

El impacto de la Responsabilidad Social Empresarial en el desempeño financiero: Un análisis en empresas de Ciudad Obregón

Dra. Yara Landazuri Aguilera

Instituto Tecnológico de Sonora

ORC ID: 0000-0002-7784-2762

yara.landazuri@itson.edu.mx

Dr. Roberto Ruíz Pérez

Instituto Tecnológico de Sonora

ORC ID -0000-0001-8884-9890

roberto.ruiz@itson.edu.mx

Dra. Maria dolores Moreno M

Instituto Tecnológico de Sonora

ORC ID – 0000-0003-0772-2930

mmoreno@itson.edu.mx

RESUMEN

Entre las diversas estrategias que adoptan las empresas para tratar de mitigar los problemas sociales se encuentra la responsabilidad social, estas estrategias le permite competir en el mercado a través de programas en beneficio de la sociedad y a su vez mejorar su desempeño financiero. Por lo anterior el objetivo de esta investigación es analizar el impacto que tienen las dimensiones de la responsabilidad social en el desempeño financiero de las empresas socialmente responsables de Ciudad Obregón. La importancia de la presente investigación se centra en poder analizar los resultados que se obtengan de esta muestra local con los resultados de estudios en México sobre las mismas variables. Como parte del mérito intelectual y la contribución que pretende aportar esta investigación al conocimiento es la medición cuantitativa de las variables. La investigación es no experimental, correlacional de corte transversal, la hipótesis de este estudio se comprobará a través del modelo de regresión lineal. Los datos se recolectan mediante un instrumento adaptado y aplicado a una muestra de las empresas de Ciudad Obregón que son socialmente responsables. Entre los hallazgos identificados se encuentra que la responsabilidad social empresarial si tiene un impacto significativo en el desempeño financiero de las empresas socialmente responsables en Ciudad Obregón.

Palabras clave: Responsabilidad social empresarial, desempeño financiero, dimensiones, estrategia, percepciones.

The impact of Corporate Social Responsibility on financial performance: An analysis in companies from Obregon City

ABSTRACT

Among the various strategies that companies adopt to try to mitigate social problems is social responsibility, these strategies allow them to compete in the market through the implementation of programs that allow them to implement activities for the benefit of society and in turn improve their financial performance. Therefore, the objective of this research is to analyze the impact of the dimensions of social responsibility on the financial performance of socially responsible companies in Obregon City. The importance of this research is focused on being able to analyze the results obtained from this local sample with the results of studies in Mexico on the same variables. As part of the intellectual merit and the contribution that this research intends to make to knowledge is the quantitative measurement of the variables. The research is non-experimental, cross-sectional correlational, the hypotheses of this study will be verified through the linear regression model. The data is collected through an instrument adapted and applied to a sample of companies in Obregon City that are socially responsible. Among the findings identified is that corporate social responsibility does have a significant impact on the financial performance of socially responsible companies in Obregon City.

Keywords: Corporate social responsibility, financial performance, dimensions, strategy, perceptions.

Introducción

Las empresas como parte de sus estrategias de negocios implementan actividades que benefician a la sociedad a partir de la relación que tienen con los grupos de interés, estas estrategias les permiten competir y mantenerse vigentes Maignan (2001); sin embargo, las empresas a pesar de presentar informes sobre las actividades de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) e implementarlas como parte de sus estrategias no necesariamente tienen un impacto positivo en sus resultados financieros. En los últimos años las actividades de RSE también se han alineado estratégicamente a los objetivos de las empresas no solamente por el impacto financiero que esto represente, sino que tratan de dejar una huella positiva y a su vez mejorar su imagen ante sus grupos de interés.

Existen diferentes estudios sobre RSE en los que se abordan diferentes dimensiones de esta, (Amiraslani, Lins, Servaes y Tamayo 2016; Pradhan, Arvin, Hall y Nair 2016; Olaniyi y Abdusalam, 2015; Murthy y Abeysekera, 2008; O'Dwyer, 2003; Orlitzky, (2013); Vermier, Velde y Corten 2005; Orlitzky, Schmidt y Rynes 2003; Deegan, Rankin y Tobin, 2002; Mathews, 1997; Deegan y Gordon, 1996). En la mayoría de estos estudios se ha investigado la relación empírica entre la responsabilidad social corporativa y el desempeño financiero de las empresas (Chow y Chen 2012; Griffin y Mahon, 1997; McWilliams y Siegel, 2000). Por otro lado, Singh y Misra (2021) revelan que especialmente cuando la RSE se encuentra dirigida

a la comunidad y a los clientes tienen impacto en el desempeño organizacional. Sin embargo, la literatura aún sigue demostrando resultados mixtos o contrarios sobre dicha relación.

