

Small and medium-sized enterprises: competitiveness and sustainable development

Pequeñas y medianas empresas: competitividad y desarrollo sostenible

Jorge Ormaza

Magíster en Administración de Empresas, Universidad Católica de Cuenca
<https://orcid.org/0000-0001-5449-1042>, jormaza@ucacue.edu.ec

Juan Ochoa

Magíster en Gestión Empresarial, Universidad Católica de Cuenca,
ORCID <https://orcid.org/0000-0003-0781-2020>, jdochoac@ucacue.edu.ec

Cristián Ochoa

Ingeniero Empresarial, Universidad Católica de Cuenca
ORCID <https://orcid.org/0000-0001-5901-8473>, cristian.ochoa@ucacue.edu.ec

Revista Iberoamericana de la Educación

Vol – Especial 1 2021

e-ISSN: 2737-632x

Abstract: The purpose of this research is to analyze competitiveness and its relationship with the objectives of sustainable development in small and medium-sized companies. For this, two points are developed, one related to sustainability as a competitive strategy in small and medium-sized companies, and subsequently an analysis of sustainability as a factor of competitiveness in small and medium-sized companies is carried out. A bibliographic-documentary research was carried out on small and medium-sized companies and sustainability, that is, a compilation of documents or bibliographic references of various authors was made, in which the researcher bases and complements their research. It is projected that companies can align their business strategies considering business sustainability, that is, this new application of strategies for sustainability, not only would respond to the main social and environmental challenges, but would also open numerous business opportunities to solve them and thus favor the success of organizations.

Key words: competitiveness, Pymes , sustainability



Resumen: La presente investigación tiene como propósito analizar la competitividad y su relación con los objetivos de desarrollo sostenible en las pequeñas y medianas empresas. Para ello, se desarrollan dos puntos, uno relacionado con la sostenibilidad como estrategia competitiva en las pequeñas y medianas empresas, y posteriormente se realiza un análisis de la sostenibilidad como factor de competitividad en las pequeñas y medianas empresas. Se realizó una investigación bibliográfica – documental sobre las pequeñas y medianas empresas y la sostenibilidad, es decir se efectuó una recopilación de documentos o referencias bibliográficas de diversos autores, en los que el investigador fundamenta y complementa su investigación. Se proyecta que las empresas pueden alinear sus estrategias de negocio considerando la sostenibilidad empresarial, es decir, que esta nueva aplicación de estrategias para la sostenibilidad, no solo respondería a los principales retos sociales y ambientales, sino que abriría a su vez numerosas oportunidades de negocio para resolverlos y favorecería así el éxito de las organizaciones.

Palabras clave: competitividad, Pymes, sostenibilidad.

INTRODUCCIÓN

La competitividad se manifiesta en la capacidad de las empresas que operan en un país o región para competir exitosamente en los mercados internacionales, mientras que al mismo tiempo se mejora la calidad de vida de los ciudadanos. Porter (1999).

En este sentido, la idea contemporánea de competitividad se relaciona fuertemente con el propósito humanista del desarrollo, de mejorar el bienestar del hombre, expresado en mejores niveles y calidad de vida. No debe estar en

función, como algunos sostienen, de fuerza laboral barata y abundante y de la variación de la tasa de cambio de una moneda. García (2013).

Esta nueva visión de la competitividad, muestra a lo sostenible como un elemento que puede establecer el adelanto de una organización en el tiempo, ya que maximiza la utilización de sus recursos y mantiene relaciones positivas con sus grupos de interés. La sostenibilidad de una empresa, de ser este el caso, la empresa se vería favorecida al mismo tiempo que aporta al desarrollo de la sociedad.

Ahora bien, el rol de las pymes en las economías modernas es esencial, ya que las empresas que más crecen son las pequeñas, y así también son las mayores generadoras de empleo, debido a que están pasando de una etapa de ser una empresa pequeña a mediana, y es allí donde se genera más empleo. (Barroso, 2008).

Por tanto, las Pymes, buscan ser productivas, cumplir con su misión y objetivos, desarrollar su potencial humano, en definitiva, lograr su efectividad, competitividad y mantener su consistencia para sobrevivir en el futuro.

