición y nociones básicas. *Revista Clínica de Periodoncia, Implantología y Rehabilitación Oral*, 11(3), 184–186. doi:10.4067/s0719-01072018000300184

Nave, A., & Ferreira, J. (2019). Corporate social responsibility strategies: Past research and future challenges. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*. doi:10.1002/csr.1729

Newman, C., Rand, J., Tarp, F., & Trifkovic, N. (2020). Corporate Social Responsibility in a Competitive Business Environment. *The Journal of Development Studies*, 1–18.

- Nyuur, R. B., Ofori, D. F., & Amponsah, M. M. (2019). *Corporate social responsibility and competitive advantage: A developing country perspective*. *Thunderbird International Business Review*. doi:10.1002/tie.22065
- Ospina, L. y Tello, C. (2019). Acciones de responsabilidad social organizacional: una mirada a la industria cultural en Santiago de Cali. *Revista Logos Ciencia & Tecnología*, 11(1). <http://dx.doi.org/10.22335/rlct.v11i1.547>
- Padilla, C.P., Collazzo, P. (2022) corporate social responsibility, green innovation and competitiveness – causality in manufacturing. *Competitiveness Review*, (7), 21-39 DOI: 10.1108/CR-12-2020-0160
- Park, E. (2019). Corporate social responsibility as a determinant of corporate reputation in the airline industry. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 47, 215–221.
- Perusquía, M., Villalón, R. & López, M. (2019). Social responsibility as a competitive advantage tool for small and medium-sized enterprises. *Universidad & Ciencia* 8, 107-120, <https://revistas.unica.cu/index.php/uciencia/article/view/1315/1489>
- Román, B. & Miriam, R., (2021). Innovación, Responsabilidad Social Empresarial en grandes empresas <https://doi.org/10.35426/iav50n128.01>
- Ronconi, Roberto (2020). Proceso de búsqueda, recuperación y evaluación de la información. Guía, Tutorial. <https://www.aacademica.org/roberto.ronconi/2>
- Salas, L., García, M. y Azuero, A., (2020). Efecto de la responsabilidad social empresarial sobre el posconflicto colombiano: el caso de las pymes. *Estudios Gerenciales*, 36(154). DOI: 10.18046/j.estger.2020.154.3547
- Sánchez, Jaime A., Seminario, Alejandra, & Oruna, Abel, M., (2021). Responsabilidad social y la gestión de calidad: Empresa Peruana de Seguros. *RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 11(21), 117-130. <https://doi.org/10.17163/ret.n21.2021.07>, http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1390-86182021000100117

- Sayantan K., Puneet K., Rojers J., Ashish M., Amandeep D., (2021). A resource-based view of green innovation as a strategic firm resource: Present status and future directions. <https://doi.org/10.1002/bse.2961>
- Sobrido Prieto, M., & Rumbo-Prieto, J. M. (2018). La revisión sistemática: pluralidad de enfoques y metodologías. *Enfermería Clínica*. doi:10.1016/j.enfcli.2018.08.008
- Stojanovic, A., Milosevic, I., Arsic, S., Urosevic, S., & Mihaljovic, I. (2020). Corporate Social Responsibility as a Determinant of Employee Loyalty and Business Performance. *Journal of Competitiveness*, 12(2), 149–166
- Suasnavas P., Andrade Anabel, Granda K., Dávalos H. y Cárdenas H., y Gómez A., 2019. Social responsibility and management of occupational safety and health: current panorama of Ecuadorian companies. *Espacios* 40 (4), 18 DOI: 10.48082/espacios.
- Sun, C. (2020). The research and evaluation of customer relationship management and social responsibility on competitive advantage. *Revista De Cercetare Si Interventie Sociala*, 69, 131-142. DOI: <https://doi.org/10.18046/j.estger.2020.157.3790>
- Talavera, C. y Sanchis, J. (2021). Ética y responsabilidad social en las alianzas estratégicas. El caso de las alianzas entre entidades lucrativas y no lucrativas. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, 137. <https://dx.doi.org/10.5209/reve.73863>.
- Villasís Keever, M. Á., Rendón-Macías, M. E., García, H., Miranda-Novales, M. G., & Escamilla-Núñez, A. (2020). La revisión sistemática y el metaanálisis como herramientas de apoyo para la clínica y la investigación. *Revista Alergia México*, 67(1), 62-72.
- Wicker, C. (2021) Corporate Social Responsibility Research in the Journal of Management Studies: A Shift from a Business-Centric to a Society-Centric Focus
- Zanfrillo, A. y Artola, M. (2021). Responsabilidad social corporativa: factores influyentes en la divulgación de información en organizaciones de salud no

lucrativas. Revista Escuela de Administración de Negocios, (90), 139-152.
<https://doi.org/10.21158/01208160.n90.2021.2930>

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(1), 218

Zhao, X., Tan, J. & Zhon, S. (2022). The trade-off between corporate social responsibility and competitive advantage: a biform game model. Technological and economic development of economy 2022, volume 28 Issue 2: 463–482 <https://doi.org/10.3846/tede.2022.16321>

Zhou, H., Wang, Q. and Zhao, X. (2020), "Corporate social responsibility and innovation: a comparative study", *Industrial Management & Data Systems*, Vol. 120 No. 5, pp. 863-882.

ANEXOS

Anexo 1

Tabla 1

Lista de artículos indizados utilizados en el estudio

Código	Título	Autores	Año
A1	Responsabilidad social empresarial, innovación verde y competitividad: causalidad en la fabricación	Padilla-Lozano, C.P., Collazzo, P.	2022
A2	Impacto de la Responsabilidad Social Corporativa, el Capital Intelectual Verde y la Innovación Verde en la Ventaja Competitiva: Construyendo un Modelo de Contingencia	Mehmood, K. K., & Hanaysha, J. R.	2022
A3	Implementación de la estrategia de responsabilidad social corporativa para mejorar la reputación de la empresa y la ventaja competitiva	Mai, N. K., An Khoa, T. N., & Nguyen, T. T.	2021
A4	El impacto de las prácticas de responsabilidad social corporativa en la ventaja competitiva: evidencia vietnamita	Khoa Truong, A. N., Mai, N. K., & Le Nha, C. N.	2021
A5	El gasto en responsabilidad social corporativa como componente básico para una identidad ética corporativa sostenible: lecciones de grupos empresariales indios	Dutta, S., Katti, S., Phani, B. V., & Zhu, P.	2021
A6	La responsabilidad social empresarial como fuente de ventaja competitiva en las grandes empresas	va, V., Wolak-Tuzimek, A., & Tuckova, Z.	2021
A7	Responsabilidad social corporativa: factores influyentes en la divulgación de información en organizaciones de salud no lucrativas	Zanfrillo, A. y Artola, M.	2021
A8	Desempeño de responsabilidad social empresarial divulgado en medios virtuales por el impacto del COVID-19.	Hernández, J., y Yagui, V.	2021
A9	Ética y Responsabilidad Social en las alianzas estratégicas. El caso de las alianzas entre entidades lucrativas y no lucrativas.	Talavera, C y Sanchis, J.	2021
A10	Responsabilidad social corporativa en los centros de la red hospitalaria de utilización pública de Cataluna.	Ana, R. & Calaa, R.	2021
A11	Responsabilidad social y la gestión de calidad: Empresa Peruana de Seguros.	Sánchez-Ortega, Jaime Agustín, Seminario-Polo, Alejandra, & Oruna-Rodríguez, Abel Marcia	2021
A12	Una visión basada en los recursos de la innovación verde como recurso estratégico de la empresa: Estado actual y direcciones futuras.	Sayantana Khanra1 Puneet Kaur2,3 Rojers P Joseph4 Ashish Malik5 Amandeep Dhir3	2020
A13	La investigación y evaluación de la gestión de las relaciones con los clientes y la responsabilidad social sobre la ventaja competitiva.	SUN, C.	20220
A14	El efecto de la responsabilidad social corporativa en la ventaja competitiva de los bancos: Evidencia del banco internacional león etíope S.C. Cogent Business & Management	Eyasu, A. M., & Arefayne, D.	2020
A15	La satisfacción laboral como efecto moderador entre las prácticas organizacionales de recursos humanos y las	Sergio M- Gómez,S..	2020