A pesar de que la literatura enmarca el debate sobre la implementación de la RSE en empresas de países altamente desarrollados y los países emergentes como es el caso de América Latina, Oliveira (2008) señala que en la agenda de responsabilidad social de América Latina han sido muy marcadas las condiciones socioeconómicas y políticas, lo anterior se debe a que esta situación ha tendido a agravar los problemas ambientales y sociales, como deforestación, desempleo, desigualdad y delincuencia, por mencionar algunos.

En Latinoamérica las empresas micro, pequeñas y medianas empresas enfrentan dificultades económicas, sociales y ambientales que derivan en gran medida del entorno político y económico de cada región, las prácticas adoptadas en torno a la RSE son influenciadas por las grandes empresas que llevan actividades socialmente responsables con la intención aprovechar escenarios en los que la RSE desempeña un papel importante para determinar el impacto de tales prácticas.

En el contexto de las Pequeñas y medianas empresas (Pymes) el avance ha sido más lento que en las grandes empresas, debido a dos circunstancias importantes; una de ellas es la falta de atención por parte de los directivos sobre la implementación de la RSE y su relación con grupos de interés, la segunda tiene que ver con la escasa comunicación de las acciones de RSE que llevan a cabo (Baraibar y Luna, 2018). A pesar de lo anterior, se ha podido comprobar que las Pymes han logrado obtener ventajas competitivas cuando llevan a cabo actividades de RSE como parte de su gestión tanto en actividades administrativas como de operación (Ibarra et. al., 2020).

Las empresas para lograr mejorar su desempeño financiero generalmente emplean diversas estrategias orientadas a mejorar sus prácticas internas y externas, dichas estrategias se han convertido en un eje en el que insertan las acciones de responsabilidad social, mayormente aquellas orientadas a mitigar los problemas sociales y a reducir el impacto ambiental, sin embargo a pesar de la inversión en estos rubros por parte de las empresas no se ha logrado medir en las Pymes de Ciudad Obregón si estas actividades implementadas han tenido un impacto financiero positivo, lo que cobra fuerza en el ámbito académico y empresarial de la región.

La importancia de la RSE, la forma en cómo gestionan sus actividades, la revelación de información en los informes anuales de sostenibilidad y los resultados a partir de la implementación de dichas acciones, ponen de manifiesto la importancia de estudios empíricos que esbocen un panorama general a nivel local sobre el siguiente cuestionamiento ¿Cuál es el impacto financiero de las empresas de Ciudad Obregón a partir de la implementación de actividades de responsabilidad social?

La mayor parte de las investigaciones de RSE en América Latina se han centrado en evaluar el grado de adopción de estas prácticas por parte de las empresas (López et. al., 2011; Mercado y García, 2007), y en evaluar el impacto en los resultados empresariales (Barroso, 2008), por lo anterior, el objetivo de esta investigación consiste en analizar en qué medida las actividades de responsabilidad social que llevan a cabo las Pymes de Ciudad Obregón han tenido un impacto financiero derivado de la implementación de la RSE. Fong et. al (2020) destacan que empírica y teóricamente, se pueden identificar que las estrategias que incluyen prácticas de RSE están asociadas con la construcción y uso de ventajas competitivas.

Revisión de la literatura

Diferentes estudios han resaltado varias teorías para explicar la RSE en la literatura, como los grupos de interés, legitimidad, ética y moral en los negocios, teorías institucionales, entre otras. Casi todas las teorías de la RSE, presentan un punto de vista que puede tener restricciones para desplegar el alcance de las cuestiones de la RSE. Específicamente, se ha empleado la teoría de las partes interesadas para explicar la RSE (Freeman, 1984; Donaldson y Prestosn, 1995; Rowley, 1997; Steurer, 2006) y la teoría de la legitimidad (Campbell, 2004; Deegan, 2002; Aldrich y Fiol, 1994; Gray, Kouhy, y Lavers, 1995). Estas teorías explican la RSE desde la perspectiva de países, lo que no corresponde a los resultados que podemos obtener de pequeñas empresas en países emergentes como es el caso de México.