En este orden de ideas esta investigación tiene como propósito analizar la vinculación entre la competitividad y los objetivos de desarrollo sostenible en las pequeñas y medianas empresas, es decir, dichos objetivos como factor de la competitividad para el mejoramiento de las empresas.

Para ello, se desarrollan dos puntos, uno relacionado con la sostenibilidad como estrategia competitiva en las pequeñas y medianas empresas, y



posteriormente se realiza un análisis de la sostenibilidad como factor de competitividad en las pequeñas y medianas empresas.

Esta investigación es bibliográfica - documental, es decir se realizó una recopilación de documentos o referencias bibliográficas de diversos autores, en los que el investigador fundamenta y complementa su investigación.

Desde esta perspectiva de análisis, se plantea que las empresas pueden alinear sus estrategias de negocio considerando la sostenibilidad empresarial, es decir, que esta nueva aplicación de estrategias para la sostenibilidad, no solo respondería a los principales retos sociales y ambientales, sino que abriría a su vez numerosas oportunidades de negocio para resolverlos y favorecería así el éxito de las organizaciones.

MATERIALES Y MÉTODOS

Sostenibilidad como estrategia competitiva en las pequeñas y medianas empresas.

La competitividad de las pymes para participar en el entorno globalizado, crear ambientes propicios para el desarrollo de esta y de sus agentes económicos permite la continuidad de las micro, pequeñas y medianas empresas, además de fomentar el desarrollo económico local y regional (Cabrero, 2019). Sin embargo, muchas empresas han decidido basar los procesos y decisiones sobre la sustentabilidad, sin integrarlo en una política real, transversal y sincera de Responsabilidad Social Corporativa.

Para las empresas que aún no se hallan inmersas en este ámbito el lanzarse de lleno en esta nueva tendencia significa una fuerte y hasta chocante reestructuración de sus procesos, pero el resultado puede ser de los más satisfactorios al involucrarles en un proceso de innovación constante, reposicionamiento de marca y apertura de nuevos mercados.

En forma concreta se puede decir que, de los problemas de las pymes, se basan fundamentalmente en el desconocimiento y la ausencia de normas para el desarrollo de un negocio sustentable.

Según Ortiz (2019), durante las últimas décadas, lo sostenible ha experimentado un considerable desarrollo, paralelo a la propia evolución de las sociedades en las que se extiende su ámbito de actuación. En la medida en que las necesidades y la calidad de vida de las personas se han visto incrementadas por el impulso de los agentes económicos y sociales, las empresas se han adaptado a estas nuevas tendencias mediante la utilización de mejores y modernas técnicas sustentables, capaces de satisfacer más favorablemente dichas necesidades y contribuyendo con ello a un mayor bienestar general de la población.



Es por ello que se conciben nuevas formas de entender los mercados y a los consumidores, se utilizan nuevos instrumentos y tecnologías para obtener información, se buscan nuevos métodos para desarrollar las relaciones de intercambio con los consumidores y se potencian nuevas formas de comunicación con ellos. (Ortiz, 2019).

Cuando se habla de desarrollo sostenible en las empresas, se tiende a girar la mirada hacia las grandes empresas. Posiblemente, porque se ven como figuras con recursos suficientes como para llevar a cabo los cambios y acciones necesarias para una filosofía sostenible.

Esta visión es totalmente equivocada y no sigue los parámetros marcados por las grandes organizaciones mundiales. A este respecto, en septiembre de 2015, las Naciones Unidas (ONU) adoptaron un conjunto de objetivos para acabar con la pobreza, proteger el planeta y garantizar la prosperidad como parte de una nueva agenda de desarrollo sostenible.



Así mismo, en los aspectos más importantes se considera el hecho que todos deben hacer su parte para lograr dichos objetivos: los gobiernos, el sector privado, la sociedad civil y las personas. Dentro de este sector privado las Pymes ocupan un lugar esencial, cuyas prácticas de desarrollo sostenible son muy importantes, considerando que buscan ser productivas, cumplir con su misión y objetivos, desarrollar su potencial humano, en definitiva, lograr su efectividad, competitividad y mantener su consistencia para sobrevivir en el futuro. Las Pymes se han revalorizado en el mundo por su rol en la economía, y para la sociedad en particular, por su potencial de generar empleo, por ampliar la base del sector privado, por contribuir a reducir la concentración de poder económico y por su aporte al producto nacional.

