

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE SINALOA
FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
COORDINACIÓN GENERAL DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA CON
ÉNFASIS EN GESTIÓN Y REINGENIERÍA FINANCIERA



TESIS

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y SU
INCIDENCIA EN LA RENTABILIDAD DE EMPRESAS QUE COTIZAN
EN EL ÍNDICE S&P/BMV TOTAL MÉXICO ESG, 2014-2022

COMO REQUISITO PARA OBTENER EL GRADO DE
MAESTRA EN ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA CON ÉNFASIS EN
REINGENIERÍA FINANCIERA

Presenta:

KAREN IRIANA GALVÁN VÁZQUEZ

Directora de tesis:

DRA. MARÍA DEL CARMEN MONARRES ALDERETE

Co-directora de tesis:

DRA. FLOR DE LA CRUZ SALAIZA LIZÁRRAGA

Culiacán de Rosales, Sinaloa, México, diciembre de 2024



Dirección General de Bibliotecas
Ciudad Universitaria
Av. de las Américas y Blvd. Universitarios
C. P. 80010 Culiacán, Sinaloa, México.
Tel. (667) 713 78 32 y 712 50 57
dgbuas@uas.edu.mx

UAS-Dirección General de Bibliotecas

Repositorio Institucional Buelna

Restricciones de uso

Todo el material contenido en la presente tesis está protegido por la Ley Federal de Derechos de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

Queda prohibido la reproducción parcial o total de esta tesis. El uso de imágenes, tablas, gráficas, texto y demás material que sea objeto de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente correctamente mencionando al o los autores del presente estudio empírico. Cualquier uso distinto, como el lucro, reproducción, edición o modificación sin autorización expresa de quienes gozan de la propiedad intelectual, será perseguido y sancionado por el Instituto Nacional de Derechos de Autor.

Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución-No Comercial
Compartir Igual, 4.0 Internacional



Dedicatoria

A mis abuelos, mis padres, mis sobrinas y a Samuel

con inmenso amor.

Love is still, the answer.

Agradecimientos

A la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma de Sinaloa, en particular a la Coordinación General de Investigación y Posgrado por permitirme formar parte de este enriquecedor programa.

Al Consejo Nacional de Humanidades, Ciencias y Tecnologías (CONAHCyT) por impulsar la educación en nuestro país, por el apoyo económico brindado para la realización de mis estudios de posgrado y de este trabajo de investigación.

A mi Directora de tesis, la Dra. María del Carmen Monarres Alderete por su disposición y paciencia, por sus consejos, observaciones, aportaciones y por creer en mí y en mi investigación. Muchas gracias. A mi Co-Directora de tesis, la Dra. Flor de la Cruz Salaiza Lizárraga por sus agudas observaciones y por su espíritu crítico que enseña a quiénes estamos a su alrededor.

A mis lectores, la Dra. Lidyeth Azucena Sandoval Barraza y el Dr. Jesús Alberto Somoza Ríos por su compartir su experiencia y sus conocimientos que sin duda fortalecieron este trabajo.

A mi familia por impulsarme, por ser mi soporte y por acompañarme incondicionalmente. A papá por escucharme, por enseñarme a dar el máximo en lo que me proponga y no claudicar. A mamá por enseñarme a dirigirme en la vida con amor.

A Samuel por creer en mí, dedicar su tiempo acompañándome a realizar esta investigación, por sus palabras de aliento, por la confianza que siempre tuvo en que podría culminar este proyecto. Tu presencia aquí en mi corazón es mi mayor impulso.

A la Dra. Jaqueline Martínez Robles por su apoyo en esta investigación, distingo en ella una disposición desinteresada por compartir sus conocimientos.

A mis compañeros de generación, Wendy, Francisco, Viviana y a Rogelio por su amistad, por su apoyo dentro y fuera del aula y sobre todo, por las risas y sus acertados consejos. Me los llevo conmigo. Gracias totales.

Resumen

La responsabilidad social en el sector empresarial se implementa bajo una mentalidad gestora que se centra en mitigar el impacto de sus operaciones y posteriormente, comunicar a la comunidad. La RSE no se considera como un conductor de innovación, no existe un modelo estándar o conocimiento preciso para la implementación lo que trae a consecuencia una práctica ocasional y desestructurada que se rige en intereses y preferencias de los líderes organizacionales. La presente investigación tiene por objetivo demostrar la incidencia de la responsabilidad social empresarial sobre la rentabilidad de las empresas que cotizan en el índice S&P/BMV Total México ESG 2014-2022. La metodología tiene un enfoque cuantitativo, un alcance explicativo y un tipo de diseño no experimental longitudinal. El proceso de recolección de datos constó de observación documental de informes de sustentabilidad e informes anuales de las empresas que cotizan en el índice S&P/BMV Total México ESG y análisis de contenido para la asignación de dimensiones de responsabilidad social empresarial a cada inversión socialmente responsable encontrada en dichos informes. Posteriormente, se realizó una regresión lineal. Los resultados obtenidos del modelo estadístico evidencian una incidencia baja de la responsabilidad social empresarial en su dimensión social sobre la rentabilidad. El presente contribuye a la literatura académica existente sobre la relación de la RSE y la rentabilidad. También pone a disposición estos hallazgos al sector empresarial que establecen una relación estadísticamente significativa entre ambas variables y sugiere un potencial beneficio al implementar estas conductas responsables con conciencia y estrategia.

Palabras clave: responsabilidad social empresarial, rentabilidad, índices bursátiles sustentables

Abstract

Social responsibility in the business sector is implemented through a managerial mindset that focuses on mitigating the impact of its operations and subsequently communicating to the community. CSR is not considered a driver of innovation, there is no standard model or precise knowledge for its implementation, which results in an occasional and unstructured practice based on the interests and preferences of organizational leaders. The objective of this research is to demonstrate the impact of corporate social responsibility on the profitability of companies listed on the S&P/BMV Total México ESG index from 2014 to 2022. The methodology for this research consisted in a quantitative approach, an explanatory scope, and a non-experimental longitudinal design. The data collection process consisted of documentary observation of sustainability reports and annual reports of companies listed on the S&P/BMV Total México ESG index and, a content analysis to assign dimensions of corporate social responsibility to each socially responsible investment found in such reports. Subsequently, a linear regression was performed. The results obtained from the statistical model show a low impact of corporate social responsibility in its social dimension on profitability. This research contributes to the existing academic literature on the relationship of CSR and profitability. It also provides these findings to the business sector, establishing a statistically significant relationship between both variables and suggesting a potential benefit in implementing these responsible behaviors with awareness and strategy.

Keywords: corporate social responsibility, profitability, sustainable stock index

Índice

Capítulo I. Contextualización y planteamiento del problema.....	3
1.1 Antecedentes del problema	3
1.2 El contexto del problema internacional, nacional y local	4
1.2.1 Contexto internacional	4
1.2.2 Contexto nacional	10
1.2.3 Contexto local	20
1.3 Planteamiento del problema	22
1.4 Pregunta central y específicas	24
1.5 Objetivo central y específicos	24
1.6 Justificación de la investigación.....	25
1.7 Hipótesis de investigación	26
1.8 Alcance del estudio	27
1.9 Metodología.....	28
1.10 Alcance y limitaciones	28
Capítulo II. Marco de referencia	29
2.1 Responsabilidad social empresarial.....	29
2.1.1 Teorías	29
2.1.2 Conceptos	31
2.2 Rentabilidad	40
2.2.1 Teorías.....	40
2.2.2 Conceptos.....	41
2.3 Antecedentes investigativos	44
Capítulo III. Decisiones metodológicas	49
3.1 Diseño y alcance de la investigación	49
3.2 Matriz de congruencia y constructo de investigación	53
3.3 Hipótesis de investigación	55
3.4 Métodos empleados	55
3.5 Diseño de instrumentos/Modelos	59
3.6 Descripción de instrumentos/Modelos.....	60
3.7 Análisis de datos	60

Capítulo IV. Análisis e Interpretación de los Resultados	61
4.1 Descripción del objeto de estudio	61
4.2 Análisis de resultados.....	62
4.3 Interpretación de resultados	73
Capítulo V. Conclusiones y Recomendaciones.....	77
5.1 Conclusiones	77
5.2 Contrastación de la hipótesis.....	79
5.3 Aportaciones y discusiones	80
5.4 Recomendaciones y futuras líneas de investigación	81
Referencias	84

Índice de Figuras

Figura 1.1 Índices bursátiles responsables en el tiempo.....	7
Figura 1.2 Empresas que obtuvieron distintivo ESR (2001 – 2022).....	13
Figura 1.3 Empresas PyMES y Grandes con distintivo ESR (2018 – 2021)	16
Figura 1.4 Empresas que cotizaron en índice S&P/BMV Total Mexico.....	17
Figura 1.5 Sectores de empresa que cotizaron en índice S&P/BMV Total Mexico..	19
Figura 2.1 Enfoque unitario y enfoque pluralista empresarial.....	34
Figura 2.2 Mapa conceptual teorías.....	41
Figura 3.1 Diseño de investigación.....	49
Figura 3.2 Métodos empleados.....	56
Figura 3.3 Distribución datos no normales.....	57
Figura 3.4 Distribución de datos normales.....	58
Figura 4.1 Inversión ambiental de América Móvil en 2021.....	64
Figura 4.2 Utilidad neta de América Móvil en 2021.....	65
Figura 4.1 Aplicación de diagrama de dispersión.....	69
Figura 4.2 Aplicación de coeficiente de Pearson.....	70
Figura 4.3 Significancia de correlación para dimensión social.....	70
Figura 4.4 Significancia de correlación para dimensión ambiental.....	70
Figura 4.5 Gráfica de línea ajustada para modelo lineal.....	71
Figura 4.6 Análisis de supuestos del modelo de regresión.....	72
Figura 4.7 Resumen regresión lineal.....	73

Índice de Tablas

Tabla 1.1 Empresas ESR Reconocidas en Sinaloa 2021.....	21
Tabla 2.1 Conceptualizaciones de RSE.....	35
Tabla 2.2 Dimensión de aplicación en áreas de responsabilidad social empresarial.....	36
Tabla 2.3 Medidas de responsabilidad social empresarial.....	37
Tabla 3.1 Composición 2022 índice S&P/BMV Total México ESG.....	51
Tabla 3.2 Muestra de investigación.....	51
Tabla 3.3 Empresas con inversión en dimensión social.....	52
Tabla 3.4 Empresas con inversión en dimensión ambiental.....	53
Tabla 3.5. Matriz de congruencia y constructo de investigación.....	54
Tabla 3.6. Extracción ejemplo del análisis de contenido.....	56
Tabla 4.1 Empresas que comprenden el objeto de estudio.....	61
Tabla 4.2 Empresas descartadas de la población.....	63
Tabla 4.3 Ejemplo análisis de contenido.....	65
Tabla 4.4 Base de datos de la dimensión social.....	66
Tabla 4.5 Base de datos de la dimensión ambiental.....	67
Tabla 5.1 Contrastación de hipótesis y teorías de investigación.....	80

ABREVIATURAS, SIGLAS Y ACRÓNIMOS

PYMES	Pequeñas y Medianas Empresas
ESR	Empresa Socialmente Responsable
RSE	Responsabilidad Social Empresarial
CEMEFI	Centro Mexicano para la Filantropía A.C.
ISO	International Organization for Standardization (Organización Internacional de Normalización)
AliaRSE	Alianza para la Responsabilidad Social Empresarial
RSC	Responsabilidad Social Corporativa
ROA	Return On Assets (Retorno Sobre Activos)
ROE	Return On Equity (Retorno Sobre Capital Contable)
ROS	Return On Sales (Retorno Sobre Ventas)
AVAL	Administración de valores
CCE	Consejo Coordinador Empresarial
COPARMEX	Confederación Patronal de la República Mexicana
CONCAMIN	Confederación de Cámaras Industriales de los Estados Unidos Mexicanos
INEGI	Instituto Nacional de Estadística y Geografía
COMPITE	Comité Nacional de Productividad e Innovación Tecnológica, A.C.
ESG	Environmental, Social and Governance (Ambiental, social y gobierno)
BMV	Bolsa Mexicana de Valores

Introducción

Es notable el impacto que la actividad empresarial ha tenido sobre el entorno social con el paso del tiempo; deterioro, consumo de recursos no renovables, contaminación, entre otros. Ante esto, las empresas como medida de compensación plantean el concepto de responsabilidad social que busca aminorar las repercusiones a nivel social, económico y ambiental (Lambarry, 2016).

La presente investigación pretende establecer la incidencia sobre la rentabilidad de una empresa al llevar a cabo conductas socialmente responsables, donde lo anteriormente mencionado sea capaz de ofrecer claridad sobre la relación entre ambas variables para beneficio de los intereses de la empresa.

En capítulo I se presenta el entorno de la implementación de conductas socialmente responsables en el contexto internacional, nacional y local; analizando las variables que llevan a la empresa a salir de un enfoque *shareholder* a un enfoque *stakeholder*. Se persigue que el lector tenga un panorama actual de los temas mencionados, mostrando datos estadísticos que facilita en la comprensión del tema. Después de eso se plantean los objetivos de investigación seguida por la justificación, hipótesis y delimitación de la investigación.

En capítulo II se realiza una revisión de literatura que contribuye a la solución del problema planteado, considerando así los antecedentes investigativos que da soporte a la misma pues son aquellos que se han realizado en la búsqueda de encontrar la relación entre las variables, teorías y conceptualizaciones que dan claridad al tema de investigación de la responsabilidad social empresarial y la rentabilidad.

En capítulo III se plantea el aspecto metodológico que acompaña esta investigación incluyendo el diseño y alcance, matriz de congruencia y constructo de investigación, se señalan las hipótesis y los métodos y modelos empleados dónde se describen las técnicas de investigación utilizadas; también, se aborda el instrumento desde su diseño hasta su descripción y por último, se menciona el proceso para tratamiento de datos.

En capítulo IV se exponen los resultados de la investigación sobre la incidencia de la responsabilidad social empresarial sobre la rentabilidad de las emisoras seleccionadas como muestra, abordando la descripción del objeto de estudio, análisis de resultados e interpretación de resultados.

En capítulo V se muestran las conclusiones y recomendaciones de la investigación que incluyen las conclusiones, contrastación de la hipótesis, aportaciones y discusiones y por último, recomendaciones y futuras líneas de investigación.

Capítulo I. Contextualización y planteamiento del problema

1.1 Antecedentes del problema

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) integra una forma de gestión que incluye operar sus actividades de manera sensible al entorno que rodea a la organización en materia social, ambiental y económica. Sin embargo, no es precisamente altruismo desinteresado sino que busca alcanzar un beneficio conjunto para las dos partes: la sociedad y la empresa.

En atención al logro de los objetivos de la agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible adoptados por todos los Estados Miembros de las Naciones Unidas, las organizaciones no pueden mantener una trayectoria de negocios como se ha llevado hasta ahora. Es un hecho que ha cambiado lo que la sociedad debería esperar de las compañías en sus comunidades y el rol como líderes de la transición hacia un sistema sustentable (EIAfy et al, 2020).

Es conveniente que a las empresas les resulte atractivo el ser socialmente responsables y esto contribuya en la consecución de metas planteadas es por ello que surge el presente planteamiento para analizar si existe incidencia en la rentabilidad al optar por conductas socialmente responsables. La empresa es un organismo que precisa de la innovación para permanecer y sobrellevar la evolución del mercado así como tener la capacidad para tolerar el cambio inherente en las reglas del mercado.

De acuerdo a Lambarry (2016), cada vez es más frecuente que los inversionistas soliciten acerca de su ejercicio sobre la RSE, lo cual ha colocado estas prácticas como algo digno de reportar al momento de exponerse al escrutinio de los inversionistas. Se encuentran efectos positivos en las empresas que cotizan en la bolsa y tienen el distintivo de RSE, ya que se asume que se trata de una empresa que contribuye a su entorno y a los inversionistas se les permite considerar que dichas organizaciones se esfuerzan por un futuro sostenible dirigiendo así a éstas sus fondos de inversión (Solari, 2018).

En materia de rentabilidad, en las empresas socialmente responsables (ESR) se encuentra un aumento en el margen bruto de ventas, probablemente ligado a los consumidores de la actualidad que se caracterizan por hacer un consumo que busca más que sólo satisfacer sus necesidades sino también contribuir a la sociedad. Lo anterior derivado de generar una sensación de bienestar al realizar la erogación, tal es la relevancia que abonan a este segmento del mercado que se permiten aumentar el gasto puesto que encuentran justa la relación costo-beneficio. Lo mencionado puede indicar una mayor fidelidad por parte de los clientes (Rangel-Lyne et al, 2019).

Investigadores en Pakistán encontraron que llevar responsabilidad social empresarial tiene un impacto positivo significativo en la satisfacción del cliente y además, un impacto positivo en la lealtad. Ambas hipótesis comprobadas apuntan a consumidores que tienden a la readquisición, a recomendar el producto o servicio y a favorecerlo en presencia de otros posibles consumidores. Dicha investigación permite apreciar el potencial que implementar la RSE puede traer a las empresas (Irshad et al, 2017).

1.2 El contexto del problema internacional, nacional y local

A continuación se describe el contexto de las variables que intervienen en la problemática de investigación con nivel internacional, nacional y local.

1.2.1 Contexto internacional

De acuerdo con Abreu et al (2007) los orígenes del término de responsabilidad social se adjudican al primer filósofo de la humanidad, Zaratustra, a través del concepto que propuso hace más de tres mil años: *Vohû Khshathra Vairya*. Asimismo, desarrolló una filosofía basada en la responsabilidad social que se sostiene de tres pilares: buenos pensamientos, buenas palabras y buenas acciones; para él cada persona debe escoger servir a la sociedad y al mundo viviente.

No obstante, a lo que refiere el nacimiento literario del concepto moderno de responsabilidad social empresarial data en los años cincuenta del siglo veinte. Ese

hito permitió mayor expansión y proliferación del término (años 60 y 70) y a su vez surgen los primeros enfoques empíricos en investigación y la teoría de los *stakeholders* (años 80).

A nivel internacional, en materia de iniciativas o documentos que aportan el contexto de la RSE se han hecho presentes diversos formatos. De acuerdo a Saldaña (2009) un antecedente de gran relevancia fue la Cumbre de la Tierra realizada en Río de Janeiro en 1992 donde se trataron temas relacionados con el medio ambiente, salud, residuos, biodiversidad y desarrollo sostenible, así como también el cambio climático; mencionado formato tuvo también lugar en Johannesburgo en 2002.

Posteriormente, se encuentra el Pacto Mundial de la Organización de Naciones Unidas emitido en 1999 mismo que convoca a las organizaciones a incorporar en sus operaciones 10 principios universales relacionados con derechos humanos, trabajo, medio ambiente y lucha contra corrupción sugiriendo un beneficio para la sociedad como para el de los empresarios (Kingo, s.f.).

El Libro Verde de la Unión Europea fue elaborado en 2001 en atención a convertir a Europa en una economía sostenible. Este libro delinea las políticas gubernamentales en Responsabilidad Social Corporativa (Observatorio de responsabilidad social corporativa, 2001). El Libro Verde ha fomentado la RSE en las empresas a nivel europeo e internacional, al proponer prácticas correctas, invitar a las empresas a tomar un enfoque proactivo en relación al desarrollo sostenible a través del tiempo.

En 2010, la Organización Internacional de Normalización proporciona un encuadre en la Guía sobre responsabilidad social ISO 26000 invitando a mejores prácticas sostenibles a través de conceptos, términos y definiciones, antecedentes, tendencias, características, principios, prácticas relativas de la responsabilidad social; así como material para la integración, implementación y promoción de un comportamiento socialmente responsable dentro de la organización además de proponer un esquema de identificación y compromisos así como comunicación con los *stakeholders* (ISO, 2010).

A su vez, el Instituto Ethos en Brasil en 2006 generó una herramienta de nombre Indicadores Ethos en forma de cuestionario para que las empresas evalúen su compromiso con la responsabilidad social, mismo que el instituto puntúa y comunica resultados a los aplicantes proporcionando un panorama comparativo con las 10 empresas mejor evaluadas y las empresas que recién hayan tomado el instrumento. Los indicadores Ethos evalúan valores, transparencia y gobierno corporativo, público interno, medio ambiente, proveedores, consumidores y clientes, comunidad, gobierno y sociedad (Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social, 2007).

Por otra parte, desde 2006 se crea el Sistema B, certificación que avala el proceder responsable en materia social, ambiental y económica para dar respuesta a problemáticas en su entorno. Mencionado sistema suma a una forma adicional de demostrar con acciones que son sensibles a las necesidades del consumidor y que están dispuestos a devolver sus ganancias para coadyuvar a la mejora del contexto mundial. Ser empresa B incluye evaluación en gobernanza, relación con trabajadores, clientes y comunidad y medio ambiente (Oreja, 2021).

En 2015 se lanza la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible emitido por la Asamblea General de la Organización de Naciones Unidas y dirigido hacia los estados miembros con el objetivo de plantear el plan de acción con culminación en 2030 constituido de 17 objetivos de desarrollo sostenible: (a) fin de la pobreza, (b) hambre cero, (c) salud y bienestar, (d) educación de calidad, (e) igualdad de género, (f) agua limpia y saneamiento, (g) energía asequible y no contaminante, (h) trabajo decente y crecimiento económico, (i) industria, innovación e infraestructura, (j) reducción de las desigualdades, (k) ciudades y comunidades sostenibles, (l) producción y consumos responsables, (m) acción por el clima, (n) vida submarina, (o) vida de ecosistemas terrestres, (p) paz, justicia e instituciones sólidas y (q) alianzas para lograr objetivos (Naciones Unidas, 2015).

Se podría señalar que el 2015 acoge un hito de gran relevancia aún al día de hoy pues en él tomó lugar la mencionada agenda cuyo propósito es alcanzar un estado de bienestar al cumplir los 17 puntos. Conviene puntualizar que éste plan

dirige programas y distintas estrategias empresariales y de los Estados alrededor del mundo.

En cuanto a transparencia de las conductas socialmente responsables se encuentra la organización *Global Reporting Initiative* fundada en Boston en 1997 la cual propone un estándar para generación de memorias de sostenibilidad delineando y orientando sobre los principios e indicadores que las empresas pueden hacer uso para medir y dar a conocer su desempeño social, ambiental y social; en función de crear un futuro sustentable (*Global Reporting Initiative, 2022*).

En los mercados bursátiles también han suscitado índices que evalúan el comportamiento de las empresas que efectúan inversiones socialmente responsables, el primer índice bursátil responsable en el mundo fue creado en Estados Unidos en 1990, el “Domini 400 Social Index” que consideraba las empresas con las mejores calificaciones en materia ambiental, social y de gobierno. Desde ese momento los índices bursátiles responsables han ido aumentando su presencia en el mundo cómo se puede ver en la figura 1.1. En la figura 1.1 se muestra el comportamiento de índices bursátiles responsables donde la característica principal de los mismos es medir el desempeño de las empresas que comparten sus prácticas de inversión en materia ambiental, social y de gobernabilidad.

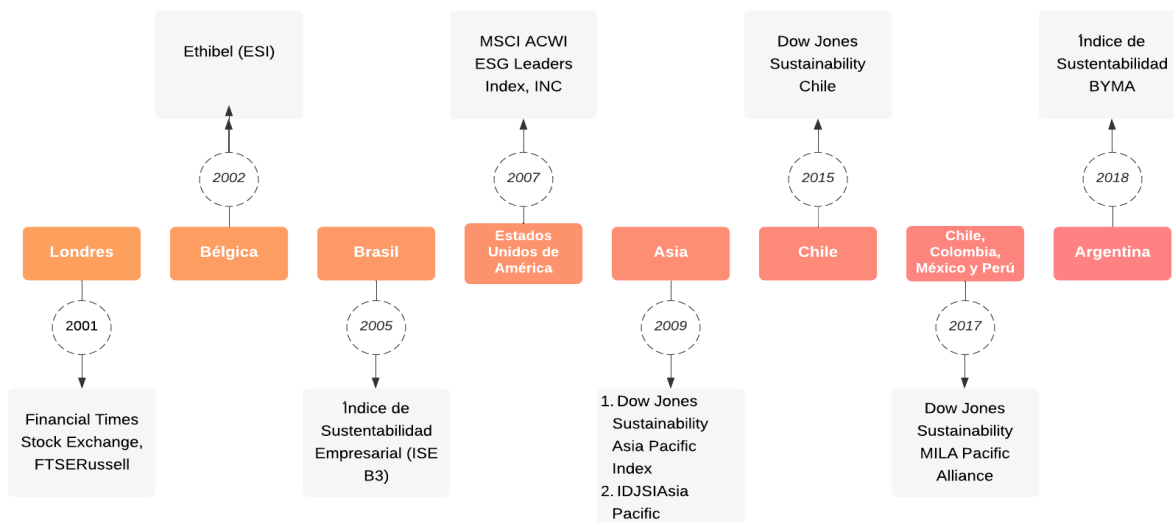


Figura 1.1 Índices bursátiles responsables en el tiempo

Nota. Elaboración propia con datos de Gavira-Durón et al (2020).

En materia de implementación de RSE, en Malasia, todas las empresas que cotizan en la bolsa están obligadas a compartir sus actividades socialmente responsables desde el 2006; dicha postura está alineada a los requerimientos para figurar en la Bolsa de Malasia. Es desde entonces que las empresas toman la responsabilidad social empresarial con mayor seriedad. Para Malasia las dimensiones a considerar bajo este esquema son el medio ambiente, lugar de trabajo, comunidad y el mercado (Wan y Sani, 2016).

Keong et al (2018) señalan que en Malasia en 2016 las empresas vinculadas a gobierno obtuvieron mejores resultados en conductas socialmente responsables sobre el medio ambiente, en cuanto al cuidado de las interacciones de las mismas con el ecosistema y en atención al uso eficiente de recursos naturales. La subcategoría que tuvo mayor puntuación fue la de energía y cambio climático.

En Europa Central se presenta un aumento en la participación de empresas con responsabilidad social y a través de una encuesta dirigida a empresarios y directores encuentran que el 84% de los entrevistados aseguran que adaptar estas conductas les ha permitido tomar un papel activo en resolver problemas sociales y económicos, protegiendo al medio ambiente, apoyando la educación y contrarrestando el desempleo. El 75% de los encuestados reporta que este cambio está ligado a la presión proveniente de los consumidores que cada vez más esperan ver ofertados productos y servicios socialmente responsables. No obstante, este cambio tiene algunos obstáculos tales como la percepción de la responsabilidad empresarial como una forma de patrocinio, la falta de incentivos estatales y la renuencia de las empresas en invertir en estas conductas (Kovačič, 2018).

En Polonia, las empresas que cotizan en la bolsa se han dado cuenta de las ventajas de considerar e implementar conductas empresariales socialmente responsables en sus estrategias a largo plazo; el punto que los induce es generar informes apropiados sobre sus medidas responsables que resulten atractivos para los inversionistas. Sin embargo, el ambiente para este país y para las corporaciones, es uno que no potencializa la adopción del concepto ya que sus esfuerzos van dirigidos a pagar salarios, conseguir fondos para desarrollarse así como también

mantener en línea el cumplimiento fiscal con su gobierno. Ser socialmente responsable resulta ser una aspiración para el futuro puesto que se concibe como patrocinio y filantropía. Las principales barreras para la RSE incluye puntos de capacitación, el no apreciar el efecto directo que puede tener sobre los negocios, la poca incentivación del estado, tiempo insuficiente y los recursos financieros limitados (Dyduch y Krasodomska, 2017).

En América Latina se encuentra un despertar significativo en las conductas socialmente responsables aún con el nivel de desarrollo económico inferior a otros países que hace que los pasos en Latinoamérica no sean comparables con otros países en el mundo. Las empresas que se permiten adoptar esta filosofía son en gran suma organizaciones grandes; en cuanto a las PYMES, esto es adoptado de forma sistemática aunque sí prudente a las necesidades de los *stakeholders* por la cercanía que mantiene con los mismos (Ormaza et al, 2020).