García y Zabala (2008,) señalan que la RSE es un elemento importante para las empresas que implica un compromiso para respetar y promover los derechos de las personas, el crecimiento de la sociedad y el cuidado del ambiente a través de la aplicación sistemática de recursos. Lee (2008) explica cómo través del modelo estratégico para la gestión de RSE, se debe reflejar la obtención de resultados de mercado. De ahí que esta puede ser concebida como parte de las estrategias empresariales y a su vez reconocer un impacto positivo en el desempeño financiero de las empresas.

Diferentes organismos se encuentran comprometidos con la implementación, seguimiento y evaluación de la RSE, analizando las diversas dimensiones a través de las cuáles se trata de explicar su objeto de estudio, características, finalidad e impacto (Tabla 1). En este sentido, la RSE es percibida como un compromiso que tienen las empresas hacia la sociedad para realizar el bien común, desde la gestión hasta su reflejo en la operación del negocio. Con el análisis de las instituciones queda claro que la RSE se centra principalmente en tres pilares económico, social y ambiental, lo que implica el respeto a los valores éticos, a las personas, al medio ambiente y a la comunidad.

Tabla 1

Dimensiones de la responsabilidad social empresarial

Instituciones	Dimensiones de RSE
Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE)	Social, ética, económica medioambiental
Pacto Mundial de las Naciones Unidas (Global Compact)	Social, ética medioambiental
AccountAbility, AccountAbility 1000	Económica, social, ética medioambiental
Social Accountability Internacional (SAI) SA 800	Social y ética
Global Reporting Initiative (GRI)	Económica, social, ética medioambiental
International Standards Organisation (ISO) ISO 26000	Económica, social, ética medioambiental
International Organization for Standardization 14000 (ISO)	Ambiental y social
Centro mexicano para la filantropía (CEMEFI)	Económica, social, socio cultural, política y ecológica

Nota: esta tabla muestra las dimensiones de responsabilidad social que se evalúan las organizaciones más representativas a nivel internacional.

A través del análisis de los organismos se reconoce que existen cuatro factores clave que se ven impactados con el desarrollo de un sistema de gestión de responsabilidad social, el primero tiene que ver con la competitividad de la empresa; en el cual la empresa se puede ver beneficiada, el segundo factor es la solución de retos que impone el actual sistema económico; el tercero tiene que ver con asegurar la sustentabilidad de los negocios; y por último hacer el bien común a la sociedad en general. La RSE ha pasado a ser una decisión consciente y voluntaria a una adecuada gestión por parte de las empresas, en este sentido puede ser determinante para su crecimiento y desarrollo.

Por otra parte, en el análisis de la literatura sobre RSE, se ha logrado identificar que estudios como Carroll (1979), Miagan (2001), Orlitzky et al.,(2003), García de los Salmones, Herrero y Rodríguez del Bosque (2005), la utilización de estas dimensiones para sus análisis de resultados Vázquez y Hernández (2013), Manzanares y Gómez (2014), los cuales demuestran que es posible obtener resultados relevantes para esta investigación el abordaje a través de estas mismas tres dimensiones.

Tabla 2

Estudios de la RSE a través de las dimensiones económica, social y medioambiental.

Variable	Autores
Dimensión Económica	De la Cuesta, (2004), Porter y Kramer, (2006), Alvarado y Schlesinger (2008), Alvarado (2008), Baumgartner y Ebner (2010), Chow y Chen (2011), González, Donate y Guadamillas, (2014).
Dimensión Social	Bansal (2005), García de los Salmones, Rodríguez del Bosque y San Martín (2007), Alvarado y Schlesinger (2008), Alvarado (2008), Lindgreen, Antioco, Harness y Van der Sloot (2009), Baumgartner y Ebner (2010), Chow y Chen (2011), Ramos, Manzanares y Gómez (2014).
Dimensión Medioambiental	Bansal (2005), Jones y Comfort (2005), Alvarado (2008), Erol Caka, Erel y Sari (2009), Chow y Chen (2011), Ramos, Manzanares y Gómez (2014).

Nota: Esta tabla presenta los autores que han realizado sus investigaciones analizando la RSE a través de las dimensiones económica, social y medioambiental.

Reyno (2006) destaca además que una empresa socialmente responsable adquiere ventajas competitivas las cuales se ven reflejadas directa o indirectamente en los resultados económicos. Entre los principales beneficios que puede obtener una empresa se encuentran los relacionados con el personal de la empresa, con los clientes, proveedores y la comunidad en general, estos grupos de interés con los que se relaciona tienden a alinearse a los objetivos de las empresas lo cual se puede traducir en beneficio económico para la empresa que implementa estas acciones socialmente responsables.

Tabla 3

Principales beneficios de la implementación de RSE.