Ahora bien, la capacidad de las Pymes para competir en los mercados de bienes y servicios por medio de los mejores métodos de producción y de organización genera ventajas competitivas para el desarrollo y éxito. Frente a eso, algunas empresas han empezado a reforzar los aspectos relacionados con la sostenibilidad.

Esta tendencia, que busca acercar las organizaciones a un nicho de mercado sensible a las cuestiones de ecología, desarrollando productos que cuidan del medio ambiente que dan un valor añadido al negocio a través de la concientización ecológica, así mismo puede aportar herramientas para reorientar el comportamiento de estas empresas con su entorno y redirigir el proceso de compra hacia un modelo sostenible. (Ortiz, 2019).



Es importante destacar que, adoptar la sostenibilidad en las empresas exige que el respeto por el medio ambiente impregne todo el comportamiento de la organización, no solamente los aspectos comerciales. Un producto no debería ser comercializado como ecológico centrándose únicamente en el producto en sí, mientras ignora las implicaciones ecológicas de la fabricación y de la compañía en su conjunto (Rodríguez 2016).

La sostenibilidad debe ser considerada como una capacidad que puede generar una ventaja competitiva sostenible para la Pymes. las empresas deben conocer los elementos del entorno que pueden afectar lo capacidad de toma de decisiones, así como identificar la influencia que estos pueden ejercer en el comportamiento estratégico de la empresa.

La Sostenibilidad y la Economía Circular

En el mundo las organizaciones empresariales están ligadas con sus consumidores y el cuidado del medio ambiente, en esta consideración, la sostenibilidad es un elemento que se constituye como una propuesta de valor; los autores Conte Grand et al. (2018), afirman que la sostenibilidad intenta conseguir el bienestar para todas los seres humanos, con base en los valores que estas tienen, por lo que se debe hacer un uso apropiado del medio ambiente, en donde sus recursos deben ser utilizados de manera razonada en el espacio económico, social y ambiental para obtener metas en el futuro

En efecto, la sostenibilidad debe estar orientada a la satisfacción de las necesidades de la sociedad en el corto plazo, sin descuidar o perjudicar el entorno ambiental, de tal manera que se consigan estándares lisonjeros de vida.

Ahora bien, para las Pymes una solución adecuada es la economía circular, cimentada en la producción de bienes y servicios sin inducir brozas sobre el medio ambiente, es decir, la transformación de productos que sean reutilizados, los directivos empresariales deben establecer estrategias encaminadas a sus trabajadores, con incentivos económicos para estimular la recolección de productos, de tal manera que se elaboren y distribuyan continuamente hacia los mercados. (González Ordaz & Vargas- Hernández, 2017).

De igual manera, para los autores (Porcelei & Martínez, 2018), mencionan que la economía circular es un proceso industrial, que regenera o renueva de manera intencional o de diseño, los productos que son descartados a través de métodos técnicos y bilógicos, utilizando energías renovables, y evitando elementos químicos dañinos que dañen la reutilización y el regreso al ecosistema ambiental.



Hacia la competitividad sostenible de las pymes.

El concepto de competitividad ha evolucionado a lo largo de los años. La definición estándar de competitividad basada en productividad y cuota de mercados se ha ampliado, de modo que ahora incluye elementos como la prosperidad social, la inclusión, y la calidad del medioambiente, y está vinculada cada vez más con la calidad de los productos y la innovación tecnológica (Andreoni y Miola, 2016)

Es de destacar que desde el Foro Económico Mundial (2015), se comienza a definir la competitividad sostenible como «aquellos factores que garantizan la productividad (de un país) en el largo plazo mientras se asegura la sostenibilidad social y ambiental» (WEF, 2015a)

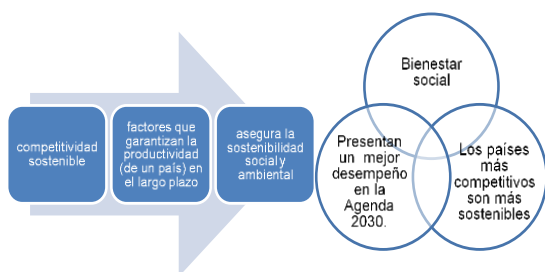
Por ello, el concepto de competitividad incorpora nuevos elementos más allá de un enfoque meramente económico e incluye aspectos que contribuyen al bienestar social (WEF, 2015b).