	líneas estratégicas de responsabilidad social corporativa en México		
A16	Responsabilidad social y gestión de la seguridad y salud en el trabajo: panorama actual de las empresas ecuatorianas	Suasnavas B, Pablo R & Andrade, M.	2019
A17	Efecto de la responsabilidad social empresarial sobre el posconflicto colombiano: el caso de las pymes.	Salas-Arbeláez, L., García-Solarte, M. y Azuero-Rodríguez, A	2020
A18	Estrategias innovadoras: Responsabilidad social corporativa y confianza de los inversionistas, un estudio exploratorio en mercados emergentes	Lizarzaburu, B., Edmundo, R. y Del Brío, J	2020
A19	Responsabilidad social corporativa y desempeño ambiental: el papel mediador de la estrategia ambiental y la innovación verde.	Kraus, S., Rehman, S., & García, F.	2020
A20	La Responsabilidad Social Corporativa como Determinante de la Lealtad de los Empleados y del Desempeño Empresarial.	Stojanovic, A., Milosevic, I., Arsic, S., Urosevic, S. y Mihaljovic, I.	2020
A21	Responsabilidad Social Corporativa en un Mundo Competitivo ambiente de negocios	Román & Miriam, R.	2021
A22	Explorando la relación entre la responsabilidad social corporativa y la competitividad empresarial	Lu, J. , Ren, L., Yao, S., Qiao, Ji., Mikalauskiene, a., & Streimikis, Ju.,	2020
A23	Responsabilidad Social Corporativa en un Mundo Competitivo ambiente de negocios	Newman, C., Rand, J., Finn Tarp y Trifkovic, N	2020
A24	Medición de impactos socioambientales y responsabilidad social organizacional	Henríquez-Fuentes, G., Garzón-Castrillón, M.; Mejía-Reátiga, C, Torrenegra-Barros, Á. & Rada-Llanos, J.	2019
A25	Acciones de responsabilidad social organizacional: una mirada a la industria cultural en Santiago de Cali	Ospina, L. y Tello, C.	2019
A26	Responsabilidad social empresarial y su impacto en la disposición a pagar más entre los consumidores colombianos	López, D. y Peñalosa, M.	2019
A27	Responsabilidad social y gestión de la seguridad y salud en el trabajo: panorama actual de las empresas ecuatorianas	Suasnava, P., Andrade, A., Granda, K., Dávalos, M., Cárdenas, H. y Gómez, A	2019
A28	Cómo la responsabilidad social corporativa impulsa el desempeño financiero de las empresas: el papel mediador de la imagen corporativa y la satisfacción del cliente	Ali, H., Danish, R. y Asrar-ul-Haq, M.	2019
A29	Cómo las actividades de responsabilidad social corporativa influyen en la reputación del empleador: el papel de la capacidad de las redes sociales	Benitez, J., Ruiz, L., Castillo, A. y Llorens, J.	2019
A30	Los medios de comunicación y su responsabilidad social organizacional en Iberoamérica	Arévalo, R. y Cancelo, M	2018
A31	Revisando la relación entre la responsabilidad social corporativa y el desempeño organizacional: el papel mediador de los resultados del equipo. Responsabilidad Social Corporativa y Gestión Ambiental	Latif, K. F., et.al.	2020

A32	Responsabilidad social corporativa y desempeño financiero: los roles de la intervención del gobierno y la competencia en el mercado. Responsabilidad Social Corporativa y Gestión Ambiental	Long, W., Li, S., Wu, H., & Song, X	2019
A33	La influencia de la responsabilidad social corporativa en la ventaja competitiva con múltiples mediaciones del capital social y capacidades dinámicas	Zhao, Z., Meng, F., He, Y., & Gu, Z	2019
A34	Influencia de la responsabilidad social empresarial en el desempeño organizacional	Ling, Y.-H	2019
A35	10-K Divulgación de responsabilidad social corporativa y ventajas competitivas de las empresas	Cannon, J. N., Ling, Z., Wang, Q., & Watanabe, O. V.	2019
A36	Responsabilidad social corporativa: ¿un camino hacia una ventaja competitiva sostenible?	Moliner-Tena et al.,	2019
A37	Medición de la responsabilidad social empresarial: casos en pequeñas empresas Latinoamericanas	Agustín Me.&Acostal	2018
A38	Responsabilidad social corporativa y ventaja competitiva	Nyuur, et al.	2019
A39	La Responsabilidad Social o sostenibilidad: un enfoque desde el entorno y la comunicación	Cecilia, B.	2018
A40	La responsabilidad social corporativa como determinante de la reputación corporativa en la industria aérea	Park, E.	2019
A41	Responsabilidad social corporativa en el negocio minorista: un estudio de caso	Dal Mas, F., Tucker, W., Massaro, M., & Bagnoli, C,	2021
A42	Responsabilidad social empresarial y competitividad: un estudio de las multinacionales brasileñas	Mary de S & Roberta de C	2022
A43	¿Divulgar la actividad de RSE crea una ventaja competitiva?: Un enfoque en las empresas chinas	Strategic direction	2018
A44	Beneficios no financieros de la responsabilidad social corporativa para las empresas saudíes	Alawiya Allui and Luisa Pinto	2022
A45	El equilibrio entre la responsabilidad social de las empresas y la ventaja competitiva: un modelo de juego biforme.	Xiaoyang ZHAO, Justin TAN, Shuxin ZHONG	2022
A46	Implantación de medidas de responsabilidad social corporativa en la horticultura de México y España	Bañuelos K., Avendaño, D., y Carrasco, f.,	2021
A47	Investigación sobre responsabilidad social corporativa en el Journal of Management Studies: un cambio de un enfoque centrado en el negocio a uno centrado en la sociedad	Wickert, C.	2021
A48	Influencia del marketing social y prácticas de RSE en la	Martínez, I., Casillas, F., Nuñez, M., González D., Aguilera, E., & Portales, L.	2018
A49	Los motores de la sostenibilidad de las bodegas españolas: recursos y capacidades	García-Cortijo, M. C., Ferrer, J. R., Castillo-Valero, J. S., & Pinilla, V.	2021
A50	La responsabilidad social como herramienta de ventaja competitiva para las pequeñas y medianas empresas	Perusquía, M., Villalón, R. & López, M.	2019
A51	Estrategias de responsabilidad social de las empresas: Investigaciones pasadas y retos futuros	Nave, A., & Ferreira, J.	2019

Anexo 2

No.	AUTOR/ES	AÑO	NOMBRE DEL ARTÍCULO EN ESPAÑOL	BASE DE DATOS	PALABRAS CLAVE	MUESTRA
A1	Padilla-Lozano, C.P., Collazzo, P.	2022	Responsabilidad social empresarial, innovación verde y competitividad: causalidad en la fabricación	Scopus.	Competitividad, Responsabilidad social empresarial,	El estudio usó una muestra de 325 gerentes de empresas manufactureras del Ecuador, utilizando métodos cuantitativos.
A2	Mehmood, K. K., Hanaysha, J. R.	2022	Impacto de la Responsabilidad Social Corporativa, el Capital Intelectual Verde y la Innovación Verde en la Ventaja Competitiva: Construyendo un Modelo de Contingencia	Emerging Sources Citation Index, Scopus, INSPEC	Innovación verde, Responsabilidad social empresarial, ventaja competitiva	Revisión de la literatura
A3	Mai, N. K., An Khoa, T. N., & Nguyen, T. T.	2022	Implementación de la estrategia de responsabilidad social corporativa para mejorar la reputación de la empresa y la ventaja competitiva	Scopus, Social Sciences Citation Index, Academic Search Premier, DOAJ, ABI/INFORM	responsabilidad social corporativa, pequeñas y medianas empresas, reputación de la empresa, ventaja competitiva de la empresa	896 propietarios directores, subdirectores, subdirectores, jefes de contabilidad y directores jurídicos de empresas.
A4	Khoa Truong, A. N., Mai, N. K., & Le Nha, C. N	2022	El impacto de las prácticas de responsabilidad social corporativa en la ventaja competitiva: evidencia vietnamita	Emerging Sources Citation Index, Scopus, INSPEC	legal, responsabilidad social a económica, responsabilidad social corporativa ética, responsabilidad social corporativa filantrópica, medioambiental	869 encuestados de distintos niveles de dirección de Ciudad Ho Chi Minh y la provincia de Binh Duong
A5	Dutta, S., Katti, S., Phani, B. V., & Zhu, P. (2021)	2022	El gasto en responsabilidad social corporativa como componente básico para una identidad ética corporativa sostenible: lecciones de grupos empresariales indios	Scopus, Social Sciences .	Responsabilidad social empresarial, sostenibilidad, Competitividad, Compromiso	1500 empresas de india
A6	va, V., Wolak-Tuzimek, A., & Tuckova, Z	2022	La responsabilidad social empresarial como fuente de ventaja competitiva en las grandes empresas	Scopus, Social Sciences Citation Index, Academic Search Premier, DOAJ, ABI/INFORM	responsabilidad social corporativa, competitividad, empresas, ventaja competitiva, análisis factorial exploratorio	en un estudio 53 empresas polacas
A9	Talavera, C. y Sanchis, J.	2022	Ética y Responsabilidad Social en las alianzas estratégicas. El caso de las alianzas entre entidades lucrativas y no lucrativas	Emerging Sources Citation Index, Scopus.	Alianzas estratégicas, ética, responsabilidad social, valor compartido, entidades no lucrativas	4 organizaciones lucrativas y sin ánimo de lucro
A10	Ana, R. Calaa, R.	2022	.Responsabilidad social corporativa en los centros de la red hospitalaria de utilización pública de Cataluna	Science Citation Index Expanded, Scopus, Social Sciences Citation Index.	Ética institucional; Responsabilidad social; Administración hospitalaria	43 Países Directivos