Dimensión	Beneficios
Económica	Reducción de costos de operación Incremento de ventas Fidelidad de los clientes Posicionamiento de marca Relación con proveedores
Social	Reputación e imagen positiva Reducción de ausentismo Productividad laboral Retención de talentos Altos ejecutivos de la comunidad donde opera Mejora la calidad de vida de empleados y sus familias

Medioambiental	Reducción de costos de producción Eficiencia en el uso de recursos Calidad e innovación en productos Disminución de desechos Procedimientos a favor del uso, compra o producción de bienes ecológicos.
----------------	--

Nota: La tabla muestra los principales beneficios que se han identificado en la literatura al implementar la RSE.

A pesar de los beneficios económicos que demuestra la literatura con la implementación de la RSE y los impactos que esto genera en la sociedad y el medio ambiente, existe una barrera a la que se enfrentan algunas pequeñas y medianas empresas (Pymes) al momento de la implementación o mantenimiento de la RSE y se encuentra relacionada con las dificultades financieras las cuales limitan las actividades de RSE, por lo que en países emergentes donde la mayor parte de las empresas son pequeñas y medianas los avances se han reflejado con mayor lentitud, la falta de incorporación a las actividades sustanciales de la empresa, el escaso presupuesto destinado a dichas actividades, la falta de comunicación y seguimiento son algunas de las dificultades que enfrentas las Pymes en México.

Metodología

Este trabajo analiza las variables que inciden en el desempeño financiero de las empresas que son socialmente responsables en Ciudad Obregón, en el Estado de Sonora. La pregunta central que motiva esta investigación es ¿Cuál es el impacto financiero de las empresas de Ciudad Obregón a partir de la implementación de actividades de responsabilidad social? Para el diseño de esta investigación generamos una hipótesis que orientó la presente investigación.

Hi: Existe un impacto financiero positivo en las empresas de Ciudad Obregón a partir de la implementación de actividades de responsabilidad social.

La investigación es de tipo no experimental dado que sólo se mide el nivel de cumplimiento de la temática de estudio en cuestión y no se manipulan las variables implicadas en el presente estudio. Es de corte transversal, por el tipo de investigación, en la cual se recolectan los datos es en un solo momento, en un tiempo único, con un enfoque de tipo correlacional-causal.

Población y muestra

El estudio está dirigido a pequeñas y medianas empresas que cuentan con distintivo de ESR por parte del Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI), En Ciudad Obregón, se tienen registradas 48 empresas que cuentan con el distintivo, entre ellas se encuentran instituciones educativas y organizaciones de la sociedad civil, las cuales quedaron excluidas. Para esta investigación se lograron recabar 22 datos de

empresas que cuentan con el distintivo emitido por Cemefi, las cuales representan el 59% de la población total.

Tabla 4

Caracterización de la población

Tamaño	7% micro empresa 55% pequeñas 38% mediana
Sector	38% servicios 31% comercial 31% industrial
Escolaridad	86% licenciatura 14% posgrado

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del instrumento

Los datos se recopilaron a través de un cuestionario en línea con 18 items en escala Likert con valores de 1 a 5 representando el criterio de “completamente en desacuerdo” hasta “completamente de acuerdo”, respectivamente. El cuestionario se desarrolló y validó estadísticamente para garantizar su confiabilidad a través del Alfa de cronbach. Para el análisis de datos se realizó un modelo de regresión lineal múltiple, utilizó el programa estadístico SPSS.

Tabla 5

Alfa de Cronbach de variables

Variable	Alfa de Cronbach por elemento	Alfa de Cronbach
Dimensión Económica	E1, 0.705	0.830
	E2, 0.828	
	E3, 0.850	
	E4, 0.804	
	E5, 0.788	
Dimensión Social	S1, 0.928	0.921
	S2, 0.883	
	S3, 0.905	
	S4, 0.904	
	S5, 0.883	

	M1, 0.796	
	M2, 0.825	
	M3, 0.834	
Dimensión	M4, 0.825	
Medioambiental	M5, 0.809	0.849
	D1, 0.767	
Desempeño	D2, 0.711	
financiero	D3, 0.841	0.839

Fuente: Elaboración propia a partir del análisis de fiabilidad.

Los resultados de las alfas de Cronbach para las variables son estadísticamente aceptables de acuerdo con la teoría. Los valores son superiores a 0.650 y menores a 0.950, son considerados como valores aceptables para investigaciones científicas en el campo de las ciencias sociales, de acuerdo con Sánchez y Gómez (1998) y Cervantes (2005), los ítems que conforman el cuestionario no se encuentran correlacionados y son independientes.

