



Universidad de Valladolid
Facultad de Ciencias Económicas y
Empresariales

Trabajo de Fin de Máster

Máster en Administración de Empresas

Responsabilidad social corporativa: un
análisis comparativo entre Argentina y
México

Presentado por:

Eliana Londoño Londoño

Tutelado por:

Dr. José Miguel Rodríguez Fernández

Valladolid, Julio de 2022

RESUMEN

El presente trabajo pretende estudiar y comparar el nivel o intensidad de las actividades de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) de dos países latinoamericanos, a la vez que se analizan teóricamente aspectos de la RSC en el sector empresarial, así como su presencia y desarrollo en Latinoamérica. Para lograr este doble objetivo, se realizó primero una revisión de la literatura teórica previa existente en ese campo, donde se abordaron temas conceptuales sobre la RSC y su evolución en América Latina. Por otra parte, se utilizó información de las bases de datos Refinitiv Eikon y Orbis para efectuar posteriormente el estudio empírico comparativo, donde se analizaron 12 variables (indicadores) en un periodo de tiempo de 5 años, para 112 empresas pertenecientes a Argentina y México. Mediante la estimación de un modelo de regresión logística con datos de panel y efectos aleatorios, se identificaron cuatro variables significativas que puede explicar y predecir la diferencia entre las actividades de RSC entre Argentina y México: V2, emisiones; V3, innovación ambiental; V8, administradores; V10, estrategia de RSC; y una variable económico-financiera representativa del tamaño de la compañía, los activos totales.

ABSTRACT

This paper aims to study and compare the level or intensity of Corporate Social Responsibility (CSR) activities in two Latin American countries, while theoretically analyzing aspects of CSR in the business sector, as well as its presence and development in Latin America. In order to achieve this twofold objective, a review of previous theoretical literature in the field was carried out, addressing conceptual issues on CSR and its evolution in Latin America. On the other hand, information from the Refinitiv Eikon and Orbis databases was used to carry out the empirical comparative study, where 12 variables (indicators) were analyzed over a period of 5 years for 112 companies in Argentina and Mexico. By estimating a logistic regression model with panel data and random effects, four significant variables were identified that can explain and predict the difference between CSR activities between Argentina and Mexico: V2, emissions; V3, environmental innovation; V8, managers; V10, CSR strategy; and an economic-financial variable representative of company size, total assets.

ÍNDICE

| | |
|--|-----------|
| INTRODUCCIÓN..... | 6 |
| a. Focalización del tema, importancia y justificación | 6 |
| b. Objetivos | 10 |
| c. Metodología | 10 |
| d. Estructura..... | 11 |
| CAPITULO 1: RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA: DEFINICIÓN, EVOLUCIÓN Y DIMENSIONES. | 13 |
| 1.1 Concepto de Responsabilidad Social Corporativa (RSC)..... | 13 |
| 1.2 Enfoques de RSC..... | 15 |
| 1.3 Niveles y dimensiones | 17 |
| 1.4 Los <i>stakeholders</i> | 21 |
| 1.5 La responsabilidad social corporativa en América Latina | 23 |
| CAPITULO 2: ANÁLISIS EMPÍRICO..... | 28 |
| 2.1 Muestra, fuente de datos y variables del análisis | 28 |
| 2.2 Metodología aplicada | 30 |
| 2.3 Resultados obtenidos | 32 |
| 2.3.1 Estadísticos descriptivos | 33 |
| 2.3.2 Matriz de correlaciones..... | 35 |

| | |
|---|-----------|
| 2.3.3 Regresión logística con datos de panel y efectos aleatorios | 37 |
| 2.3.4 Bondad del ajuste y curva ROC | 37 |
| 2.3.5 Discusión de los resultados empíricos..... | 40 |
| CONCLUSIONES..... | 44 |
| REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS | 46 |