A11	Sánchez-Ortega, Jaime Agustín, Seminario-Polo, Alejandra, & Oruna-Rodríguez, Abel Marcia	2022	Responsabilidad social y la gestión de calidad: Empresa Peruana de Seguros	Emerging Sources Citation Index, Fuente Academica Plus, DOAJ, Business Source Premier, Business Source Elite, DIALNET	Responsabilidad social; gestión de la calidad; comunidad; medio ambiente; gestión del conocimiento; desempeño laboral; COVID-19	331 colaboradores
A12	Sayantan Khanra1 Puneet Kaur2,3 Rojers P Joseph4 Ashish Malik5 Amandeep Dhir3	2022	Una visión basada en los recursos de la innovación verde como recurso estratégico de la empresa: Estado actual y direcciones futuras.	Scopus, Social Sciences Citation Index.	política medioambiental, innovación verde, análisis de redes, análisis de prestigio, visión basada en los recursos, compromiso de las partes interesadas, desarrollo sostenible	951 artículos relevantes.
A13	SUN, C.	2022	La investigación y evaluación de la gestión de las relaciones con los clientes y la responsabilidad social sobre la ventaja competitiva.	Scopus, Central & Eastern European Academic Source (CEEAS), Social services abstracts, Sociological abstracts, DIALNET	Prácticas de recursos humanos; responsabilidad social empresarial	458 datos de personas que laboran en empresas del Noreste de México
A14	Eyasu, A. M., & Arefayne, D.	2022	El efecto de la responsabilidad social corporativa en la ventaja competitiva de los bancos: Evidencia del banco internacional león etíope S.C. Cogent Business & Management	Emerging Sources Citation Index, Scopus, ABI/INFORM, Business Source Premier, Business Source Elite, DOAJ	Bank; competitive advantage; CSR; Ethiopia; SEM; stakeholders	28 bancos de Lion
A15	Madero-Gómez, S.	2022	La satisfacción laboral como efecto moderador entre las prácticas organizacionales de recursos humanos y las líneas estratégicas de responsabilidad social corporativa en México	Emerging Sources Citation Index, Scopus, Fuente Academica Plus, DOAJ, ABI/INFORM, Business Source Premier, Business Source Elite, EconLit, vLex, DIALNET	Prácticas de recursos humanos, responsabilidad social empresarial, México.	458 entrevistados
A17	Salas-Arbeláez, L., García-Solarte, M. y Azuero-Rodríguez, A	2022	Efecto de la responsabilidad social empresarial sobre el posconflicto colombiano: el caso de las pymes	Emerging Sources Citation Index, Scopus, Fuente Academica Plus, DOAJ, ABI/INFORM, Business Source Premier, Business Source Elite, EconLit, vLex, DIALNET	Responsabilidad social empresarial, posconflicto, pymes	492 gerentes de pymes de las ciudades de Cali, Medellín y Bogotá.
A22	Lu, J. , Ren, L., Yao, S., Qiao, Ji., Mikalauskiene, a., & Streimikis, Ju.,	2022	Explorando la relación entre la responsabilidad social corporativa y la competitividad empresarial	Machine Translated by Google	compromiso del equipo, eficacia del equipo, identidad del equipo, rendimiento del equipo,	33 empresas

						desempeño de la organización
A26	López, D. y Peñalosa, M.	2022	Responsabilidad social empresarial y su impacto en la disposición a pagar más entre los consumidores colombianos	Redalyc		Responsabilidad social empresarial, regresión logística, disposición a pagar más. 1962 empresas chinas
A29	Benitez, J., Ruiz, L., Castillo, A. y Llorens, J.	2022	Cómo las actividades de responsabilidad social corporativa influyen en la reputación del empleador: el papel de la capacidad de las redes sociales	proquest		ctividades de responsabilidad social corporativa, capacidad de redes sociales, reputación del empleado 100 empresas españolas
A30	Arévalo, R. y Cancelo, M	2022	Los medios de comunicación y su responsabilidad socialorganizacional en Iberoamérica	Proquest		Medios de comunicación; responsabilidad social; filosofía organizacional 15 medios de comunicación
A31	Latif, K. F., et.al.	2022	Revisando la relación entre la responsabilidad social corporativa y el desempeño organizacional: el papel mediador de los resultados del equipo. Responsabilidad Social Corporativa y Gestión Ambiental	Scopus		compromiso del equipo, eficacia del equipo, identidad del equipo, rendimiento del equipo, desempeño de la organización 225 personas del sector cementero
A35	Cannon, J. N., Ling, Z., Wang, Q., & Watanabe, O. V.	2022	10-K Divulgación de responsabilidad social corporativa y ventajas competitivas de las empresas	Proquest		Divulgación de RSE, ventaja competitiva, 6882 empresas
A38	Nyuur, et al.	2022	Responsabilidad social corporativa y ventaja competitiva	Emerging Sources Citation Index, Scopus, ABI/INFORM, Business Source Premier, Public Affairs Index, Business Source Elite, PAIS International, vLex		Ventaja competitiva (CA), estrategia competitiva, responsabilidad social corporativa (RSC), orientación a la exportación, estructura empresarial, Ghana 179 gerentes de empresas en ghana
A41	Dal Mas, F., Tucker, W., Massaro, M., & Bagnoli, C,	2022	Responsabilidad social corporativa en el negocio minorista: un estudio de caso	Scopus, Social Sciences Citation Index, s Source Elite, Communication Abstracts		Cliente, empleados, traducción del conocimiento, sector minorista, iniciativas de RSE Empresa minorista de ropa
A43	strategic direction	2022	¿Divulgar la actividad de RSE crea una ventaja competitiva?: Un enfoque en las empresas chinas	Scopus, ABI/INFORM, Business Source Premier, INSPEC, Business Source Elite		Valor humano, imagen empresarial, Empresas chinas
A44	Allui, A.; Pinto, L.	2022	Beneficios no financieros de la responsabilidad social corporativa para las empresas saudíes	Science Citation Index Expanded, Scopus, Social Sciences Citation Index.		corporate social responsibility; stakeholder theory; value-based corporate governance; spiritual perspectives on Empresas saudíes seleccionadas al azar de los sectores de fabricación y servicios.

					CSR; non-financial benefits	non-CSR	
A45	Xiaoyang ZHAO, Justin TAN, Shuxin ZHONG	2022	El Equilibrio entre la responsabilidad social de las Empresas y la ventaja competitiva: Un modelo de juego Biforme.	Scopus, Social Sciences Citation Index.	CSR, competitive advantage, biforme game.		2 empresas en china
A46	Karina Adalessa Bañuelos Torrónategui, Belem Dolores Avendaño Ruiz y Federico Martinez Carrasco Pleite.	2022	Implantación de medidas de responsabilidad social corporativa en la horticultura de México y España	Science Citation Index Expanded, Scopus.	Corporate Social Responsibility, standards, horticulture, Delphi, Mexico • Spai		Encuestados a dos mercados de dos países
A47	Wickert, C.	2022	Investigación sobre responsabilidad social corporativa en el Journal of Management Studies: un cambio de un enfoque centrado en el negocio a uno centrado en la sociedad	Scopus, Social Sciences Citation Index,	enfoque en la sociedad, enfque en el negocio		Revision de la literatur
A48	Martínez Escareño, I. M., Casillas Racurello, M. F., Nuñez Alfaro, C. M., González Galindo, A. D., Aguilera Valdez, A. E., & Portales, L.	2022	Influencia del marketing social y prácticas de RSE en la	Emerging Sources Citation Index, Fuente Academica Plus, DOAJ, vLex, DIALNET	Comportamiento del consumidor		97 personas
A49	García-Cortijo, M. C., Ferrer, J. R., Castillo-Valero, J. S., & Pinilla, V.	2022	Los motores de la sostenibilidad de las bodegas españolas: recursos y capacidades	Science Citation Index Expanded, Scopus, Social Sciences Citation Index.	Recursos tecnologicos, recursos de marketing		411 gerentes
A51	Nave, A., & Ferreira, J.	2019	Estrategias de responsabilidad social de las empresas: Investigaciones pasadas y retos futuros	Scopus, Social Sciences Citation Index, ABI/INFORM, Aerospace Database, Business Source Premier, Civil Engineering Abstracts, Environment Index, Greenfile, INSPEC, Metadex, Pollution Abstracts, Business Source Elite, Communication Abstracts	responsabilidad social corporativa (RSC), estrategia, sustentabilidad, revisión sistemática de la literatura		119 articulos seleccionados para analisis