Resultados y discusión

Los datos se analizaron a través de un modelo de regresión lineal múltiple, para el cual la variable dependiente es el desempeño financiero y como variables independientes, las dimensiones de Responsabilidad Social Empresarial, para este modelo y en los sucesivo de este análisis la nuestra variable denominada Eco es la dimensión económica, Soc la dimensión social, Ma dimensión medioambiental y, por último, Df para el desempeño financiero.

Las variables de las dimensiones económica, social y medio ambiental que miden la responsabilidad social empresarial de las empresas son variables estadísticamente significativas con un nivel de confianza del 95%, mientras que la variable de medioambiental resultó no significativa. Los datos muestran que la RSE de las empresas puede ser explicada en un 79% por el desempeño financiero, siendo la variable de la dimensión social la que tiene mayor incidencia en el modelo estadístico, la cual explica en un 37% su aportación al desempeño financiero.

En cuanto a los estadísticos de fiabilidad se observa que las variables son independientes entre sí y no muestra multicolinealidad como se muestra en la tabla 6, los valores de FIV se encuentran por debajo de 5, valores estadísticamente aceptables. El ANOVA por su parte indica que sí existe una diferencia significativa entre las tres variables. El valor de F observado en este estudio es estadísticamente aceptable y significativo con 22.92.

Tabla 6

Regresión Múltiple de las Dimensiones de la RSE

Variable	Coeficientes		no tipificados	t	Sig.
	Estandarizados	Error			
Eco	0.292	0.136	Beta 0.330	2.145	0.046
Soc	0.374	0.101	0.472	3.699	0.002
Ma	0.241	0.150	0.258	1.614	0.124
Resumen del Modelo	R	R Cuadrada	R Corregida	Sig. Cambio en F	
	0.890	0.793	0.758	0.000	
ANOVA			F	Sig.	
			22.928	0.000	
Diagnóstico de colinealidad	FIV				
Eco	2.057				
Soc	1.414				
Ma	2.221				

Nota: pvalor 0.01; 0.01 y estadístico t 2.1,3.6 respectivamente

Los resultados muestran una mayor incidencia de las acciones de RSE en el ámbito social y económico, siendo las variables más significativas del modelo, lo cual puede atribuirse a dos factores, el primero de ellos puede ser la facilidad que tienen las empresas en la implementación de estrategias económicas y sociales que las medioambientales, las cuales debido a su pragmatismo para mejorar el ambiente laboral, su relación con los clientes, proveedores y la sociedad resultan menos onerosos y con mayor impacto que la reorientación de los procesos productivos tradicionales por procesos ecológicamente sustentables y amigables con el ambiente, reducción de costos de producción, disminución de desperdicios o la reducción en el consumo de agua y energía.

El segundo factor tiene que ver con la comunicación de las actividades de RSE que enmarcan una huella positiva en la sociedad y con sus grupos de interés. Este tipo de actividades no dejan de ser relevantes sin embargo por la obligatoriedad en términos del cumplimiento de leyes laborales y contratos mercantiles facilita la implementación de estas acciones en beneficio de los grupos de interés con los que se relaciona en el ámbito económico y social.

Hillman & Keim (2001), en su estudio concluyen que, como parte de las estrategias implementadas para atraer capital hacia las empresas, estas generan nuevas soluciones que favorecen a los diferentes grupos de interés como los clientes, empleados, proveedores y comunidades en las que la empresa opera, generando un ciclo positivo que puede generar beneficio de mediano plazo. Estos resultados difieren de lo encontrado con Aguilera, Guerrero, y Morales (2015) donde mencionan que no existe una relación directa entre las acciones socialmente responsables y el desempeño financiero, sin embargo, reconocen que una empresa con este tipo de conocimiento puede mejorar su desempeño financiero.

Por otra parte, en los estudios iniciales donde se trataba de estudiar la relación de estas variables McWilliams y Siegel (2000), encuentran que los efectos de la RSE sobre el rendimiento económico de las empresas son neutros. Por su parte Waddock y Graves (1997); Orlitzky, Schmidt & Rynes (2003) señalan que los primeros intentos por demostrar una relación entre estas variables contenían errores de muestreo, no obstante, concluyen que es posible que las medidas para mejorar el rendimiento social/ambiental mejoran el rendimiento financiero de las empresas.