ÍNDICE DE FIGURAS Y CUADROS

| | |
|---|-----------|
| Figura 1. Coordenadas de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) | 16 |
| Figura 2. Modelo dimensional de RSC descrito por Carroll. | 19 |
| Figura 3. Comparación de modelos de responsabilidad de Carroll y Kang y Wood. | 20 |
| Figura 4. Modelo stakeholders por Freeman (1984). | 21 |
| Figura 5. Curva ROC | 40 |
| | |
| Cuadro 1. Variables independientes incluidas en el análisis. | 29 |
| Cuadro 2. Estadísticos descriptivos de las empresas argentinas. | 33 |
| Cuadro 3. Estadísticos descriptivos de las empresas mexicanas. | 34 |
| Cuadro 4. Estadísticos descriptivos del total de empresas. | 34 |
| Cuadro 5. Matriz de correlaciones en las empresas de Argentina. | 35 |
| Cuadro 6. Matriz de correlaciones en las empresas de México. | 36 |
| Cuadro 7. Matriz de correlaciones en el total de empresas. | 36 |
| Cuadro 8. Regresión logística binaria con efectos aleatorios. $Y = \text{País} (0,1)$. | 38 |
| Cuadro 9. Bondad del ajuste. | 38 |
| Cuadro 10. Porcentajes de clasificaciones correctas | 39 |

INTRODUCCIÓN

La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) ha tomado auge desde hace más de 20 años, representando para las empresas un paso en el compromiso, no solo de manera interna sino también forma externa a la empresa, es decir, su responsabilidad por su impacto en la sociedad, es por ello, que resulta necesario el conocimiento del tema y su importancia en el ámbito empresarial.

a. Focalización del tema, importancia y justificación

Hoy día las organizaciones no solo enfocan sus intereses en los beneficios económicos de los asociados, sino que, con el tiempo, el valor social ha equiparado el grado de importancia con respecto al valor económico, agregando además beneficios tanto para las empresas como para la sociedad en general (Sierra *et al.* 2014).

Los primeros indicios sobre la aplicación del enfoque socialmente responsable se dieron durante la mitad del siglo XX, sin embargo, hasta principio del siglo XXI la Responsabilidad Social tomó fuerza dentro del sector empresarial (Sierra *et al.* 2014).

En este sentido, puede decirse que la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) es un modelo que permite gestionar el aspecto de la ética en las empresas, y estas lo llevan a cabo de manera voluntaria, tomando la responsabilidad sobre sus actividades de índole económica, social y medioambiental con respecto a los entes involucrados en su actividad, con el fin de contribuir al desarrollo de la sostenibilidad y de valores del sector empresarial en general (Guerrero y Sandoval, 2011, pág. 24).

Asimismo, las empresas pueden hacer uso de la RSC para aumentar su competitividad dentro del mercado a mediano y largo plazo, debido a que, al adoptar

este modelo de gestión ética le proporciona un valor adicional frente a la sociedad impulsando así su crecimiento como empresa (Puerto y Aguilera, 2012, pág. 52).

Por lo anterior, el basamento principal de la RSC radica en la actuación responsable por parte de la empresa con respecto a sus *stakeholders* o grupos de interés.

Desde la perspectiva latinoamericana, algunos estudios indican que la RSC en este contexto se ha desarrollado de manera progresiva durante los últimos 10 años, sin embargo, la confusión ha influenciado de manera negativa este proceso, debido a que no existe una estandarización del enfoque. “la responsabilidad social en empresas de Latinoamérica se viene desarrollando con un poco de confusión ya que no existe un estándar acordado y aceptado a escala internacional” (Huamán y Vargas, 2021, pág. 21).

La RSC se ha convertido en un estandarte para las organizaciones, y, cuando estas, no generan beneficios sociales deben enfrentarse a desventajas competitivas, que cada día aumentan debido al crecimiento de mercados emergentes, restándole así protagonismo y buena reputación como colaboradores del bienestar de la sociedad.

Un ejemplo de la subestimación de la RSC en las empresas quedó reflejado, no solo en la limitación de su aplicación, sino que también en las dimensiones, como el caso de las compañías Nike y Gap durante 1990-2000, cuya dimensión de las adecuadas condiciones laborales fueron relegadas al permitir la explotación infantil en su mano de obra en zonas asiáticas, infringiendo leyes solo por conseguir el beneficio económico (Avendaño, 2013).

Por lo anterior, la aplicación práctica de la RSC se ha convertido actualmente en una necesidad, debido a su aportación como clave en la gestión empresarial en cuanto a que, a través de ella se crean buenas relaciones entre los grupos de interés en la organización, permitiendo con esto aumentar de manera óptima el desarrollo económico y poder determinar el impacto en el desempeño y en la reputación de la empresa (Vázquez, 2012; Castaño y Arias, 2021).