Sin embargo es en esta misma región donde los mercados verdes resultan ser un tema de consideración lejana en consecuencia al bajo desarrollo tecnológico, lo cual reduce significativamente el beneficio a corto y largo plazo. Pese a que Latinoamérica posee una amplia biodiversidad y muchos recursos naturales a su alcance, lo cual lo coloca en una posición de gran potencial, el mercado verde no es una prioridad (Sanchez y Aguilar, 2020).

Cabe mencionar, la presencia y la implementación de bonos verdes a lo largo del mundo. Los bonos verdes son instrumentos de deuda para financiar proyectos verdes tal como el uso e infraestructura de energía limpia. En 2018 en Asia y en el Pacífico un 35% de emisión de bonos considerándole así el mayor porcentaje desde su fundación, estas regiones figuran en las primeras en extender los mencionados instrumentos desde 2016 y para ello cuentan con 345 diferentes instituciones emisoras. No obstante, la realidad del mercado de bonos verdes es que supone un escenario arriesgado para los inversionistas derivado de su lento retorno de inversión comparado con los proyectos cafés como son aquellos que se recargan en la energía fósil. Cualquier institución puede emitir bonos verdes desde 2007, a partir de *Climate Bonds Initiative* con las primeras inversiones en este tema por parte

del Banco Europeo de Inversiones y el Banco Mundial (Taghizadeh-Hesary et al, 2021).

En lo que refiere a Colombia, las PYMES toman acciones socialmente responsables con frecuencia ocasional y desestructurada, es decir, no se ve incluido en su planeación estratégica. Además, estas organizaciones consideran esta implementación como un sobre costo que no coadyuvará al objetivo de incrementar la rentabilidad; mencionadas posturas apuntan a un desconocimiento profundo acerca del alcance y significado de la RSE (Giraldo-Cardenas et al, 2016).

En Ecuador las empresas contemplan preponderantemente a sus empleados en cuanto a la responsabilidad social y por tanto, impacta en mayor satisfacción de sus clientes. Además, en dicho país, la intervención referente al medio ambiente gana un creciente interés aún cuando los procesos para la consecución de patrocinio sean complicados y costosos (Padilla et al, 2017).

La literatura a través del contexto internacional permite inferir que el establecimiento de las conductas socialmente responsables y su éxito en las mismas podría estar relacionada al medio socio-económico de los países además de presentar injerencia el impulso que los gobiernos generan sobre las empresas de sus regiones.

1.2.2 Contexto nacional

La responsabilidad social en México tiene orígenes en la época prehispánica donde la tradición de ayuda se remonta a los aztecas con el *calpulli*, un conglomerado de familias con relación ascendente en común, mismo que elegía un protector responsable del bienestar del grupo (Verduzco, 2003). Más adelante, la iglesia católica toma un papel preponderante en la cultura filantrópica a lo largo de la Conquista y la Colonia; posterior a la Independencia (1810) mantuvo sus acciones en relación a salud pública, educación, atención a pobres y enfermos así como otros grupos necesitados a través de instituciones (Pérez, 2009).

Las acciones filantrópicas de la iglesia católica se regían bajo la creencia que la desigualdad era divinamente predestinada y en el ejercicio de la caridad los

seguidores a esta religión aseguraban su propia salvación exaltando así más la acción que en resultado en sí; la iglesia desanimó el establecimiento de iniciativas de bienestar autónomas a ella. No fue sino hasta las leyes de Reforma (1857-1860) que la iglesia fue separada del estado por lo que se vió limitada en poder, influencia y riqueza en la sociedad, además de prohibir la instrucción religiosa en la academia también les restringieron a cualquier derecho legal o reconocimiento. Con el fortalecimiento del Estado, muchas de las instituciones que practicaban filantropía y eran dirigidas por la iglesia fueron tomadas y administradas por el Estado (Dirección de Fondos de Bienestar Público). El paradigma de salvación a través de la caridad pronto transmutó a ejecutarlo para mitigar todo aquello que conducía a la pobreza (Blasco, 2010).

El siglo veinte se caracterizó por una fuerza dominante por parte del gobierno mexicano el cual asumía la responsabilidad del bienestar social para la generación de empleos, educación y atención médica en gran parte de México.

Inherente así el sector privado permaneció ajeno al desarrollo del país; sin embargo este escenario cambia entre 1980 y 1990 con la presencia del Tratado de Libre Comercio en Norteamérica ya que se redujo la brecha a través de la desregulación en diversas industrias, la privatización de empresas estatales y el aumento de comercio asimismo, un incremento en inversiones entrantes y salientes lo que permitió al sector tener un papel de relevancia productiva en materia económica y social (Van Buren III et al, 2006).

Para Nuevo León, el siglo XX fue distinto en materia de intervención social ya que a finales siglo XIX e inicios del XX se fundaron grandes empresas que fungieron como pilares de la economía del país; mencionadas organizaciones se diferenciaron del resto por mostrar una genuina preocupación por la sociedad mexicana, es decir, sus intereses sobrepasaban los problemas inherentes a sus empresa; la responsabilidad social nace en el norte de México y como filantropía con un dejo de paternalismo (Pérez, 2009).

El asistencialismo y la caridad de las sociedades privadas marcó la pauta en el siglo XX: servicios de salud, educación, casas hogar para niños y ancianos,

comedores, dormitorios, distribución de ropa y alimentos e incluso entierros. Posteriormente nacen la Unión Social de Empresarios de México y Fundación Mexicana para el Desarrollo Rural. En los años sesenta y setenta las organizaciones sin fines de lucro presentan un incremento paulatino y es en los años ochenta cuando el asistencialismo evoluciona a una visión más integral que provoca un cambio de consciencia y una suma de creación de fundaciones de apoyo a diferentes causas, tal como, la Fundación Mexicana para la Salud (Funsalud) así como otras de carácter empresarial orientadas principalmente a la promoción de la cultura, la educación y la ecología (Pérez-Morales et al, 2018).

Un evento de tal magnitud como lo fue el terremoto de 1985 en Ciudad de México significó un momento de transición del enfoque que los mexicanos daban a su comunidad. Es decir, cambió la sostenida tendencia a conferir responsabilidad absoluta al gobierno mexicano sobre los cambios sociales y brindó la confianza a que las empresas privadas hicieran su partes; los mexicanos están convencidos que el gobierno federal no está ejerciendo su responsabilidad de manera efectiva, y cuando lo hace enfoca sus esfuerzos en problemas ambientales por tanto, fomentan cada vez más las actividades de organizaciones que impactan positivamente en su país fomentando las prácticas democráticas, la confianza y la participación ciudadana (Hodges, 2007).

Los empresarios fundaron distintas e importantes agrupaciones con fines sociales, entre las cuales sobresale el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI), asociación civil sin fines de lucro y sin filiación de partido, raza o religión dedicada a la promoción y apoyo a las empresas en implementación de responsabilidad social mismo que fue fundado en 1988 (Pérez, 2009).

CEMEFI es una institución que es aprobada por el gobierno federal para recibir donativos deducibles de impuestos. Su labor se extiende a todo la federación y su sede se encuentra en Ciudad de México (Cemefi, 2022). Además desde el año 2001 galardona a las empresas con “mejores prácticas” luego de un autodiagnóstico y posterior evaluación por un comité de especialistas, demuestran acciones de RSE; en 2001 sólo galardonó a 17 empresas y es a partir de allí que ha ido en aumento

el número de organizaciones mereedoras de esta distinción, como se puede observar en la figura 1.2. Este distintivo no es una certificación oficial sino más bien un instrumento de autoevaluación acerca de las conductas socialmente responsables (Sapién et al, 2016).

Como se observa en la figura 1.2 el número de empresas que han obtenido el galardón de empresa ESR ha ido en aumento, iniciando en 17 empresas para culminar en 1,962 en 2022. A inicios de siglo XXI mantenía un promedio de 75 empresas y en los últimos cinco años del siglo presenta una media de 1,908 de empresas al año. Los datos presentados en la figura muestran un salto de 2007 a 2018 por la información disponible para consulta.

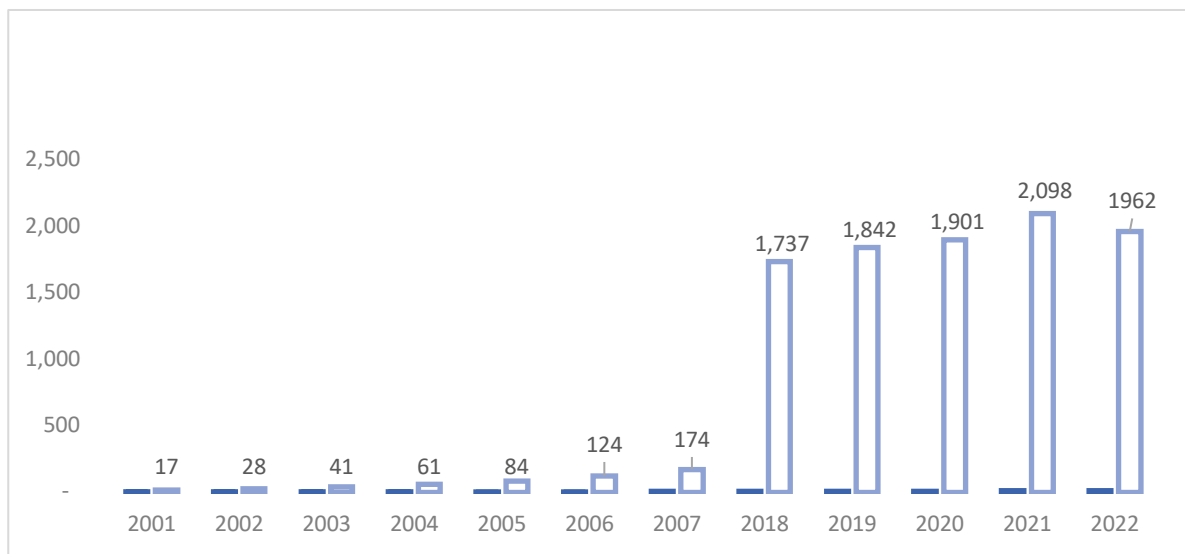


Figura 1.2 Empresas que Obtuvieron Distintivo ESR (2001-2022)

Nota. Elaboración propia con datos de Cemefi (2021) y de Madero y Navarro (2010).

Por otra parte, en el año 2000 acaeció un congreso sobre RSE organizado por CEMEFI, cámaras de comercio entre otras, que derivó en la creación de AliaRSE, una red de alianza de siete empresas que promueven la responsabilidad social: 1) Administración de valores (AVAL), 2) Consejo Coordinador Empresarial (CCE), 3) Confederación Patronal de la República Mexicana (COPARMEX), 4) Confederación USEM, 5) Impulsa, 6) Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI) y 7) Confederación de Cámaras Industriales de los Estados Unidos Mexicanos (CONCAMIN) (Weyzig, 2006). AliaRSE se plantea la meta de homogenizar el

lenguaje de la RSE y generar sinergia entre las organizaciones le conforman (Correa et al, 2004).

Al comienzo del siglo XXI se percibió el incremento sustancial de participación del sector empresarial en actividades de filantropía, regularmente vinculado a grandes empresas o empresarios destacados y dedicándose en gran suma a la protección del medio ambiente y derechos humanos con fundaciones privadas como la Fundación Miguel Alemán, la Fundación Mexicana para la Salud, la Fundación para la Educación Ambiental, Fundación Televisa, Fundación Banamex y Bancomer. A su vez, empresas y asociaciones empresariales con antecedentes de interés sobre el bienestar social adoptaron discurso de RSE, como ejemplo COPARMEX, Grupo Bimbo, TELMEX y CEMEX (Blasco, 2010).

De acuerdo a Weyzig en su estudio en 2006 conformado por 75 entrevistas a profundidad a gerentes, empleados y *stakeholders* en México encontró un enfoque “local” dominante recargado en la filantropía, desarrollo comunitario y alivio de pobreza a través de conductas éticas, satisfacción de necesidades en la comunidad mediante la generación de proporcionando empleos.

Dicho proceder estuvo aunado a un contexto político y social que incluye falta de conscientización e interés sobre la RSE por parte del sector privado, la resistencia de la sociedad civil hacia el sector privado y el actuar poco democrático de los sindicatos mexicanos. Asimismo, propone un enfoque “global” que considera el cumplimiento de estándares internacionales así como también enfatiza el monitoreo de la cadena de suministro. México se encontraba fortaleciendo esta perspectiva.

Paul et al (2006) indicaron que los reportes de responsabilidad social de las empresas mexicanas se encontraban disponibles en sólo algunos sitios web corporativos, con periodicidad ocasional y muchos de ellos estuvieron disponibles sólo en español mientras que sólo la mitad fueron redactados a la lengua inglesa durante el periodo 2000-2003. Esta investigación señala que en el gremio empresarial a inicios de siglo XXI no predominaba la implementación de iniciativas internacionales que promueven y miden la información social empresarial ya que la

redacción más frecuente atendía a narración o declaraciones generales de principios o valores.

De acuerdo con Meyskens & Paul (2010) quienes analizaron las empresas del estudio en 2006 encontraron que las mismas evolucionaron en concientización, adoptando prácticas cada vez más globales para los informes de responsabilidad social empresarial a su vez, parece indicar que la aceptación hacia la RSE ha aumentado. El estudio sugiere que existe una relación estrecha y positiva entre desarrollo de informes de RSE integrales y competitividad a nivel mundial.

Existen otras instituciones que permiten esclarecer la presencia y alcance de la RSE en México tal como es el caso del Comité Nacional de Productividad e Innovación Tecnológica, A.C. (COMPITE) perteneciente de 2006 a 2010 en *United Nations Global Compact* la cual emplea sus actividades a servicios de consultoría para las micro, pequeñas y medianas empresas con el objetivo de incrementar la competitividad, productividad y calidad asimismo responsabilidad social basado en normas NMX-SAST-004-IMNC-2004 y SA8000 (COMPITE, 2022). En 2008 solamente 534 empresas y 873 personas recibieron consultoría u orientación en materia de RSE que si se coloca de frente al universo de organizaciones en aquél año contrastándolo con las poco más de tres millones de empresas, se estima un esfuerzo poco significativo (Saldaña, 2009).

Es hasta finales de 2011 cuando en la Bolsa Mexicana de Valores (BMV) se instaure el primer índice sustentable que llevaba por nombre S&P/BMV IPC Sustentable que como cualquier otro índice mide el rendimiento de las empresas con mejores prácticas sustentables (Gavira-Durón et al, 2020).

Por otra parte, en 2014 se emitió el primer valor del índice S&P/BMV Total Mexico ESG cuya filosofía es alinearse con los valores de sustentabilidad de los inversionistas y cuya emisión formalizada se dio en 2020; en él se excluyen las empresas involucradas en tabaco o armas convencionales y aquellas que superen el umbral máximo de ingresos, éste índice propone rebalances durante el año para determinar la permanencia de las emisoras en él. A continuación se indica en figura 1.3 su presencia a través de los años.

Como se observa en la figura 1.3 el número de empresas que cotizan en el índice ha ido en aumento, iniciando en siete empresas para culminar en 30 en 2022.

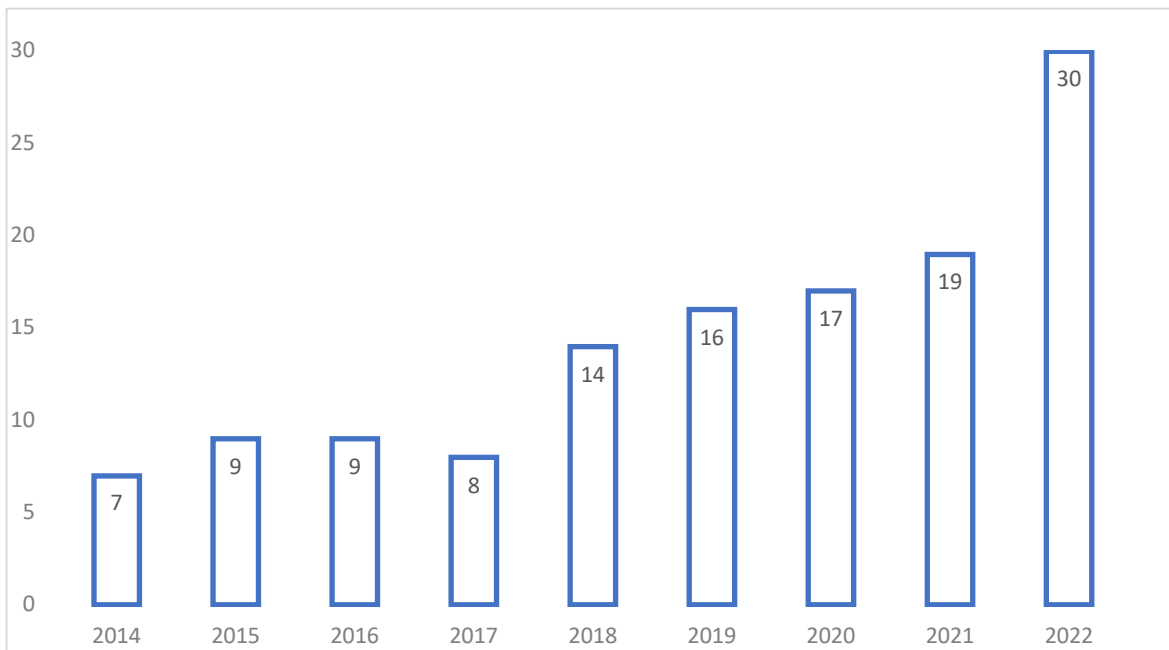


Figura 1.3 Empresas que cotizaron en índice S&P/BMV Total Mexico

Nota. Elaboración propia con datos de Spice (2022).

Donde la participación de sectores en el índice ha mostrado una mayor presencia en empresas de consumo frecuente, servicios financieros e industriales (Figura 1.4). Las leyes mexicanas no precisan de reglamentaciones que obliguen al empresario a conducirse socialmente responsable, lo cual da pie a que la RSE sea voluntaria cuya existencia atiende a motivaciones propias ligadas a una sensación de satisfacción por realizarlo.

La empresa también puede distinguir beneficios a través de la implementación tales como una mejora en la posición competitiva, en desempeño financiero, en la lealtad de clientes, satisfacción laboral del personal (López, 2013).

Más adelante, Avendaño Ruiz et al, (2015) señalaron que las empresas llevan a cabo protocolos de responsabilidad social empresarial para mantener presencia en el mercado internacional y una ventaja competitiva aún cuando no es de carácter obligatorio.

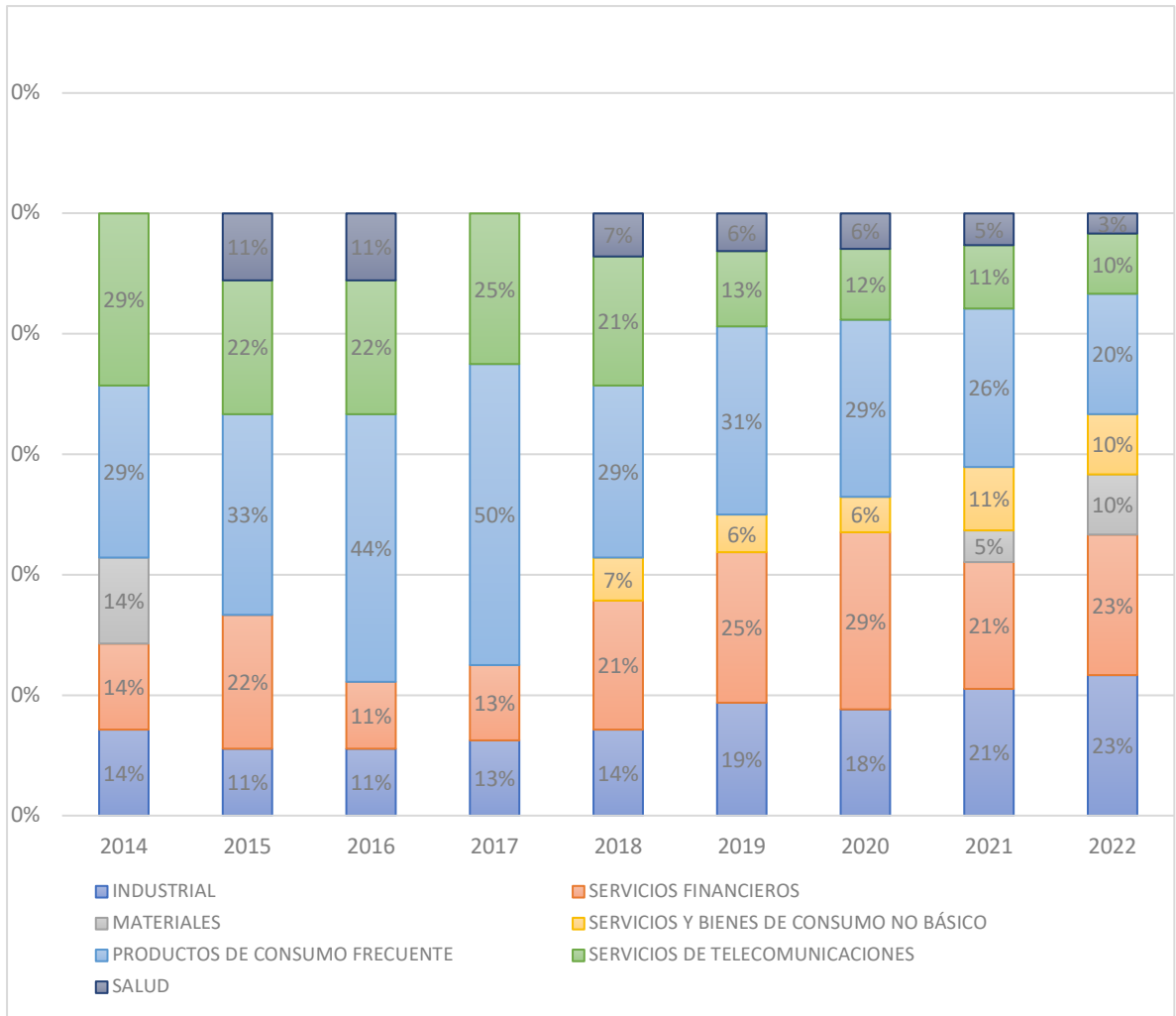


Figura 1.4 Sectores de empresa que cotizaron en índice S&P/BMV Total Mexico

Nota. Elaboración propia con datos de Spice (2022).

Actualmente, México no figura ni remotamente entre los países con más participación en acciones de RSE, incluso puede considerarse que está apenas en sus primeras manifestaciones. Esta declaración se sostiene en que al menos en 2021, poco más de 1,129 empresas PYME fueron merecedoras de la insignia ESR, reconociendo que 278 lo recibieron por primera vez; la Ciudad de México encabeza el listado con mayor cantidad de empresas socialmente responsables, seguido de Jalisco y en tercer lugar, Sinaloa (Ganar-Ganar, 2021). El último estudio sobre la demografía de los negocios en 2020 dicta que en México operan poco más de tres millones de empresas: micros, pequeñas y medianas, es evidente que la

participación social por parte de las empresas es casi nula con un porcentaje de 0.02% del total (Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI], 2021).

Al respecto, se declara en el segundo informe “Panorama de la Responsabilidad Social en México” (2019) que las empresas mexicanas adoptan conductas socialmente responsables con el objetivo de proteger y cuidar el medio ambiente permitiendo inferir la prevalencia de visión filantrópica de la RSE, esto implica que aunque en discurso hayan alusiones a rentabilidad o de negocio, la realidad es que el mayor beneficio que se concibe es contribuir al bienestar del entorno. Lo cual sugiere que en el país las organizaciones son ESR porque es lo que deben ser y no porque serlo sea un valor agregado.

Se asocia que en México no se ha difundido la cultura de responsabilidad social por la poca información disponible, por una visión que lo coloca como un lujo que sólo pueden permitirse algunas empresas; además, por seguir operando bajo la creencia que el desarrollo social sólo es responsabilidad del gobierno y que la contribución social basta con generar empleos. Esto apunta a una imperante ignorancia en el gremio empresarial (Fong et al, 2020).

Es un hecho que la academia en México se ha visto poco involucrada en la implantación de un sistema de gestión de responsabilidad social, y resulta en un proceder empresarial más bien filantrópico, caritativo y asistencialista sin seguir un camino dirigido para la gestión. Que la investigación sea escasa aleja de trabajos que proporcionen encuadres teóricos que respondan las preguntas básicas sobre cómo, cuándo, por qué, etcétera. Es imperativo generar fuentes de información variada para que la réplica sea congruente, de relevancia y pertinente (Saldaña, 2019).

La tendencia apunta que el perfil de las empresas en México que adoptan la RSE son empresas grandes en su mayoría, luego que cuentan con mayor capacidad de implementarlo de manera estructurada; esto permite observar que las empresas micro, pequeña y medianas enfrentan dificultades para financiar de estas conductas (Méndez et al, 2019). Dicha aseveración fue compartida en el pasado,

de acuerdo a Saldaña (2009) las empresas y fundaciones grandes eran las más comprometidas en destinar recursos y llegar a la población mientras que las empresas micro, pequeña y mediana no participan en esta tendencia. Lo cual hasta 2018 fue verídico no obstante, a partir del 2019 son más las PYMES, en relación a las empresas grandes que reciben distintivo como se aprecia en la figura 1.5.

En la figura 1.5 se muestra el número de empresas PYMES y grandes que obtienen el galardón de empresa ESR desde 2018 hasta 2021 donde se aprecia la tendencia hacia arriba de las PYMES en 2020 y 2021 además de una tendencia estable por parte de las empresas grandes.

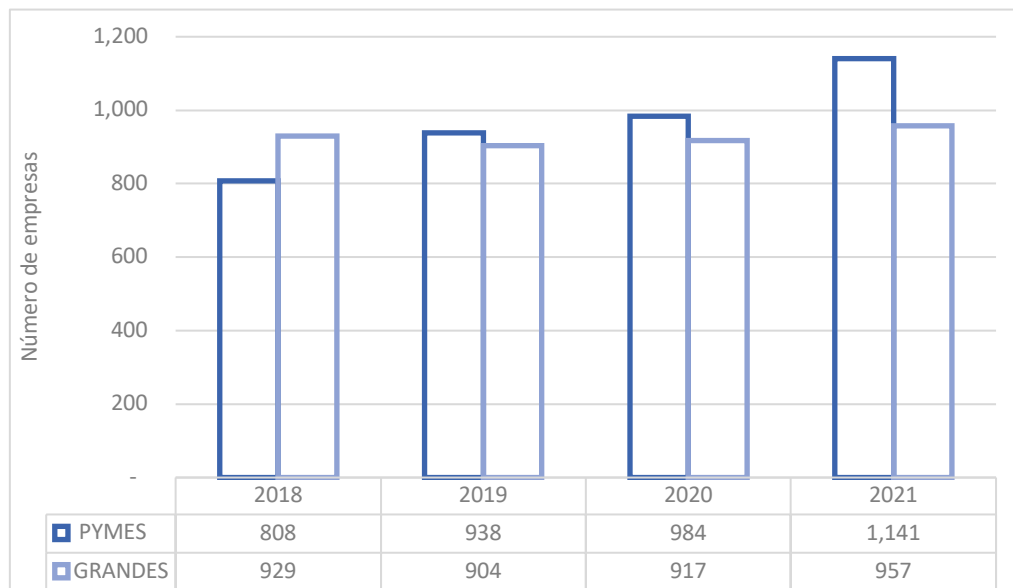


Figura 1.5 Empresas PyME y Grandes con Distintivo ESR (2018 – 2021)

Nota. Elaboración propia con datos de Cemefi (2021).