A pesar de que la variable medio ambiental no logró obtener datos estadísticamente aceptables, se logra observar que el valor de la Beta lograría explicar en un 24% el desempeño financiero de las empresas entrevistadas, de haber alcanzado datos estadísticamente aceptables. Por lo tanto, la hipótesis de esta investigación se acepta parcialmente, ya que la variable medioambiental se rechaza al no ser estadísticamente significativa. De acuerdo con los resultados obtenidos se puede comprobar que existe un impacto financiero positivo en las empresas de Ciudad Obregón a partir de la implementación de actividades en las dimensiones económicas y sociales de responsabilidad social, no siendo así a través de la dimensión medioambiental.

Conclusiones

La pregunta central de esta investigación fue ¿Cuál es el impacto financiero de las empresas de Ciudad Obregón a partir de la implementación de actividades de responsabilidad social? Una vez analizados los datos se puede concluir que el impacto financiero que tienen las empresas de ciudad obregón a partir de la implementación de la responsabilidad social es positivo y se encuentra relacionado con las actividades que realiza en el ámbito económico y social al 95%, con (*p*valor 0.01; 0.01 y estadístico *t* 2.1,3.6 respectivamente).

En cuanto a la comprobación de la hipótesis, esta se acepta parcialmente, ya que la variable medioambiental se rechaza al no ser estadísticamente significativa. Se encontró que la dimensión social es la que tienen mayor influencia el desempeño financiero, lo anterior es congruente con los resultados de investigaciones como Díez, Blanco, Cruz, y Prado, (2014) donde encontraron una relación positiva entre la legitimidad social y la RSE. Esto indica que hacer esfuerzos encaminados hacia la dimensión social tendrá mejores resultados ya que los grupos de interés reaccionan positivamente y legitiman a las empresas. Para

futuras investigaciones se pudiera realizar un estudio longitudinal en el cual se pudiera analizar el comportamiento de las variables a través del tiempo.

Referencias

- Aguilera-Caracuel, J., Guerrero-Villegas, J., & Morales-Raya, M. (2015). Responsabilidad social y desempeño financiero en multinacionales: influencia de la diversificación internacional. *Revista Venezolana de Gerencia*, 20(71), 419-439. <https://www.redalyc.org/pdf/290/29042408003.pdf>
- Aldrich, H. E., & Fiol, C. M. (1994). Fools rush in? The institutional context of industry creation. *Academy of management review*, 19(4), 645-670. <https://doi.org/10.5465/amr.1994.9412190214>
- Amiraslani, H., Lins, K.V., Servaes, H. et al. Trust, social capital, and the bond market benefits of ESG performance. *Rev Account Stud* 28, 421–462 (2023). <https://doi.org/10.1007/s11142-021-09646-0>
- Baraibar-Diez, E., & Sotorrío, L. L. (2018). The mediating effect of transparency in the relationship between corporate social responsibility and corporate reputation. *Revista brasileira de gestão de negócios*, 20, 05-21. DOI: 10.7819/rbgn.v20i1.36005
- Barroso Tanoira, F. G. (2008). La responsabilidad social empresarial: un estudio en cuarenta empresas de la ciudad de Mérida, Yucatán. *Contaduría y administración*, (226), 73-91. https://scholar.google.com/scholar?cluster=14895357236682258388&hl=es&as_sdt=0,5
- Campbell, J. L. (2006). Institutional Analysis and the Paradox of Corporate Social Responsibility. *American Behavioral Scientist*, 49(7), 925–938. <https://doi.org/10.1177/0002764205285172>
- Carroll, A. B. (1999). Corporate Social Responsibility: Evolution of a Definitional Construct. *Business & Society*, 38(3), 268–295. <https://doi.org/10.1177/000765039903800303>
- Chow, W.S., Chen, Y. Corporate Sustainable Development: Testing a New Scale Based on the Mainland Chinese Context. *J Bus Ethics* 105, 519–533 (2012). <https://doi.org/10.1007/s10551-011-0983-x>
- Deegan, C. & Gordon, B. (1996) A Study of the Environmental Disclosure Practices of Australian Corporations, *Accounting and Business Research*, 26:3, 187-199, DOI: 10.1080/00014788.1996.9729510
- Deegan, C. (2002), "Introduction: The legitimising effect of social and environmental disclosures – a theoretical foundation", *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. 15 No. 3, pp. 282-311. <https://doi.org/10.1108/09513570210435852>
- Deegan, C., Rankin, M. & Tobin, J. (2002), "An examination of the corporate social and environmental disclosures of BHP from 1983-1997: A test of legitimacy theory", *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. 15 No. 3, pp. 312-343. <https://doi.org/10.1108/09513570210435861>
- Díez, F., Blanco, A., Cruz, A., y Prado, C. (2014). Efecto de la Responsabilidad Social Empresarial sobre la Legitimidad de las Empresas. *Anuario jurídico y económico escorialense*, (47), 325-348.
- Donaldson, T., & Preston, L. E. (1995). The stakeholder theory of the corporation: Concepts, evidence, and implications. *Academy of management Review*, 20(1), 65-91. <https://doi.org/10.5465/amr.1995.9503271992>