Estudios han determinado conclusiones satisfactorias sobre como la RSC repercute de forma positiva cuando es utilizada como estrategia de negocio, en el análisis de artes interesadas, en la ventaja competitiva, respecto al beneficio y valor percibido, sin embargo, los estudios en estos aspectos no son muy frecuentes, por lo que la necesidad de indagar en este tema se incrementa cada día (Quintão e Isabella, 2015; Ferreira *et al.* 2010; Pérez y Topa, 2018).

Por su parte, Chacón y Rugel (2018) evaluaron como factor común a la RSC y su influencia positiva sobre “productividad, desempeño empresarial, ahorro financiero, rentabilidad, confianza del cliente, y sostenibilidad, posición de marca e impacto medioambiental”, por lo que resulta interesante indagar sobre el efecto de esta variable en las organizaciones que la aplican.

En cuanto al ámbito latinoamericano, estas empresas no deben ignorar el desarrollo de la RSC en su estrategia de negocios, ya que, de acuerdo al mercado, cada vez la promoción del respeto hacia el ambiente y la humanidad toman relevo, por lo que es de suma importancia estar en consonancia con esta temática e incrementar la ventaja competitiva de las compañías.

Como se mencionó anteriormente, la manera de desarrollo de la RSC en esta zona es algo confusa, por lo que se hace necesario profundizar y realizar más estudios en este aspecto para poder determinar el impacto de esta variable sobre el rendimiento empresarial.

Dado que la RSC en América Latina es confusa se ha pensado hacer un estudio en dos países como se verá a continuación.

Algunos estudios realizados en esta temática, extraídos de Ramírez (2017), se presentan a continuación:

- El Project ROI que reunió 300 casos corporativos, bajo la autoría de IO Sustainability y Babson College el cual relacionó la variable RSC con

valor de mercado, Rentabilidad, Productividad y Rotación de talento arrojando como resultado que la RSC influye en el valor del mercado, rentabilidad, productividad y reducción de la tasa de rotación de personal.

- El Climate Action and Profitability realizado por CDP que relacionó RSC con Rentabilidad financiera resultando que los líderes de S&P 500 (Índice Standard & Poors), con 18% más de rentabilidad financiera en gestión de cambio climático y 50% menos volatilidad.
- El Decoupling Revenue and GHG realizado por Thompson Reuters relacionó Responsabilidad ambiental con Rendimiento financiero cuyos resultados indicaron que las empresas de gran tamaño pertenecientes al The Global 500 aumentaron sus beneficios en 5%, después de la reducción de emisiones contaminantes productivas.
- La Job Satisfaction and Firm Value realizado por Alex Edmans relacionó RSC con Rentabilidad, Sostenibilidad y Satisfacción laboral determinando que las compañías incluidas en la lista 100 Best Companies to Work For in America (Fortune), experimentaron un crecimiento de la tasa de retorno en 2.3 hasta 3.8% anual relacionado con la sostenibilidad, derivando en una tasa de satisfacción laboral alta.
- The ROI of Employee Engagement realizado por Wespire (plataforma virtual que genera engagement de RSE a empresas) relacionó la RSE con Ahorro de costos y Lealtad corporativa haciendo referencia a un ahorro anual por persona en la organización de 250 USD, lo que generó un incremento en el compromiso y lealtad corporativa.

b. Objetivos

Los objetivos son las metas estipuladas a las que se quiere llegar para dar respuesta a una inquietud suscitada con respecto a un tema de interés. Se pueden diseñar objetivos principales y secundarios. Los de este trabajo se describen a continuación:

Objetivo principal

Analizar y comparar el nivel o intensidad de las actividades de RSC entre los dos países latinoamericanos con mayor disponibilidad de datos a nivel empresarial sobre la materia, teniendo en cuenta las puntuaciones recibidas al respecto por una muestra de sus compañías.

Objetivo complementario

Indagar y analizar teóricamente aspectos relacionados con la RSC, la Responsabilidad Social Corporativa en el sector empresarial, la presencia de la Responsabilidad Social Corporativa en Latinoamérica y la Responsabilidad Social Corporativa desde la perspectiva argentina y mexicana.

c. Metodología

Como primera fase, se realiza una revisión de la literatura teórica sobre la RSC en el entorno empresarial. Aquí se abordan los temas sobre la RSC y su evolución en Latinoamérica y su comportamiento, específicamente, en los países de Argentina y México.