En lo referente a la integración de la responsabilidad social empresarial en la planeación estratégica de las cien empresas más importantes del país en 2019 de acuerdo a la revista “Expansión” autores concluyen que sobre la decisión de adoptar estas conductas y hacerlo claro en su misión, visión y valores se presenta en menos de la mitad del listado; lo anterior podría sugerir un interés nulo o bajo por incluir la RSE en la cultura organizacional de la empresa además de una pobre cultura empresarial al respecto (Huerta-Estévez y Andrade-Estrada, 2021).

En Puebla, de una muestra de 401 empresas micro y pequeñas formales e informales de la zona de Atlautla, Ozumba y Amecameca, al menos el 50% muestran un grado alto/medio de implementación social delineado por la ISO 26000; casi 70% contemplan políticas y procedimientos enfocados en evitar la complicidad en actos de agravio a los derechos civiles, políticos, sociales, culturales y laborales. En temas de reciclaje y cuidado del medio ambiente un 73.4% de los directos se ubican en una participación alta a media. Los directivos se consideran en nivel alto a medio en materia de bienestar a trabajadores, acciones a evitar malas prácticas, responsabilidad con los clientes y desarrollo comunitario encontrándose un porcentaje por arriba del 70% (Ramos et al, 2021).

En Quintana Roo, en Playa de Carmen, se encuentra que la participación en medidas de implementación de responsabilidad social empresarial ocurre en función al grado de conocimiento del tema que los restauranteros tienen al respecto: características, beneficios y procesos; además, la investigación apunta a que el impacto en la aplicación de estas conductas sumando al conocimiento del empresario acerca del tópico inciden estadísticamente en llevar a cabo la RSE como estrategia (Sansores y Granados, 2017).

1.2.3 Contexto local

Sinaloa es uno de los estados con mayor porcentaje de empresas certificadas con relación a su población total; en 2017 lideró con una participación de 0.62% (Fong et al, 2020). En 2020, en Sinaloa fueron ciento treinta y cinco empresas quienes obtuvieron el galardón de ESR: cuarenta y cinco empresas grandes y noventa PYME; destacándose una vez más como uno de los estados con más entidades promotoras en el país (Mestre, 2020).

Si contemplamos que en 2019, se censaron más de ciento treinta y siete mil establecimientos de los cuales 92.6% son empresas tamaño micro; 7.2% son PYMES y 0.2% fueron empresas grandes. Se puede inferir un porcentaje de participación aproximado de 0.009% para el caso de PyMES y un 0.16% en las

empresas grandes (INEGI, 2020), en la tabla 1.1 se presentan empresas ESR PYMES y grandes, reconocidas en Sinaloa que obtuvieron galardón en 2021.

En los agronegocios turísticos de Sinaloa en materia de RSE se observan prácticas aceptables en el factor de ética, recurso humano y comunidad. Sin embargo, se advierte un desempeño principiante en aspectos de atención sobre el medio ambiente. Se concluye que para los agronegocios turísticos de Sinaloa resulta evidente los impactos sociales que sus actividades dejan en su entorno así como también el desconocimiento del concepto de responsabilidad social empresarial y cómo adherirla a sus procesos integrales de gestión que atienda la exigencia del escenario que les acompaña (Murillo et al, 2019).

En la tabla 1.1 se observa que las empresas reconocidas y socialmente responsables que recibieron galardón de CEMEFI en 2021 son en su mayoría empresas que clasifican como PYMES.

Tabla 1.1

Empresas ESR Reconocidas en Sinaloa 2021

PYMES	Años
Aurum Consulting Group	15
Laboratorios Delia Barraza	14
Jaztea	13
Club Tomateros de Culiacán	11
Manjarrez Impresores	10
PASSA Agroservicios	9
Bux Puntual, S.A. DE C.V.	9
Pinsa Comercial, S.A. de C.V.	7
Beisbox	5
GRANDES	Años
Agrícola Chaparral, S. DE P.R. DE R.L	16
AGRICOLA PAREDES SAPI DE CV	15
Kuroda, S.A. de C.V.	9
Café El Marino	9
FETASA Culiacán, S.A. de C.V.	6

Nota. Elaboración propia con datos de Cemefi (2021).

Al respecto conviene decir que en las empresas agropecuarias (empresas de servicios y comerciales así como también Sociedades de Producción Rural y agricultores) localizadas en Angostura, cuentan con una noción del término de responsabilidad social empresarial no obstante no conocen el organismo que adjudica este título así como sus procesos. Lo cual en suma se refleja en prácticas empíricas que se realizan de acuerdo a sus beneficios y no a lo que demande una certificación o bien, la sociedad. Es imperativo que estas empresas reciban capacitación en el área para incorporar los procesos y obtener un distintivo por la sociedad y a su vez, lograr mayores índices de competitividad (Zayas, 2019).

1.3 Planteamiento del problema

A partir de lo planteado previamente en la exposición del contexto, los problemas identificados es en primera instancia una mentalidad gestora en las organizaciones (Abenoza y Lozano, 2014) cuyo interés principal se centra en mitigar impacto de sus operaciones y comunicar las acciones llevadas a cabo a las partes interesadas; adicionalmente se distingue que la RSE no está siendo considerada como un conductor de innovación (Esparza y Reyes, 2019) y que las empresas no han encontrado un modelo estándar de RSE manifestándose en una participación ocasional y desestructurada que atiende a intereses y preferencias personales de los líderes organizacionales (Schislyaeva et al, 2014). Asimismo, las empresas carecen del conocimiento preciso para la implementación de prácticas de responsabilidad social empresarial que les permita considerarlo como un elemento más de la gestión empresarial que nazca desde la visión de la organización (Naranjo et al, 2018).

De igual manera, los puntos señalados como problemática permite identificar consecuencias positivas, tal como un mayor mercado de clientes que requieren a instituciones de consultoría para temas de implementación de responsabilidad social empresarial que les proporcionen estrategias precisas para cada organización de mentalidad gestora a fin de encontrar su mejor modelo estándar; esto implica que la empresa privada se beneficie con la venta de estos servicios.

La sociedad ha cambiado el paradigma determinando que ya no puede recargar sus exigencias hacia el Estado cuando se trata de sustentabilidad, mejora social o de materia económica-financiera, por tanto las empresas han adquirido un papel de importancia en mitigar las áreas de oportunidad en nuestro entorno y principalmente, atender todos aquellos temas que comprometen al llevar a cabo sus operaciones; refiriendo a consecuencias negativas de este problema refiere a que las comunidades en general podrían no alcanzar su mayor estado de bienestar en las dimensiones previamente comentadas.

Asimismo, se pueden identificar las causas que originan la situación problema para la ejecución de la responsabilidad social empresarial. Se pueden distinguir las causas manipulables éstas se relacionan con ausencia de instrumentos asequibles que orienten procesos de autoevaluación en conductas de esta clasificación, ausencia de sistemas de seguimiento y monitoreo orientados a acompañar en proceso de aprendizaje y obtención de resultados, ausencia de cultura empresarial que proponga la ESR como estrategia corporativa. En referencia a las causas no manipulables, remiten al nivel de participación y voluntad política en el tema, las prioridades de la agenda pública al respecto; así como también los intereses de otros grupos de poder, que puede significar en el desarrollo de acciones de estas conductas.

Una solución puede ser generar conocimiento que permita a las empresas el vislumbrar a la responsabilidad social empresarial como algo más allá que caridad o una obligación sino como una estrategia de negocio, un elemento clave para la innovación, transformación de gestión y adaptabilidad empresarial; lo cual permitiría consolidar la economía del país, impulsando los factores clave como la atracción de nuevas inversiones, cuidado del medio ambiente, entre otros.

La responsabilidad social empresarial puede ser útil para memorias de sostenibilidad, para atender riesgos empresariales y para tener acercamiento con los interesados a través de estas prácticas; ya que de acuerdo a Avendaño et al (2021) las empresas que no se adhieren a mencionadas conductas suelen ser desplazadas a mercados de menor exigencia y demanda aunado al cambio que

priorizan a las empresas que ofrecen productos socialmente responsables y que por tal, son incluidas en las cadenas globales de suministro. Adquirir certificaciones que avalen este proceder significa una oportunidad de alcanzar metas de competitividad y conquista de mercados.

1.4 Pregunta central y específicas

Con la intención de abordar la relación entre la responsabilidad social empresarial y su incidencia en la rentabilidad, a continuación, se plantean las siguientes interrogantes de investigación:

Interrogante general:

¿Cómo incide la responsabilidad social empresarial sobre la rentabilidad de las empresas que cotizan en el índice S&P/BMV Total México ESG, 2014-2022?

Interrogantes específicas:

¿Qué repercusiones ocurren en la rentabilidad de las empresas que cotizan en el índice S&P/BMV Total México ESG al implementar conductas socialmente responsables con dimensión social en el periodo 2014-2022?

¿Cuáles efectos suceden en la rentabilidad de las empresas que cotizan en el índice S&P/BMV Total México ESG al implementar conductas socialmente responsables con dimensión ambiental en el periodo 2014-2022?

1.5 Objetivo central y específicos

Los objetivos de estudio de esta investigación son los siguientes:

Objetivo general

Demostrar la incidencia de la Responsabilidad Social Empresarial sobre la rentabilidad de las empresas que cotizan en el índice S&P/BMV Total México ESG, 2014-2022.

Objetivos específicos

Determinar las repercusiones sobre la rentabilidad de las empresas que cotizan en el índice S&P/BMV Total México ESG al implementar conductas de responsabilidad social con dimensión social en el periodo 2014-2022.

Examinar los efectos que suceden sobre la rentabilidad de las empresas que cotizan en el índice S&P/BMV Total México ESG al implementar conductas de responsabilidad social con dimensión ambiental en el periodo 2014-2022.

1.6 Justificación de la investigación

La importancia de realizar un estudio sobre la responsabilidad social empresarial como elemento para tener una rentabilidad superior recae en determinar si hay impacto en una habiéndose presentado la otra. Las ciencias de la administración deben orientar su investigación hacia la acción, teniendo como meta ser un sustento para las transiciones corporativas hacia futuros más sustentables.

Es conveniente realizar la investigación en vista de que a partir de ella se pueda entender la responsabilidad social empresarial como estrategia financiera, esto con el objetivo de generar y poner a disposición datos de interés empresarial que pueda abonar a un cambio de proceder ante estas conductas a través de capturar interés de más organizaciones a que las adopten y por lo tanto, se beneficie la sociedad mexicana y se trabaje en la reversión de tendencias de daño el entorno que les rodea.

Por lo tanto, la presente tesis pretende aportar valor teórico sobre los efectos financieros que pueden presentarse a partir de la responsabilidad social empresarial en las empresas que cotizan en índices bursátiles responsables. En los últimos años, estos índices han resultado ser impulsores de la inversión responsable conservando una postura mercantil que favorece a los inversionistas con maximización de beneficios asimismo, promueven la implementación del accionar empresarial responsable. Los índices socialmente responsables señalan la evolución de precios de títulos al mercado distinguiendo información para aquellos

inversionistas que valoran no sólo los números sino también el enfoque destinado a temas sociales, ambientales y de gobierno corporativo.

La utilidad metodológica radica en ayudar a la definición de relación de las variables. Los resultados de la investigación serían útiles para los directivos de la empresa puesto que tendrán dimensión del impacto de su decisión a favor de la sociedad y el medio ambiente.

Cabe destacar, la base de este trabajo es una que señala que la acción voluntaria de las empresas y sus accionistas para incorporar estas medidas no es un remedio productivo. Además, parte de la observación que invita a pensar que, las empresas manifiestan resistencia para conducirse de esta forma ya que no reconocen los beneficios que podrían generar.

El presente sostiene que el camino para mejorar y garantizar que la aplicación sea útil para todos los involucrados requiere del sentido del deber sujetado en regulaciones e instancias gubernamentales que atiendan, generen leyes inclinadas a esta postura; y en adición, que cada organización se regule a sí misma en temas de aplicación de conductas socialmente responsables.

Resulta viable concluir que para que las organizaciones y el estado se adhieran a estos comportamientos requieren de clientes más exigentes, que creen presión suficiente para que estas entidades propongan en el caso de las empresas, productos y servicios socialmente responsable y por parte del estado, medidas legales para cuestionar cómo operan estas compañías. Y no sólo eso, mencionados grupos habrán de adoptar una mirada autocrítica para evaluar qué papel están tomando en este aspecto.

1.7 Hipótesis de investigación

La hipótesis de esta investigación es la siguiente:

Existe una relación positiva entre la responsabilidad social empresarial y la rentabilidad de las empresas que cotizan en índice S&P/BMV Total Mexico ESG Index, 2014-2022.

Las hipótesis de trabajo de esta investigación son las siguientes:

Las conductas de responsabilidad social empresarial con dimensión social tienen una relación positiva con la rentabilidad de las empresas que cotizan en el índice S&P/BMV Total México ESG en el periodo 2014-2022.

Las conductas de responsabilidad social empresarial con dimensión ambiental tienen una relación positiva con la rentabilidad de las empresas que cotizan en el índice S&P/BMV Total México ESG en el periodo 2014-2022.

Por su parte, Muñoz et al (2020) a través de un análisis documental investigaciones sobre la relación entre responsabilidad social empresarial y rentabilidad encuentran que el 62% demuestran relación positiva entre variables, lo cual sugiere que la RSE es una propuesta de creación de valor luego que la mayoría de los documentos evaluados señalan que los consumidores, inversionistas y Estado valoran positivamente la participación en conducta socialmente responsables.

En este sentido, Coba et al (2017) señalan que las empresas con mayor difusión sobre sus actividades socialmente responsables mantienen y fortalecen la credibilidad con los grupos de interés; además, las empresas que invierten en asesoría para realizar y difundir sus actividades de RSE, tienen mejores resultados en cuanto a liquidez y rendimiento sobre ventas.

Así mismo, Freire et al (2018) encuentran que la inversión en conductas empresariales socialmente responsables tiene incidencia sobre la rentabilidad, maximizando los beneficios económicos de las empresas.

1.8 Alcance del estudio

La investigación es de corte explicativo para el constructo y variables seleccionadas, atendiendo el objetivo donde se persigue determinar el grado en el cual las variaciones en el factor de responsabilidad social empresarial es asociado a la variación de otro factor, como lo es la rentabilidad. El diseño de la presente es longitudinal ya que es un estudio centrado en analizar datos recopilados en un periodo de tiempo de las dos variables sobre la población de muestra.

1.9 Metodología

Para la presente investigación se decide implementar el enfoque cuantitativo, con un diseño no experimental. Para atender el método se propone la recolección de datos financieros de los informes anuales de cada emisora asimismo, recopilación de inversiones responsables señalados en informes de sustentabilidad anuales, posteriormente, se decide la utilización de regresión lineal simple para la determinación de la relación causal entre las dos variables que son la parte central de la investigación, responsabilidad social empresarial y rentabilidad.

1.10 Alcance y limitaciones

La investigación se realiza de agosto 2021 a junio 2023 teniendo como unidad de análisis las empresas emisoras que cotizan en el índice S&P/BMV Total México ESG desde 2014 a 2022 con años consecutivos. La principal limitante es la claridad de la información disponible para esta investigación en formatos de reportes financieros anuales consolidados e informes de sustentabilidad publicados en los sitios web de cada una de estas organizaciones. Asimismo, se considera una limitante la falta de interacción con la población estudiada.

Capítulo II. Marco de referencia

En el presente capítulo se presentan los principales elementos teóricos en los que se fundamenta y respalda la presente investigación, se muestran las principales teorías y conceptos asimismo antecedentes investigativos vinculados a responsabilidad social empresarial y rentabilidad.

2.1 Responsabilidad social empresarial

La presente investigación aborda la variable de responsabilidad social empresarial por lo cual, a continuación se presentan las principales teorías que la fundamentan: teoría de las partes interesadas, teoría del desempeño social corporativo, y por último, teoría de administración estratégica. Posteriormente, se abordan los principales conceptos tal como *shareholder*, *stakeholder*, responsabilidad social empresarial, sustentabilidad y objetivos de desarrollo sostenible.

2.1.1 Teorías

Según Gray et (2010) la teoría es una concepción de cómo ocurre la relación entre elementos. Esta sección discute las principales teorías que dan sustento a la variable de responsabilidad social empresarial abordada en esta investigación.

2.1.1.1 Teoría de las partes interesadas

La teoría de las partes interesadas surge para responder tres problemas: (a) de creación de valor y comercio, (b) de la ética en el capitalismo, (c) de la mentalidad gerencial; proviendo una consideración - probablemente más efectiva - de unidad análisis de relación entre el negocio y los grupos e individuos que afectan o son afectados por la operación de la organización.

Desde esta perspectiva, la teoría aborda la manera en que los clientes, proveedores, empleados, accionistas, bancos, comunidades y gerentes interactúan para crear y comercializar valor de manera conjunta. En este sentido, entender un negocio es saber cómo funcionan las relaciones y cómo dar forma para crear tanto valor como sea posible para las partes interesadas. Asumir este enfoque en la

conducta empresarial coadyuva a la creación de valor y evitar fallas morales (Freeman et al, 2010).

El enfoque comprensivo de la teoría de los *stakeholders* centra su atención en tratar a todas las partes interesadas con justicia, honestidad e incluso generosidad. Como consecuencia, perseguir la premisa de la mencionada influye en las actitudes y comportamientos de los empleados, proveedores y consumidores lo cual permite asociar que a cuanto mejor gerencia, mayor rendimiento financiero (Freeman et al, 2015).

González (2007) señala que la teoría de las partes interesadas encuadra el diálogo entre la empresa y las partes interesadas donde se pretende obtener los valores e intereses grupales para así diseñar y generar estrategias que satisfagan a los interesados y a su vez, sensibles a los valores presentes del grupo y en la medida de lo posible, atender valores e intereses individuales. Proceder de esta forma cumpliendo expectativas resulta en legitimización y credibilidad del negocio.

La teoría de las partes interesadas converge con la responsabilidad social empresarial partiendo de la base que ambos elaboran sus planteamientos considerando a sus partes interesadas durante la creación de sus estrategias y toma de decisiones con el objetivo de conectar con los mismos y en búsqueda del mejoramiento del entorno social.

2.1.1.2 Teoría del desempeño social corporativo

De acuerdo a Wood (1991) la teoría del desempeño social corporativo es “la configuración en la organización de principios de responsabilidad social, procesos de respuesta a la sociedad, políticas, programas y resultados observables en las relaciones de la empresa con la sociedad” (p. 692). Esta teoría sostiene que las empresas tienen responsabilidad sobre los problemas sociales que sus actividades ocasionan; es decir, tener un desempeño social corporativo precisa de producir menor impacto y mejores resultados en beneficio de la sociedad (Wood, 2010).

Carroll (1979) propone un modelo para la teoría del desempeño social corporativo, mismo que atiende distintas cuestiones que deben ser articuladas e

interlacionadas; en cuanto a la primera, es la consolidación básica de definición de responsabilidad social cuestionándose así si la responsabilidad de la empresa rebasa lo económico y lo legal puesto que lo ideal es considerar además de lo mencionado también lo ético y categorías discrecionales (filantrópicas) del desempeño; la segunda es distinguir qué áreas la empresa puede hacerse responsable y por último, la respuesta que dan ante lo identificado para responsabilizarse.

2.1.1.3 Teoría de la administración estratégica

La teoría de administración estratégica es definida como la ciencia de formular, implementar y evaluar las decisiones operativas y administrativas que permitan en conjunto alcanzar los objetivos de la organización y con ello, resultar en alcanzar el éxito bajo los términos establecidos por la misma. El propósito es explotar y crear oportunidades para el futuro obteniendo un rendimiento superior al promedio (Fred, 2003).

La administración estratégica contempla tres fases: (a) fase o etapa de planeación: revisión y rediseño de misión, visión, objetivos y estrategias, descripción del entorno interno y externo e identificación de áreas claves de resultados de objetivos a largo plazo, estrategias y categorías; (b) fase de implantación- ejecución y, por último, (c) fase o etapa de evaluación de resultados (Torres, 2014).

La administración estratégica permite a la empresa a estar preparada para cualquier incidencia, con planeación, con dedicación en generar cimientos sólidos y con cautela considerando las amenazas y debilidades propias de la misma, a fin de aprovechar las oportunidades de manera efectiva.

2.1.2 Conceptos

2.1.2.1 Shareholder

Con la revolución industrial y la necesidad de implementar tecnología innovadora, las empresas dieron un giro trascendental: pasaron de empresas familiares a empresas con diferentes dueños que aportaban capital. Sin embargo, no es el único evento que ha transformado la manera de llevar una organización,

puesto que con la globalización se presentó un aumento en las corporaciones a nivel mundo que tenían injerencia en la operación de las presentes en aquel momento, generando una mayor competencia y como consecuencia una disminución en el costo por acción.

Es ante ese escenario que surge la priorización generalizada de cuidar al accionista y su relación con el mismo; esta nueva visión pretendía centrarse en la maximización de la riqueza para evitar que la empresa quedara en riesgo de la misma manera que quedó al presentarse un mercado superior con el cual competir, es decir, correr el riesgo de ser absorbidas o disueltas (O'Connell y Ward, 2020).

Entonces, el panorama económico tradicional adopta una gestión empresarial que delinea su eficiencia con base a la satisfacción de los intereses de los accionistas y propietarios. Por ello la responsabilidad de la empresa “unitaria” se enfoca en hacer uso de los recursos y tomar acciones diseñadas para maximizar utilidades para beneficio de los accionistas y propietarios.

Esta visión corporativa no extiende protección más allá de sus propietarios, es decir, no contempla como prioridad a sus empleados, proveedores o incluso la comunidad donde realiza sus operaciones; ya que por su parte considera que la responsabilidad de cualquier externalidad recaerá en leyes de gobierno y de tener obligaciones con los grupos externos sería exclusivamente en atención a aquellas estipulaciones en contratos o leyes específicas (Amatucci, 2020).

De acuerdo a Freeman et al (2015) una empresa con enfoque unitario es responsable de maximizar los retornos de inversión a los accionistas y en consecuencia, se considera incluso inmoral destinar fondos, tiempo u otros recursos para otros interesados tales como empleados, proveedores o comunidades.

Es importante destacar que los fundamentos del paradigma “unitario” o “*shareholder*” basado en los intereses de los accionistas, crean una brecha entre los intereses de las empresas y el bienestar social, ya que la empresa “unitaria” propone que su labor es meramente económica y no moral. Para superar esta

brecha se propone una nueva visión que es más amplia a sólo contemplar la priorización de las ganancias de los accionistas y donde el valor se distribuye entre todas las partes interesadas (Alcaniz et al, 2019).

2.1.2.2 Stakeholder

El enfoque *stakeholder* dedica su actividad y encuadra sus decisiones a beneficio de sus accionistas, pero también de los grupos interesados por la actividad de la empresa puesto que admite que cualquiera de estos sujetos podría influir en la consecución de los objetivos de la organización y no sólo eso, sino también llevar a cabo los procesos podrían repercutir sobre el grupo de interesados. Una empresa “pluralista” define que para maximizar sus ganancias y beneficios deberá atender al entorno que le rodea comunicándose y manteniendo un acercamiento efectivo que permita alcanzar satisfacción de todas las externalidades (Sanchez, 2015).

Freeman et al (2018) distinguen dos grupos de *stakeholders*: primarios y secundarios. El grupo primario incluye clientes, empleados, proveedores de bienes tangibles y servicios, accionistas y la comunidad en donde la empresa opera; la característica principal de este grupo es en vínculo formal, oficial o contractual con la empresa. Referente al grupo secundario, se encuentran las entidades gubernamentales, medios de comunicación, organizaciones no gubernamentales y competidores entendiéndose que no mantienen una relación necesaria para el mantenimiento de la empresa (Figura 2.1).

La tarea de los estrategas de las empresas implica descubrir la manera de dirigir en la misma dirección los intereses de todos los implicados directa o indirectamente; ya que el resultado de considerar todas las posturas generarán resultados que el enfoque en un solo aspecto no podría hacerlo. Las estrategias pueden ser desde mantener un adecuado clima organizacional, sostener una relación provechosa para ambas partes con los proveedores hasta una congruente vinculación con el entorno que le permite a la empresa desarrollar sus actividades.

Como se puede ver en la figura 2.1 se detalla y contrasta de manera específica los grupos a los que atienden las empresas con enfoque unitario o *shareholder* y las de enfoque pluralista o *stakeholder*.

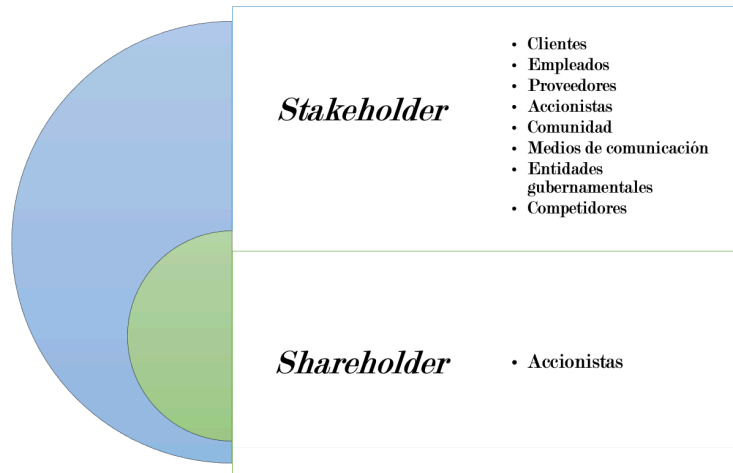


Figura 2.1 Enfoque Unitario y Enfoque Pluralista Empresarial

Nota. Elaboración propia a partir de Freeman et al (2018) y Amatucci (2020).

2.1.2.3 Responsabilidad social empresarial

La palabra responsabilidad implica la obligación de reparar y aceptar las consecuencias que surgieran de un hecho previo, por su parte, social trae consigo la conclusión que esas consecuencias afectan a otros. Actualmente es conocido que el planeta enfrenta una situación de crisis: en materia ambiental se encuentra un daño considerable derivado a las altas emisiones de gases de efecto invernadero que concluyen en desastres naturales, tal como sequía, huracanes, entre muchos otros; en materia social, hay pobreza, desigualdad de ingresos, hambruna, la escasez de recursos naturales no renovables, guerras y pandemias.

La responsabilidad social empresarial se puede definir como el conjunto de acciones con fines de hacer un bien social contribuyendo a un desarrollo económico sustentable y que va más allá de cumplir con requerimientos legales. La RSE surge a partir de reducir los daños que su actividad genera sobre sus clientes, accionistas, interesados y comunidades (Suárez, 2020). No obstante, diferentes instituciones en materia de ESR se han avocado a generar su propio concepto (tabla 2.1). En

adición, la responsabilidad social empresarial busca el mejoramiento de tres vertientes: ambiental, social y económico. Asimismo, de acuerdo a Cajiga (s.f) la responsabilidad social empresarial cuenta con dimensiones de aplicación internas y externas en lo que a sus áreas de participación refieren, mismas que dirigen el enfoque de acción (tabla 2.2).

En la tabla 2.1 se integran las conceptualizaciones de las instituciones tales como ISO, Red Española del Pacto Mundial, Comisión de las comunidades europeas y el Instituto Ethos. La totalidad de estos convergen en una premisa de gestión empresarial que considera participar en el mejoramiento medioambiental, social y económico y lo efectúa a partir de estrategias y comportamientos transparentes y éticos.