De hecho, al analizar el concepto tradicional de competitividad, el cual está vinculado a productividad y crecimiento económico, se ha evidenciado que los países más competitivos son más sostenibles y, por tanto, presentan un mejor desempeño en la Agenda 2030.



Figura 1

Competitividad y sostenibilidad



Fuente: Elaboración propia

Según un estudio realizado por Sustainability and Competitive Advantage (2009), publicado por MIT Sloan, determinó que abordar los asuntos vinculados a la sostenibilidad permite a las empresas mejorar su imagen de marca y obtener ventajas reputacionales así como reforzar la confianza por parte de la sociedad, ahorrar costos, aumentar la satisfacción de los empleados y mejorar la atracción de talento, impulsar la innovación de sus productos y servicios, acceder a nuevos recursos de financiación y mejorar las relaciones con los grupos de interés (Berns et al . 2009).

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible, se han consolidado en los últimos años como la hoja de ruta para la sostenibilidad global y las empresas pueden obtener importantes ventajas al incorporarlos en sus estrategias de negocio. En este sentido, se puede decir que a nivel micro, dichos objetivos permiten evaluar los progresos de la empresa en materia de sostenibilidad, lo cual conduce a establecer objetivos internos para dar respuesta a los objetivos de desarrollo sostenible, y de esta forma integrar la agenda a las estrategias que las empresas puedan aplicar. (Berns et al. 2009).

En este orden de ideas, García y Granda (2019) plantean que los objetivos de desarrollo sostenible también permiten a las empresas estructurar sus planes de sostenibilidad. Así, las mejoras en algunos aspectos de la organización puedan impactar en la consecución de dichos objetivos. Internamente las empresas pueden mejorar su gestión (relaciones con empleados, clientes y proveedores) y los impactos externos (relaciones con grupos de interés y comunidades o entorno donde se rodea la empresa).

El sector de las pequeñas y medianas empresas tiene una responsabilidad con la sociedad y debe gestionar los impactos de su actividad en aquellas comunidades donde trabaja, mitigando los potenciales efectos negativos y contribuyendo a la generación de valor compartido para los distintos grupos de interés. (García y Granda 2019).

De igual manera, (Ormaza et al. 2021) expresa que la práctica de la Responsabilidad Social orientada por los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), busca el equilibrio de las organizaciones entre el progreso económico, la prosperidad de la sociedad y aprovechamiento de los recursos naturales y del medio ambiente con una visión transformadora que procure la sostenibilidad económica, social y ambiental de los países en los próximos con horizonte 2030. los efectos de la pandemia en la economía mundial, con incidencias.



En este sentido, las pymes son responsables de la mayoría de actividades económicas contribuyendo al crecimiento económico y la creación de empleo. Todo ello, crea una conciencia con el impacto de los productos y servicios que se consumen, en virtud de que se ha incrementado el perfil del consumidor en los últimos años, lo cual permite que exista diferencias al comprar productos y servicios según aspectos sociales y ambientales (Forética, 2018).

Este fenómeno es también resultado de los impactos de la globalización y las crisis iniciadas en 2008 que han hecho que la sociedad exija cada vez más una gestión responsable y sostenible a las organizaciones. Estas nuevas demandas por parte de la sociedad son un claro incentivo para que las empresas exija cada vez más por productos y servicios sostenibles. (García y Granda, 2019).

Asimismo, (Ormaza et al. 2020) señala explícitamente que la sostenibilidad como estrategia estipulada en los ODS y la RSE busca empresas socialmente responsables, es el camino que deben seguir las organizaciones para producir más y mejor, preservando los derechos de las personas, verificando permanentemente sus obligaciones legales y teniendo cuidado con el ambiente.

En definitiva, las empresas de todos los tamaños apuestan cada vez más por alinear su modelo de negocio con los objetivos de desarrollo sostenible integrándolos dentro de su estrategia empresarial (Burke y Logsdon en Gil, 2016), para así contribuir a la consecución de la Agenda 2030 a través de los servicios y productos que ofrecen.