Como segunda fase, se desarrolla el estudio empírico comparativo sobre el desarrollo e implementación de la RSC en 57 empresas de Argentina y 55 de México, a través de las puntuaciones recibidas en la base de datos Refinitiv Eikon en cuanto a diez indicadores relativos a las tres dimensiones fundamentales de la RSC (medioambiental, social y gobernanza corporativa), durante los años 2016 al 2020

Se eligieron estos dos países ya que contenían un número de empresas considerable en la base de datos mencionada, en comparación con otros países. Además, otro criterio aplicado para su elección fue la localización. Por ello, se eligieron los países ubicados a los extremos de América Latina, al norte, México, y, al Sur, Argentina, ya que podría ser interesante conocer como consideran e impacta la RSC en entornos diferentes.

Como es habitual en las técnicas econométricas, para efectuar de forma correcta ese estudio empírico comparativo no sólo han de tenerse en cuenta los datos propiamente dichos en materia de RSC, sino que también han de considerarse algunas variables independientes de control, que en este trabajo son en concreto medidas del tamaño empresarial. La información sobre estas variables para las compañías de la muestra se obtuvo de otra base de datos, la base de datos Orbis del Bureau Van Dijk.

Los procedimientos cuantitativos utilizados fueron estadísticos descriptivos, matriz de correlación de Pearson y regresión logística con datos de panel. A estos efectos se hace uso de los *softwares* estadísticos XLSTAT y STATA.

Finalmente, se extraen las conclusiones más resaltantes de la comparación entre los datos procesados.

d. Estructura

El presente trabajo se estructura de la siguiente manera:

Primero, una introducción donde se expone la focalización, justificación, antecedentes, objetivos y metodología del mismo.

Segundo, un marco teórico el cual es construido mediante un análisis de la revisión de literatura realizada enfocado en aspectos como la RSC, su evolución en América Latina y su comportamiento en los países de Argentina y México.

Tercero, el análisis empírico comparativo sobre la RSC en Argentina y México, de acuerdo con lo arriba explicado sobre metodología.

Finamente, se presentan las conclusiones de acuerdo con los objetivos planteados y las referencias bibliográficas que sustentan la investigación. aborda

CAPITULO 1: RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA: DEFINICIÓN, EVOLUCIÓN Y DIMENSIONES.

A continuación, se exponen aspectos teóricos generales sobre la RSC como su definición, evolución, dimensiones y actores.

1.1 Concepto de Responsabilidad Social Corporativa (RSC)

El pionero en conceptualizar la RSC fue Howard Bowen (1953) a través del trabajo denominado *Social Responsibilities of the Businessman* donde expresó que esta tiene que ver con la funciones propias de los empresarios en el proceso de toma de decisiones, en la aplicación de políticas o el cumplimiento de normativas encausadas en los valores de la sociedad, lo que quiere decir que los empresarios, no solo tendrán como objetivo las ganancias sino que tendrán que tener responsabilidades para con la sociedad donde se desarrollan, así, la función principal de las empresas será el factor económico pero su finalidad será de carácter social.

Desde entonces, muchos conceptos, apreciaciones e ideas con respecto a la RSC han surgido, sin embargo, esta diversidad de formulaciones ha ocasionado que académicos y *practitioners* difieran en la comprensión y definición de estrategias para poder medir el impacto de esta en función de un único concepto, el cual no es universalmente válido ni reconocido (Lizcano y Lombana, 2018).

Por su parte, Carroll (1999), a través de una revisión de literatura, analizó la conceptualización de la RSC desde la década de los años 50 hasta la década de los años 90, donde indica que el proceso de conceptualización ha sido proliferado y diferenciado en cuanto a su significado, por lo que es necesario seguir investigando empíricamente para encontrar una conciliación entre la teoría y la *praxis* de la RSC.

Unos años más tarde, Bakker *et al.* (2005) utilizaron técnicas bibliométricas para revisar artículos cuya publicación databa desde 1969 encontrando evidencia de dos

procesos de ocurrencia simultánea en la investigación sobre RSC, los cuales fueron la progresión y la variación.

Lu y Liu (2014), al respecto hicieron un rastreo de la forma de difusión de la RSC dentro de la literatura desde la década de los 80, donde determinaron una forma predominante y sistematizada con aspectos divergentes y convergentes durante la conceptualización de la RSC.