Tabla 2.1

Conceptualizaciones de RSE

Concepto RSE	Fuente
"La responsabilidad de una organización, en relación con los impactos de sus decisiones y actividades en la sociedad y el medio ambiente, a través de un comportamiento transparente y ético".	ISO 26000
"La integración dentro de la estrategia de la organización de aspectos tanto económicos, como aquellos relacionados con los derechos humanos, normas laborales, medioambiente y lucha contra la corrupción, maximizando en la medida de lo posible su contribución a los ODS."	Red Española del Pacto Mundial
No propone un concepto; sin embargo, mencionan que la responsabilidad social empresarial sucede cuando las compañías integran preocupaciones sociales y ambientales en sus operaciones y en su interacción con sus partes interesadas.	Libro Verde de la Unión Europea
"Es la forma de gestión que se define por la relación ética y transparente de la empresa con todos los públicos con los cuales se relaciona y por el establecimiento de metas empresariales compatibles con el desarrollo sostenible de la sociedad, al preservar recursos ambientales y culturales para generaciones futuras, y al respetar la diversidad y promover la reducción de las desigualdades sociales."	Indicadores Ethos de Responsabilidad Social Empresarial
<i>Nota:</i> Elaboración propia a partir de International Organization for Standardization (2010), Red Española del Pacto Mundial (2020), Commission of the european communities (2001) y Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social (2007).	

En la tabla 2.2 se observa el enfoque de las aplicaciones tanto internas como externas de las dimensiones. Elaborar análisis sobre cada dimensión puede coadyuvar a las empresas a definir alcance de las acciones específicas a llevar a cabo de acuerdo a su propio contexto (expectativas, valores y necesidades).

Tabla 2.2

Dimensión de aplicación en áreas de responsabilidad social empresarial

Dimensión	Aplicación	Enfoque
Económica	Interna	Generación y distribución del valor agregado.
	Externa	Generación y distribución de bienes y servicios útiles y rentables para la comunidad.
Social	Interna	Cuidado y fomento de la calidad de vida en el trabajo y el desarrollo integral y pleno de todos ellos.
	Externa	Generación de condiciones que permitan y favorezcan la expansión del espíritu empresarial y el pleno desarrollo de las comunidades.
Ecológica	Interna	Repercusiones ambientales de sus procesos, productos y subproductos.
	Externa	Preservación y mejora de la herencia ecológica común para el bien de la humanidad actual.

Nota: Elaboración propia a partir de Cajiga (s.f).

Por su parte, la revista *Expansión* en asociación con la *Schulich School of Business* elaboran cada año desde 2014 un ranking con las empresas que cumplen en sus operaciones los pilares ambiental, social y de gobierno corporativo; para realizar mencionada medición consideran medidas económicas, medidas sociales y medidas medioambientales (tabla 2.3) que amplía el conocimiento en aplicaciones de las áreas de responsabilidad social empresarial previamente comentadas.

La responsabilidad social empresarial adquiere un papel de importancia con la globalización pues con ésta última, la sociedad comienza a reconocer efectos y consecuencias derivadas de aceptar el desempeño de actividades por parte de las empresas en sus entornos inmediatos. Actualmente, de alguna u otra manera, directa o indirectamente, todas las empresas aportan algo a su entorno a través de fundaciones y/o donaciones.

Tabla 2.3*Medidas de responsabilidad social empresarial*

Medida	Datos
Económica	Gobierno corporativo
	Salarios y compensaciones
	Impuestos
	Ética y cumplimiento de normas
Social	Diversidad, prácticas y políticas de empleo, salud y seguridad, y responsabilidad social.
	Prácticas y políticas de empleo
	Salud y seguridad
	Responsabilidad social
Ambiental	Producción de desechos
	Uso del agua
	Emisión de gases de efecto invernadero
	Uso de energías renovables

Nota: Elaboración propia a partir de Malacara (2021).

2.1.2.4 Sustentabilidad

La sustentabilidad parte del hecho de lo finito que es el planeta y los escasos recursos que en él se encuentran tomando en cuenta las crecientes necesidades de los que habitantes requieren. Este concepto pone de relieve el contexto mencionado combinándolo con una potencial solución: que el sistema de vida sea capaz de reestablecer lo que requiere de la naturaleza antes de solicitarlo de nuevo (Zarta, 2018).

La creciente demanda y los recursos agotables conducen a una situación de explotación y colapso que deteriora la calidad de la vida humana. La sustentabilidad es la base del desarrollo sostenible que se ocupa de desarrollar esquemas que puedan atender las necesidades de la generación presente sin comprometer la atención de las siguientes generaciones.

2.1.2.5 Objetivos desarrollo sostenible

La Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible emitido por la Asamblea General de la Organización de Naciones Unidas y dirigido hacia los estados

miembros propone el plan de acción con culminación en 2030 constituido de 17 objetivos de desarrollo sostenible: (a) fin de la pobreza, (b) hambre cero, (c) salud y bienestar, (d) educación de calidad, (e) igualdad de género, (f) agua limpia y saneamiento, (g) energía asequible y no contaminante, (h) trabajo decente y crecimiento económico, (i) industria, innovación e infraestructura, (j) reducción de las desigualdades, (k) ciudades y comunidades sostenibles, (l) producción y consumos responsables, (m) acción por el clima, (n) vida submarina, (o) vida de ecosistemas terrestres, (p) paz, justicia e instituciones sólidas y (q) alianzas para lograr objetivos (Naciones Unidas, 2015).

Al respecto de cada uno de los objetivos plasmados en la mencionada agenda se muestran a continuación:

- Fin de la pobreza: Reducción del 50% de la pobreza no extrema a través del reforzamiento de las personas no pobres pero vulnerables con el establecimiento y acceso mínimo en sistemas nacionales de protección social así como también paso a recursos económicos, financieros y de propiedad.
- Hambre cero: Reducción de la desnutrición de los grupos más frágiles en 2025 que precisa de incrementar la productividad agrícola, ampliar el acceso a mercados de los pequeños campesinos, de recursos y suprimir los subsidios agrarios dañinos.
- Salud y bienestar: Reducción de tasa global de mortalidad materna, erradicar muertes evitables de infancia y recién nacidos; acabar con el sida, tuberculosis, malaria, hepatitis y reducir el índice de muertes prematuras por enfermedades no trasmisibles. De igual manera, se pretende alcanzar acceso mundial a servicios de salud reproductiva, vacunas y medicamentos de primera necesidad.
- Educación de calidad: Busca alcanzar cobertura completa, gratuita, igualitaria y de calidad hasta educación secundaria. De igual manera persigue formación profesional y universitaria con igualdad de acceso para

mujeres y hombres, aumentar el porcentaje de adultos alfabetizados con capacitación técnica y profesional que facilite la empleabilidad.

- Igualdad de género: Erradicación de la discriminación y violencia contra la mujer.
- Agua limpia y saneamiento: Acceso total e igualitario de agua potable y saneamiento acompañado de la mejora de eficiencia de uso y calidad.
- Energía asequible y no contaminante: Acceso universal a servicios de energía renovable, eficiente y transparente.
- Trabajo decente y crecimiento económico: Lograr empleo productivo decente en un ambiente de competitividad y productividad para todos; controlando el porcentaje de jóvenes que no cuentan con empleo ni tampoco estudios en curso. Erradicando el trabajo infantil en 2025.
- Industria, innovación e infraestructura: Mejora de infraestructura, enfoque en innovación.
- Reducción de las desigualdades.
- Ciudades y comunidades sostenibles: Alcanzar ciudades inclusivas, seguras, resilientes y sostenibles contando con acceso para todas las habitantes en materia de transporte público, vivienda digna y segura, servicios básicos asimismo, contar con infraestructura para sobrellevar cualquier desastre.
- Producción y consumos responsables: El enfoque se dirige a la correcta gestión y uso sostenible de los recursos naturales disminuyendo la multiplicación de basura, la comida desperdiciada, entre otros.
- Acción por el clima: Reducción de emisiones y mecanismos de financiación para la mitigación y adaptación de los países del Fondo Verde del Clima.
- Vida submarina: Mantenimiento y utilización sostenible de los océanos, ecosistemas marinos mediante la regulación de la pesca y control de la contaminación marina.
- Vida de ecosistemas terrestres: Mantenimiento y utilización sostenible de los ecosistemas terrestres mediante el deteniendo de la deforestación, desertización, extinción de especies protegidas e invasión de especies foráneas.

- Paz, justicia e instituciones sólidas: Reducción de violencia en cualquier forma y agenda de gobierno con una postura de justicia, rendición de cuentas, lucha contra la corrupción y de armas ilícitos.
- Alianzas para lograr objetivos: Fortalecimiento de medios de implementación de la Asociación Global para el Desarrollo de la agenda (Sanahuja y Tezanos, 2017).

2.2 Rentabilidad

En esta sección se aborda la variable de rentabilidad. Se presenta la teoría de recursos y capacidades. Posteriormente, se abordan los principales conceptos tal como rentabilidad, utilidad, liquidez, creación de valor e índice bursátil socialmente responsable.

2.2.1 Teorías

Esta sección discute la teoría que da sustento a la variable de rentabilidad abordada en esta investigación.

2.2.1.1 Teoría de recursos y capacidades

De acuerdo a la teoría de recursos y capacidades, el éxito de una corporación surge a partir de una eficiente combinación de sus recursos y capacidades que concluye en la obtención y generación de rentas así como también mantenimiento de su ventaja competitiva (Fong et al, 2007). Esta teoría toma el papel de los recursos y capacidades como fuente de dirección y base para la rentabilidad de la empresa ya que se estima que al emitir estrategias contemplando con lo que cuenta y distinguiendo lo que le es posible realizar conlleva a una situación de beneficios para la organización y apropiación de estos (Ibarra y Suárez, 2002).

Para Fong (2018) la teoría de recursos y capacidades supone que los beneficios extraordinarios en las organizaciones son los ingresos generados por recursos valiosos que pronto fungen como la fuente de ventaja competitiva para la empresa; dicha superioridad o valor del recurso se muestra cuando el pago por su uso es mayor a su costo. Esta teoría se conduce en la permanente búsqueda de rentas extraordinarias y de su conservación por lo que mantiene un estado de

heterogeneidad en recursos y capacidades ya que en función a esta diversidad puede competir en el mercado con mayor o menor éxito, y a partir de esto desarrollen recursos, capacidades y ventajas competitivas diferentes.

A continuación se presenta el mapa conceptual de teorías que acompañan este trabajo de investigación, donde se describe los aspectos que caracterizan a las mismas así como los autores que forjan el bajaje teórico (Figura 2.2).

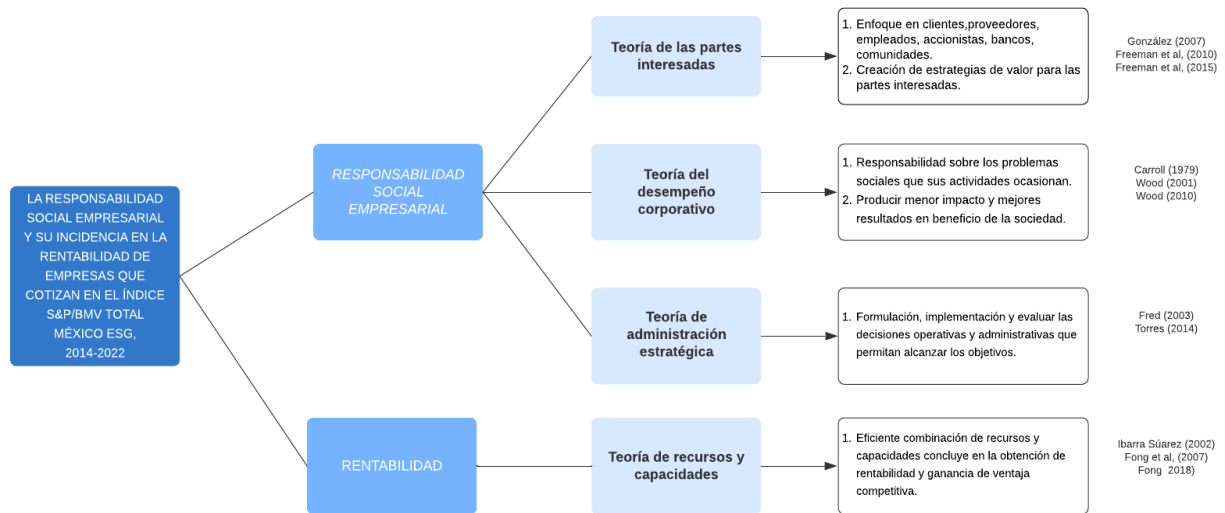


Figura 2.2 Mapa conceptual sobre las teorías que dan sustento a la investigación.

Nota. Elaboración propia.

2.2.2 Conceptos

2.2.2.1 Rentabilidad

La rentabilidad es la medida del rendimiento que en un determinado periodo de tiempo producen los capitales utilizados en el mismo. La rentabilidad es un elemento vital para evaluar el desempeño de la compañía mostrando la proporción de ganancia en comparación con la inversión de activos, capital o ventas. La rentabilidad atrae inversionistas por lo que identificar los factores que impactan en la misma es esencial para las organizaciones (Nguyen y Nguyen, 2020).

Existen tres tipos de rentabilidad: 1) rentabilidad económica: mide la capacidad de una empresa para generar valor, compara la rentabilidad entre diferentes empresas, mide la eficiencia de la gestión sin tomar en cuenta su

financiamiento; 2) rentabilidad financiera: mide el rendimiento de los capitales propios en un periodo de tiempo determinado y por último, 3) rentabilidad fiscal: hace referencia a que por cada utilidad determinada habrá de cumplirse las obligaciones de acuerdo a la tasa vigente (García y Paredes, 2014).

Desde la perspectiva de medición del rendimiento que producen los capitales utilizados en un periodo de tiempo y así, controlar costos o gastos y convertir ventas en ganancias, existen los indicadores de rentabilidad; tales como, retorno sobre ventas (ROS por sus siglas en inglés), retorno sobre los activos (ROA) y retorno sobre el patrimonio (ROE). El retorno sobre activos (ROA) brinda la rentabilidad operativa de la empresa, y se determina como utilidad neta entre el activo total; en cuanto al retorno sobre el patrimonio (ROE) proporciona la rentabilidad de los capitales propios y se calcula como utilidad neta sobre el capital contable total, por último, el retorno sobre ventas (ROS) es dimensionado a través de la operación de utilidad neta sobre las ventas (Aguirre et al, 2020).

2.2.2.2 Utilidad

La utilidad de una empresa se determina restando a los ingresos todos los egresos. De acuerdo a Cárdenas y Daza (2004) la utilidad es “Característica de gran número de bienes, que los hace propicios para satisfacer necesidades. Valor de un cierto resultado o pago para alguien; el placer o disgusto que alguien infiere a un resultado.” Mencionada declaración permite estimar el carácter subjetivo de este concepto y obtener utilidad recae en lo que se espera lograr.

2.2.2.3 Liquidez

La liquidez muestra la capacidad y velocidad para convertir los activos circulantes en dinero en el corto plazo; por consecuencia, una empresa con liquidez es capaz financieramente de asumir responsabilidades al corto plazo, para ser medida se cuenta con ratios financieros: razón corriente y prueba del ácido (Gutiérrez y Tapia, 2016).

La razón corriente mide la capacidad de la empresa al solicitar un crédito a corto plazo y se calcula considerando el activo circulante entre el pasivo circulante;

en relación a la prueba del ácido es similar a la anterior pero deja de lado los inventarios de productos, ésta última es considerada más precisa que la razón corriente (Sáenz y Sáenz, 2019).

2.2.2.4 Creación de valor

El siguiente concepto es creación de valor y se parte de una base de definir en primera instancia lo que es valor, de acuerdo con Porter (1985) el valor es el monto que los consumidores están dispuestos a pagar y un valor superior se obtiene al ofrecer precios más bajos que los de la competencia por calidad y beneficios equivalentes o beneficios superiores que justifiquen su precio más alto.

Para crearse valor se requiere que el beneficio obtenido supere el costo de los recursos, esto se refleja en un valor actual neto de la inversión positivo; también puede conceptualizarse como el momento donde la empresa genera utilidad suficiente para cubrir los costos de los financiamientos de recursos invertidos en el negocio (Bonmatí, 2011).

Para que las empresas logren maximizar su valor deben identificar y optimizar las variables que les agregan valor: algunas componen el valor, otras crean, le dan soporte, y en su conjunto permiten maximizar el valor. Asimismo, las organizaciones se apoyan en tácticas y estrategias para conseguir el objetivo; las tácticas son a corto plazo que buscan optimizar la rentabilidad y acrecentar el flujo de caja, las estrategias, por su parte, brindan valor en el largo plazo a través de decisiones como disminución del costo de capital, elección de proyectos de inversión y manejo de financiamiento (Álvarez, 2016).

En conclusión, crear valor es un instrumento para alcanzar rentabilidad en las inversiones efectuadas, para aumentar el valor de los bienes o servicios ofertados a los consumidores.

2.2.2.5 Índice bursátil socialmente responsables

Un índice bursátil mide el rendimiento en precio de las acciones en un mercado bursátil sobre el mercado de la inversión socialmente responsable. Estudian el mercado para proveer información a los inversores que se interesan por

más que el desempeño económico sino también el enfoque ambiental, social o de gobierno corporativo que vierten sobre sus decisiones y acciones (Gavira-Durón et al, 2020).

2.3 Antecedentes investigativos

Existen investigaciones que se han llevado a cabo con el propósito de sustentar o comprobar la relación que existe entre la responsabilidad social empresarial y la rentabilidad. En este apartado se citarán algunas de ellas.

Padilla et al (2017) investigan en Ecuador la relación entre responsabilidad social y desempeño financiero a través de la aplicación de encuesta y un cuestionario a 192 compañías ecuatorianas del sector industrial del plástico con prácticas socialmente responsables. Los resultados obtenidos señalan que no existe una relación significativa entre RSE y los indicadores de desempeño financiero; sin embargo, se encuentra una relación estadísticamente significativa entre responsabilidad económica y ambiental con el retorno sobre el patrimonio y el pilar de responsabilidad social y rendimiento sobre las ventas. Por lo cual, se concluye que las conductas socialmente responsables con enfoque comunitario y medio ambiental generan un impacto positivo sobre el capital invertido.

Por su parte, Tulcanaza-Prieto et al (2020) investigan el entorno bancario ecuatoriano y su desempeño corporativo a través de la medición de desempeño financiero y el desempeño no financiero (satisfacción del cliente, tasa de adopción, categoría, entre otros). La investigación parte de las hipótesis que señalan que el desempeño corporativo, la confianza y lealtad en la marca, la percepción de la calidad del servicio así como la satisfacción del cliente se ven afectados positivamente por la RSE. Los resultados arrojan que tanto las medidas financieras como no financieras resultan positivamente afectadas por la presencia de la responsabilidad social empresarial.

Saeed y Sroufe (2021) realizaron una revisión literaria de administración financiera enfocándose en literatura de primer nivel sobre RSE; se revisaron materiales publicados entre 2000 y 2009. El objetivo era explorar las publicaciones

para desarrollar la responsabilidad social empresarial y respaldarla teóricamente. Los hallazgos indican una cantidad considerable de evidencia sobre las afectaciones de la RSE en las finanzas corporativas; de acuerdo a la recopilación la RSE sí mejora el desempeño financiero, reduce el riesgo financiero (Si está lo reduce pero sin garantía, la RSE es negativa se aumenta el riesgo), además mejora la información de la empresa y reduce el costo de capital, todo esto sugiere que hacer el bien es bueno para los negocios ya que crea valor para las organizaciones y sus partes interesadas.

Damayanti y Assagaf (2022) estudiaron la influencia del desempeño financiero y el tamaño de la empresa con el buen gobierno corporativo como variable moderadora. La investigación se realizó en una empresa indonesia y a través de un análisis de regresión se concluye que el desempeño financiero tiene un efecto positivo en el valor de la firma, que el tamaño no tiene efecto positivo en el valor de la firma; en lo que respecta al buen gobierno corporativo no muestra incidencia positiva sobre el valor de la firma, así como tampoco señala un efecto positivo reforzado de desempeño financiero en el valor de la firma o un valor positivo de tamaño de la firma en el valor de la firma. Por lo que se puede concluir que, el buen gobierno corporativo no afecta al valor de la empresa.

Por otro lado, Chaturvedi et al, (2021) llevaron a cabo un estudio para analizar el impacto de los gastos en RSE en el desempeño financiero de los bancos comerciales en India basado en el modelo CAMEL, utilizando el ROA y el margen de interés neto como indicadores de desempeño (NIM). Se analizaron seis bancos públicos y diez bancos privados con el periodo de 2015-2021. Los resultados arrojan una correlación positiva entre RSE, índice de adecuación de capital, activos líquidos a activos totales, préstamo total a activos totales y depósito total a activos totales con ROA y NIM. En conclusión, pueden generar más ganancias sobre sus activos así como también se mejorará la cantidad de ingresos por intereses netos objetivos sobre los activos que devengan intereses y por lo tanto, tendrán un mejor desempeño financiero.

Asimismo, Nguyen et al (2022) evalúan el impacto de la implementación de conductas socialmente responsables en el valor de la marca corporativa y el desempeño financiero. El trabajo cuenta con algunas hipótesis que indican que la implementación en sus diversas formas tienen impacto positivo en el valor de la marca (RSE hacia los empleados, hacia los accionistas, hacia los clientes y hacia la comunidad) asimismo tienen impacto en el desempeño financiero (RSE hacia los empleados, hacia los accionistas, hacia los empleados, hacia los clientes) y por último, señalan que el valor de la marca tiene un impacto positivo en el desempeño financiero corporativo en los proveedores de servicios de banca seguros.

El estudio se realizó a través de una encuesta y los datos se recopilaron desde la perspectiva de los empleados que laboran en estas empresas de servicios. Los resultados indican que la implementación de RSE hacia los empleados tiene un impacto positivo en el valor de la marca, esto sugiere que un trato digno y beneficioso para los empleados concluye en sentido de pertenencia en la organización; además, se encontró relación entre la implementación de RSE en los accionistas y el valor de la marca.

En referencia a los clientes fue el impacto más bajo, esto indica que los encuestados necesitan comprender las políticas y actividades de los clientes de las empresas. No obstante en lo que atañe a la relación entre implementación de RSE hacia clientes y el desempeño financiero se encuentra una dirección positiva y con resultado estadísticamente significativo. En cuanto a la comunidad, se encuentra que relación positiva y se manifiesta con la consciencia de los empleados sobre las actividades orientadas a la comunidad que afecta positivamente el desempeño financiero de los bancos. En cuanto a los empleados no se encuentra relación significativa.

Para finalizar, los autores encuentran que las variables de implementación de la RSE impactan en un 55.4% de la variabilidad del valor de la marca y que la implementación de la RSE incide en un 56.4% de la variación del desempeño financiero corporativo.

Ekienabor et al (2022) llevaron a cabo una investigación cuantitativa en Nigeria que evalúa la relación entre la RSE y el desempeño financiero corporativo, con los objetivos específicos de determinar la existencia de relación entre la RSE y la utilidad neta después de impuestos y los ingresos de una empresa. Para la ejecución de la investigación se utilizó un diseño de investigación descriptivo para recopilar los datos y el instrumento fue un cuestionario estructurado. Las hipótesis del trabajo de investigación son 1) no existe una relación significativa entre la RSE y la utilidad neta después de impuestos, 2) no existe relación significativa entre la RSE y los ingresos. Los resultados arrojan que ambas hipótesis nulas se rechazan pues se encuentra que sí se encuentra relación significativa tanto para la utilidad neta después de impuestos como para los ingresos. Por tal, los autores sugieren que los empresarios de bienes de consumo rápido del sector manufacturero aumenten sus inversiones en RSE en Nigeria debido al beneficio financiero que representa.

Alonso et al, (2021) condujeron una investigación cuyo objetivo fue determinar si la integración de las empresas al IPC sustentable (índice sustentable de la BMV que surge en 2011) repercutía en el desempeño financiero. A través de una metodología basada en pruebas de estabilidad estructural, CUSUM of *squares* y la Prueba de estabilidad de Chow, utilizando los datos trimestrales de 13 empresas que cotizaban de manera constante en el índice (2002 – 2019), concluyen que 3 empresas (Asur, Bimbo y Cemex) mostraron un impacto en su rentabilidad en periodos posteriores a su ingreso al IPC sustentable donde para Asur la tendencia es negativa y para Bimbo y Cemex es una tendencia de mejora.

Alonso y Gavira-Durón (2021) por su parte, llevaron a cabo un estudio similar al previamente mencionado utilizando como metodología el análisis descriptivo de largo plazo, 2002 a 2019, de los indicadores que refieren a rentabilidad, endeudamiento, ventas y crecimiento. Los resultados arrojan una desaceleración de las ventas, crecimiento, aumento en endeudamiento, deterioro en el ROA y ROE posterior a la inscripción en el índice sustentable en la mayoría de las 13 empresas muestra.

En esa misma línea, Luo et al (2022) señalan el riesgo de la responsabilidad social empresarial que está vinculado a las posibilidades de riesgo o consecuencias de daño y pérdidas a la organización debido a muchas inversiones corporativas sociales hacia las partes interesadas. El riesgo de la RSE se compone de riesgo de gobernanza responsable, riesgo de derechos humanos, riesgo de responsabilidad ambiental, riesgo de operación adecuada, riesgo de responsabilidad el producto y riesgo de desarrollo comunitario. Con una metodología cuantativa se concluye que en el contexto chino las empresas con mayor comportamiento de alto riesgo de RSE pueden atenuar el desempeño y valor de la empresa y perjudicar los derechos e intereses de las partes interesadas; por lo cual, se sugiere atender cualquier incidencia en estas inversiones para reducir los riesgos por la implementación de conductas socialmente responsables.

Los antecedentes descritos previamente permiten inferir que es un tema de interés para la academia y que la relación de ambas variables: responsabilidad social empresarial y rentabilidad ha presentado distintos matices que han llegado a ser incluso contradictorios.

Capítulo III. Decisiones metodológicas

En el presente capítulo se plantea el aspecto metodológico que acompaña esta investigación incluyendo el diseño y alcance, matriz de congruencia y constructo de investigación, se señalan las hipótesis y los métodos empleados que describen las técnicas de investigación utilizadas; también, se aborda el instrumento desde su diseño hasta su descripción y por último, se menciona el proceso para tratamiento de datos.

En la figura 3.1 se muestra el diseño de investigación de la presente tesis, mismo que se detalla en los párrafos siguientes.

3.1 Diseño y alcance de la investigación

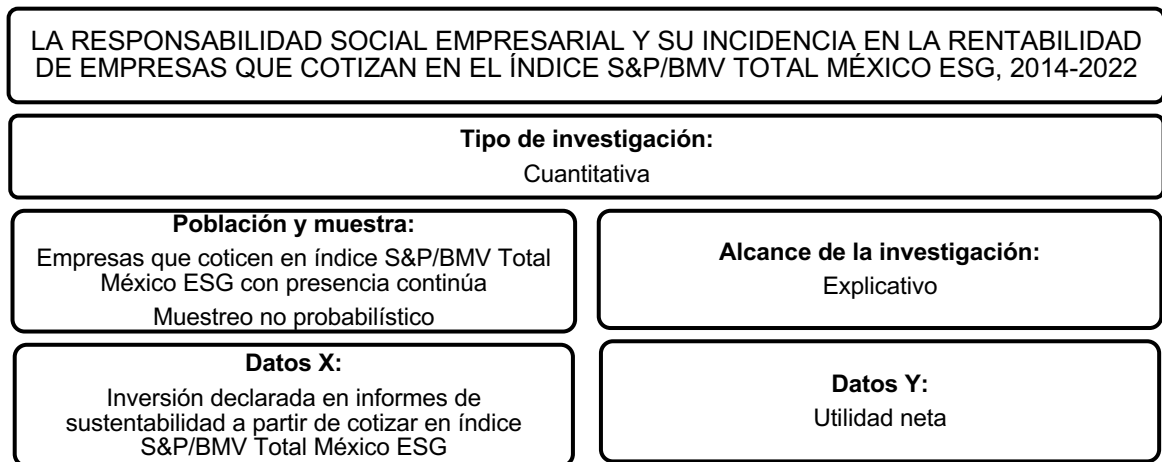


Figura 3.1 Diseño de investigación

Nota. Elaboración propia.