Figura 2

Competitividad, Responsabilidad Social y Objetivos de Desarrollo Sustentables



Fuente: Elaboración propia

RESULTADOS

La presente investigación en concordancia con el objeto de estudio expuesto, se enmarcó en un estudio de carácter teórico – bibliográfico con base en el análisis de la información de manera articulada con la competitividad y el desarrollo sostenible en las Pequeñas y medianas empresas (Pymes), se recurrió como principal fuente de información la revisión de artículos científicos. En un primer momento se abordó desde las concepciones teóricas a los constructos competitividad y desarrollo sostenible; para en un segundo

momento relacionarlos con la Responsabilidad Social Empresarial y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

DISCUSIÓN

Las Pymes en Latinoamérica y puntualmente en el Ecuador, juegan un papel preponderante en el aporte al PIB (Producto Interno Bruto); son generadoras de empleo y contribuyen significativamente al desarrollo económico y social de los pueblos; las Pymes para poder hacer frente al contexto en el cual se desenvuelven y ser ese punto fundamental en el avance socio-económico de las naciones, deben mostrar eficiencia, creatividad, flexibilidad y adaptarse a los cambios que el entorno exige por la inmersión de la internacionalización de los mercados; con base a lo anteriormente citado, las Pymes debe respaldar sus acciones con la incorporación de ventajas competitivas desde la producción, su cadena de distribución, venta y postventa; es decir, sus actividades deben estar direccionadas hacia las competitividad y que sus indicadores apunten hacia aquello.

En efecto, así lo señalan los autores (Pérez, Chirinos, Ramírez, Barbera, 2021) que es significativo manifestar que la competitividad en la actualidad es un referente asociado al desarrollo; por consiguiente, es de gran relevancia fortificar el tejido empresarial en cada una de las regiones y de los países. De esta manera es transcendental que, para alcanzar crecimiento económico las Pymes deben establecer capacidades empresariales en torno a un marco legislativo que organice habilidades, destrezas y conocimientos en los empresarios y fortalezca la formación del talento humano para que las empresas sean sostenibles y generen ventajas competitivas, con

la generación de nuevas fuentes de trabajo que mejoran los ingresos de la población.

En sintonía con lo expresado, para (Vargas, Saavedra, Villegas, Hidalgo, 2020) las pequeñas y medianas empresas (Pymes) son la base fundamental de la economía global; favorecen a la riqueza de una nación y son un componente primordial en el sostenimiento social. De tal manera que al estudiar a las Pymes desde la competitividad y la sostenibilidad permite una mayor comprensión de los factores determinantes de las Pymes y aporta con herramientas que incitan a los administradores a desarrollar gestiones administrativas para el mejoramiento continuo de sus y conseguir desarrollo sostenible y sustentable.

Es evidente que las organizaciones empresariales ven en la competitividad un mecanismo de supervivencia en algunos casos y de crecimiento en otros, es necesario que las Pymes deben ser competentes y establecer estrategias empresariales por poder ser competitivos en lo mercados actuales sujetos a cambios y transformaciones por efecto de la tecnología y la globalización. Es importante. que las estrategias de competitividad vayan de la mano con la creación de productos y/o servicios que muestren valor agregado para el cliente en la búsqueda permanente de la satisfacción de las necesidades y las expectativas de los clientes concibiendo sostenibilidad de las empresas.

Para los autores (Blanco, Vázquez, García y Melamed, 2020) la gestión administrativa de las Pymes en un mundo globalizado deben considerar que su accionar estratégico debe estar inminentemente en concordancia con la competitividad y persistencia en el mercado, situación que requiere de una estructura organizativa que corresponda a las condiciones que ello representa.

Las Pymes deben consolidar su enfoque o gestión administrativa encaminada hacia la competitividad y sostenibilidad, en aras de dar una respuesta sólida a escenarios con cambios abruptos que genera sin lugar a dudas riesgos. Las Pymes y su gestión debe orientarse a generar ventajas competitivas en relación directa con sus stakeholders; de tal manera que sus capacidades puedan adaptarse a esas transformaciones y cumplir estrictamente la dinámica actual.