- Fong, C. ., Parra, Ángeles ., Soriano, L. ., & Teodoro, E. . (2020). El estado actual de la Responsabilidad Social Empresarial en México. RAN - Revista Academia & Negocios, 6(1), 41-56. Recuperado a partir de <https://revistas.udec.cl/index.php/ran/article/view/2618>
- Freeman, Robert Edward. "Strategic management: a stakeholder approach, Pitman." Boston, MA (1984).
- Gallardo-Vázquez, D., Sánchez-Hernández, M. I., & Corchuelo-Martínez-Azúa, M. B. (2013). Validación de un instrumento de medida para la relación entre la orientación a la responsabilidad social corporativa y otras variables estratégicas de la empresa. Revista de contabilidad, 16(1), 11-23. [https://doi.org/10.1016/S1138-4891\(13\)70002-5](https://doi.org/10.1016/S1138-4891(13)70002-5)
- Gray, R., Kouhy, R. and Lavers, S. (1995), "Corporate social and environmental reporting: a review of the literature and a longitudinal study of UK disclosure", Accounting, Auditing & Accountability Journal, Vol. 8 No. 2, pp. 47-77. <https://doi.org/10.1108/09513579510146996>
- Griffin, J. J., & Mahon, J. F. (1997). The Corporate Social Performance and Corporate Financial Performance Debate: Twenty-Five Years of Incomparable Research. Business & Society, 36(1), 5–31. <https://doi.org/10.1177/000765039703600102>
- Hillman, A. J., & Keim, G. D. (2001). Shareholder value, stakeholder management, and social issues: what's the bottom line?. Strategic management journal, 22(2), 125-139. [https://doi.org/10.1002/1097-0266\(200101\)22:2<125::AID-SMJ150>3.0.CO;2-H](https://doi.org/10.1002/1097-0266(200101)22:2<125::AID-SMJ150>3.0.CO;2-H)
- Ibarra Morales, L. E., Olivas Valdez, E., Casas Medina, E. V., & Paredes Zempual, D. (2020) Development of Management Skills in the Management of Socially Responsible Enterprises (ESR) of the State of Sonora. Revista RELAYN- Micro Y Pequeña Empresa En Latinoamérica, 4(2), 56–66. <https://doi.org/10.46990/relayn.2020.4.2.65>
- Lee, M. D. P. (2008). A review of the theories of corporate social responsibility: Its evolutionary path and the road ahead. International journal of management reviews, 10(1), 53-73. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2370.2007.00226.x>
- López Salazar, A., Contreras Soto, R., & Molina Sánchez, R. (2011). La responsabilidad social empresarial como estrategia de competitividad en el sector alimentario. Cuadernos de Administración, 24(43), 261-683. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=20521435012>
- Maignan, I. (2001). Consumers perceptions of corporate social responsibilities: A cross-cultural comparison. Journal of Business Ethics, 30(1), 57–72 <https://link.springer.com/article/10.1023/A:1006433928640>
- Marín, F. D., González, A. B., Suárez, A. C., & Román, C. P. (2014). Efecto de la Responsabilidad Social Empresarial sobre la Legitimidad de las Empresas. Anuario jurídico y económico escurialense, (47), 325-348.
- Mathews, M.R. (1997), "Twenty-five years of social and environmental accounting research: Is there a silver jubilee to celebrate?", Accounting, Auditing & Accountability Journal, Vol. 10 No. 4, pp. 481-531. <https://doi.org/10.1108/EUM0000000004417>
- McWilliams, A., & Siegel, D. (2000). Corporate social responsibility and financial performance: correlation or misspecification?. Strategic management journal, 21(5), 603-609. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1097-0266\(200005\)21:5<603::AID-SMJ101>3.0.CO;2-3](https://doi.org/10.1002/(SICI)1097-0266(200005)21:5<603::AID-SMJ101>3.0.CO;2-3)