Esta tesis tiene un enfoque cuantitativo toda vez que utiliza la recolección de datos para probar hipótesis tomando el análisis estadístico para determinar patrones de comportamiento en los números y de esta manera, obtener respuestas a las preguntas de investigación (Hernández et al, 2010); esto porque se recolectan datos como inversión responsable de los informes de sustentabilidad compartidos en sitios web de las emisoras que cotizan en el índice S&P/BMV Total México ESG así como también información sobre utilidad neta de cada una, contenida en los informes financieros anuales para posteriormente continuar con el análisis estadístico y determinar relación entre variables.

El alcance de este trabajo es explicativo porque determina el grado de asociación en que la responsabilidad social empresarial sobre la rentabilidad de las empresas cotizantes en la BMV [Bolsa Mexicana de Valores]; la investigación busca demostrar el grado de incidencia de una variable al presentarse la otra (Monje, 2011).

El diseño es no experimental debido a la no manipulación de la variable independiente para analizar su impacto sobre la variable dependiente, permitiendo un ambiente de observación sin modificar su contexto natural. El tipo de diseño no experimental a realizarse es longitudinal porque analiza cambios en la rentabilidad de la empresa a través del tiempo en conjunto con la presencia de la responsabilidad social empresarial en el periodo de análisis comprendido desde 2014 a 2022 (Hernández et al, 2010). Los datos son obtenidos en el pasado y analizados en el presente por lo cual esta investigación es retrospectiva.

La población para el presente trabajo son todas las empresas (30) reconocidas en 2022 como cotizantes por la BMV en el índice S&P/BMV Total México ESG (Tabla 3.1). Para identificar la muestra se elige un muestreo no probabilístico intencional porque se intervino en la selección de las unidades muestrales considerando características para la investigación que se busca desarrollar (Ñaupás et al, 2018); seleccionando así, las empresas que coticen en índice S&P/BMV Total México ESG con presencia continua y que hayan mantenido la tendencia por más de dos años consecutivos (Tabla 3.2) y que asimismo, además reporten montos económicos destinados a las acciones responsables.

En la tabla 3.1 se observan las empresas que conforman la nueva composición del índice en conjunto con el número de años perteneciendo al mismo, éste índice excluye a empresas con actividades comerciales en las industrias de armas convencionales y tabaco.

Tabla 3.1*Composición 2022 índice S&P/BMV Total México ESG*

Emisora	Clave de cotización	Años
Grupo Rotoplas	AGUA	1
Grupo Bolsa Mexicana de Valores	BOLSA	1
Grupo México	GMEXICO	1
Grupo México Transportes	GMXT	1
El Puerto de Liverpool	LIVERPOL	1
PLA Administradora Industrial	TERRA	1
Grupo Traxion	TRAXION	1
Cemex CPO	CEMEX CPO	2
Fomento Económico Mexicano	FEMSA	2
Regional	R	2
Axtel	AXTEL	2
Grupo Elektra	ELEKTRA	2
Alpek	ALPEK	2
Controladora Vuela Cia de Aviación	VOLAR	2
Kimberly Clark de México	KIMBER	4
Orbia Advanced Corporation	ORBIA	4
Qualitas Controladora	Q	4
Alsea	ALSEA	5
Prologis Property México	FIBRAPL	5
Corporación Inmobiliaria Vesta	VESTA	5
Fibra Uno	FUNO	6
Arca Continental	AC	7
Grupo Bimbo	BIMBO	7
Genomma Lab International	LAB	7
América Móvil	AMX	9
Grupo Aeroportuario del Pacífico	GAP	9
Grupo Financiero Banorte	GFNORTE	9
Coca Cola Femsas	KOF	9
Grupo Televisa	TLEVISA	9
Wal-Mart de México	WALMEX	9

Nota. Elaboración propia con datos de Grupo BMV (2022).

Tabla 3.2*Muestra de investigación*

Emisora	Clave de cotización	Años
Kimberly Clark de México	KIMBER	3
Orbia Advanced Corporation	ORBIA	3
Qualitas Controladora	Q	4
Alsea	ALSEA	5

Prologis Property México	FIBRAPL	5
Corporación Inmobiliaria Vesta	VESTA	5
Arca Continental	AC	7
Grupo Bimbo	BIMBO	7
América Móvil	AMX	9
Grupo Financiero Banorte	GFNORTE	9
Coca Cola Femsa	KOF	9
Grupo Televisa	TLEVISA	9
Wal-Mart de México	WALMEX	9

Nota. Elaboración propia con datos de Grupo BMV (2022).

En la tabla 3.2 se observan las empresas (13) que conforman la muestra mismas que presentan más de dos años cotizando en el índice mencionado y que reportan en sus informes de sustentabilidad la inversión destinada a acciones socialmente responsables. Al ejecutar la revisión documental sobre las inversiones declaradas en informes de sustentabilidad publicados por cada emisora se encontró la tendencia a reportar de manera clara la inversión en materia social y ambiental; por lo que, en términos puntuales se excluye la inversión en materia económica. A continuación se presenta la muestra de empresas con inversión social y ambiental que son utilizadas para la presente investigación. Las empresas que fungen como muestra para atender el primer objetivo específico de investigación que apunta sobre la dimensión social se presenta en la Tabla 3.3.

En la tabla 3.3 se observan las empresas que han realizado inversión en materia social en conjunto con su clave de cotización y los años que llevan cotizando en este índice. Por su parte, las empresas que componen la muestra para el segundo objetivo específico de investigación sobre dimensión ambiental se presenta en la Tabla 3.4.

Tabla 3.3

Empresas con inversión en dimensión social

Emisora	Clave de cotización	Años
Kimberly Clark de México	KIMBER	3
Orbia Advanced Corporation	ORBIA	3
Qualitas Controladora	Q	3

Alsea	ALSEA	3
Prologis Property México	FIBRAPL	3
Corporación Inmobiliaria Vesta	VESTA	4
Grupo Televisa	TLEVISA	4
América Móvil	AMX	5
Arca Continental	AC	6
Grupo Bimbo	BIMBO	6
Coca Cola Femsa	KOF	7
Grupo Financiero Banorte	GFNORTE	8
Wal-Mart de México	WALMEX	8

Nota. Elaboración propia.

En la tabla 3.4 se observan las empresas que han realizado inversión en materia ambiental en conjunto con su clave de cotización y los años que llevan cotizando en este índice.

Tabla 3.4

Empresas con inversión en dimensión ambiental

Emisora	Clave de cotización	Años
Orbia Advanced Corporation	ORBIA	3
Kimberly Clark de México	KIMBER	3
Corporación Inmobiliaria Vesta	VESTA	5
Prologis Property México	FIBRAPL	5
Grupo Bimbo	BIMBO	7
Arca Continental	AC	7
Grupo Televisa	TLEVISA	9
América Móvil	AMX	9
Coca Cola Femsa	KOF	9
Wal-Mart de México	WALMEX	9
Grupo Financiero Banorte	GFNORTE	9

Nota. Elaboración propia.

3.2 Matriz de congruencia y constructo de investigación

La matriz de congruencia y constructo de investigación que se presenta en lo consecutivo expone y resume los elementos básicos de la investigación; se muestra en tabla 3.5 señalando una visión panorámica que integra el proceso con el planteamiento del problema y permite comprender y evaluar la coherencia lógica

entre las preguntas de investigación, los objetivos, las hipótesis, variables, dimensiones y datos a utilizar (Vera & Ortiz, 2016)

Tabla 3.5

Matriz de congruencia y constructo de investigación

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA		HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	DATOS
PREGUNTAS	OBJETIVOS				
<p>Pregunta general: ¿Cómo incide la responsabilidad social empresarial sobre la rentabilidad de las empresas que cotizan en el índice S&P/BMV Total México ESG, 2014-2022?</p>	<p>Objetivo general: Analizar la incidencia de la responsabilidad social empresarial sobre la rentabilidad de las empresas que cotizan en el índice S&P/BMV Total México ESG, 2014-2022.</p>	<p>Hipótesis general: Existe una relación positiva entre la responsabilidad social empresarial y la rentabilidad de las empresas que cotizan en el índice S&P/BMV Total Mexico ESG Index, 2014-2022.</p>	Responsabilidad social empresarial	Social (X1) Ambiental (X2)	<p>Inversión responsable en materia social</p> <p>Inversión responsable en materia ambiental</p>
<p>P.E. 1: ¿Qué repercusiones ocurren en la rentabilidad de las empresas que cotizan en el índice S&P/BMV Total México ESG al implementar conductas socialmente responsables con dimensión social en el periodo 2014-2022?</p>	<p>O.E.1: Determinar las repercusiones sobre la rentabilidad de las empresas que cotizan en el índice S&P/BMV Total México ESG al implementar conductas de responsabilidad social con dimensión social en el periodo 2014-2022.</p>	<p>H.E.1: Las conductas de responsabilidad social empresarial con dimensión social tienen una relación positiva con la rentabilidad de las empresas que cotizan en el índice S&P/BMV Total México ESG en el periodo 2014-2022.</p>	Rentabilidad	Utilidad neta (Y)	Utilidad neta
<p>P.E.2: ¿Qué efecto sucede en la rentabilidad de las empresas que cotizan en el índice S&P/BMV Total México ESG al implementar conductas socialmente responsables con dimensión ambiental en el periodo 2014-2022?</p>	<p>O.E.2: Identificar los efectos que suceden sobre la rentabilidad de las empresas que cotizan en el índice S&P/BMV Total México ESG al implementar conductas de responsabilidad social con dimensión ambiental en el periodo 2014-2022.</p>	<p>H.E.2: Las conductas de responsabilidad social empresarial con dimensión ambiental tienen una relación positiva con la rentabilidad de las empresas que cotizan en el índice S&P/BMV Total México ESG en el periodo 2014-2022.</p>			

Nota. Elaboración propia.

3.3 Hipótesis de investigación

La hipótesis de esta investigación es la siguiente:

Existe una relación positiva entre la responsabilidad social empresarial y la rentabilidad de las empresas que cotizan en índice S&P/BMV Total México ESG Index, 2014-2022.

Las hipótesis de trabajo de esta investigación son las siguientes:

Las conductas de responsabilidad social empresarial con dimensión social tienen una relación positiva con la rentabilidad de las empresas que cotizan en el índice S&P/BMV Total México ESG en el periodo 2014-2022.

Las conductas de responsabilidad social empresarial con dimensión ambiental tienen una relación positiva con la rentabilidad de las empresas que cotizan en el índice S&P/BMV Total México ESG en el periodo 2014-2022.

Nota: Dichas hipótesis se encuentran sustentadas en capítulo I con autores que han investigado sobre las variables.

3.4 Métodos empleados

Las técnicas para responder a las preguntas de investigación utilizadas en este documento son la observación documental, análisis de contenido y regresión lineal simple (véase figura 3.2). En lo que refiere a la observación documental de acuerdo con Ñaupás et al, (2018) se llevó a cabo el proceso de lectura y análisis de documentos no impresos; para recoger la información de este trabajo se procedió a la lectura activa de los informes de sustentabilidad y de los informes anuales para posteriormente vaciar en base de datos.

En la figura 3.2 se ilustra la secuencia de métodos empleados para ejecutar el trabajo de investigación. Una vez concluida la recolección fue utilizado el análisis de contenido para asignar una dimensión de responsabilidad social empresarial a cada punto de inversión señalado en los informes de acuerdo con sus características específicas (véase Tabla 3.6). El análisis de contenido es una técnica

de investigación objetiva, sistemática y cuantitativa que formula inferencias reproducibles y válidas en su propio contexto (Abela, 2002).

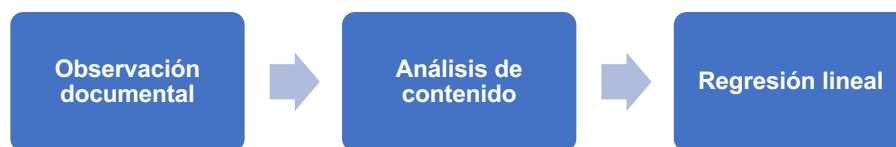


Figura 3.2 Métodos empleados

Nota. Elaboración propia.

En la tabla 3.6 se observa una extracción del análisis de contenido ejecutado sobre los datos recolectados (377 en total); la tabla muestra el sentido con el que la información fue clasificada asignando una dimensión propiamente mismas que conforman la muestra de la presente investigación.

Tabla 3.6

Extracción ejemplo del análisis de contenido

Emisora	Año	Inversión	Descripción	Dimensión
Kimberly Clark de México	2021	\$ 297,880,000	Inversión y gasto en cuidado del medio ambiente	Ambiental
Qualitas Controladora	2021	\$ 18,419,924	Universidad Quálitas	Social
Alea	2021	\$ 39,085,783	Fundación Alea: Donativos alimentación	Social
Prologis Property México	2019	\$ 200,000	Apoyo a Parque ecológico Xochitla	Ambiental
Corporación Inmobiliaria Vesta	2020	\$ 5,111,585	Destinados a las iniciativas relacionadas con Covid 19	Social
Arca Continental	2018	\$ 116,170,506	Invertidos en programas sociales y asociaciones	Social
Grupo Bimbo	2019	\$ 99,700,000	Donaciones otorgadas a 296 asociaciones civiles	Social
América Móvil	2014	\$ 15,612,640	Inversión total en iniciativas ambientales	Ambiental
Grupo Financiero Banorte	2019	\$ 16,259,730	Líderes Educativos Banorte	Social
Coca Cola Femsa	2019	\$ 38,490,625	Desarrollo sustentable: Seguridad hídrica	Ambiental
Grupo Televisa	2017	\$ 461,384,234	Bécalos: 36,505 estudiantes se beneficiaron	Social
Wal-Mart de México	2015	\$ 685,000,000	Invertidos en iniciativas de eficiencia energética	Ambiental

Nota. Elaboración propia.

Al concluir con la recolección y clasificación que consolidaron la matriz de datos se procedió a trazar una estrategia de normalización de los mismos. Se obtuvieron cuatro bases: 1) Inversión social, 2) Utilidad neta obtenida en los años donde se efectuó la inversión social, 3) Inversión ambiental, 4) Utilidad neta obtenida en los años donde se efectuó la inversión ambiental. La totalidad de datos presentaba una distribución no normal (Figura 3.3).

En la figura 3.3 se muestra el comportamiento de los datos recabados en fuentes secundarias con una distribución no normal; lo cual, señala la necesidad de incurrir en un proceso de normalización de datos para garantizar una base de datos organizada y coherente para establecer relaciones entre ellas.

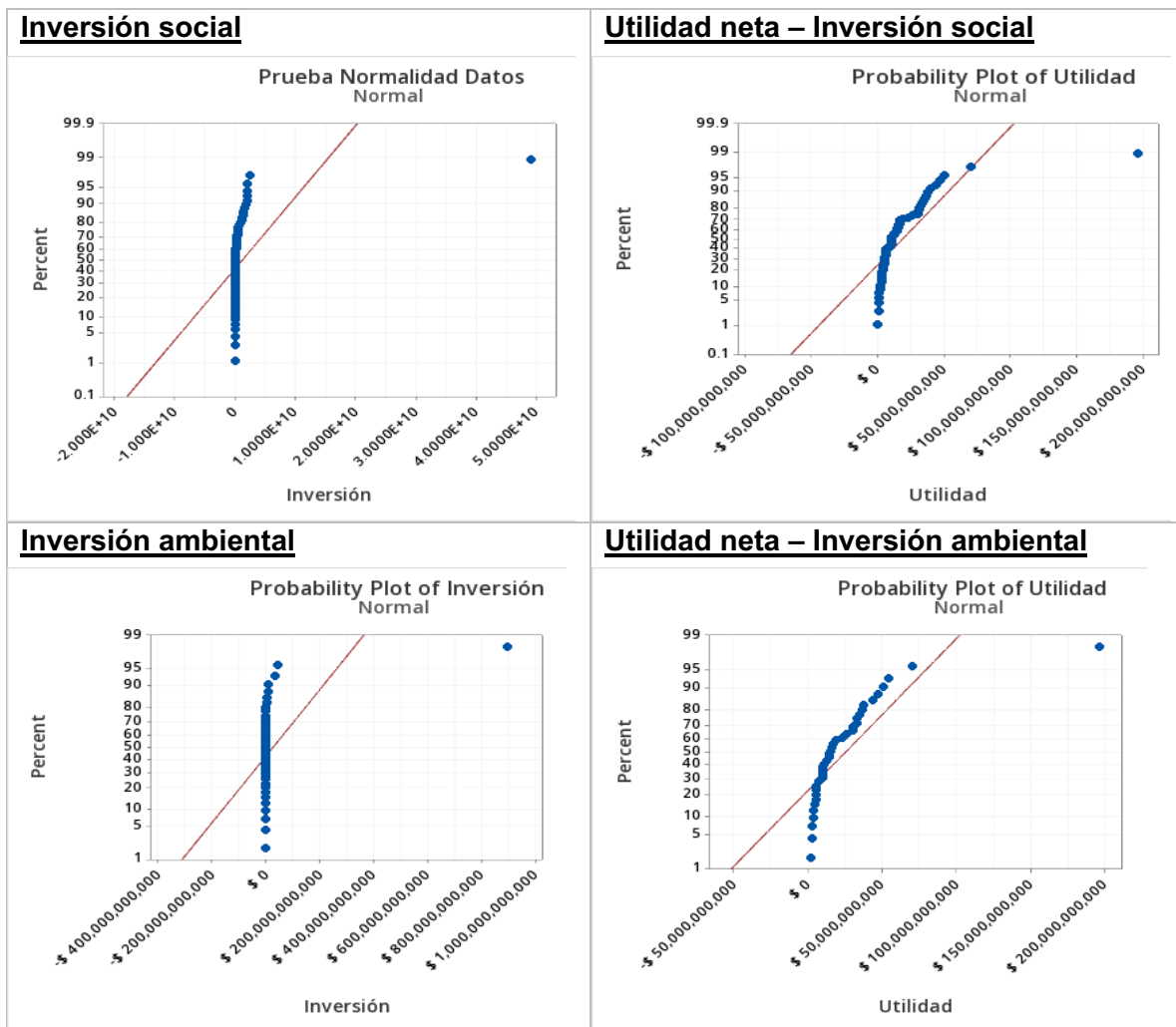


Figura 3.3 Distribución datos no normales

Nota. Elaboración propia.

Para normalizar los datos se aplican funciones tal como seno hiperbólico inverso para la inversión social y logaritmos para el resto de datos (Figura 3.4). En figura 3.4 se muestran los resultados de la aplicación de estas funciones, demostrando una distribución normal de acuerdo a la prueba de normalidad de Ryan-Joiner, misma que es similar a la prueba de normalidad de Shapiro-Wilk.

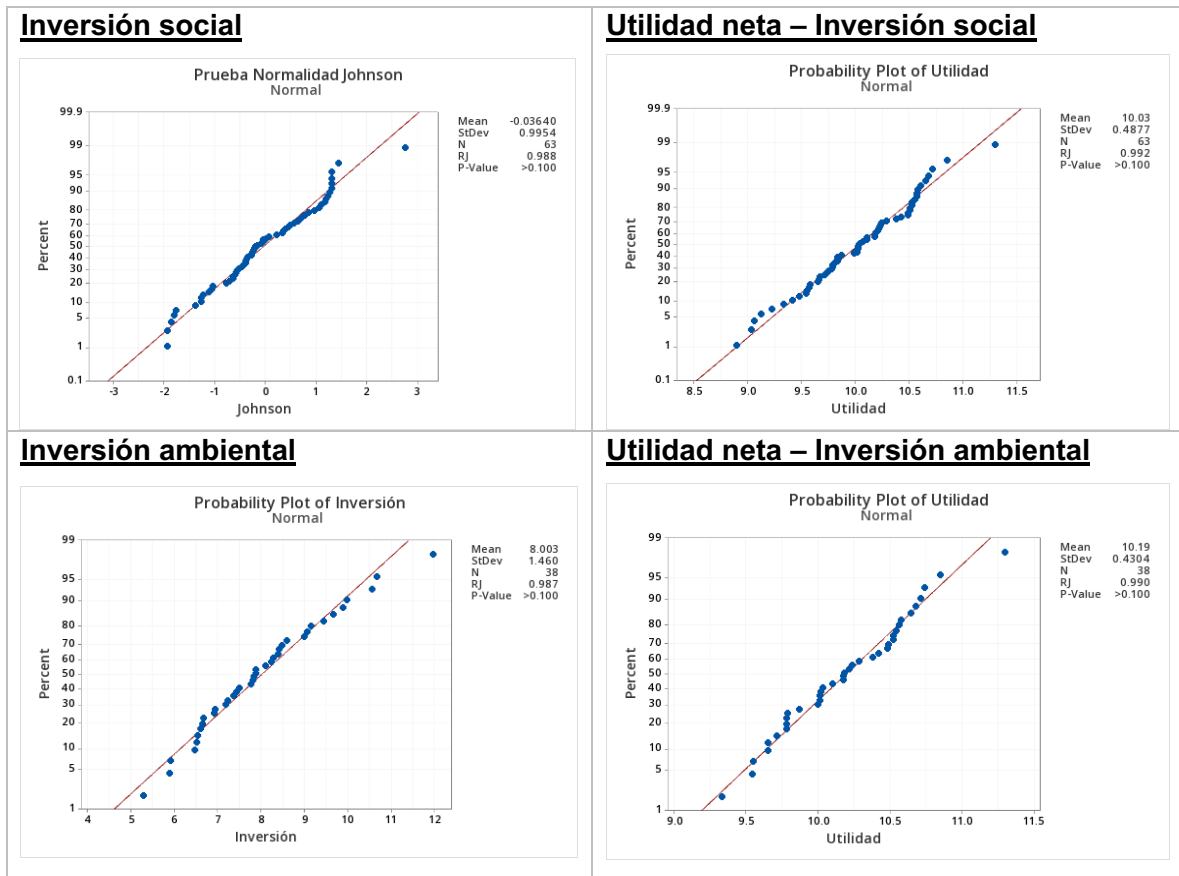


Figura 3.4 Distribución de datos normales

Nota. Elaboración propia.

Para finalizar, se selecciona la regresión lineal simple como método estadístico para responder sobre las preguntas de investigación acerca de la relación entre un grupo de variables continuas: una variable dependiente (Y) referente a un conjunto de variables independientes (X); a un modelo de regresión puede llamársele modelo con fines explicativos y predictivos y pretende explicar la relación que existe entre Y como variable respuesta y X como variable explicativa (Moral, 2016).

Para generar un modelo de regresión lineal es preciso incurrir en la revisión de la correlación de las variables de la investigación para conocer el grado de asociación y dirección entre las mismas. En primera instancia se deben realizar los diagramas de dispersión en los grupos de datos y posteriormente, para efectos de la presente se debió aplicar sobre las variables el coeficiente de Pearson con el fin de examinar la pertinencia/adecuación de la información a la recta lineal para definir la relación.

Para continuar con el modelo de regresión lineal simple se debe encontrar la ecuación de la recta de regresión a través del método de mínimos cuadrados que busca encontrar los valores para α y β de forma que la suma de cuadrados de los residuos sea minúscula y así poder resolver las preguntas de investigación. Para resolver si el ajuste de este modelo de regresión lineal es suficientemente bueno se analiza al coeficiente de determinación R^2 que muestra el grado de ajuste de la recta de regresión a la muestra y cuantifica el porcentaje de variabilidad de la variable dependiente, misma que es explicada en la recta de regresión.

Por último, para confirmar que la aproximación del modelo es válida se debe analizar el cumplimiento de cuatro supuestos: (a) normalidad, que precisa que la forma de la distribución de Y para cada X sea normal, (b) homocedasticidad, que indica que las varianzas de Y para cada X son iguales, (c) independencia y (d) linealidad, que establece que la media de Y para cada X se encuentran sobre la recta de regresión de Y sobre X (Absalón Copete, 2007).

3.5 Diseño de instrumentos/Modelos

La presente investigación diseña un modelo estadístico para evaluar la incidencia de la responsabilidad social empresarial (x) sobre la rentabilidad (y) de las empresas cotizantes en el índice S&P/BMV Total México ESG. Se plantean dos modelos de análisis de regresión lineal simple para atender cada muestra:

$$Y = \alpha + \beta x_i + \varepsilon_i$$

El primer modelo $Y = \alpha + \beta x_i + u_i$ estudia la relación entre la rentabilidad y la inversión de responsabilidad social empresarial en el ámbito social.

Donde:

Y = Rentabilidad

α, β = Coeficiente de regresión

x = Responsabilidad social empresarial – Social

ε_i = Error

El siguiente modelo $Y = \alpha + \beta x_i + u_i$ estudia la relación entre la rentabilidad y la inversión de responsabilidad social empresarial en el ámbito ambiental.

Donde

Y = Rentabilidad

α, β = Coeficiente de regresión

x = Responsabilidad social empresarial – Ambiental

ε_i = Error

3.6 Descripción de instrumentos/Modelos

Son dos los modelos estadísticos de regresión lineal que dirigen esta investigación debido a la naturaleza de los datos. Como fue comentado previamente al ejecutar la recolección de datos considerando las características definidas para el presente estudio, se encontró una tendencia sostenida de datos que atendían a lo social y ambiental excluyendo la dimensión económica propia de la responsabilidad social empresarial. Por tanto, se deciden dos modelos de regresión, el primero atiende al estudio de la inversión en responsabilidad social empresarial en dimensión social y el segundo, a la inversión ambiental.

3.7 Análisis de datos

Una vez terminado el proceso de recopilación de datos y de clasificar dimensiones en el contenido, se procede a un proceso de análisis de regresión en el cual se genera una ecuación de regresión lineal. para explicar la relación entre un predictore y una variable de respuesta; se utiliza un método de mínimos cuadrados. El software que apoya al tratamiento de datos es MiniTab y los resultados se muestran de manera gráfica seguida de una descripción analítica.

Capítulo IV. Análisis e Interpretación de los Resultados

En el presente capítulo se presentan los resultados de la investigación sobre la incidencia de la RSE sobre la rentabilidad de las emisoras seleccionadas como muestra, los cuales se organizan en tres secciones: descripción del objeto de estudio, análisis de resultados e interpretación de resultados.

4.1 Descripción del objeto de estudio

La investigación se llevó a cabo recabando datos de las 30 emisoras que están inscritas en el índice S&P/BMV Total México ESG, dentro de la técnica de observación documental se encontró que sólo 13 cuentan con las características necesarias para este estudio (más de dos años cotizando en el índice mencionado y que reportan en sus informes de sustentabilidad la inversión destinada a acciones socialmente responsables). En tabla 4.1 se presenta la muestra que integra el objeto del estudio, señala el sector al que pertenece de acuerdo a la BMV así como el ramo, sitio web y año de inscripción en el índice.

Tabla 4.1

Empresas que comprenden el objeto de estudio

Emisora	Clave	Sector	Ramo	Sitio Web	Inscrip
Orbia Advanced Corporation	ORBIA	Industrial	Productos para la construcción	https://www.orbia.com	2019
Corporación Inmobiliaria Vesta	VESTA	Industrial	Desarrollos inmobiliarios	www.vesta.com.mx	2018
Kimberly Clark de México	KIMBER	Productos de consumo frecuente	Productos domésticos	www.kimberly-clark.com.mx	2019
Arca Continental	AC	Productos de consumo frecuente	Bebidas	www.arcacontal.com	2016
Grupo Bimbo	BIMBO	Productos de consumo frecuente	Alimentos	www.grupobimbo.com.mx	2016
Coca Cola Femsá	KOF	Productos de consumo frecuente	Bebidas	www.coca-colafemsa.com	2014
Wal-Mart de México	WALMEX	Productos de consumo frecuente	Venta de productos de consumo frecuente	www.walmex.mx	2014
América Móvil	AMX	Servicios de telecomunicaciones	Servicios de telecomunicaciones inalámbricas	www.americamovil.com	2014
Grupo Televisa	TLEVISA	Servicios de telecomunicaciones	Medios de comunicación	www.televisa.com.mx	2014
Qualitas Controladora	Q	Servicios financieros	Mercados financieros	www.qualitas.com.mx	2019
Prologis Property México	FIBRAPL	Servicios financieros	Bienes inmobiliarios		2018
Grupo Financiero Banorte	GFNORTE	Servicios financieros	Bancos	www.banorte.com	2014
Alsea	ALSEA	Servicios y bienes de consumo no básico	Hoteles, restaurantes y esparcimiento	www.alsea.com.mx	2018

Nota. Elaboración propia.