Anexo 3

RSE- GESTIÓN				
Cod. Art.	DESCRIPCION	CATEGORÍAS	MUESTRA	HALLAZGOS
A1	Corporate social responsibility, green innovation and competitiveness – causality in manufacturing Padilla-Lozano, C.P., Collazzo, P. 2022 , Competitiveness Review , (7) , 21-39 DOI: 10.1108/CR-12-2020-0160	Recursos humanos Innovación ecológica Desempeño del mercado Ambiental Comunidad	El estudio usó una muestra de 325 gerentes de empresas manufactureras del Ecuador, utilizando métodos cuantitativos y transversales	LIMITACION: Primero, este estudio considera solo empresas manufactureras en Ecuador, centrándose en las prácticas de RSE en un solo estudio de caso territorial Segundo el estudio se enfoca en startups innovadoras de alto crecimiento. (p.12). HALLAZGO: Los hallazgos sobre el papel de la innovación verde sugieren una transición desde el ahorro de costos hacia un apalancamiento más estratégico sobre la innovación responsable como fuente de ventaja competitiva.(p.96)
A3	Mai, N. K., An Khoa, T. N., & Nguyen, T. T. (2021). Implementation of corporate social responsibility strategy to enhance firm reputation and competitive advantage. Journal of Competitiveness, 13(4), 96-96-114. doi:https://doi.org/10.7441/joc.2021.04.06	Económico Recursos humanos Legal Filantrópica Enfoque hacia la empresa Ambiental	896 propietarios directores, subdirectores, jefes de contabilidad y directores jurídicos de empresas.	LIMITACIONES: Las inferencias extraídas de una muestra pueden no ser completamente generalizables a otras áreas debido a las diferencias culturales y nacionales.(p109) HALLAZGO: Se concluye a la relación entre la implementación de la RSE (excepto la RSE económica) y la ventaja competitiva de la empresa. Además, cuatro de las cinco dimensiones de la RSE, excepto la RSE ambiental, tienen un efecto directo positivo en la generación de una ventaja competitiva. (p.108)
A6	Marakova, V., Wolak-Tuzimek, A., & Tuckova, Z. (2021). Corporate Social Responsibility As a Source of Competitive Advantage in Large Enterprises. Journal of Competitiveness, 13(1), 113-128. https://doi.org/10.7441/joc.2021.01.07	Consumidor final fuentes de la ventaja competitiva Innovación ecológica Actividades de acuerdo con los principios sociales Conocimientos y habilidades de los empleados	Un estudio 53 empresas polacas	LIMITACION: De haber sido determinados para un solo país, aunque otros entornos pueden ser objeto de futuras investigaciones. La ambición de los autores es completar más investigaciones sobre el grupo de grandes empresas en los países del grupo de Visegrad.(P125) HALLAZGO: Concluye que la aplicación de la RSE crea una fuente de ventaja competitiva en el mercado, deben incluir estrategias y actividades de RSE que contribuye a la mejora de la imagen de la empresa, las relaciones públicas, así como las actividades de innovación y que tiene un impacto positivo en la construcción de una ventaja competitiva. Los resultados de la investigación pueden ser útiles para los empresarios que buscan mejorar su posición competitiva en el mercado mientras se enfocan en los factores clave de competitividad. (p.125)
A14	Eyasu, A. M., & Arefayne, D. (2020). The effect of corporate social responsibility on	Relacionado con los personales	28 bancos de Lion	LIMITACIONES: Algunos representantes de las partes interesadas fueron seleccionado por compromiso y pueden influenciar los resultados para una ventaja competitiva sostenible. Segundo, dependiente sobre la seleccionada muestra, el actual estudio refleja solamente la percepción de

	banks' competitive advantage: Evidence from ethiopian lion international bank S.C. Cogent Business & Management, 7(1) doi:https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1830473	Relacionado con la reputacion Medio Ambiental		empleados, la interno Interesado de a negocio. (p18). Segundo, el estudio se enfocó en las PYME del Reino Unido, lo que limita la posibilidad de generalizar los resultados. Se deben realizar más estudios en otros sectores y entornos nacionales para examinar las asociaciones identificados en el estudio actual.(p.4)
A33	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(1), 218. doi:10.3390/su11010218	Enfoque cognitivo Enfoque relacional estructural social	112 empresas Chinas	LIMITACIONES: Es necesario ampliar la dimensión de investigación de ellos en el futuro para analizar con más cuidado el papel intermediario de las variables. Por supuesto, el hecho de que los datos provengan solo de empresas chinas también es una limitación obvia, donde debería haber una comparación de empresas de diferentes países. (p.12) HALLAZGO: Se concluyó que con una combinación adecuada de medidas sociales externas, recursos y capacidades competitivas internas, las empresas pueden realizar la creación de un valor compartido de la economía y la sociedad, que a su vez se convertirá en el poder sostenible con el que las empresas pueden ganar
A34	Ling, Y.-H. (2019). Influence of corporate social responsibility on organizational performance. VINE Journal of Information and Knowledge Management Systems. doi:10.1108/vjikms-11-2018-0096	Recursos humanos Protección ambiental Participación social	117 empresas de Taiwan	LIMITACIONES: Un estudio transversal, es difícil determinar si existe un efecto de desfase entre el impacto de la RSE y el desempeño de la organización (p.346.) HALLAZGOS: la RSE tiene una influencia positiva tanto en el desempeño financiero como en el desempeño de la innovación de una empresa. Se confirma la importancia de la RSE para contribuir al desempeño de una empresa.
A44	Allui, A.; Pinto, L. Non-Financial Bene?ts of Corporate Social Responsibility to Saudi Companies. Sustainability 2022, 14, 3446. https://doi.org/10.3390/su14063446	Atracción y retención d empleados Reputación de la marca Innovacion tecnologica	Empresas saudies seleccionadas al azar de los sectores de fabricación y servicios.	LIMITACIONES: Las principales limitaciones de este estudio tienen que ver con el tamaño de muestra relativamente pequeño y la falta de datos longitudinales para analizar los efectos de las variables a lo largo del tiempo. (p1). Otra limitación implica el uso de datos transversales; como no se pudo realizar un análisis longitudinal, este estudio no pudo explicar en profundidad las variables en el tiempo y sus efectos.(p.15). HALLAZGOS: Concluye que el enfoque de la RSE más prevalente es minimizar los impactos negativos y maximizar los impactos positivos del negocio con áreas de las dimensiones .p12
A48	Martínez Escareño, I. M.,	La teoria política	97 personas	LIMITACIONES: Este estudio brinda información de los procesos de compra y de consolidación de

	<p>Casillas Racurello, M. F., Nuñez Alfaro, C. M., González Galindo, A. D., Aguilera Valdez, A. E., & Portales, L. (2018). Influencia del marketing social y prácticas de RSE en la intención de compra de los millennials. <i>Universidad & Empresa</i>, 20(35), 251-280. Doi</p>	<p>Ética Teoría integradora Instrumental</p>		<p>hábitos de la generación millennial, así como de la forma en que el marketing social y las prácticas de RSC pueden incidir en su comportamiento e interés, pero no se puede aplicar a todos los demás segmentos. (p.275)</p>
<p>A49</p>	<p>García-Cortijo, M. C., Ferrer, J. R., Castillo-Valero, J. S., & Pinilla, V. (2021). The Drivers of the Sustainability of Spanish Wineries: Resources and Capabilities. <i>Sustainability</i>, 13(18), 10171. MDPI AG. Retrieved from http://dx.doi.org/10.3390/su131810171</p>	<p>Los impulsores externos Impulsor interno Capital intelectual verde teoría de los recursos y las capacidades Innovación tecnológica Sostenibilidad</p>	<p>411 gerentes</p>	<p>LIMITACIONES: Poca información relacionada a los recursos e innovación de las empresas basada en RSE. De los propios resultados parece suficiente o no importante contar con mayores recursos tecnológicos o financieros, aunque es necesario que la empresa tenga la voluntad de orientar estos recursos hacia la sustentabilidad. Aun así se necesita ampliar en el estudio para obtener mayor información de la RSE e innovación. (p.10)</p> <p>HALLAZGOS: Que la adopción de políticas de sostenibilidad requiere colocar hincapié en la innovación y en la capacidad de comunicar tales innovaciones para que los consumidores percibirlos como un cambio para mejor; tener mayores recursos tecnológicos o financieros parece ser insuficiente y de poca importancia</p>
<p>A43</p>	<p>Does disclosing CSR activity create a competitive advantage?: A focus on chinese companies. (2018). <i>Strategic Direction</i>, 34(2), 33-35. doi:https://doi.org/10.1108/SD-11-2017-0175</p>	<p>La reputación de la marca Impacto social Gestión de impacto ambiental</p>	<p>Empresas chinas</p>	<p>LIMITACIONES: El estudio está enfocado en las empresas de china, con un entorno diferente a los otros países, como lo es el gobierno, las personas y demás elementos que afectan sus decisiones y accionar. (p.4)</p> <p>HALLAZGO: Concluye entre la divulgación general de responsabilidad social corporativa y la ventaja competitiva entre empresas estatales, empresas privadas, ESI y NESI sugieren que la relación es negativa.</p>
<p>A46</p>	<p>Bañuelos, K., Avendaño, B. y Carrasco, F. (2021) Implantation of corporate social responsibility measures in the horticulture in Mexico and Spain. <i>Revista de la Facultad de Ciencias Agrarias - UNCuyo</i>, 2021, 53(2), 165-177. DOI: https://doi.org/10.48162/rev.39.050</p>	<p>La teoría de las partes interesadas:</p>	<p>Encuestados a dos mercados de dos países</p>	<p>Limitaciones. Las limitaciones se encuentran la falta de cultura empresarial, el desconocimiento de los protocolos y la alta carga administrativa, especialmente entre las empresas de producción más pequeñas. Los expertos consideran que las medidas y estándares de RSE tienen un impacto positivo en el campo. (p.1)</p>