- McWilliams, A., Siegel, D., & Van Fleet, D. D. (2005). Scholarly Journals as Producers of Knowledge: Theory and Empirical Evidence Based on Data Envelopment Analysis. *Organizational Research Methods*, 8(2), 185–201. <https://doi.org/10.1177/1094428105275377>
- Mercado Salgado, P., & García Hernández, P. (2007). La responsabilidad social en empresas del Valle de Toluca (México): un estudio exploratorio. *Estudios gerenciales*, 23(102), 119-135. http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S012359232007000100005&script=sci_abstract&lng=pt
- Murthy, V. & Abeysekera, I. 2008, Corporate social reporting practices of top software Indian firms, *Australasian Accounting, Business and Finance Journal*, Vol. 2, No. 1, pp. 36–59., Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2601740>.
- O'Dwyer, B. (2003), "Conceptions of corporate social responsibility: the nature of managerial capture", *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. 16 No. 4, pp. 523-557. <https://doi.org/10.1108/09513570310492290>
- Olaniyi, T., & Abdusalam, S. (2015). Impact of Corporate Social Responsibility on Firms Profitability: Evidence from Nigeria and Sierra Leone. *Amity Business Review*, 16(2). <https://www.amity.edu/abs/abr/pdf/Vol%2016%20No.2/1.pdf>
- Oliveira, R. R. D. (2008). Qualidade de vida no trabalho-QVT e responsabilidade social empresarial-RSE: um estudo sobre a satisfação de QVT com funcionários voluntários em programas RSE. <http://tede.metodista.br/jspui/handle/tede/124>
- Orlitzky, M. (2013). Corporate social responsibility, noise, and stock market volatility. *Academy of Management Perspectives*, 27(3), 238-254. <https://doi.org/10.5465/amp.2012.0097>
- Orlitzky, M., Schmidt, F. L., & Rynes, S. L. (2003). Corporate social and financial performance: A meta-analysis. *Organization studies*, 24(3), 403-441. <https://doi.org/10.1177/0170840603024003910>
- Pradhan, R.P., Arvin, M.B., Nair, M. et al. The information revolution, innovation diffusion and economic growth: an examination of causal links in European countries. *Qual Quant* 53, 1529–1563 (2019). <https://doi.org/10.1007/s11135-018-0826-2>
- Ramos, M. I. G., Manzanares, M. J. D., & Gómez, F. G. (2014). El efecto del papel mediador de la reputación corporativa en la relación entre la RSC y los resultados económicos. *Revista de Estudios Empresariales*. Segunda Época, (1). <https://revistaselectronicas.ujaen.es/index.php/REE/article/view/1378>
- Reyno, M. (2006). RSE como ventaja competitiva. Santiago de Chile: Universidad Técnica Gederico Santa María.
- Rowley, T. J. (1997). Moving beyond dyadic ties: A network theory of stakeholder influences. *Academy of management Review*, 22(4), 887-910. <https://doi.org/10.5465/amr.1997.9711022107>
- Salmones, M.d.M.G.d.I., Crespo, A.H. & Bosque, I.R.d. Influence of Corporate Social Responsibility on Loyalty and Valuation of Services. *J Bus Ethics* 61, 369–385 (2005). <https://doi.org/10.1007/s10551-005-5841-2>

- Singh, K., & Misra, M. (2021). Linking corporate social responsibility (CSR) and organizational performance: The moderating effect of corporate reputation. *European Research on Management and Business Economics*, 27(1), 100139. <https://doi.org/10.1016/j.iedeen.2020.100139>
- Steurer, R. (2006). Mapping stakeholder theory anew: from the 'stakeholder theory of the firm' to three perspectives on business–society relations. *Business strategy and the environment*, 15(1), 55-69. <https://doi.org/10.1002/bse.467>
- Vermeir, W., Van de Velde, E., & Corten, F. (2005). Sustainable and responsible performance. *The Journal of Investing*, 14(3), 94-101. <http://doi.org/10.3905/joi.2005.580555>
- Waddock, S. A., & Graves, S. B. (1997). The corporate social performance–financial performance link. *Strategic management journal*, 18(4), 303-319. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1097-0266\(199704\)18:4<303::AID-SMJ869>3.0.CO;2-G](https://doi.org/10.1002/(SICI)1097-0266(199704)18:4<303::AID-SMJ869>3.0.CO;2-G)
- Zabala, I., & García, M. (2008). Historia de la Educación Ambiental desde su discusión y análisis en los congresos internacionales. *Revista de investigación*, 32(63), 201-218. <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/ve/>