De las 13 empresas que integran el objeto de esta investigación, cinco ejecutan sus actividades en el sector de productos de consumo frecuente (Kimberly Clark de México, Arca Continental, Grupo Bimbo, Coca Cola Femsa y Wal-Mart de México), dos en sector industrial (Orbia Advanced Corporation y Corporación Inmobiliaria Vesta), tres en servicios financieros (Qualitas Controladora, Prologis Property México y Grupo Financiero Banorte), dos en servicios de telecomunicaciones (América Móvil y Grupo Televisa) y uno en servicios y bienes de consumo no básico (Alsea).

Es destacable que ocho de las empresas que forman parte de la muestra de esta investigación tienen origen mexicano y sus actividades son multinacionales (Orbia Advanced Corporation, Qualitas Controladora, Alsea, Arca Continental, Grupo Bimbo, América Móvil, Coca Cola Femsa y Grupo Televisa), dos de ellas tienen origen mexicano y sólo ejercen labores en México (Corporación Inmobiliaria Vesta y Grupo Financiero Banorte) y que tres de ellas tengan origen extranjero y hayan decidido hacer presencia en México (Kimberly Clark de México, Prologis Property México y Wal-Mart de México). Por último, las empresas muestra se consideran grandes empresas en función del número de trabajadores.

4.2 Análisis de resultados

Con base al criterio definido para la selección de la muestra (elegir a aquellas empresas que tuvieran presencia continua en el índice con dos años o más) se depura de 30 a 14 emisoras potenciales como muestra. Durante la recolección de datos se descarta a la emisora Grupo Aeroportuario del Pacífico porque no señalaba montos económicos sobre sus inversiones responsables (véase Tabla 4.2). En Tabla 4.2 se señalan en color las empresas que fueron descartadas para esta investigación, en el caso de Grupo Rotoplas, Grupo Bolsa Mexicana de Valores, Grupo México, Grupo México Transportes, El Puerto de Liverpool, PLA Administradora Industrial, Grupo Traxion, Cemex CPO, Fomento Económico Mexicano, Regional, Axtel, Grupo Elektra, Alpek, Controladora Vuela Cía de Aviación, Fibra Uno y Genomma Lab Internacional fueron descartadas por el número de años dentro del índice y su presencia discontinua en el mismo.

Tabla 4.2*Empresas descartadas de la población*

Emisora	Inscripción								
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Grupo Rotoplas									*
Grupo Bolsa Mexicana de Valores									*
Grupo México									*
Grupo México Transportes									*
El Puerto de Liverpool									*
PLA Administradora Industrial									*
Grupo Traxion									*
Cemex CPO	*								*
Fomento Económico Mexicano		*							*
Regional							*		*
Axtel					*				*
Grupo Elektra								*	*
Alpek								*	*
Controladora Vuela Cia de Aviación								*	*
Kimberly Clark de México						*	*	*	*
Orbia Advanced Corporation						*	*	*	*
Qualitas Controladora						*	*	*	*
Aalsea					*	*	*	*	*
Prologis Property México					*	*	*	*	*
Corporación Inmobiliaria Vesta					*	*	*	*	*
Fibra Uno		*			*	*	*	*	*
Arca Continental			*	*	*	*	*	*	*
Grupo Bimbo			*	*	*	*	*	*	*
Genomma Lab Internacional		*	*		*	*	*	*	*
América Móvil	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Grupo Aeroportuario del Pacífico	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Grupo Financiero Banorte	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Coca Cola Femsa	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Grupo Televisa	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Wal-Mart de México	*	*	*	*	*	*	*	*	*

Nota. Elaboración propia.

El proceso de observación documental para la recolección de datos comenzó con la extracción de montos sobre inversión responsable de las 14 emisoras y consiguió un total de 377 montos de inversión en temas de responsabilidad social empresarial (273 para dimensión social, 77 para la dimensión ambiental y 27 datos que involucraban a más de una dimensión) referidas en los informes de sustentabilidad de las empresas. Se presenta en ejemplo en Figura 4.1.

En Figura 4.1 se presenta una extracción del informe de sustentabilidad de América Móvil del 2021 que señala una inversión de \$870,000 dólares a temas ambientales en diferentes programas de conservación y biodiversidad. Este monto fue registrado en una base de de datos.

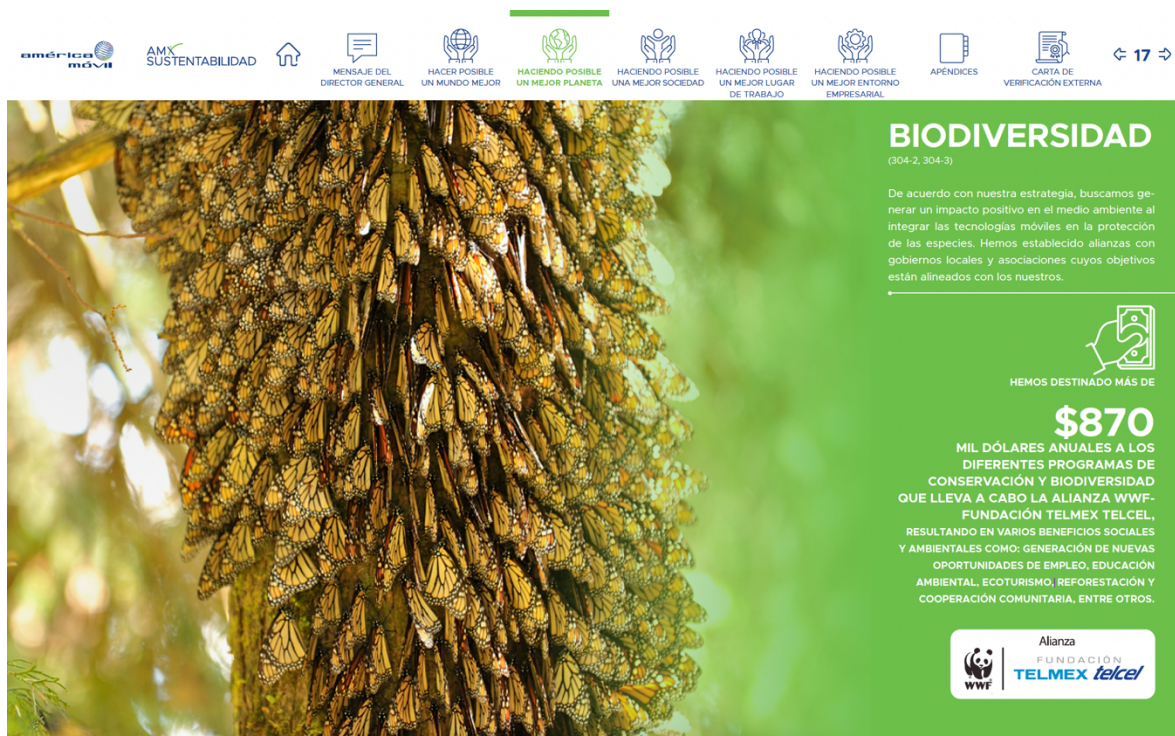


Figura 4.1 Inversión ambiental de América Móvil en 2021

Nota. Extracción de Informe de sustentabilidad de América Móvil (2021).

Al término de la lectura en estos informes de sustentabilidad se procedió a la recolección de los datos sobre la utilidad neta referida en los informes anuales de cada emisora en los mismos años por cada inversión responsable encontrada. Se presenta ejemplo en Figura 4.2. En Figura 4.2 se presenta la extracción del informe anual de América Móvil del 2021 que señala una utilidad de \$196,326,114 pesos mexicanos. Este monto fue registrado en una base de datos.

Posteriormente, se procedió a asignar la dimensión a la que pertenecieran cada una de las inversiones responsables encontradas, siguiendo con el ejemplo de América Móvil se presenta en Tabla 4.3.

AMÉRICA MÓVIL, S.A.B. DE C.V. Y SUBSIDIARIAS
Estados consolidados de resultados integrales
(Miles de pesos mexicanos, excepto utilidad por acción)

	Nota	Por los años terminados el 31 de diciembre de			2021
		2019 ⁽¹⁾	2020 ⁽¹⁾	2021	Millones de dólares, excepto utilidad por acción
Ingresos de operación:					
Ingresos por servicios		\$ 702,961,964	\$ 708,483,701	\$ 714,244,392	US\$ 34,700
Venta de equipo		148,521,512	131,223,459	141,290,479	6,864
		\$ 851,483,476	\$ 839,707,160	\$ 855,534,871	US\$ 41,564
Costos y gastos de operación:					
Costo de ventas y de servicio		\$ 348,776,249	\$ 334,881,859	\$ 341,059,662	US\$ 16,570
Gastos comerciales, de administración y generales		195,507,880	191,901,898	180,838,412	8,786
Otros gastos		5,882,276	4,737,626	4,877,290	237
Depreciación y amortización	9,10	157,518,787	162,682,398	162,626,866	7,901
	11 y 15	\$ 707,685,192	\$ 694,203,781	\$ 689,402,230	US\$ 33,494
Utilidad de operación		\$ 143,798,284	\$ 145,503,379	\$ 166,132,641	US\$ 8,070
Intereses a favor		6,284,672	5,062,036	3,834,827	186
Intereses a cargo		(37,910,954)	(38,661,485)	(36,025,312)	(1,750)
Utilidad (pérdida) cambiaria neta		5,226,071	(65,366,200)	(17,045,843)	(828)
Valuación de derivados, costos financieros de obligaciones laborales y otros conceptos financieros, neto	22	(6,997,844)	1,292,878	(14,250,066)	(692)
(Pérdida) utilidad en los resultados de compañías asociadas		(17,609)	(287,006)	113,918	6
Utilidad antes de impuestos a la utilidad		110,382,620	47,543,602	102,760,165	4,992
Impuesto a la utilidad	13	49,914,055	13,509,270	28,144,769	1,367
Utilidad neta del año por operaciones continuas		\$ 60,468,565	\$ 34,034,332	\$ 74,615,396	US\$ 3,625
Utilidad del año por operaciones discontinuas neta de impuestos		9,844,889	16,992,625	121,710,718	5,913
Utilidad neta del año		\$ 70,313,454	\$ 51,026,957	\$ 196,326,114	US\$ 9,538
Utilidad neta del año atribuible a:					
Participación controlada de operaciones continuas	20	\$ 57,886,001	\$ 29,859,980	\$ 70,712,449	US\$ 3,435
Participación controlada de operaciones discontinuas	2, Ac	9,844,889	16,992,625	121,710,718	5,913
Participación no controlada		2,582,564	4,174,352	3,902,947	190
		\$ 70,313,454	\$ 51,026,957	\$ 196,326,114	US\$ 9,538

Figura 4.2 Utilidad neta de América Móvil en 2021

Nota. Extracción de Informe anual de América Móvil (2021).

Tabla 4.3

Ejemplo análisis de contenido

Emisora	Año	Inversión	Descripción	Dimensión
América Móvil	2021	\$870,000 USD	Programas de conservación y biodiversidad	Ambiental

Nota. Elaboración propia.

Al concluirse la recolección de datos se retiran duplicados, se agrupan montos de inversión con base al año y la dimensión encontrando que se recolectaron 66 valores únicos para la dimensión social y 40 valores para la dimensión ambiental. Posteriormente, se procedió a normalizar los datos (léase Capítulo III. Decisiones metodológicas, 3.4 Métodos empleados para mayor profundidad). En el proceso fue necesario eliminar aquellos datos que comprometieran las pruebas de normalidad, dejando 66 datos para lo social y 38 para lo ambiental. Se presenta en Tabla 4.3 y Tabla 4.4 las bases de datos utilizadas para la dimensión social y para la dimensión ambiental respectivamente. En las Tablas 4.3 y 4.4 se presentan las inversiones socialmente responsables y la utilidad neta de las emisoras transformadas.

Tabla 4.4*Base de datos de la dimensión social*

Inversión	Utilidad	Emisora	Año
-1.2525838	9.65263307	Kimberly Clark de México	2021
-1.0569689	9.78433195	Kimberly Clark de México	2020
-1.3681693	9.71231291	Kimberly Clark de México	2019
-1.0363414	10.2010627	Orbia Advanced Corporation	2021
-0.5109259	9.80343397	Orbia Advanced Corporation	2020
-0.2638877	9.78972893	Orbia Advanced Corporation	2019
-1.1114583	9.57725552	Qualitas Controladora	2021
-0.3503068	9.83238643	Qualitas Controladora	2020
-0.4530308	9.7290083	Qualitas Controladora	2019
-0.5840452	8.89457579	Alea	2021
-0.6191011	9.03532285	Alea	2019
-0.409412	9.05664648	Alea	2018
-0.1827325	9.55177608	Prologis Property México	2020
-1.9205604	9.33429146	Prologis Property México	2019
-0.2209457	9.47307847	Prologis Property México	2018
-1.7863144	9.54257207	Corporación Inmobiliaria	2021
-1.7593266	9.12503532	Corporación Inmobiliaria	2020
-1.8541985	9.4114577	Corporación Inmobiliaria	2019
-1.2565869	9.22641974	Corporación Inmobiliaria	2018
-0.2089785	10.1786692	Arca Continental	2021
0.36072195	10.0994592	Arca Continental	2020
-0.3528366	10.069833	Arca Continental	2019
-0.0808196	10.0342664	Arca Continental	2018
0.01980799	10.2250149	Arca Continental	2017
-0.2604389	9.9872509	Arca Continental	2016
0.64820011	10.2400997	Grupo Bimbo	2021
0.97500048	10.0232936	Grupo Bimbo	2020
0.22601588	9.86776202	Grupo Bimbo	2019
0.39482771	9.83321088	Grupo Bimbo	2018
0.0851043	9.75350646	Grupo Bimbo	2017
-1.9199748	9.83046035	Grupo Bimbo	2016
0.34969492	11.2929781	América Móvil	2021
0.57819656	10.7077997	América Móvil	2020
0.4647793	10.8470384	América Móvil	2019
1.3203146	10.507253	América Móvil	2017

-0.6226136	10.6766728	América Móvil	2014
-0.1569982	10.5446632	Grupo Financiero Banorte	2021
-0.2515302	10.4844137	Grupo Financiero Banorte	2020
-0.7642556	10.5626259	Grupo Financiero Banorte	2019
2.76692202	10.5045796	Grupo Financiero Banorte	2018
-0.3865997	10.3785432	Grupo Financiero Banorte	2017
-1.2231396	10.2857373	Grupo Financiero Banorte	2016
-0.5729794	10.2331992	Grupo Financiero Banorte	2015
-0.7046231	10.1826429	Grupo Financiero Banorte	2014
-0.5478175	10.2130128	Coca Cola Femsá	2021
1.24003006	10.015695	Coca Cola Femsá	2020
-0.0407969	10.1014034	Coca Cola Femsá	2019
-0.0458102	10.1781133	Coca Cola Femsá	2018
0.7188739	10.0223046	Coca Cola Femsá	2016
-0.3870777	10.0140583	Coca Cola Femsá	2015
1.19901441	10.0400482	Coca Cola Femsá	2014
1.44482367	9.66520563	Grupo Televisa	2019
0.4953745	9.7788022	Grupo Televisa	2018
0.85307144	9.6555226	Grupo Televisa	2017
1.32321627	9.57065967	Grupo Televisa	2016
1.32330996	10.6448134	Wal-Mart de México	2021
1.27681626	10.5241995	Wal-Mart de México	2020
1.19417396	10.5786137	Wal-Mart de México	2019
1.11790646	10.5652882	Wal-Mart de México	2018
1.06107523	10.6005913	Wal-Mart de México	2017
1.32195901	10.5231202	Wal-Mart de México	2016
0.78134911	10.4212598	Wal-Mart de México	2015
0.6905102	10.4833718	Wal-Mart de México	2014

Nota. Elaboración propia.

Tabla 4.5

Base de datos de la dimensión ambiental

Inversión	Utilidad	Emisora	Año
8.47404135	9.65263307	Kimberly Clark de México	2021
8.41715603	9.78433195	Kimberly Clark de México	2020
8.38196298	9.71231291	Kimberly Clark de México	2019
6.92904655	9.78972893	Orbia Advanced Corporation	2019
9.15718438	9.99910273	Prologis Property México	2021
9.87365186	9.55177608	Prologis Property México	2020

5.30103	9.33429146	Prologis Property México	2019
7.80143184	9.54257207	Corporación Inmobiliaria Vesta	2021
9.66745295	10.1786692	Arca Continental	2021
7.23626032	10.0342664	Arca Continental	2018
9.44715803	9.86776202	Grupo Bimbo	2019
7.48782618	11.2929781	América Móvil	2021
7.368539	10.7077997	América Móvil	2020
6.93449845	10.8470384	América Móvil	2019
7.82347423	10.7365305	América Móvil	2018
7.19347635	10.6766728	América Móvil	2014
6.54777471	10.5446632	Grupo Financiero Banorte	2021
10.547627	10.4844137	Grupo Financiero Banorte	2020
5.92424206	10.5626259	Grupo Financiero Banorte	2019
9.97563657	10.3785432	Grupo Financiero Banorte	2017
6.65417654	10.2857373	Grupo Financiero Banorte	2016
6.67024585	10.2331992	Grupo Financiero Banorte	2015
6.50882036	10.1826429	Grupo Financiero Banorte	2014
8.27804156	10.2130128	Coca Cola Femsá	2021
10.6646029	10.015695	Coca Cola Femsá	2020
7.87609943	10.1014034	Coca Cola Femsá	2019
7.75547323	10.1781133	Coca Cola Femsá	2018
7.87151689	10.0223046	Coca Cola Femsá	2016
7.42484346	10.0140583	Coca Cola Femsá	2015
6.60459213	9.78218587	Grupo Televisa	2021
6.48009322	9.7788022	Grupo Televisa	2018
5.88631054	9.6555226	Grupo Televisa	2017
11.9514436	10.6448134	Wal-Mart de México	2021
9.05986622	10.5241995	Wal-Mart de México	2020
8.10037055	10.5786137	Wal-Mart de México	2019
8.24054925	10.5231202	Wal-Mart de México	2016
8.99475694	10.4212598	Wal-Mart de México	2015
8.59988307	10.4833718	Wal-Mart de México	2014

Nota. Elaboración propia.

Para iniciar el proceso de regresión lineal se necesita incurrir en la revisión de la correlación de las variables de la investigación para conocer el grado de asociación y dirección entre las mismas. En primera instancia se realizaron los diagramas de dispersión véase Figura 4.3 en los grupos de datos y posteriormente, para efectos de la presente se decide aplicar sobre las variables el coeficiente de

Pearson (Figura 4.4) con el fin de examinar la pertinencia/adequación de la información a la recta lineal para definir la relación; es decir, que ésta muestre si la relación entre variables es significativa para proceder con la regresión lineal.

En figura 4.3 se muestran los diagramas de dispersión ejecutados señalando una aparente asociación de puntos en la dimensión social mientras que para la dimensión ambiental no. Seguido a esto, se procedió con cuantificación de esta asociación a través del coeficiente de Pearson.

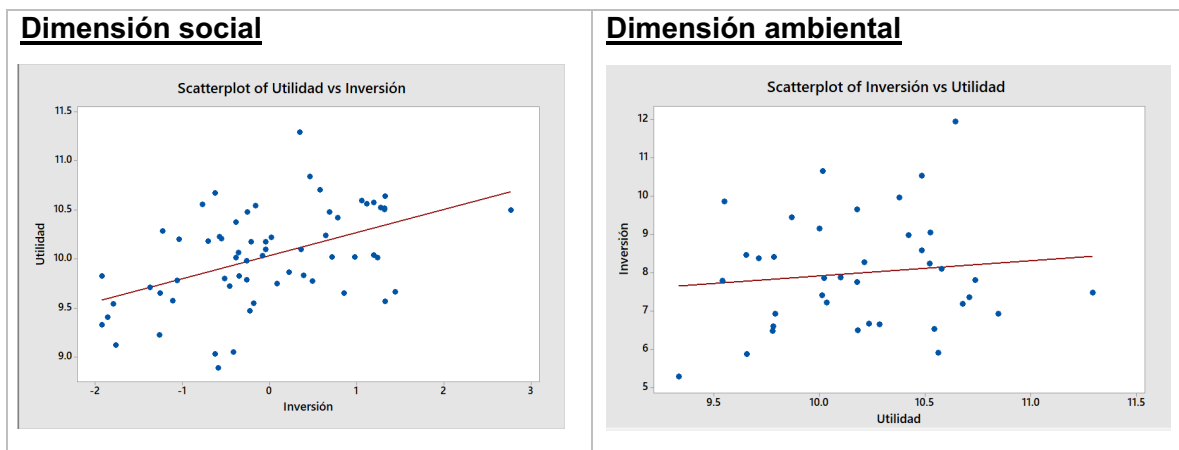


Figura 4.3 Aplicación de diagrama de dispersión.

Nota. Extracción de MiniTab.

En figura 4.4 se muestran los resultados de la aplicación de coeficiente de Pearson demostrando que para la dimensión social se presenta una correlación moderada (0.480) con una significancia del 0.01 (véase figura 4.5) y para la dimensión ambiental una correlación baja (0.118) sin significancia (véase figura 4.6), esto último indica que el comportamiento de la inversión ambiental socialmente responsable no se relaciona con el comportamiento de la utilidad neta.

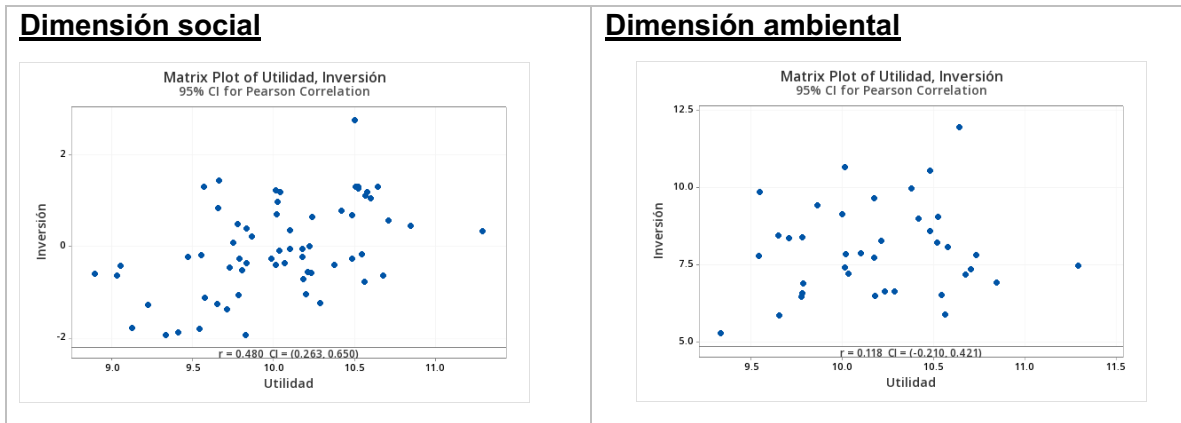


Figura 4.4 Aplicación de coeficiente de Pearson. *Nota.* Extracción de MiniTab.

Correlaciones

		Inversion	Utilidad
Inversion	Correlación de Pearson	1	.480**
	Sig. (bilateral)		.000
	N	63	63
Utilidad	Correlación de Pearson	.480**	1
	Sig. (bilateral)	.000	
	N	63	63

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Figura 4.5 Significancia de correlación para dimensión social.

Nota. Extracción de SSPS.

Correlaciones

		Inv_Amb	Utilidad_Amb
Inv_Amb	Correlación de Pearson	1	.118
	Sig. (bilateral)		.482
	N	38	38
Utilidad_Amb	Correlación de Pearson	.118	1
	Sig. (bilateral)	.482	
	N	38	38

Figura 4.4 Significancia de correlación para dimensión ambiental.

Nota. Extracción de SSPS.

Sólo se continuó el proceso con la dimensión social pues presentó una posible relación lineal entre los datos; el siguiente paso fue encontrar la ecuación de la recta de regresión lineal simple a través del método de mínimos cuadrados en

Minitab y que se expresa con un gráfico de línea ajustada. La ecuación de regresión queda como se muestra:

$$\text{Rentabilidad} = 10.04 + 0.2351 \text{ Inversión en RSE con dimensión social}$$

La ecuación de regresión lineal simple presenta una desviación estandar de 0.431409, un $r^2=23\%$ y un coeficiente de determinación R^2 ajustado= 21.8%. Por lo cual, el modelo planteado para esta investigación muestra una relación estadísticamente significativa, lo cual no precisa una exacta relación causal y se confirma con el R^2 ajustado que explica que el modelo sólo explica un 21.8% de la variabilidad de la variable dependiente (véase figura 4.5).

Resumen del modelo

$$S = 0.431409 \quad R\text{-Sq} = 23.0\% \quad R\text{-Sq(aj)} = 21.8\%$$

En figura 4.5 se muestra la gráfica de línea ajustada para el modelo de regresión lineal ejecutado en esta investigación donde se aprecia el coeficiente de determinación ajustado de un 21.8%. Por otra parte, en el análisis de varianza se muestra un P-Value de 0.000 por lo cual se rechaza la hipótesis nula, es decir, no existe evidencia para señalar que no hay relación entre las variables del modelo.

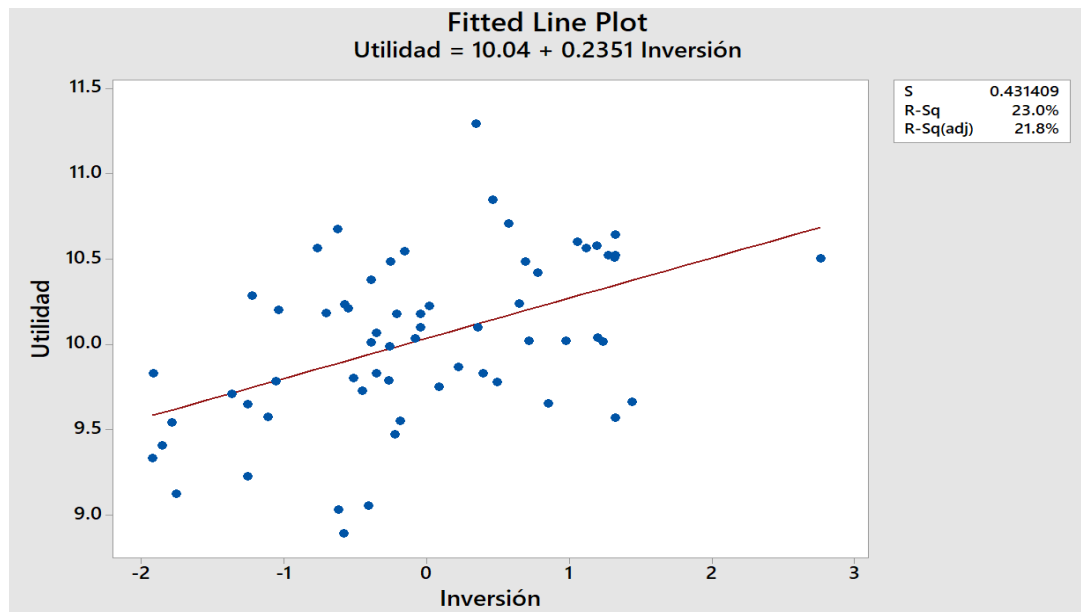


Figura 4.5 Gráfica de línea ajustada para modelo lineal. *Nota.* Extracción de MiniTab.