		Cultura Ambiental			HALLAZGO: Adoptan medidas y estándares de RSE principalmente a pedido de los supermercados de destino en Estados Unidos y Europa, que tienen el mayor poder en la cadena de valor global.
A47	Martínez Escareño, I. M., Casillas Racurello, M. F., Nuñez Alfaro, C. M., González Galindo, A. D., Aguilera Valdez, A. E., & Portales, L. (2018). Influencia del marketing social y prácticas de RSE en la intención de compra de los millennials. Universidad & Empresa, 20(35), 251-280. Doi	Factor enfocado en la sociedad Enfoque en la empresa Legislación en cadena de suministro Identificación organizacional	Revisión de la literatura		LIMITACIONES: Pocos estudios previos de la rse y escasa información en base a la sociedad, sino a los resultados económicos donde los beneficiarios son los accionistas. (p.13) HALLAZGOS: La falta de cultura empresarial, el desconocimiento de los protocolos y la alta carga administrativa, especialmente entre las empresas de producción más pequeñas.
A51	Estrategias de responsabilidad social de las empresas: Investigaciones pasadas y retos futuros. Corporate Social Responsibility and Environmental Management. doi:10.1002/csr.1729 Nave, A., & Ferreira, J.(2019)	Sustentabilidad Creación de valor Interesadas Creación de valor	Revisión de la literatura		LIMITACIONES: La unica limitación es que los artículos usados en la investigación fueron de una sola base de datos (ISI Web of Science). (p.13) HALLAZGOS: Se encontró actividades en base a rse que pueden ser implantadas. Además, las empresas pueden nombrar a un director de RSE que se encargue de las estrategias y participacion con la comunidad y medio ambiente. (p.6)

RSE - ESTRATEGIA

Cod. Art.	DESCRIPCION	CATEGORÍAS	MUESTRA	HALLAZGOS
A2	Mehmood, K. K., & Hanaysha, J. R. (2022). Impact of Corporate Social Responsibility, Green Intellectual Capital, and Green Innovation on Competitive Advantage: Building Contingency Model. International Journal of Human Capital and Information Technology Professionals (IJHCITP), 13(1), 1-14. http://doi.org/10.4018/IJHCITP.293232	Gestión de recursos humano verde El capital Intelectual verde El capital Estructural verde El capital Relacional verde Innovación verde	Revisión de la literatura	LIMITACION: La información obtenida del modelo que propone este estudio podría ser diferente en cada país ya que cada uno tiene sus datos y naturaleza propia y distinta a los demás países Aunque serviría de ayuda a las empresas que deseen al generar estrategias y a recopilar información relevante al tema. (p.10) HALLAZGO: Primero, Las empresas que trabajan para desarrollar su capital intelectual verde muestran que tienen mejor nivel para gener mayor innovación verde lo que se traduciría en una mayor ventaja competitiva. Segundo, Muestra que las organizaciones con alta responsabilidad social corporativa generarían o desarrollarían mayores niveles de capital intelectual verde
A11	Sánchez-Ortega, Jaime Agustín, Seminario-Polo, Alejandra, & Oruna-Rodríguez, Abel Marcial. (2021). Responsabilidad social y la gestión de calidad: Empresa Peruana de Seguros. RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía, 11(21), 117-130. https://doi.org/10.17163/ret.n21.2021.07 , http://scielo.sene.scyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1390-86182021000100117	gestión de recursos humanos entorno social ambiental	331 colaboradores	LIMITACIONES: La organización es que aún le falta trabajar en el desarrollo de estrategias simbólicas, es decir gestionar el conocimiento de temas que motiven a los colaboradores e involucren también a los beneficios de los programas de responsabilidad y gestión de calidad. la empresa debe reducir la percepción negativa que ante la pandemia de COVID-19, en la que las organizaciones se enfrentarán a niveles de competencia mayores.(p12) HALLAZGOS: Existe una relación significativa entre las variables estudiadas; sin embargo, la alta dirección de la empresa aseguradora es consciente de que aún falta trabajar en la gestión del conocimiento y estrategias para conseguir la participación de sus colaboradores y proveedores en las labores de responsabilidad social en tiempos de pandemia, que permitan mayores niveles de competencia.P128
A12	Sayantan K., Puneet K., Rojers J., Ashish M., Amandeep D., (2021). A resource-based view of green innovation as a strategic firm resource: Present status and future directions. https://doi.org/10.1002/bse.2961	factor social ambiental económico	951 artículos relevantes.	LIMITACIONES: En la siguiente estudio, recomendamos direcciones para futuras investigaciones en cada una de las áreas temáticas identifica la RSE.(p1409) HALLAZGOS: Implicaciones importantes que buscan avanzar en la literatura sobre la innovación verde como un recurso empresarial valioso y para los responsables políticos corporativos en temas estrategicos.
A15	Madero-Gómez, S. (2020). La		458 entrevistados	LIMITACIONES: Las prácticas organizacionales de recursos humanos utilizadas

	<p>satisfacción laboral como efecto moderador entre las prácticas organizacionales de recursos humanos y las líneas estratégicas de responsabilidad social corporativa en México. Estudios Gerenciales, 36(157), 391-401. DOI: https://doi.org/10.18046/j.estger.2020.157.3790</p>	<p>recursos humanos desarrollo sustentable ético calidad ambiental</p>		<p>pueden considerarse como básicas, pero se podrían ampliar o incluir algunas otras.(P399)</p> <p>HALLAZGOS: hallazgos considera el area de recursos humanos que mayor relevancia tiene es cumplir a tiempo con las expectativas de los colaboradores; además, se observa que la satisfacción laboral tiene un efecto moderador en las RSE.Por tanto se concluye que estas prácticas son clave en la implementación de las estrategias de responsabilidad social.p(391)</p>
A17	<p>Salas-Arbeláez, L., García-Solarte, M. y Azuero-Rodríguez, A. (2020). Efecto de la responsabilidad social empresarial sobre el posconflicto colombiano: el caso de las pymes. Estudios Gerenciales, 36(154). DOI: 10.18046/j.estger.2020.154.3547</p>	<p>económico ético legal-social factor filantrópico</p>	<p>492 gerentes de pymes de las ciudades de Cali, Medellín y Bogotá.</p>	<p>LIMITACIONES: Se encuentra el desconocimiento del grado de formalización de la RSE y de las prácticas enfocadas en el posconflicto. Además, existen otras prácticas de posconflicto y roles del sector privado que en futuras investigaciones deben ser considerados.(p 89)</p> <p>HALLAZGOS: Primero RSE se convierte en un elemento básico del actuar empresarial en el que se logra contribuir a crear un mejor contexto cuando las empresas le aportan a su comunidad.(p 89)</p>
A22	<p>Lu, J. , Ren, L., Yao, S., Qiao, Ji., Mikalauskiene, a., & Streimikis, Ju., (2020).Exploring the relationship between corporate social responsibility and firm competitiveness. Economic Research. DOI:10.1080/1331677X.2020.1761419</p>	<p>Los personales Recursos humanos Económico Accional voluntad Innovación Tecnológica</p>	<p>33 empresas</p>	<p>LIMITACIONES: Este estudio tiene limitaciones y representa sólo un pequeño paso en el proceso de tratar de explicar un complejo modelo de posibles relaciones entre RSE y competitividad. Como en cualquier estudio cualitativo, estas limitaciones se abordan claramente en la sección de Metodología.(1623).</p> <p>HALLAZGO: Concluye que la RSE toma la determinación voluntaria de una empresa con respecto a las necesidades cambiantes de la sociedad y los grupos de interés empresarial.(P1639)</p>
A29	<p>Benitez, J., Ruiz, L., Castillo, A. y Llorens, J. (2019). How corporate social responsibility activities influence employer reputation: The role of social media capability. Decision Support Systems, considerada como una práctica funcionalista que genera ventajas</p>	<p>identidad social imagen empresarial medio ambiente</p>	<p>100 empresas españolas</p>	<p>LIMITACIONES: El artículo se centra en medios sociales específicos y más usados, pero hay empresas en el que usan diferentes medios sociales para difundir las actividades de la empresa y que no se incluyeron en esta investigación. (p.28)</p> <p>HALLAZGOS: Contribuye a Investigación en Sistemas de Información y Ética Empresarial argumentando teóricamente y demostrando empíricamente que aprovechar una tecnología como las redes sociales genera valor comercial a través de las actividades de RSE en la reputación de la empresa como empleador.(p.3)</p>