CONCLUSIÓN

Al considerar los Objetivos de Desarrollo Sostenible, deben situar los derechos de las personas y el respeto al planeta en el centro, para no dejar a nadie atrás, y avanzar en un cambio de modelo que solo podrá venir de la mano de una mayor coherencia de todas las políticas y su alineamiento con el desarrollo sostenible.

La comprensión sobre lo que esta agenda representa y sobre el importante papel de los gobiernos y las empresas en su cumplimiento es cada vez más profundo. Las marcas buscan alinear sus estrategias empresariales a los ODS, aunque ciertamente muchas todavía no encuentran la respuesta.

Es significativo realizar una identificación y priorización de los ODS de acuerdo a los tipos de empresa. Para favorecer el desarrollo sostenible, buscar el equilibrio de las organizaciones entre el progreso económico, la prosperidad de la sociedad y el debido aprovechamiento de los recursos naturales y del medio ambiente, desde una perspectiva de desarrollo económico; es importante el accionar de la responsabilidad social (Escobar, 2010).



Es vital para el desenvolvimiento de los negocios, que las organizaciones formen parte activa en la solución de los retos que tiene la humanidad, debido a su propio interés de tener un entorno con mayor estabilidad y donde se genera prosperidad. (Romero, 2010)

Así mismo, es importante desde el punto de vista económico que la empresa sea sustentable económicamente en el tiempo, es decir, que genere utilidades y se mantenga a flote en el mercado. Así mismo se debe considerar la participación activa de la definición e implantación de planes económicos para su país o región.

Las pequeñas y medianas empresas deben evolucionar en el entendimiento del rol que ocupan en un contexto extendido, donde el éxito empresarial es igual de importante que el compromiso con el desarrollo sostenible.

En este sentido, deben aplicar medidas visibles de incorporación de los Objetivos de desarrollo sostenible a sus estrategias competitivas. La noción de “propósito” empieza a ser visto por las empresas como una forma de mejorar su visibilidad y diferenciarse de la competencia.

Poco a poco las empresas deben evolucionar desde la perspectiva tradicional de visión y misión hacia una nueva forma de ver la empresa y de cómo manejarla, para lograr ser más competitivo ante este nuevo contexto.

REFERENCIAS

Andreoni, V., & Miola, A. (2016). Competitiveness and Sustainable Development Goals. Publications Office of the European Union.

<http://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/bitstream/JRC103576/lb-na-28316-en-n.pdf>

Barroso Tanoira Francisco Gerardo (2008). La responsabilidad social empresarial. Un estudio en cuarenta empresas de la ciudad de Mérida, Yucatán. Revista Administracion y contaduría versión impresa ISSN 0186-1042 no.226 México sep./dic. 2008

Blanco-Ariza, A. B., Vásquez-García, Ángel W., García-Jiménez, R., & Melamed-Varela, E. (2020). Estructura organizacional como determinante competitivo en pequeñas y medianas empresas del sector alimentos. Revista De Ciencias Sociales, 26(2), 133-147. <https://doi.org/10.31876/rsc.v26i2.32429>

Berns, M., Townend, A., Khayat, Z., Balagopal, B., Reeves, M., Hopkins, M. S., & Kruschwitz, N. (2009). Sustainability and Competitive Advantage. MIT Sloan Management Review 1(1),19-26. http://image-src.bcg.com/Images/MIT_Sustainability_tcm9-125057.pdf

Cadena Jaime Luis (2017). Análisis De La Competitividad De Las Pymes Del Sector Turismo, En El Distrito Metropolitano De Quito En El Período 2013-2014. Escuela Politécnica Nacional, Ecuador. International Journal of Professional Business Review, vol. 2, núm. 1, pp. 108-129, 2017. Universidade da Coruña

Conte Grand, M., & D'Elisa, V. (2018). Desarrollo Sostenible y conceptos "verdes". Revista Problemas del Desarrollo, 49(192), 61-84. Obtenido de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0301-70362018000100061&lng=es&tlng=es

Escobar-Espinoza, A. (2010). Desarrollo económico y la escuela estructuralista. Panorama Económico, 18: 13-45. Recuperado en: <http://revistas.unicartagena.edu.co/index.php/panoramaeconomico/article/view/389>

Forética (2018). Informe Forética 2018 sobre la evolución de la RSE y Sostenibilidad. La recompensa del optimista.
https://www.foretica.org/informe_foretica_2018.pdf

García Diego A (2013) Fortalecerse, Sostenibilidad Corporativa .Desarrollo Sostenible y Competitividad: una visión desde lo Económico para Cali Abril 23 de 2013.