Tomando en cuenta que los autores citados utilizaron metodologías distintas, estos concuerdan en que la RSC ha progresado académicamente evidenciado en las numerosas citas y aplicación en investigaciones de administración y negocios, representando, además, un predecesor de conceptos asociados a empresas como ciudadanía corporativa, desempeño social, valor compartido, empresas B1, negocios responsables, entre otros.

En el contexto europeo, la Comisión Europea (2011) aportó una definición de RSC más amplia, detallando que, para lograr la integración plena de la responsabilidad de las empresas, debe haber una colaboración entre las partes involucradas, para lograr la integración de asuntos importantes con respecto a lo social, ético y ambiental y el respeto a los derechos de las personas dentro de sus acciones como empresa, con el objetivo de cumplir los objetivos colectivos, además de determinar el impacto negativo derivado de las decisiones tomadas.

En el contexto español, la Asociación Española de Contabilidad y Administración de empresas (AECA, 2004) define a la RSC como la contribución de manera voluntaria para estimular el desarrollo de la sociedad de manera sostenible, asumiendo la responsabilidad de las consecuencias de sus acciones sobre los entes y grupos involucrados, siendo esto un valor agregado que le proporciona posicionarse de manera ventajosa frente a sus competidores a largo plazo, cumpliendo las normas legales establecidas y haciendo, incluso, un poco más.

1.2 Enfoques de RSC

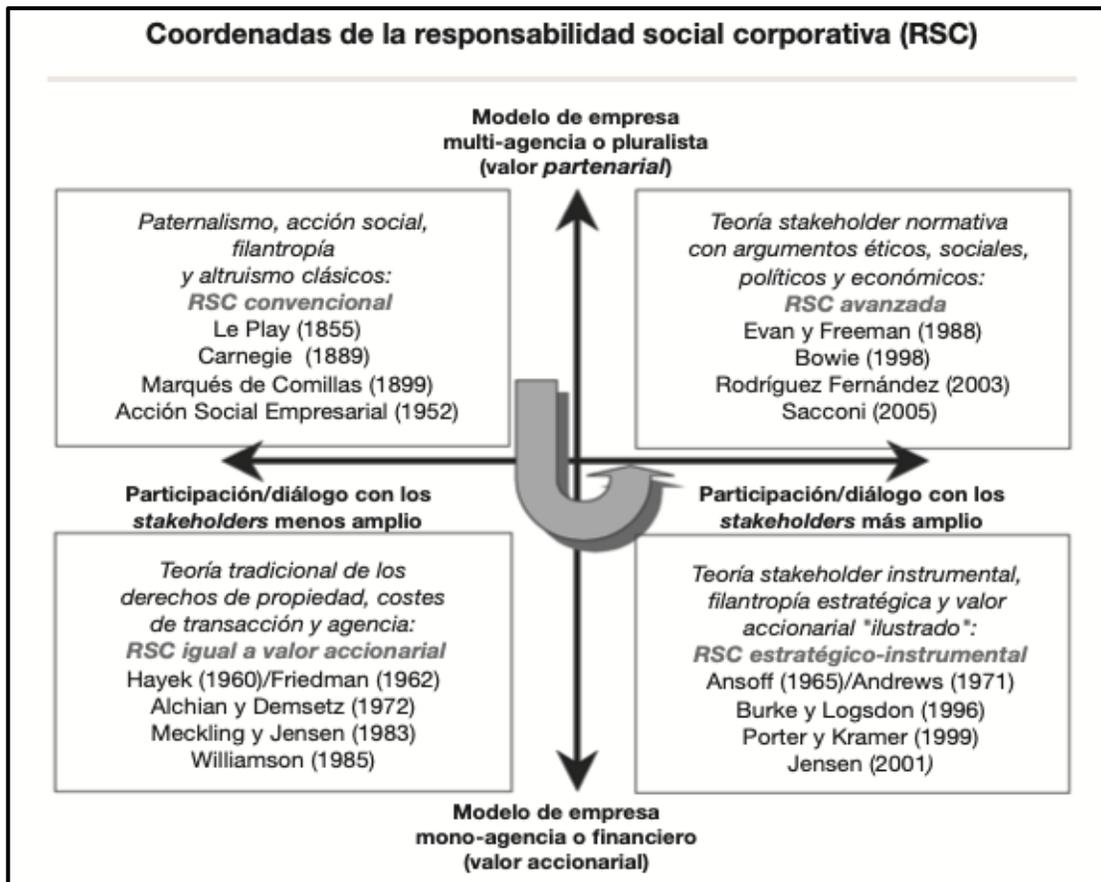
En función del gobierno corporativo la RSC presenta dos aproximaciones distintas según Rodríguez (2007). Estas aproximaciones son:

- 1. Modelo financiero o accionarial:** centrado en la relación directivo-accionista, estando los primeros a disposición de los segundos, considerando a la compañía como una ficción legal y nexo de contratos, donde no se toman en cuentas otros grupos involucrados por parte del gobierno corporativo, ya que el fin único es el de maximizar las ganancias accionarias.
- 2. Modelo pluralista o *stakeholder*:** involucra todos los grupos que hacen vida y participan en la empresa, tomando en cuenta sus opiniones en la toma de decisiones, por lo que el gobierno corporativo sobrepasa a los accionistas, por lo que su crecimiento está basado en la sostenibilidad a largo plazo, tomando las decisiones en función de la eficiencia y equidad, proporcionando compensaciones a los *stakeholders* basados en los riesgos asumidos. Lo anterior permite comprender que la visión de este enfoque no solo es económica, sino que también engloba lo social y medioambiental (*Triple bottom line*).

De estos modelos de gobierno corporativo, se desprenden diversos enfoques de RSC en función del papel desempeñado por los *stakeholders* y su cercanía con el modelo pluralista o financiero. Estos enfoques se pueden visualizar en la figura 1.

A partir de la figura 1, existen cuatro enfoques de RSC que son RSC convencional, RSC avanzada, RSC igual a valor accionarial y RSC estratégico-instrumental. Cada uno de estos enfoques se describen a continuación.

Figura 1. Coordenadas de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC)



Fuente: Rodríguez Fernández (2007, p.31)

- I. **RSC Convencional:** el dialogo con *stakeholders* es pobre y se maneja mediante un modelo pluralista, reducido al paternalismo, filantropía y altruismos clásicos, donde se expresa que las acciones son para el pueblo, pero sin la participación de el.
- II. **RSC igual al valor accionarial:** relegación de los *stakeholders*, ya que el modelo adoptado se orienta hacia lo financiero. Sus bases son la propiedad y costes, ya que su fin es crear valor para los empresarios.
- III. **RSC estratégico-instrumental:** toma en cuenta la acción de los *stakeholders*, pero su fin sigue siendo el financiero. Es la teoría

stakeholder enfocada en lo instrumental y filantrópico-estratégico, el cual tiene como objetivo crear valor para los empresarios sin estimular cambios en su entorno. En este modelo, la RSC sigue se basa en el aporte de valores a los accionistas y los *stakeholders* solo trabajan en función de ello sin tener participación activa.

- IV. RSC avanzada:** proveniente de la teoría *stakeholder* de manera intrínseca, argumentado en aspectos éticos, sociales políticos y económicos pluralistas”. En este modelo, los *stakeholders* son considerados como elementos indispensables para la empresa y no solo como medios para la creación de valores para los accionistas, sino que las riquezas se distribuyen entre todos los *stakeholders*.

1.3 Niveles y dimensiones

Un modelo que integra las dimensiones que engloba el concepto de RSC es el presentado por Carroll (1979), el cual enuncia tres dimensiones como la actitud de frente a la RSC, los niveles de responsabilidad asumidos por la empresa y el impacto de la inclusión de RSC sobre las actividades sociales.

La primera dimensión de este modelo se refiere a la actitud con la que la empresa aborda la RSC, que, según el autor, esta actitud debe contener distintas filosofías para adoptar el concepto de RSC dentro de la empresa, lo cual determinará la actuación de la misma frente a las cuestiones sociales que se le presenten. Dentro de estas filosofías se pueden mencionar la reactiva, defensiva, acomodaticia y proactiva.

- La filosofía reactiva tiene que ver con la actuación de la empresa frente a elementos externos que influyen para que esta diseñe estrategias o políticas para mejorar los resultados a nivel social.