	competitivas para las empresas			
A32	Long, W., Li, S., Wu, H., & Song, X. (2019). Corporate social responsibility and financial performance: The roles of government intervention and market competition. Corporate Social Responsibility and Environmental Management. doi:10.1002/csr.1817	enfoque social recurso humano diferenciación estratégica	2216 Empresas chinas	LIMITACIONES: Este estudio utiliza datos de archivo para examinar la relación entre la RSE y el desempeño financiero y cómo el vínculo entre la RSE y el desempeño financiero es moderado por los factores de la competencia externa de la industria y la propiedad interna. (p.1). HALLAZGOS: Integrando el instrumental y diferentes perspectivas de la RSE permite entender mejor las prácticas de RSE para poder aplicar estas perspectivas por separado. Este estudio muestra que lo que motiva a las empresas a participar en cambios de RSE es también que estos cambios afecten de manera positiva al entorno donde operan. (p.13)
A35	Cannon, J. N., Ling, Z., Wang, Q., & Watanabe, O. V. (2019). 10-K Disclosure of Corporate Social Responsibility and Firms' Competitive Advantages. European Accounting Review, 1–29. doi:10.1080/09638180.2019.1670223	filantropico práctica empresarial productos RSE	6882 empresas	LIMITACIONES: No reporta HALLAZGOS: Se Concluye que la RSE debe estar involucrada en la estructura y cultura de la empresa, aplicar prácticas éticas y socialmente responsables, para mejorar su desenvolvimiento y como una forma de subsistencia que reduce los costos asociados el uso de recursos y del aumento de beneficios no económicos que se desprenden de mejores relaciones con sus partes interesadas. (p.322)
A38	Nyuur, R. B., Ofori, D. F., & Amponsah, M. M. (2019). Corporate social responsibility and competitive advantage: A developing country perspective. Thunderbird International Business Review. doi:10.1002/tie.22065	Desarrollo sostenible Gestion de las partes interesadas Compromiso y retencion de empleados Reputacion de la empresa	179 gerentes de empresas	LIMITACION: :Se recolectó información a base de encuesta y por lo que los resultados pueden estar influenciados por condiciones del momento. Además, el estudio se realizó en Ghana limitando la información que se podría obtener de otras regiones, también el usar un estudio diferente como la longitudinal puede dar resultados diferentes a los encontrados. (p.12) HALLAZGO: Se concluye que las empresas que practican la RSE tienen mejores posiciones, es por eso la necesidad que se adopten actividades de RSE para generar mayor competitividad. Además, las empresas con una estructura más simple tienen un mejor impacto de beneficio al usar la RSE, que las de estructura compleja, esto se debe a que se confunde las líneas de comunicación que conducen a una mala implementación y gestión de RSE. (p.11)
A43	Does disclosing CSR activity create a competitive advantage?: A focus on chinese companies. (2018). Strategic Direction, 34(2), 33-35. doi:https://doi.org/10.1108/SD-11-2017-0175	La reputacion de la marca Impacto social Gestion de impacto ambiental	Empresas chinas	LIMITACIONES: El estudio está enfocado en las empresas de China, con un entorno diferente a los otros países, como lo es el gobierno, las personas y demás elementos que afectan sus decisiones y accionar. (p.4) HALLAZGO: Concluye entre la divulgación general de responsabilidad social corporativa y la ventaja competitiva entre empresas estatales, empresas privadas, ESI y NESI sugieren que la relación es negativa.
A45	Zhao, X., Tan, J. & Zhon, S. (2022) THE TRADE-OFF	Características tecnológicas	2 empresas en china	LIMITACIONES: Nuestro modelo tiene limitaciones que deben abordarse en futuras investigaciones. Primero, no consideramos que

BETWEEN
CORPORATE
SOCIAL
RESPONSIBILITIES
AND
COMPETITIVE
ADVANTAGE: A
BIFORM GAME
MODEL.
TECHNOLOGIC
AL AND
ECONOMIC
DEVELOPMENT
OF ECONOMY
2022, volume 28
Issue 2: 463–482
<https://doi.org/10.3846/tede.2022.16321>

Partes
interesadas

Entorno
institucionales

las empresas pueden invertir diferentes niveles de recursos en estrategias de RSE. En segundo lugar, por simplicidad, nuestro modelo solo consideró un modelo con dos empresas. pag (479)

HALLAZGOS: Este estudio equilibrada de las inversiones de las empresas en RSC y fuerza competitiva. Nuestro modelo tiene implicaciones para equilibrar las estrategias competitivas y de RSE, dado que estos dos aspectos a veces compiten por los recursos inactivos.(p.479)

Anexo 4

No.	REFERENCIA	QUARTIL	BASE DE DATOS	METODOLOGÍA	PALABRAS CLAVE	MUESTRA	Objetivo
A1	Padilla-Lozano, C.P., Collazzo, P. Corporate social responsibility, green innovation and competitiveness – causality in manufacturing 2022, <i>Competitiveness Review</i> , (7), 21-39 DOI: 10.1108/CR-12-2020-0160	Q2	Emerging Sources Citation Index, Scopus, Academic Search Premier, ABI/INFORM, Aerospace Database.	Cuantitativa	Competitividad, Responsabilidad social empresarial,	El estudio usó una muestra de 325 gerentes de empresas manufactureras del Ecuador, utilizando métodos cuantitativos y transversales.	Identificar el papel mediador de la reputación de la empresa en las relaciones de las dimensiones de la RSE (económica, legal, ética, filantrópica y ambiental) y la ventaja competitiva, y cómo una empresa obtiene directamente una ventaja competitiva a través de la implementación de la RSE. pag 96
A2	Mehmood, K. K., & Hanaysha, J. R. (2022). Impact of Corporate Social Responsibility, Green Intellectual Capital, and Green Innovation on Competitive Advantage: Building Contingency Model. <i>International Journal of Human Capital and Information Technology Professionals (IJHCITP)</i> , 13(1), 1-14. http://doi.org/10.4018/IJHCITP.293232	Q2	Emerging Sources Citation Index, Scopus, INSPEC.	Cualitativa	Innovación verde, Responsabilidad social empresarial, ventaja competitiva	Revisión de la literatura	El modelo propone que la responsabilidad social empresarial es un factor conducente al capital intelectual verde. Además, el capital intelectual verde conduce a la innovación verde, lo que genera una ventaja competitiva para las empresas.(P9)
A3	Mai, N. K., An Khoa, T. N., & Nguyen, T. T. (2021). Implementation of corporate social responsibility strategy to enhance firm reputation and competitive advantage. <i>Journal of Competitiveness</i> , 13(4), 96-96-114. doi:https://doi.org/10.7441/joc.2021.04.06	Q1	Scopus, Social Sciences Citation Index, Academic Search Premier, DOAJ, ABI/INFORM	Revisión sistemática	responsabilidad social corporativa, pequeñas y medianas empresas, reputación de la empresa, ventaja competitiva de la empresa	896 propietarios directores, subdirectores, jefes de contabilidad y directores jurídicos de empresas.	identificar el papel mediador de la reputación de la empresa en las relaciones de las dimensiones de la RSE.(P96)
A4	Khoa Truong, A. N., Mai, N. K., & Le Nha, C. N. (2021). The impact of corporate social responsibility practices on competitive advantage: Vietnamese evidence. <i>International Journal of Management and Enterprise Development</i> , 20(2), 177-195. doi:https://doi.org/10.1504/IJMED.2021.117906	Q2	Emerging Sources Citation Index, Scopus, INSPEC	Cuantitativa	ventaja competitiva, responsabilidad social corporativa legal, responsabilidad social corporativa económica, responsabilidad social corporativa ética, corporativa filantrópica, responsabilidad social corporativa medioambiental	869 encuestados de distintos niveles de dirección de Ciudad Ho Chi Minh y la provincia de Binh Duong	exploró la influencia de los factores en la implementación de la responsabilidad social empresarial (RSE) en las empresas.(P1)
A5	Dutta, S., Katti, S., Phani, B. V., & Zhu, P. (2021). Corporate social responsibility spending as a building block for sustainable corporate ethical identity: Lessons from Indian business groups. <i>Managerial and Decision Economics</i> . doi:10.1002/mde.3412	Q3	Scopus, Social Sciences Citation Index, International Bibliography of Social Sciences, Periodicals Index Online, ABI/INFORM, Aerospace Database, Business Source Premier, Civil Engineering Abstracts, Metadex, Public Affairs Index, Business Source Elite, Communication Abstracts, EconLit, Psycinfo	Cauntitativa	Responsabilidad social empresarial, sostenibilidad, Compromiso	1500 empresas de india	(RSE) como vehículo para construir una identidad ética empresarial (CEI), sostenible y también en el Entorno regulatorio de la RSE.