Análisis de varianza

Source	DF	SS	MS	F	P
Regression	1	3.3961	3.39608	18.25	0.000
Error	61	11.3529	0.18611		
Total	62	14.7490			

Por último, para garantizar que la aproximación es válida se analizan los supuestos propios del modelo de regresión lineal. En figura 4.6 se muestran gráficamente los supuestos del modelo de regresión lineal. Se encuentra una distribución normal de los residuales con un punto alejado de la línea que implica una distribución normal con un valor atípico; por lo tanto, se cumple el supuesto de normalidad. Se aprecia una homocedasticidad en gráfico *Versus Fits* ya que los valores muestran aleatoriedad y se encuentran sobre la línea de 0, lo cual sugiere que las varianzas de Y para cada X son iguales. Por último, el modelo no ha alcanzado a cumplir el supuesto de linealidad pues en gráfico *Versus Order* se observan curvas.

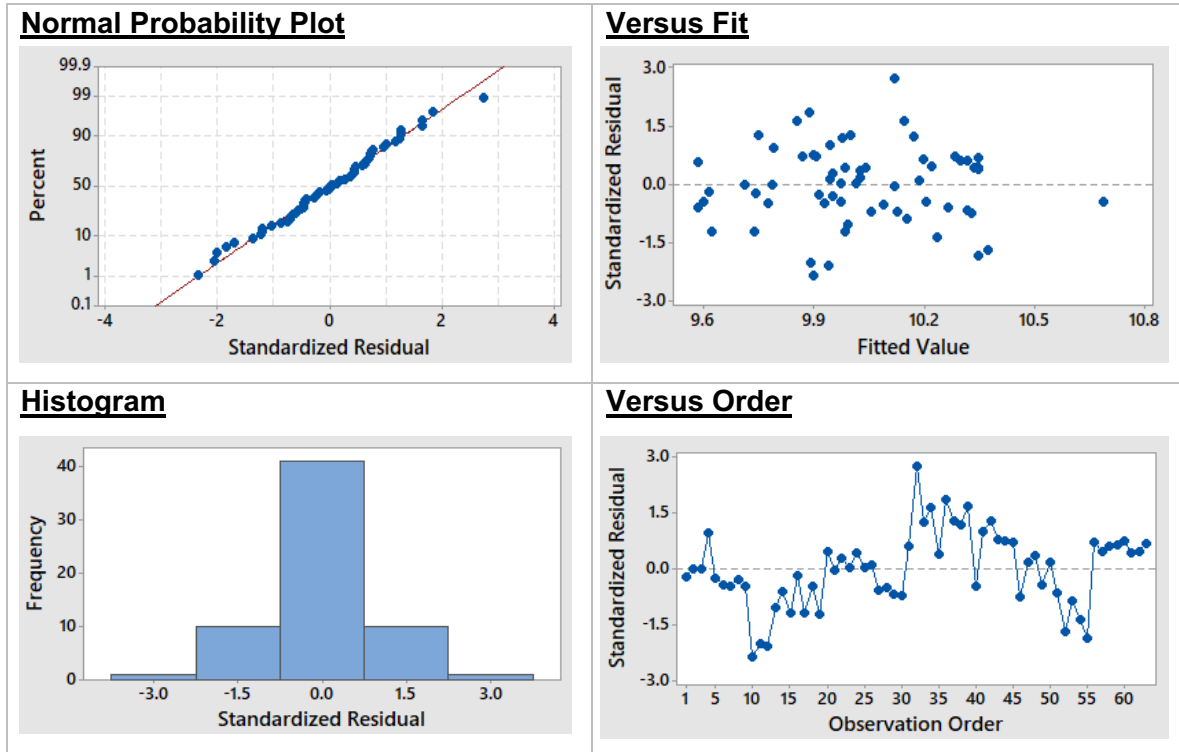


Figura 4.6 Análisis de supuestos del modelo de regresión

Nota. Extracción de MiniTab.

Como se puede ver en la figura 4.7 se muestra el resumen de la ejecución de regresión lineal que indica la relación entre las variables, la gráfica de línea ajustada para modelo lineal (ajuste de mínimos cuadrados) y el porcentaje de variación explicado por el modelo.

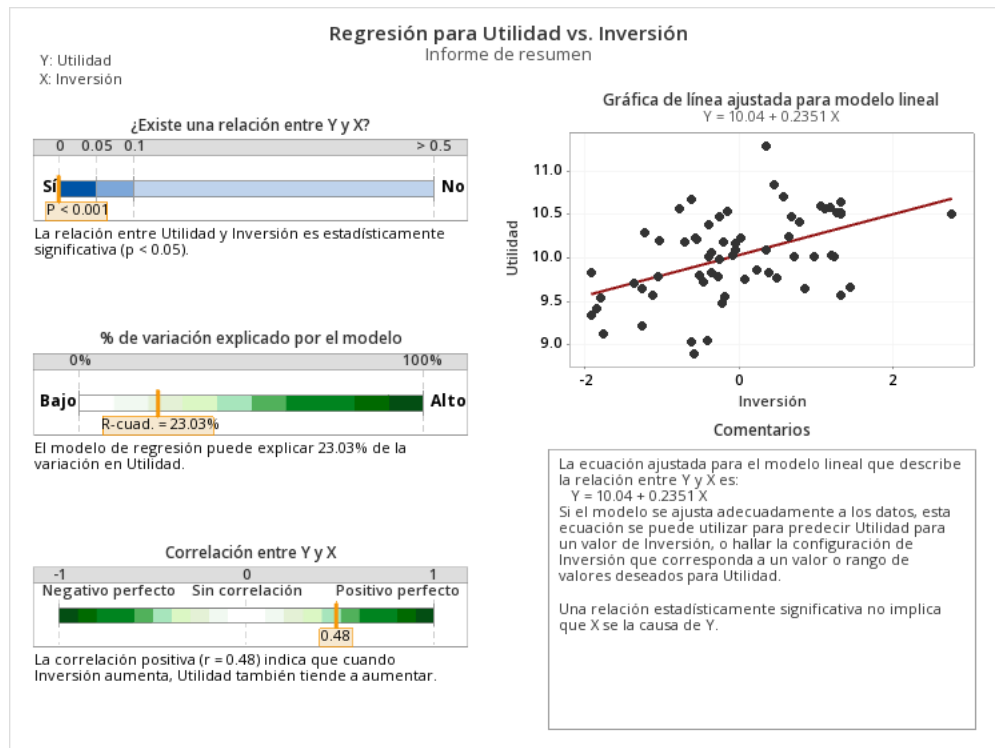


Figura 4.7 Resumen regresión lineal.

Nota. Extracción de Minitab.

4.3 Interpretación de resultados

La información previamente señalada precisa que el modelo de regresión lineal simple aplicado $Y = \alpha + \beta x_i + u_i$, mismo que estudió la relación entre la rentabilidad y la inversión de responsabilidad social empresarial en el ámbito social es estadísticamente significativo no obstante no supone que la variable independiente sea la causa de la variable dependiente, es decir, no indica que la inversión de responsabilidad social empresarial con dimensión social sea la razón de la utilidad neta en las emisoras analizadas.

Considerando que el modelo estadístico el modelo estadístico aplicado explica en un 21.8% la variabilidad de la variable dependiente y de acuerdo con Szretter (2013) que indica que el coeficiente de determinación (R^2 ajustado) en un modelo de regresión es entre $0 \leq R^2 \leq 1$, donde entre más cerca al 1 (100%) mayor es la fuerza de la variable independiente para predecir la variable respuesta. En éste coeficiente es el investigador quién define si la variabilidad es suficiente (García-García et al, 2013). Por lo cual, se concluye que es un modelo con este nivel de explicación no coadyuva a explicar un fenómeno por la ponderación y se puede señalar que la presencia de una variable estando la otra, en este contexto metodológico genera una relación baja.

Con la aplicación de la observación documental, el análisis de contenido y la ejecución de un modelo de regresión lineal simple sobre las dimensiones de las variables: inversión social y utilidad neta, se da respuesta a la pregunta específica de investigación número 1, planteada en capítulo I, ¿Qué repercusiones ocurren en la rentabilidad de las empresas que cotizan en el índice S&P/BMV Total México ESG al implementar conductas socialmente responsables con dimensión social en el periodo 2014-2022? Encontrando que existe una relación positiva estadísticamente significativa. De la misma manera es alcanzado el objetivo número 1, el cual señala lo siguiente: Determinar las repercusiones sobre la rentabilidad de las empresas que cotizan en el índice S&P/BMV Total México ESG al implementar conductas de responsabilidad social con dimensión social en el periodo 2014-2022, generando un modelo que encuentra la relación entre las variables.

Y con esto se comprueba la hipótesis de trabajo número 1, Las conductas de responsabilidad social empresarial con dimensión social tienen una relación positiva con la rentabilidad de las empresas que cotizan en el índice S&P/BMV Total México ESG en el periodo 2014-2022, ya que se concluye que sí existe una relación positiva estadísticamente significativa con la inversión socialmente responsable con dimensión social sobre la utilidad.

Los resultados favorecieron los hallazgos de Ekienabor et al (2022), quienes concluyeron que la relación entre la RSE y el desempeño financiero corporativo muestra una relación significativa en la utilidad neta después de impuestos y para los ingresos. Esta investigación sugiere a los empresarios el incremento de inversión en temas socialmente responsables con respecto a la mejora en el rendimiento financiero que representa.

En línea con Alonso Rivera et al, (2022) la mayoría de las emisoras inscritas al IPC Sustentable de la BMV que formaron parte de la muestra en su estudio, no presentaron cambios estructurales significativos en su desempeño financiero posterior a su integración al índice sustentable. Lo cual coincide con el presente estudio.

En contraste para Gavira-Durón et al, (2020) en su estudio encontraron que para las empresas que cotizaban en el IPC sustentable de la BMV les implicaba un gasto adicional el ejecutar acciones para cumplir con los índices ASG, asumiéndose así una relación negativa entre las variables relativas a desempeño financiero. Es decir, se reconoce que no existe la relación de que a mejor rendimiento financiero suscitan mayores niveles de sustentabilidad.

En este mismo orden de ideas y coincidiendo con el estudio empírico realizado por Setó y Angla (2011) sobre empresas españolas que aparecen en el Monitor Español de Reputación Corporativa (Merco) donde encontraron que la relación entre la rentabilidad, en este caso ROE y la responsabilidad social empresarial es nula en ambas direcciones; es decir, el desempeño financiero no incide en la RSE, así como tampoco las acciones responsables no influyen en el resultado financiero. Por su parte, para Kukuluru y Singh (2017) la RSC tampoco presenta un impacto significativo en la rentabilidad.

Por otra parte, en la información previa se señala que en lo referente a la dimensión ambiental y la rentabilidad no presenta una relación estadísticamente significativa al mostrar una correlación baja de 0.118. Esto indica que la inversión ambiental socialmente responsable no se asocia a la utilidad neta. Estos resultados discrepan de Chaparro-Pérez et al, (2019) en cuyo estudio encontraron que para

las empresas de la Alianza del Pacífico sí existe una correlación positiva de 0,603 entre la inversión ambiental y las ventas netas.

Con la aplicación de la observación documental, el análisis de contenido y la ejecución de un análisis de correlación sobre las dimensiones de las variables: inversión social con dimensión ambiental y utilidad neta, se da respuesta a la pregunta específica de investigación número 2, planteada en capítulo I, ¿Cuáles efectos suceden en la rentabilidad de las empresas que cotizan en el índice S&P/BMV Total México ESG al implementar conductas socialmente responsables con dimensión ambiental en el periodo 2014-2022. Encontrando que no existe relación estadísticamente significativa. De la misma manera es alcanzado el objetivo número 2, el cual señala lo siguiente: Examinar los efectos que suceden sobre la rentabilidad de las empresas que cotizan en el índice S&P/BMV Total México ESG al implementar conductas de responsabilidad social con dimensión ambiental en el periodo 2014-2022, al realizar el análisis de correlación con las bases de datos recabadas y encontrando que no existe relación.

Y con ello se rechaza la hipótesis de trabajo número 2, Las conductas de responsabilidad social empresarial con dimensión ambiental tienen una relación positiva con la rentabilidad de las empresas que cotizan en el índice S&P/BMV Total México ESG en el periodo 2014-2022, ya que se concluye que no existe una relación estadísticamente significativa con la inversión socialmente responsable con dimensión ambiental sobre la utilidad.

Capítulo V. Conclusiones y Recomendaciones

En el presente capítulo se presentan las conclusiones y recomendaciones de la investigación, los cuales se organizan en cuatro secciones: conclusiones, contrastación de la hipótesis, aportaciones y discusiones y por último, recomendaciones y futuras líneas de investigación.

5.1 Conclusiones

La presente investigación se realizó con el fin de estudiar la incidencia de la Responsabilidad Social Empresarial sobre la rentabilidad de las empresas que cotizan en el índice S&P/BMV Total México ESG, 2014-2022. La mencionada investigación fue concebida bajo la premisa de generar conocimiento sobre la relación entre ambas variables y así, ser sustento para las transiciones corporativas hacia futuros más sustentables. Este estudio pretendió entender la responsabilidad social empresarial como estrategia financiera y con esto, promover la adopción de estas conductas en los entornos empresariales.

Se logró alcanzar el objetivo general que fue demostrar la incidencia de la Responsabilidad Social Empresarial sobre la rentabilidad de las empresas que cotizan en el índice S&P/BMV Total México ESG, 2014-2022. Se propone un modelo estadístico y se encuentra que la incidencia de la RSE en relación con la rentabilidad es baja.

En lo que respecta al primer objetivo específico sobre determinar las repercusiones sobre la rentabilidad de las empresas que cotizan en el índice S&P/BMV Total México ESG al implementar conductas de responsabilidad social con dimensión social en el periodo 2014-2022. La observación documental, el análisis de contenido y ejecutar un modelo de regresión lineal simple sobre las dimensiones de las variables: inversión social y utilidad neta, permitieron determinar que la incidencia es estadísticamente significativa, pero sostiene un R^2 ajustado que explica un 21.8% de la variabilidad de la rentabilidad (variable dependiente). Por lo que, se concluye que la inversión social en las empresas mantiene una relación baja con la utilidad neta declarada y por tanto, no puede precisarse una exacta relación causal.

En cuanto al segundo objetivo específico que examina los efectos que ocurren sobre la rentabilidad de las empresas que cotizan en el índice S&P/BMV Total México ESG al implementar conductas de responsabilidad social con dimensión ambiental en el periodo 2014-2022, los resultados provistos de la observación documental, el análisis de contenido y el cálculo del coeficiente de Pearson sobre las dimensiones de las variables: inversión ambiental y utilidad neta, permitieron establecer que la correlación entre ambas es baja (0.118) sin significancia estadística; por lo que se concluye que la inversión en materia ambiental realizada en las empresas muestra de esta investigación no se relaciona con el comportamiento de la utilidad neta.

Por otro lado, en lo que refiere a las implicaciones teóricas, este estudio contribuye a la literatura académica existente sobre la relación de las variables de RSE y rentabilidad; esta investigación da soporte dentro del contexto analizado al plantear una metodología y evitar que se recorra el camino sin hacer primero algunas adecuaciones en la población. Los resultados no son definitorios, pero permiten crear inferencias sobre la relación de la RSE y la rentabilidad, y aunque se considera que en este trabajo los resultados concluyen en una relación baja, pone de relieve que hay relación y que quizás en poblaciones más amplias podría explicar de una manera con mayor contundencia.

Asimismo, la investigación indica que la teoría de las partes interesadas dentro del contexto empresarial puede explicar en un bajo porcentaje el rendimiento financiero de las organizaciones que formaron parte de la muestra. El análisis permite que se entienda que las empresas que generan acciones a favor de la sociedad con tintes sociales y ambientales pueden explicar su utilidad neta (en un porcentaje menor) con la ejecución de esta inversión social.

Este estudio también tiene implicaciones prácticas en dirección al sector empresarial al poner a disposición estos hallazgos que muestran que existe una relación significativa entre ambas variables, lo cual sugiere un potencial beneficio al implementar la responsabilidad social empresarial con conciencia y estrategia.

5.2 Contrastación de la hipótesis

Con la aplicación del modelo estadístico se obtienen los resultados, se contrastan las hipótesis planteadas. La hipótesis general para la presente investigación plantea que existe una relación positiva entre la responsabilidad social empresarial y la rentabilidad de las empresas que cotizan en índice S&P/BMV Total México ESG Index, 2014-2022 y considerando los resultados obtenidos mediante la aplicación del modelo, se concluye que es aceptada.

Este estudio también cuenta con dos hipótesis de trabajo donde la primera, señala que las conductas de responsabilidad social empresarial con dimensión social tienen una relación positiva con la rentabilidad de las empresas que cotizan en el índice S&P/BMV Total México ESG en el periodo 2014-2022 y la segunda menciona que las conductas de responsabilidad social empresarial con dimensión ambiental tienen una relación positiva con la rentabilidad de las empresas que cotizan en el índice S&P/BMV Total México ESG en el periodo 2014-2022.

Se concluye que la primera hipótesis es aceptada no obstante es relevante precisar que los resultados no son definitorios y no es un resultado altamente significativo. En lo que respecta a la segunda hipótesis se rechaza.

De acuerdo con las teorías que rigen esta investigación se presenta una tabla comparativa de las hipótesis en función de las mencionadas (véase tabla 5.1). En lo que respecta a la teoría de las partes interesadas la tesis explica en un nivel bajo cómo la creación de valor hacia los *stakeholders* (inversión social o ambiental) y el rendimiento financiero (utilidad neta) están relacionadas.

La teoría de la administración estratégica plantea la toma de decisiones que coadyuvan a un rendimiento superior al promedio lo que dentro de estos análisis no permiten concluir que se observan en los resultados; no se puede determinar que las empresas que cotizan en este índice presenten utilidades superiores al promedio.

Por último, la teoría de recursos y capacidades no se concluye que es aceptada en esta investigación debido a que la misma plantea que para obtener

ingresos extraordinarios son generados por recursos valiosos (en esta investigación, la responsabilidad social empresarial) que juegan un papel de ventaja competitiva para la empresa. Con base a los resultados no podemos determinar que a partir de la variable de RSE emerjan grandes utilidades.

Tabla 5.1

Contrastación de hipótesis y teorías de investigación

Teoría	Autor	Variable	Postura	Contrastación
Teoría de las partes interesadas	González (2007) Freeman et al, (2010) Freeman et al, (2015)	Responsabilidad social empresarial	Centrar atención en tratar a todas las partes interesadas con justicia, honestidad e incluso generosidad trae como consecuencia una influencia en las actitudes y comportamientos de los empleados, proveedores y consumidores lo cual permite asociar que a cuanto mejor gerencia, mayor rendimiento financiero.	<input checked="" type="checkbox"/>
Teoría de administración estratégica	Fred (2003) Torres (2014)	Responsabilidad social empresarial	Formular, implementar y evaluar las decisiones operativas y administrativas que permitan en conjunto alcanzar los objetivos de la organización y con ello, resultar en alcanzar el éxito bajo los términos establecidos por la misma. El propósito es explotar y crear oportunidades para el futuro obteniendo un rendimiento superior al promedio.	<input type="checkbox"/>
Teoría de recursos y capacidades	Ibarra Suárez (2002) Fong et al, (2007) Fon (2018)	Rentabilidad	Los beneficios extraordinarios en las organizaciones son los ingresos generados por recursos valiosos que pronto fungen como la fuente de ventaja competitiva para la empresa.	<input type="checkbox"/>

Nota. Elaboración propia.

5.3 Aportaciones y discusiones

A partir de la investigación ejecutada se genera y se pone a disposición datos de interés al sector empresarial que enmarcan que existe una posible relación entre la responsabilidad social empresarial y la rentabilidad. Aunque los resultados sean

bajos marca la pauta que sí se encuentra una relación y que podría considerarse como estrategia financiera, considerando la imagen corporativa que esto propicia y cómo los mercados están cambiando hacia una visión de sostenibilidad hacia procesos empresariales para subsistir.

Abonar en lo mencionado generaría beneficios en la sociedad desde varios ángulos, ya que ser socialmente responsable va desde lo social, pasando por lo económico y terminando en lo ambiental. Un cambio de parecer en los empresarios podría hacer toda la diferencia en lo que hacia nuestro futuro se augura.

5.4 Recomendaciones y futuras líneas de investigación

De acuerdo con la relevancia que la responsabilidad social empresarial ha adquirido con el paso del tiempo en los mercados y la importancia que supone determinar la relación entre ella y la rentabilidad, se presentan las siguientes recomendaciones y futuras líneas de investigación.

Al gobierno federal, estatal y municipal se les recomienda establecer estrategias que impacten en materia ambiental atrayendo mayor participación por parte de las empresas en temas de medio ambiente ya que el número de datos en inversión socialmente responsable con dimensión ambiental recolectados es inferior contra los datos de inversión social. Generar convocatorias, estímulos fiscales o estrategias para que se ejecuten actividades en las empresas que favorezcan al ambiente podría coadyuvar a que exista relación entre las variables de RSE y rentabilidad.

Al gobierno federal, que con estas convocatorias, estímulos fiscales y estrategias encuadren el camino hacia el cumplimiento de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030 al cual los Estados Miembros de la Organización de las Naciones Unidas aprobaron en septiembre 2015.

Al Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), destinar recursos para la investigación de información sobre la vivencia de la RSE en México en los distintos sectores, de tal modo que dichas estadísticas faciliten la investigación de

mencionada variable en relación con otras. Asimismo, permita el análisis y contraste de la aplicación de esta estrategia en el país con otros países.

A las empresas o empresarios, se sugiere considerar la implementación de la RSE en sus operaciones con el fin de que se fortalezca su relación con sus *stakeholders*. Atender convocatorias y participar en premiaciones o demás formatos para el beneficio mutuo de intereses de la sociedad y de las propias entidades empresariales

Al posgrado, se le recomienda continuar fortaleciendo sus programas que busquen la más alta calidad que forme a maestros competentes que entiendan y atiendan temas de vanguardia para lograr ser agentes de valor en otros contextos académicos u organizacionales. Se sugiere un enfoque más firme sobre la sustentabilidad que busque soluciones, proponga metodologías alcanzables que le permita entender a la comunidad que es una postura que se requiere desde hoy y sobre todo en el futuro próximo.

Además, se sugiere al posgrado establecer lazos y convenios con cámaras empresariales, universidades locales, nacionales y extranjeras para poner a disposición al estudiante distintas líneas de investigación y poblaciones a estudiar.

A futuras investigaciones, en primera instancia se recomienda replicar el modelo ampliando la población y muestra de estudio con empresas localizadas en México, que presenten distintivos de RSE, tal como CEMEFI o cualquiera que indique este sentido de responsabilidad en alguna dimensión: social, económica o ambiental y que además, pongan a disposición sus estados financieros y reportes de sustentabilidad detallando el monto económico destinado ya sea a través de la descarga directa en sitio web o a través de un proceso de solicitud que requiera mayor elaboración. También, se recomienda expandir la investigación hacia mercados internacionales que divulguen datos sobre su desempeño financiero y que muestren conductas socialmente responsables.

Por otra parte, se recomienda hacer uso del modelo de ecuaciones estructurales para evaluar indicadores de cada dimensión. Un modelo de

ecuaciones estructurales permitiría profundizar en la relación causal entre variables, donde se explicaría que una variable generará variación en otra; este modelo se adecúa a datos no experimentales (Medrano y Muñoz-Navarro, 2017).

Referencias

- Abela, J.A. (2002) *Las técnicas de Análisis de Contenido: Una revisión actualizada*. Fundación Centro de Estudios Andaluces. <http://mastor.cl/blog/wp-content/uploads/2018/02/Andreu.- analisis-de-contenido.-34-pags-pdf.pdf>
- Abenoza, S., & Lozano, J. M. (2014). *La RSE ante el espejo: Entre el desencanto, la conciencia de oportunidad y el sentimiento de urgencia*. España: Instituto de Innovación Social. <https://www.fundacionseres.org/Lists/Informes/Attachments/917/La%20RSE%20ante%20el%20espejo.pdf>
- Abreu, J. L., & M. , B. (2007). Análisis del concepto de responsabilidad social empresarial. *International Journal of Good Conscience*, 2(1), 54-70. https://www.researchgate.net/publication/228819301_Analisis_del_concepto_de_responsabilidad_social_empresaial_Analysis_of_the_corporate_social_responsibility_concept
- Adams, M., Magnan, G., Ashrafi, M., & Walker, T. R. (2018). 'How corporate social responsibility can be integrated into corporate sustainability: a theoretical review of their relationships'. *International Journal of Sustainable Development & World Ecology*, 25(8), 672-682. DOI:[10.1080/13504509.2018.1471628](https://doi.org/10.1080/13504509.2018.1471628)
- Aguirre Sajami, C. R., Barona Meza, C. M., & Dávila Dávila, G. (2020). La rentabilidad como herramienta para la toma de decisiones: análisis empírico en una empresa industrial. *Revista Valor Contable*, 7(1), 50-64.
- Alcaniz, L., Ricardo, A., & Retolaza, J. L. (2019). Newbusiness models: Beyond the shareholder approach. *Revista Brasileira de Gestão de Negócios*, 48-64. DOI: <https://doi.org/10.7819/rbgn.v22i1.4035>
- Álvarez Piedrahíta, I. (2016). *Finanzas estratégicas y creación de valor*. ECOE Ediciones.