González Ordaz, G. I., & Vargas- Hernández, J. G. (2017). La economía circular como factor de la responsabilidad social. Revista de coyuntura y perspectiva, 2(3), 105-130. Obtenido de http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2415-06222017000300004&lng=es&tlng=es.

.García Navarro Verónica , Granda Revilla Germán. (2020). La incorporación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible como factor de competitividad empresarial, Información Comercial Española, ICE: Revista de economía, ISSN 0019-977X, N° 912, 2020 (Ejemplar

Ortiz Palafox, Karla Haydee 2019 Sustentabilidad como estrategia competitiva en la gerencia de pequeñas y medianas empresas en México. Revista Venezolana de Gerencia, vol. 24, núm. 88, 2019. Universidad del Zulia

Ormaza-Andrade , J. E., Cantos-Ochoa , M. E., & López-Castillo , J. E. (2021). Responsabilidad Social en las Pymes ecuatorianas. Nueva normalidad y desarrollo sostenible. Revista Científica FIPCAEC (Fomento De La investigación Y publicación En Ciencias Administrativas, Económicas Y Contables). ISSN : 2588-090X . Polo De Capacitación, Investigación Y Publicación (POCAIP), 6(1), 211-236.
<https://doi.org/10.23857/fipcaec.v6i1.438>

Ormaza Andrade, J., Ochoa Crespo, J., Ramírez Valarezo, F., & Quevedo Vázquez, J. (2020). Responsabilidad social empresarial en el Ecuador: Abordaje desde la Agenda 2030/ Corporate social responsibility in Ecuador: Approach from

- the 2030 Agenda. *Revista De Ciencias Sociales*, 26(3), 175-193.
<https://doi.org/10.31876/rcs.v26i3.33241>
- Porcelei, A. M., & Martínez, A. N. (2018). Análisis legislativo del paradigma de la economía circular. *Revista Derecho GV*, 1067-1105. doi:
<https://doi.org/10.1590/2317-6172201840>
- Pérez Peralta, C. M., Chirinos Araque, Y. del V., Ramírez García, A. G., & Barbera Alvarado, N. (2021). Factores de competitividad en PYMES manufactureras en Colombia. *Revista Venezolana De Gerencia*, 26(5), 350-369.
<https://doi.org/10.52080/rvgluz.26.e5.23>
- Porter Michael (1999). *Ser Competitivo*. ISBN: 978-84-234-2718-5 Depósito legal: B. 2.927-2017-2017 Primera edición: marzo de 2017 Preimpresión: gama sl Impreso por Artes Gráficas Huertas
- Ulla, L. (2003). RSE y Desarrollo Sustentable. Ponencia presentada por el Instituto Argentino de Responsabilidad Social. Recuperado de HYPERLINK "http://ww.iarse.org" <http://ww.iarse.org>
- Vargas Vega, T. de J., Saavedra García, M. L., Villegas González, E., & Hidalgo Gallardo, R. L. (2020). Determinantes de la competitividad en Pymes Comerciales del municipio de Acaxochitlan, México. *Revista Venezolana De Gerencia*, 25(4), 82-96. Recuperado a partir de <https://www.produccioncientificaluz.org/index.php/rvg/article/view/35178>
- WEF (2015a). Defining Sustainable Competitiveness HYPERLINK "http://reports.weforum.org/global-competitiveness-report-2014-2015/defining-sustainable-competitiveness/"
<http://reports.weforum.org/global-competitiveness-report-2014-2015/defining-sustainable-competitiveness/>
- WEF (2015b). *The Measurement of Sustainable Competitiveness*.

HYPERLINK "http://reports.weforum.org/global-competitiveness-report-2014-2015/the-measurement-of-sustainable-competitiveness/"
http://reports.weforum.org/global-competitiveness-report-2014-2015/the-measurement-of-sustainable-competitiveness/