A6	Marakova, V., Wolak-Tuzimek, A., & Tuckova, Z. (2021). Corporate Social Responsibility As a Source of Competitive Advantage in Large Enterprises. <i>Journal of Competitiveness</i> , 13(1), 113–128. https://doi.org/10.7441/joc.2021.01.07	Q1	Scopus, Social Sciences Citation Index, Academic Search Premier, DOAJ, ABI/INFORM	análisis factorial exploratorio	responsabilidad social corporativa, competitividad, empresas, ventaja competitiva, análisis factorial exploratorio	en un estudio 53 empresas polacas (P113)	Es identificar las fuentes clave de ventaja competitiva de las grandes empresas.
A9	Talavera, C. y Sanchis, J. (2021). Ética y responsabilidad social en las alianzas estratégicas. El caso de las alianzas entre entidades lucrativas y no lucrativas. <i>REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos</i> , 137. https://dx.doi.org/10.5209/rev.73863 .	Q2	Emerging Sources Citation Index, Scopus, Fuente Academica Plus, International Bibliography of Social Sciences, DOAJ, ABI/INFORM, EconLit, DIALNET	cuantitativa	Alianzas estratégicas, ética, responsabilidad social, valor compartido, entidades no lucrativas	4 organizaciones lucrativas y sin ánimo de lucro	Realiza un análisis comparativo entre los dos.
A10	Ana R & Calaa Rodríguez. (2021). Responsabilidad social corporativa en los centros de la red hospitalaria de utilización pública de Catalunya. https://doi.org/10.1016/j.gaceta.2019.06.001	Q3	Science Citation Index Expanded, Scopus, Social Sciences Citation Index, DOAJ, CAB Abstracts, EMBASE, MEDLINE, Psycodoc, DIALNET	Cualitativo	Ética institucional, Responsabilidad social, Administración hospitalaria	43 Países Directivos	Determinar la relación entre la responsabilidad social y gestión en sistema de seguros.
A11	Sánchez-Ortega, Jaime Agustín, Seminario-Polo, Alejandra, & Oruna-Rodríguez, Abel Marcial. (2021). Responsabilidad social y la gestión de calidad: Empresa Peruana de Seguros. <i>RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía</i> , 11(21), 117-130. https://doi.org/10.17163/ret.n21.2021.07 , http://scielo.senecyt.gub.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1390-86182021000100117	Q4	Emerging Sources Citation Index, Fuente Academica Plus, DOAJ, Business Source Premier, Business Source Elite, DIALNET	Cuantitativo	Responsabilidad social; gestión de la calidad; comunidad; medio ambiente; gestión del conocimiento; desempeño laboral; COVID-19	331 colaboradores	determinar la relación entre la responsabilidad social y la gestión de calidad en una empresa peruana de seguros. P1
A12	Sayantan K., Puneet K., Rojers J., Ashish M., Amandeep D., (2021). A resource-based view of green innovation as a strategic firm resource: Present status and future directions. https://doi.org/10.1002/bse.2961	Q1	Scopus, Social Sciences Citation Index, International Bibliography of Social Sciences.	investigación bibliométrica (cuantitativa)	análisis bibliométrico, política medioambiental, innovación verde, análisis de redes, análisis de prestigio, visión basada en los recursos, compromiso de las partes interesadas, desarrollo sostenible	951 artículos relevantes.	dar a conocer la innovación verde tiene el potencial de abordar el dilema entre consumir los recursos disponibles y preservarlos para el futuro.p(1395)
A13	SUN, C. (2020). The research and evaluation of customer relationship management and social responsibility on competitive advantage. <i>Revista De Cercetare Si Interventie Sociala</i> , 69, 131-142. DOI: https://doi.org/10.18046/lestger.2020.157.3790	Q3	Scopus, Central & Eastern European Academic Source (CEEAS), Social services abstracts, Sociological abstracts, DIALNET	Cuantitativa	Prácticas de recursos humanos; responsabilidad social empresarial	458 datos de personas que laboran en empresas del Noreste de México	Es conocer el efecto moderador de la satisfacción laboral en las prácticas de recursos humanos y en líneas estratégicas de responsabilidad social empresarial, como la ética empresarial, el desarrollo sostenible, el desarrollo social y la calidad de vida.

A14	Eyasu, A. M., & Arefayne, D. (2020). The effect of corporate social responsibility on banks' competitive advantage: Evidence from ethiopian lion international bank S.C. Cogent Business & Management, 7(1) doi: https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1830473	Q2	Emerging Sources Citation Index, Scopus, ABI/INFORM, Business Source Premier, Business Source Elite, DOAJ	Cuantitativo	Bank; competitive advantage; CSR; Ethiopia; SEM; stakeholders	28 bancos de Lion	Examina el vínculo en diferentes dimensiones del compromiso de la RSE (cliente, empleado, comunidad y medio ambiente) con la estrategia.
A15	Madero-Gómez, S. (2020). La satisfacción laboral como efecto moderador entre las prácticas organizacionales de recursos humanos y las líneas estratégicas de responsabilidad social corporativa en México. Estudios Gerenciales, 36(157), 391-401. DOI: https://doi.org/10.18046/estger.2020.157.3790	Q4	Emerging Sources Citation Index, Scopus, Fuente Academica Plus, DOAJ, ABI/INFORM, Business Source Premier, Business Source Elite, EconLit, vLex, DIALNET	La investigación cuantitativa es correlacional explicativo	Prácticas de recursos humanos, responsabilidad social empresarial, México.	458 entrevistados	conocer el efecto moderador que tiene la satisfacción laboral en las prácticas de recursos humanos y en las líneas estratégicas de RS. (p391)
A17	Salas-Arbeláez, L., García-Solarte, M. y Azuero-Rodríguez, A. (2020). Efecto de la responsabilidad social empresarial sobre el posconflicto colombiano: el caso de las pymes. Estudios Gerenciales, 36(154). DOI: 10.18046/estger.2020.154.3547	Q4	Emerging Sources Citation Index, Scopus, Fuente Academica Plus, DOAJ, ABI/INFORM, Business Source Premier, Business Source Elite, EconLit, vLex, DIALNET	Descriptiva y explicativa, con enfoque cuantitativo.	Responsabilidad social empresarial, posconflicto, pymes	492 gerentes de pymes de las ciudades de Cali, Medellín y Bogotá.	identificar el efecto de la responsabilidad social empresarial desde las dimensiones económica, ética-legal y filantrópica de las pymes colombianas sobre prácticas empresariales inmersas en el posconflicto, como lo son la vinculación y el apoyo a emprendimientos de víctimas y excombatientes.
A22	Lu, J., Ren, L., Yao, S., Qiao, J., Mikalauksiene, a., & Streimikis, Ju., (2020). Exploring the relationship between corporate social responsibility and firm competitiveness. Economic Research. DOI:10.1080/1331677X.2020.1761419	Q2	Machine Translated by Google	Revisión sistemática	compromiso del equipo, eficacia del equipo, identidad del equipo, rendimiento del equipo, desempeño de la organización	33 empresas	la relación entre la responsabilidad social empresarial (RSE) y la competitividad de las empresas. Sobre la base de la revisión exhaustiva de la literatura, se ha desarrollado el modelo teórico, que proporciona vínculos entre la RSE y las competencias corporativa (1621).(p2)
A26	López, D. y Peñalosa, M. (2019). Responsabilidad social empresarial y su impacto en la disposición a pagar más entre los consumidores colombianos. Revista Venezolana de Gerencia, 24(87). https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=60499003	Q3	Redalyc	Enfoque causal con alcance cuantitativo	Responsabilidad social empresarial, regresión logística, disposición a pagar más.	1962 empresas chinas	determinar la influencia que tienen o podrían llegar a tener los programas de Responsabilidad Social Empresarial, en la disposición de los consumidores a pagar más por las marcas y/o productos que realicen prácticas de responsabilidad social empresarial, evaluando dentro de la responsabilidad social empresarial, las dimensiones de cuidado ambiental, cuidado social/ético y trato con los empleados
A29	Benitez, J., Ruiz, L., Castillo, A. y Llorens, J. (2019). How corporate social responsibility activities influence employer reputation: The role of social media capability. Decision Support Systems, considerada como una práctica funcionalista que genera ventajas competitivas para las empresas.	Q1	proquest	cuantitativo	ctividades de responsabilidad social corporativa, capacidad de redes sociales, reputación del empleado	100 empresas españolas	La Cátedra de Estrategia de Recursos Humanos Digitales

A30	Arévalo, R. y Cancelo, M. (2018). Los medios de comunicación y su responsabilidad social organizacional en Iberoamérica. <i>Estudios sobre el Mensaje Periodístico</i> 24(2), 1043-1055. http://dx.doi.org/10.5209/ESMP-62201	Q2	Proquest	Cualitativa	Medios de comunicación; responsabilidad social; filosofía organizacional	15 medios de comunicación	Objetivo: conocer la manera en que una muestra de medios de comunicación masiva en América Latina y Europa, a partir de su filosofía organizacional y los contenidos que muestran en sus sitios web, reflejan su compromiso y responsabilidad social dirigida hacia la formación de ciudadanía
A31	Latif, K. F., Sajjad, A., Bashir, R., Shaikat, M. B., Khan, M. B., & Sahibzada, U. F. (2020). <i>Revisiting the relationship between corporate social responsibility and organizational performance: The mediating role of team outcomes. Corporate Social Responsibility and Environmental Management</i> . doi:10.1002/csr.1911.	Q1	Scopus	cuantitativo	compromiso del equipo, eficacia del equipo, identidad del equipo, rendimiento del equipo, desempeño de la organización	225 personas del sector cementero	El propósito de este estudio es examinar el papel mediador de los resultados del equipo en el relación entre la responsabilidad social empresarial (RSE) y el desempeño organizacional.
A35	Cannon, J. N., Ling, Z., Wang, Q., & Watanabe, O. V. (2019). 10-K Disclosure of Corporate Social Responsibility and Firms' Competitive Advantages. <i>European Accounting Review</i> , 1–29. doi:10.1080/09638180.2019.1670223	Q1	Proquest	Cuali-cuanti	Divulgación de RSE, ventaja competitiva,	6882 empresas	ofrecemos evidencia de que la divulgación de la responsabilidad social empresarial (RSE) en el 10-K proporciona información sobre las ventajas competitivas de las empresas.
A38	Nyuur, R. B., Ofori, D. F., & Amponsah, M. M. (2019). Corporate social responsibility and competitive advantage: A developing country perspective. <i>Thunderbird International Business Review</i> . doi:10.1002/ite.22065	Q2	Emerging Sources Citation Index, Scopus, ABI/INFORM, Business Source Premier, Public Affairs Index, Business Source Elite, PAIS International, vLex	Método mixto (cuantitativos como cualitativos)	Ventaja competitiva (CA), estrategia competitiva, responsabilidad social corporativa (RSC), orientación a la exportación, estructura empresarial, Ghana	179 gerentes de empresas en Ghana	Examinar el impacto de las actividades de RSE en la ventaja competitiva
A41	Dal Mas, F., Tucker, W., Massaro, M., & Bagnoli, C. (2021). Corporate social responsibility in the retail business: A case study. <i>Corporate Social Responsibility and Environmental Management</i> . doi:10.1002/csr.2198	Q1	Scopus, Social Sciences Citation Index, ABI/INFORM, Aerospace Database, Business Source Premier, Civil Engineering Abstracts, Environment Index, Greenfile, INSPEC, Metadex, Pollution Abstracts, Business Source Elite, Communication Abstracts	Cualitativo	Cliente, empleados, traducción del conocimiento, sector minorista, iniciativas de RSE	Empresa minorista de ropa	Proporcionar una nueva perspectiva sobre la Responsabilidad social empresarial en el negocio minorista.
A43	Does disclosing CSR activity create a competitive advantage?: A focus on chinese companies. (2018). <i>Strategic Direction</i> , 34(2), 33-35. doi:https://doi.org/10.1108/SD-11-2017-0175	Q4	Scopus, ABI/INFORM, Business Source Premier, INSPEC, Business Source Elite	Cualitativo	Valor humano, imagen empresarial,	Empresas chinas	Evisar los últimos desarrollos de gestión en todo el mundo y señalar las implicaciones prácticas de la investigación de vanguardia y los estudios de casos.