- Alonso Rivera, A. y Gavira-Durón, N. (2021). Responsabilidad social empresarial, análisis de largo plazo del impacto sobre el desempeño financiero para empresas del IPC sustentable. *Revista de Investigación en Ciencias Contables y Administrativas*, 6(2), 80-100.
- Alonso Rivera, A., Gavira Durón, N. y Moreno Quezada, G.E. (2022). Análisis del impacto de la sustentabilidad corporativa en el desempeño financiero de las empresas que cotizan en el IPC sustentable. *Panorama económico*, 8(36), 199-220.
- Amatucci, C. (2020). Corporate Social Responsibility and the Quest for Incorporating Stakeholders' Interests in Directors' Duties . *The 7th International Scientific Conference of the Faculty of Law of the University of Latvia* (pág. 10.22364/iscflul.7.2.27). Latvia: University of Latvia. DOI:[10.22364/iscflul.7.2.27](https://doi.org/10.22364/iscflul.7.2.27)
- Avendaño Ruiz, B. D., Bañuelos Torrontegui, K. A., & Martínez Carrasco Pleite, F. (2021). Condiciones laborales y valoración de la responsabilidad social en empresas agrícolas del municipio de Elota, Sinaloa, México. *Agrociencia*, 55(2).
- Avendaño Ruiz, B., Bañuelos Torrónategui, K. A., & Martínez-Carrasco Pleite, F. (2021). Implantation of corporate social responsibility measures in the horticulture in Mexico and Spain. *Revista de la Facultad de Ciencias Agrarias - UNCuyo*, 53(2), 165-177. DOI: <https://doi.org/10.48162/rev.39.050>
- Avendaño Ruiz, B., Sierra López, O. A., & Lobo Rodríguez, M. (2015). An estimate of corporate social responsibility in horticultural enterprises from Baja California, Mexico. *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*, 6(3), 563-576.
- Blasco, Z. (2010). Corporate Social Responsibility in Mexico and France: Exploring the Role of Normative Institutions. *Business & Society*, 49(2), 216-251. DOI: <https://doi.org/10.1177/0007650307309434>

- Barnea, A., & Rubin, A. (2010). Corporate Social Responsibility as a Conflict Between Shareholders. *Journal of Business Ethics*, 97, 71–86. DOI: <https://doi.org/10.1007/s10551-010-0496-z>
- Bonmatí Martínez, J. (2011). El valor de una empresa y la creación de valor en esa empresa. *OPINIÓN*, 3(39), 10-12.
- Cajiga Calderon, J. F. (20 de Noviembre de 2021). *Definición y conceptos*. Obtenido de <https://www.cemefi.org/esr/>
- Cantú, C. (8 de Marzo de 2022). Exportaciones de México a EU arrancan 2022 con avance de 14.5%... pero a China le fue mejor. *El Financiero*.
- Cárdenas Cutiño, G. A., & Daza Ramírez, M. T. (2004). *Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas*. Obtenido de Diccionario de Contabilidad y Sistemas de Información: https://www.cucea.udg.mx/include/publicaciones_drupal/pdfs/diccionariocontaysist.pdf
- Capriotti, P. (2006). Concepción e Importancia Actual de la Ciudadanía Corporativa. *Razón y Palabra*(53).
- Carroll, A. B. (1979). A Three-Dimensional Conceptual Model of Social Performance. *The Academy of Management Review*, 4(4), 497-505. DOI: <https://doi.org/10.2307/257850>
- Chaparro-Pérez, S. C., Ramírez-Hamón, C.A., & Milena Barrios, S. (2019). Inversión ambiental y desempeño financiero para las empresas de la Alianza del Pacífico. *Apuntes Contables*, 24, 75-87. DOI: 10.18601/16577175.n24.05
- Chaturvedi, K., Akhtar, S., Azhar, N., & Shamshad, M. (2021). Impact of corporate social responsibility on financial performance of selected banks in India: Based on CAMEL model. *Studies in Economics and Business Relations*, 2(2), 17-31. DOI: 10.48185/sebr.v2i2.366
- Cemefi. (06 de Agosto de 2021). *Empresas que obtuvieron el Distintivo ESR® 2021 categoría PyMES*. Obtenido de Cemefi:

https://www.cemefi.org/esr/descargas/2021/listado_empresas_esr_pymes_2021.pdf

Cemefi. (08 de Mayo de 2022). *Cemefi*. Obtenido de Información institucional: <https://www.cemefi.org/cemefi/informacion-institucional>

Centro de Información Estadística y Geográfica del Estado de Sinaloa. (22 de Mayo de 2022). *Sistema de Indicadores*. Obtenido de Estadísticas Estatales: http://estadisticas.sinaloa.gob.mx/EE_Indicadores.aspx

Coba Molina, E., Díaz Córdova, J., Zurita Meza, E., & Proaño López, P. (2017). La responsabilidad social empresarial en las empresas del Ecuador. Un test de relación con la imagen corporativa y desempeño financiero. *Ingeniería Industrial. Actualidad y Nuevas Tendencias*, 5(18), 23-44.

Commission of the european communities. (2001). *Green paper: Promoting a European framework for Corporate Social Responsibility* . Bruselas: Commission of the european communities.

COMPITE. (17 de Mayo de 2022). *COMPITE México*. Obtenido de COMPITE México: <https://www.compite.org.mx/>

Consejo para el Desarrollo Económico de Sinaloa. (2022). *Inversión Extranjera Directa en Sinaloa durante el año 2021*. Sinaloa en números.

Correa, M. E., Flynn, S., & Amit, A. (2004). *Responsabilidad social corporativa en América Latina: una visión empresarial*. Naciones Unidas. <https://hdl.handle.net/11362/5621>

Damayanti, M., & Assagaf, A. (2022). Role of Good Corporate Governance as a Moderating Variable of the Influence of Financial Performance and Company Size on Company Value. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal*, 5(2), 17315-17321. DOI: <https://doi.org/10.33258/birci.v5i2.5678>

- Dyduch, J., & Krasodomska, J. (2017). Determinants of corporate social responsibility disclosure: An empirical study of Polish listed companies. *Sustainability*, 9(1934), 1-24. DOI: <https://doi.org/10.3390/su9111934>
- EIAly, A., Palaschuk, N., El-Bassiouny, D., Wilson, J., & Weber, O. (2020). Scoping the evolution of corporate social responsibility (CSR) research in the sustainable development goals (SDGs) era. *Sustainability*, 12(5544), 1-21. DOI: <https://doi.org/10.3390/su12145544>
- Ekienabor, E., Simeon Kayode, O., & Ekienabor, O. (2022). Corporate Social Responsibility and Corporate Financial Performance. *Journal of Applied Agricultural Economics and Policy Analysis*, 5(1), 1-8. DOI: 10.12691/jaaepa-5-1-1
- Esparza Aguilar, J. L., & Reyes, T. (2019). Prácticas de responsabilidad social empresarial desarrolladas por empresas familiares mexicanas y su efecto en el éxito competitivo y la innovación. *TEC Empresarial*, 13(2), 45-57.
- Fong, C. (2018). La teoría de recursos y capacidades: un enfoque contemporáneo en la gestión empresarial. *Carta Económica Regional*, 11(61), 27-31.
- Fong, C., Flores Valenzuela, K. E., & Cardoza Campos, L. M. (2007). La teoría de recursos y capacidades: un análisis bibliométrico. *Nova Scientia*, 9(19), 411 – 440. DOI: <https://doi.org/10.21640/ns.v9i19.739>
- Fong, C., Soriano, L., Parra , A., & Teodoro, E. (2020). El estado actual de la responsabilidad social empresarial en México. *Revista Academia & Negocios*, 41-56.
- Fred, R. D. (2003). *Conceptos de administración estratégica*. Pearson.
- Freeman, E., Harrison, J. S., & Zyglidopoulos, S. (2018). *Stakeholder Theory, Concepts and Strategies*. Cambridge.
- Freeman, R. E., Harrison, J. S., & Cavalcanti Sá de Abreu, M. (2015). Stakeholder Theory As an Ethical Approach to Effective Management: applying the theory

- to multiple contexts. *Review of Business Management*, 17(55), 858-869.
DOI: [10.7819/rbgn.v17i55.2647](https://doi.org/10.7819/rbgn.v17i55.2647)
- Freeman, R. E., Parmar, B. L., Harrison, J. S., Wicks, A. C., Purnell, L., & De Colle, S. (2010). Stakeholder Theory: The State of the Art. *The Academy of Management Annals*, 4(1), 403–445.
- Freire Quintero, C., Govea Andrade, K., & Hurtado Cevallos, G. (2018). Incidencia de la Responsabilidad Social Empresarial en la rentabilidad económica de empresas ecuatorianas. *Espacios*, 39(19), 0-7.
- Friedman, M. (1962). *Capitalism and Freedom*. The University of Chicago.
- Frynas, J. G., & Yamahaki, C. (2016). Corporate social responsibility: review and roadmap of theoretical perspectives. *Business Ethics: A European Review*, 25(3), 258-285. DOI:<https://doi.org/10.1111/beer.12115>
- Ganar-Ganar. (30 de Septiembre de 2021). *Inició el 5º Foro Internacional de PyMEs Socialmente Responsables profundizando en “un nuevo enfoque” de la RSE*. Obtenido de <https://ganar-ganar.mx/>: <https://ganar-ganar.mx/2021/09/30/inicio-el-5o-foro-internacional-de-pymes-socialmente-responsables-profundizando-en-un-nuevo-enfoque-de-la-rse/>
- Gavira-Durón, N., Martínez Peña, D.G. y Espitia Moreno, I.C. (2020). Determinantes financieras de la Sustentabilidad Corporativa de Empresas que cotizan en el IPC Sustentable de la BMV. *Revista Mexicana de Economía y Finanzas Nueva Época*. 15(2), 277-293. DOI: <https://doi.org/10.21919/remef.v15i2.485>
- García Nava, J. A., & Paredes Hernández, L. M. (2014). *Estrategias financieras empresariales*. México: Patria.
- García-García, J.A., Reding-Bernal, A., y López-Alvarenga, J.C. (2013). Cálculo del tamaño de la muestra en investigación en educación médica. *Investigación en Educación Médica*. 2(8), 217-224.

- Giraldo-Cardenas, L. M., Kammerer-Mejía, Y. Y., & Ríos-Osorio, L. A. (Junio de 2016). Responsabilidad social en PYMES del área metropolitana de Medellín, Colombia. *Dimensión empresarial*, 14(1), 123-135.
- Global Reporting Initiative . (2022). *About GRI*. Obtenido de Global Reporting Initiative: <https://www.globalreporting.org/about-gri/>
- González Esteban, E. (2007). La teoría de los stakeholders: Un puente para el desarrollo práctico de la ética empresarial y de la responsabilidad social corporativa. *Veritas*, 2(17), 205-224.
- Gray, R., Owen, D., & Adams, C. (2010). Some theories for social accounting?: a review essay and a tentative pedagogic categorisation of theorisations around social accounting. *Advances in Environmental Accounting and Management*, 4, 1-54. DOI:[10.1108/S1479-3598\(2010\)0000004005](https://doi.org/10.1108/S1479-3598(2010)0000004005)
- Grupo BMV. (2022). *Boletín de prensa: Nueva composición índice S&P/BMV Total México ESG*. Grupo BMV.
- Gutiérrez Janampa, J. A., & Tapia Reyes, J. P. (2016). Liquidez y rentabilidad. Una revisión conceptual y sus dimensiones. *Revista Valor Contable*, 3(1), 9-32. DOI: <https://doi.org/10.17162/rivc.v3i1.1229>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, R. y Baptista Lucio, P. (2010) *Metodología de la investigación*. McGraw Hill.
- Hodges, C. (2007). The Potential for Corporate Social Responsibility in Mexico: Some Reflections. *Social Responsibility Journal*, 3(1), 34-39. <https://doi.org/10.1108/17471117200700004>
- Huerta-Estévez, A., & Andrade-Estrada, M. G. (2021). Responsabilidad social empresarial en la misión, visión y valores de las principales empresas en México. *Revista de Alimentación Contemporánea y Desarrollo Regional*, 31(57), 2-22. DOI: <https://doi.org/10.24836/es.v31i57.1109>

- Ibarra Mirón, S., & Suárez Hernández, J. (2002). La teoría de los recursos y las capacidades. Un enfoque actual en la estrategia empresarial. *Anales de estudios económicos y empresariales*(15), 63-89.
- INEGI. (2020). *Censos Económicos 2019*. N/A: Instituto Nacional de Estadística y Geografía.
- INEGI. (22 de Marzo de 2021). *INEGI*. Obtenido de ESTUDIO SOBRE LA DEMOGRAFÍA DE LOS NEGOCIOS 2020: <https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2021/OtrTemEcon/EDN2020.pdf>
- Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social. (2007). *Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial*. Instituto Ethos.
- International Organization for Standardization. (2010). *International Organization for Standardization*. Obtenido de ISO 26000:2010 Guía de responsabilidad social: <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:es>
- Irshad, A., Rahim, A., Fayaz Khan, M., & Muddassar Khan, M. (2017). The impact of corporate social responsibility on customer satisfaction and customer loyalty, moderating effect of corporate image (Evidence from Pakistan). *City University Research Journal*, 63-73. DOI:[10.1016/j.spc.2020.07.019](https://doi.org/10.1016/j.spc.2020.07.019)
- ISO. (2010). *ISO 26000 visión general del proyecto*. ISO 26000 Responsabilidad Social.
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics*(3), 305-360. <https://www.sfu.ca/~wainwrig/Econ400/jensen-meckling.pdf>
- Keong, L. B., Ramakrishnan, S., & Hishan, S. S. (2018). Corporate social responsibility practice of Malaysian public listed government-linked companies: A dimensional analysis. *Management Science Letters*(8), 417-426. DOI:[10.5267/j.msl.2018.4.005](https://doi.org/10.5267/j.msl.2018.4.005)

- Kingo, L. (s.f.). *Naciones Unidas*. Obtenido de El Pacto Mundial de la ONU: La Búsqueda de Soluciones para Retos Globales: <https://www.un.org/es/cr%C3%B3nica-onu/el-pacto-mundial-de-la-onu-la-b%C3%BAqueda-de-soluciones-para-retos-globales#:~:text=El%20Pacto%20Mundial%20de%20las,forma%20que%20avancen%20los%20objetivos>
- Kovačič, A. (Diciembre de 2018). Implementation of corporate social responsibility in central Europe. *Sciendo*, 10(2), 87-98. DOI:10.2478/msd-2019-0013
- Kukunuru, S., & Singh, S. (2017). Corporate Social Responsibility and Impact on Profitability of Banks in the United Arab Emirates. *Middle East Journal of Business*, 12(1). DOI:10.5742/MEJB.2017.92903
- Lambarry Vilchis, F. (2016). Social Responsibility and Corporate Sustainability Factors in Mexico. *Universidad & Empresa*, 18(31), 103-119. DOI: <http://dx.doi.org/10.12804/rev.univ.empresa.31.2016.05>
- Lombana, J., & Rozas Gutiérrez, S. (2009). Marco analítico de la competitividad Fundamentos para el estudio de la competitividad regional. *Pensamiento & Gestión*(26).
- Los noticieristas. (18 de Agosto de 2021). *Sinaloa, en los tres primeros lugares a nivel nacional de Empresas Socialmente Responsables*. (2021, Productor) Obtenido de Los noticieristas: <https://losnoticieristas.com/post/38062/sinaloa-en-los-tres-primeros-lugares-a-nivel-nacional-de-empresas-socialmente-responsables/>
- López Salazar, A. (2013). Hacia la responsabilidad social empresarial de pequeñas empresas: Caso México. *Revista Internacional Administración & Finanzas*, 6(6).
- Luo, J., Bi, M., & Jia, D. (2022). Corporate Social Responsibility Risk and Firm Performance: A Network Perspective. *International Journal of Financial Studies*, 10(40), 1-20. <https://doi.org/10.3390/ijfs10020040>

- Mackenzie Torres, T., Buitrago Quintero, M. T., Giraldo Vélez, P., Parra Sánchez, J. H., & Valencia Ramos, J. A. (2013). La teoría de la agencia. El caso de una universidad privada en la ciudad de Manizales. *Equidad Desarro*(19), 53-76.
- Madero Gómez, S. M., & Navarro Garza, M. F. (2010). How social responsibility in Mexico is understood through the Internet: A qualitative analysis. *EsicMarket*, 135, 91-118.
- Maignan, I., Ferrell, O. C., & M. Hult, G. T. (1999). Corporate Citizenship: Cultural Antecedents and Business Benefits. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 455-469.
- Malacara, N. (11 de Noviembre de 2021). *Expansión*. Obtenido de Estas son las Empresas Responsables 2021: <https://expansion.mx/empresas/2021/11/11/estas-son-las-empresas-responsables-2021>
- Méndez Sáenz, A. B., Rodríguez García, M. d., y Cortez Alejandro, K. A. (2019). Factores Determinantes de la Responsabilidad Social Empresarial (rse). Caso aplicado a México y Brasil. *Análisis Económico*, 26(86), 197-217.
- Medrano, L. A. y Muñoz-Navarro, R. (2017). Aproximación Conceptual y Práctica a los Modelos de Ecuaciones Estructurales. *Revista Digital de Investigación en Docencia Universitaria*, 11(1), 219-239. DOI: <http://dx.doi.org/10.19083/ridu.11.486>
- Mestre, J. (18 de Diciembre de 2020). *Responsabilidad Social en México: Sinaloa*. Obtenido de Valor Compartido: <https://valor-compartido.com/responsabilidad-social-en-mexico-sinaloa/>
- Meyskens, M., & Paul, K. (2010). The Evolution of Corporate Social Reporting Practices in Mexico. *Journal of Business Ethics*, 91(Moriah Meyskens Karen Pau), 211–227. <http://www.jstor.org/stable/40929134>
- Monje Álvarez (2011) *Metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa*. Universidad Surcolombiana

- Montoya A., J. C. (13 de Abril de 2011). *Portafolio*. Obtenido de Ciudadanía Corporativa: <https://www.portafolio.co/opinion/juan-carlos-montoya-a/ciudadania-corporativa-124698>
- Moral Peláez, I. (2016) Modelos de regresión: lineal simple y regresión logística. *Seden*. 195-2014.
- Muñoz Murcia, N., Ruiz Acosta, L., y Camargo Mayorga, D. (2020). Relación entre responsabilidad social empresarial y rentabilidad: una revisión de literatura. *Encuentros*, 18(02), 128-141. DOI: <https://doi.org/10.15665/encuen.v18i02.2406>
- Murillo Castro, I., Acosta Perea, A. E., y Acosta Ávila, M. (2019). Apropiación de las PYMES de prácticas de RSE: Casos Agronegocio turístico en Sinaloa. *Revista de Investigación Latinoamericana en Competitividad Organizacional RILCO*, 1(2).
- Naciones Unidas. (25 de Septiembre de 2015). *La Asamblea General adopta la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible*. Obtenido de Naciones Unidas: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/2015/09/la-asamblea-general-adopta-la-agenda-2030-para-el-desarrollo-sostenible/#>
- Ñaupas Paitán H., Valdivia Dueñas, M.R., Palacios Vilela, J.J. y Romero Delgado, H.E. (2018). *Metodología de la investigación*. Ediciones de la U.
- Naranjo Arango, R., Mercado-Caruso, N., Naranjo Del Giudice, O., & Giraldo Oliveros, M. E. (2018). Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en medianas empresas del departamento del Atlántico, Colombia. *Revista Venezolana de Gerencia*, 23(84).
- Nguyen, T. N., & Nguyen, V. C. (2020). The Determinants of Profitability in Listed Enterprises: A Study from Vietnamese Stock Exchange. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(1), 47-58. DOI:[10.13106/jafeb.2020.vol7.no1.47](https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.no1.47)

- Nguyen, X. H., Dang, T. Q., Dinh, T. T., Do, P. T., Pham, T. U., & Mai, D. D. (2022). The Impact of Corporate Social Responsibility on Brand Value and Financial Performance: Evidence from Bancassurance Service Providers in Vietnam. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 9(6), 183-194. DOI: <https://doi.org/10.13106/jafeb.2022.vol9.no6.0183>
- O'Connell, M., & Ward, A. M. (2020). Shareholder Theory/Shareholder Value. En S. S. Idowu, *Encyclopedia of Sustainable Management* (págs. doi:10.1007/978-3-030-02006-4). Online ISBN:978-3-030-02006-4: Springer, Cham. DOI: <https://doi.org/10.1007/978-3-030-02006-4>
- Observatorio de responsabilidad social corporativa. (2001). *Libro Verde: Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*. Obtenido de Observatorio de responsabilidad social corporativa: <https://observatoriosc.org/libro-verde-fomentar-un-marco-europeo-para-la-responsabilidad-social-de-las-empresas/>
- Onitcanschi, G. G. (3 de Mayo de 1971). *Teoría de la administración financiera*. Obtenido de Biblioteca Digital de la Facultad de Ciencias Económicas - Universidad de Buenos Aires: http://bibliotecadigital.econ.uba.ar/download/tesis/1501-1011_OnitcanschiGG.pdf
- Oreja, M. (2021). ¿Qué son las empresas B de triple impacto y por qué crecerán en la era post pandémica? *Forbes*.
- Ormaza Andrade, J., Ochoa Crespo, J., Ramírez Valarezo, F., & Quevedo Vázquez, J. (2020). Responsabilidad social empresarial en el Ecuador: Abordaje desde la Agenda 2030. *Revista de Ciencias Sociales*, 16(3), 175-193.: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28063519009>
- Páez, P. N., Jiménez, W. G., & Buitrago, J. D. (2022). Las teorías de la competitividad: una síntesis. *Republicana*(31), 119-144. <https://doi.org/10.21017/rev.repub.2021.v31.a110>.

- Padilla, C. P., Arévalo, D. X., Bustamante, M. A., & Vidal, C. L. (2017). Responsabilidad Social Empresarial y Desempeño Financiero en la Industria del Plástico en Ecuador. *Información Tecnológica*, 28(4), 93-102. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642017000400012>.
- Paul, K., Cobas, E., Ceron, R., Frithiof, M., Maass, A., Navarro, I., Zalka Deaton, L. (2006). Corporate Social Reporting in Mexico. *The Journal of Corporate Citizenship*(22), 67-80.
- Perdomo Moreno, A. (2008). *Elementos básicos de administración financiera*. Cengage Learning.
- Pérez Chavarría, M. (2009). Responsabilidad social corporativa (rsc) y comunicación: la agenda de las grandes empresas mexicanas. *Signo y Pensamiento* 55 · *Documentos de Investigación*, 28, 201-217 .
- Pérez-Morales, J. R., Aldape-Alamillo, A., Reyes-Martínez, M., Hajar-Rivera, H., & Castillo-Pérez, V. H. (2018). History of Social Responsibility in Mexico: A Review of the Literature. *Advances in Human Factors, Business Management and Leadership*, 183-190. DOI:10.1007/978-3-319-60372-8_18
- Porter, M. (1985). *Competitive advantage*. The Free Press.
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2006). Estrategia y sociedad. *Harvard Business Review*, 3-15.
- Quinche Martín, F. L. (2017). Una mirada crítica a las teorías predominantes de la responsabilidad social corporativa. *Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, 15(2), 159-178. <https://doi.org/10.18359/rfce.3071>.
- Ramos Yáñez, A. M., Torres Ramos, E., Alonso Reyes, A., & Segundo Gil, L. (2021). Implementación de acciones de responsabilidad social en las empresas micro y pequeñas de los municipios Atlauta, Ozumba y Amecameca. *Relayn*, 5(1), 117-134.

- Rangel-Lyne, L., Ochoa-Hernández, M., Azuela-Flores, J., & Hernández-Angel, F. (2019). Corporate social responsibility and consumption trends of working university millennial students. *CienciaUAT*, 13(2), 44-55. doi.org/10.29059/cienciauat.v13i2.1023
- Red Española del Pacto Mundial. (2020). *Política de Responsabilidad Social: un compromiso de la Red Española del Pacto Mundial*. Pacto Mundial Red Española.
- ResponSable. (2019). *Panorama de la responsabilidad social en México*. ResponSable.
- Sanahuja, J.A y Tezanos Vázquez, S. (2017). Del milenio a la sostenibilidad: retos y perspectivas de la Agenda 2030 para el desarrollo sostenible. *Política y Sociedad*, 54(2), 533-555. DOI: <https://doi.org/10.5209/POSO.51926>
- Schislyaeva, E., Saichenko, O., & Mirolybova, O. (2014). Current models of corporate social responsibility in Russia. *SIGNOS-Investigación en Sistemas de Gestión*, 6(1), 121-132.
- Sáenz, L., & Sáenz, L. (2019). Razones financieras de liquidez: un indicador tradicional del estado financiero de las empresas. *Orbis Cognita*, 3(1), 1-4. <http://portal.amelica.org/ameli/jatsRepo/213/2131217005/index.html>
- Saldaña Rosas, A. (2009). La empresa socialmente responsable en México: auge, paradojas y perspectivas. *Ciencia Administrativa*, 2, 1-8.
- Saldaña Rosas, A. J. (2019). Responsabilidad social empresarial: Hacia una agenda de investigación en México. *Administración y organizaciones*, 75-89.
- Saeed, A., & Sroufe, R. (2021). Performance, Risk, and Cost of Capital: Trends and Opportunities for Future CSR Research. *Journal of Risk and Financial Management*, 14(12), 1-20. <https://doi.org/10.3390/jrfm14120586>
- Sanchez Jimenez, V. (2015). La redefinición del papel de la empresa en la sociedad. *Revista Castellano-Manchega de Ciencias sociales*, 129-145.

- Sanchez, D., & Aguilar, K. (Diciembre de 2020). El Mercado Verde en Latinoamérica y la Responsabilidad Social Empresarial. *Revista Minerva de investigación científica*, 1(3), 40-44.
- Sansores Guerrero, E. A., & Granados Sánchez, J. L. (2017). Responsabilidad social empresarial en México: un análisis de su implementación en el sector turístico. *Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, 19(3), 431-449. DOI: <https://doi.org/10.36390/telos193.04>
- Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural. (11 de Julio de 2021). *Cinco estados con cinco estrellas en producción agrícola*. Obtenido de Gobierno de México: <https://www.gob.mx/agricultura/articulos/cinco-estados-con-cinco-estrellas-en-produccion-agricola>
- Setó, D. & Angla, J. (2011). La naturaleza de la relación entre la responsabilidad social de la empresa (RSE) y el resultado financiero. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 20 (4), 161-176.
- Solari, E. (2018). Lo que dice la academia sobre los efectos de la aplicación de prácticas de RSE. *Ciencias Administrativas*, 51-67. DOI: <https://doi.org/10.24215/23143738e026>
- S&P Dow Jones Indices (12 de Octubre 2022). *S&P/BMV Total Mexico ESG Index*. <https://www.spice-indices.com/idp/#/>
- Szretter Noste, M.E. (2017). *Apunte de Regresión Lineal*. Universidad de Buenos Aires.
- Suárez Morán, E. (2020). Do corporations care? Corporate Social Responsibility and firm's engagement. *EconoQuantum*, 07-27. DOI:10.18381/eq.v17i1.7147
- Taghizadeh-Hesary, F., Yoshino, N., & Phoumin, H. (2021). Analyzing the Characteristics of Green Bond Markets to Facilitate Green Finance in the Post-COVID-19 World. *Sustainability*, 13(5719), 1-24. <https://doi.org/10.3390/su13105719>

- Torres Hernández, Z. (2014). *Administración estratégica*. Patria.
- Tulcanaza-Prieto, A. B., Shin, H., Lee, Y., & Won Lee, C. (2020). Relationship among CSR Initiatives and Financial and Non-Financial Corporate Performance in the Ecuadorian Banking Environment. *Sustainability*, 12(1621), 1-16. <https://doi.org/10.3390/su12041621>
- Van Buren III, H. J., Logsdon, J. M., & Thomas, D. E. (2006). The evolution of corporate social responsibility in Mexico. *International Association of Business and Society Conference*, 173-177. <http://www.jstor.org/stable/40929134>
- Vera, V. y Ortiz, S. (2016). Matriz de consistencia metodológica. *Ciencias Huasteca Boletín Científico de la Escuela Superior de Huejutla*.
- Verduzco Igartúa, G. (2003). *Organizaciones no lucrativas : visión de su trayectoria en México*. Estudios Sociológicos De El Colegio De México.
- Wachowicz , J. M., & Van Horne, J. C. (2010). *Fundamentos de Administración Financiera*. Pearson Educación.
- Wan Yusoff, W. F., & Sani Adamu, M. (2016). The relationship between corporate social responsibility and financial performance: evidence from Malaysia. *Medwell Journals*, 10(4), 345-351. DOI: 10.36478/ibm.2016.345.351
- Weyzig, F. (2006). Local and Global Dimensions of Corporate Social Responsibility in Mexico. *Journal of Corporate Citizenship*, 24, 69-81. <https://www.jstor.org/stable/jcorpciti.24.69>
- Wood, D. J. (1991). Corporate Social Performance Revisited. *The Academy of Management Review*, 16(4), 691-718. <https://doi.org/10.5465/amr.1991.4279616>
- Wood, D. J. (2010). Measuring Corporate Social Performance: A Review. *International Journal of Management Reviews*, 12(1), 50-84. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2370.2009.00274.x>

World Economic Forum. (Abril de 21 de 2006). *Corporate Citizenship*. Obtenido de Global Corporate Citizenship Initiative: <http://web.worldbank.org/archive/website00818/WEB/OTHER/GLOBAL-3.HTM>

Zarta Ávila, P. (2018). La sustentabilidad o sostenibilidad: un concepto poderoso para la humanidad. *Tabula Rasa*. 28, 409-423. DOI: <https://doi.org/10.25058/20112742.n28.18>

Zayas Barreras, I. (2019). La competitividad en las empresas agropecuarias a través de la responsabilidad social empresarial. *Revista Mexicana de Agronegocios*, 45, 273-283.