A44	Allui, A.; Pinto, L. Non-Financial Benefits of Corporate Social Responsibility to Saudi Companies. <i>Sustainability</i> 2022, 14, 3446. https://doi.org/10.3390/su14063446	Science Citation Index Expanded, Scopus, Social Sciences Citation Index, DOAJ, Aerospace Database, CAB Abstracts, Civil Engineering Abstracts, Food Science & Technology Abstracts, INSPEC, Metadex, Veterinary Science Database, Communication Abstracts, Geobase	Cuantitativo	corporate social responsibility; stakeholder theory; value-based corporate governance; spiritual perspectives on CSR; non-financial CSR benefits	Empresas saludables seleccionadas al azar de los sectores de fabricación y servicios.	Es identificar el enfoque general de la RSE y explorar beneficios no financieros de la RSE. Una economía emergente en diferentes contextos socioculturales p12.
A45	Zhao, X., Tan, J. & Zhon, S. (2022) THE TRADE-OFF BETWEEN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AND COMPETITIVE ADVANTAGE: A BIFORM GAME MODEL. <i>TECHNOLOGICAL AND ECONOMIC DEVELOPMENT OF ECONOMY</i> 2022, volume 28 Issue 2: 463–482 https://doi.org/10.3846/tede.2022.16321	Scopus, Social Sciences Citation Index, Academic Search Premier, DOAJ, ABI/INFORM, Business Source Premier, Central & Eastern European Academic Source (CEEAS), Civil Engineering Abstracts, Business Source Elite, ICONDA Bibliographic	Metodología Formal	CSR, competitive advantage, biform game.	2 empresas en china	juego biforme para estudiar las compensaciones de las empresas entre la responsabilidad social corporativa (RSC) y la ventaja competitiva
A46	Bañuelos, K., Avendaño, B. y Carrasco, F. (2021) Implantation of corporate social responsibility measures in the horticulture in Mexico and Spain. <i>Revista de la Facultad de Ciencias Agrarias - UNCUYO</i> , 2021, 53(2), 165-177. DOI: https://doi.org/10.48162/rev.39.050	Science Citation Index Expanded, Scopus, Academic Search Premier, Fuente Academica Plus, DOAJ, BIOSIS, CAB Abstracts, Veterinary Science Database	Metodología Cualitativa exploratoria Delphi	Corporate Social Responsibility, horticulture, Delphi, Mexico • Spai	Encuestados a dos mercados de dos países	La actividad de implementación en una agroindustria hortofrutícola en México y España, para conocer los principales stakeholders y factores que influyen en la RSE, en la adopción de medidas y estándares.
A47	Wicker, C. (2021) Corporate Social Responsibility Research in the Journal of Management Studies: A Shift from a Business-Centric to a Society-Centric Focus	Scopus, Social Sciences Citation Index, International Bibliography of Social Sciences, Periodicals Index Online, ABI/INFORM, Business Source Premier, INSPEC, Public Affairs Index, Business Source Elite, Educational research abstracts (ERA), Psycinfo, vLex, DIALNET	cualitativo	enfoque en la sociedad, enfoque en el negocio	Revisión de la literatura	La gestión, la investigación de CSR en JMS ha progresado desde un enfoque comercial centrado en una sociedad centradafenofocar.
A48	Martínez Escareño, I. M., Casillas Racurello, M. F., Nuñez Alfaro, C. M., González Galindo, A. D., Aguilera Valdez, A. E., & Portales, L. (2018). Influencia del marketing social y prácticas de RSE en la intención de compra de los millennials. <i>Universidad & Empresa</i> , 20(35), 251-280. Doi: http://dx.doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa.a.6034	Emerging Sources Citation Index, Fuente Academica Plus, DOAJ, vLex, DIALNET	cualitativo-cuasiexperimental	Comportamiento del consumidor	97 personas	es considerada como una práctica funcionalista que genera ventajas competitivas para las empresas
A49	García-Cortijo, M. C., Ferrer, J. R., Castillo-Valero, J. S., & Pinilla, V. (2021). The Drivers of the Sustainability of Spanish Wineries: Resources and Capabilities. <i>Sustainability</i> , 13(18), 10171. http://dx.doi.org/10.3390/su131810171	Science Citation Index Expanded, Scopus, Social Sciences Citation Index, DOAJ, Aerospace Database, CAB Abstracts, Civil Engineering Abstracts, Food Science & Technology Abstracts, INSPEC, Metadex, Veterinary Science Database, Communication Abstracts, Geobase	cualitativo	Recursos tecnológicos, recursos de marketing	411 gerentes	determinar cuáles de los recursos de una empresa son impulsores de sus decisiones sobre políticas de sostenibilidad.

<p>Perusquia, M., Villalón, R. & López, M. (2019). SOCIAL RESPONSIBILITY AS A COMPETITIVE ADVANTAGE TOOL FOR SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES. Universidad&Ciencia 8, 107-120, https://revistas.unica.cu/index.php/uciencia/article/view/1315/1489</p>	<p>LATINDEX. Catálogo v2.0 (2018) ERHPlus LATINDEX. Catálogo v1.0 (2002 - 2017) REDIB. Red Iberoamericana de Innovación y conocimiento científico</p>	<p>Social Responsibility, Competitive Advantage, Small and Medium Enterprises, Business Strategies, Stakeholders</p>	<p>2 empresas pequeña y grande</p>	<p>concluye la responsabilidad social corporativa toma en cuenta la ventaja competitiva para la propia empresa y mediana empresa donde se incorporen los principios y prácticas en responsabilidad social incluso como ventaja competitiva p118</p>	<p>El consumidor busca productos que no dañen la salud, que no perjudiquen el medio ambiente, que no utilicen para su manufactura prácticas contrarias a los derechos humanos, entre otros aspectos. P. 119</p>	<p>Implementar sus estrategias debe tener en cuenta los efectos externos de las mismas sobre todos los agentes sociales implicados en su actividad, los stakeholders.p1</p>
<p>A50</p>	<p>Scopus, Social Sciences Citation Index, AB//INFORM, Aerospace Database, Business Source Premier, Civil Engineering Abstracts, Environment Index, Greenfile, INSPEC, Metadex, Pollution Abstracts, Business Source Elite, Communication Abstracts</p>	<p>responsabilidad social corporativa (RSC), estrategia, sustentabilidad, la literatura (</p>	<p>119 artículos seleccionados para analisis</p>	<p>Conocer las estrategias de RSE y sus medios de implementación por la empresas. (p.12)</p>	<p>Hallazgo: Se encontró actividades en base a rse que pueden ser implantadas. Además, las empresas pueden nombrar a un director de RSE que se encargue de las estrategias y participación con la comunidad y medio ambiente. (p.6)</p>	<p>La unica limitación es que los artículos usados en la investigación fueron de una sola base de datos (ISI Web of Science). (p.13)</p>
<p>A51</p>	<p>Nave, A., & Ferreira, J. (2019). Corporate social responsibility strategies: Past research and future challenges. Corporate Social Responsibility and Environmental Management. doi:10.1002/csr.1729</p>	<p>Revisión de la literatura</p>	<p>Q1</p>	<p>Revisión de la literatura</p>	<p>Revisión de la literatura</p>	<p>Revisión de la literatura</p>