- La filosofía defensiva es aplicada por la empresa cuando elementos externos ejercen presión hacia la empresa, por lo que la misma se ve obligada a introducirse en el concepto de RSC.
- La filosofía acomodaticia es contraria a la anterior, ya que aquí, la empresa adopta la RSC de forma voluntaria tomando como premisa la existencia e influencia positiva sobre la empresa.
- La filosofía proactiva se evidencia cuando las empresas, de manera anticipada, elabora estrategias en función de la RSC, generando políticas por encima de los planteamientos empresariales y que la misma sociedad considera que están dentro de los lineamientos de lo que se considera responsabilidad social

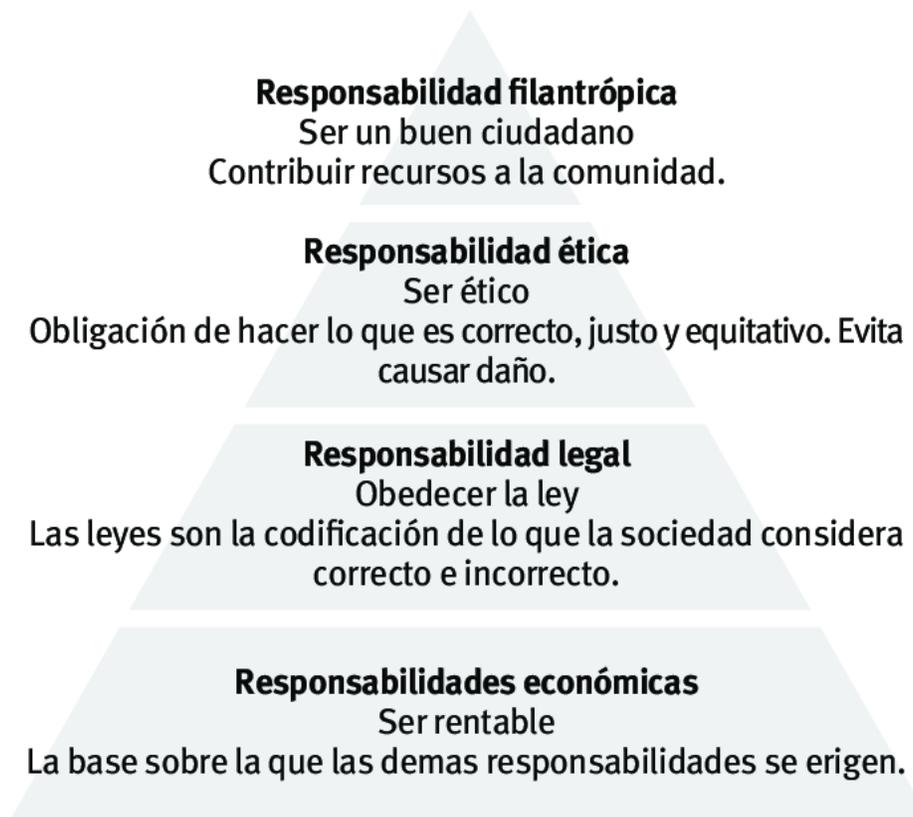
La segunda dimensión se refiere al modelo de responsabilidad asumido por la empresa. en este sentido se describen tres tipos de responsabilidades que puede asumir la empresa, estas son:

- La responsabilidad económica donde la empresa se dedica a la producción de bienes y servicios necesarios para los consumidores a cambio de ganancias, siendo la rentabilidad su objetivo para mantenerse dentro del mercado a largo plazo.
- La responsabilidad legal referida al cumplimiento de los lineamientos legales estipulados por la sociedad para que la empresa pueda cumplir con sus metas siempre y cuando se respeten las leyes establecidas para la regulación de la actividad comercial.
- La Responsabilidad ética relacionada con una actuación por parte de la empresa en función de lo que la sociedad considere como correcto, provocando con esto, que las empresas generen comportamientos o estrategias por encima de las ya establecidas.

- La responsabilidad filantrópica, la cual es asumida de forma voluntaria, se caracteriza por las acciones que toma la empresa, no solo para hacer lo correcto según la sociedad sino para mejorarla, ya que se sienten que son parte de ella, por ende, si la sociedad mejora, también lo hace la empresa.

En la figura 2 puede verse el esquema piramidal de Carroll sobre la responsabilidad asumida por las empresas.

Figura 2. Modelo dimensional de RSC descrito por Carroll.

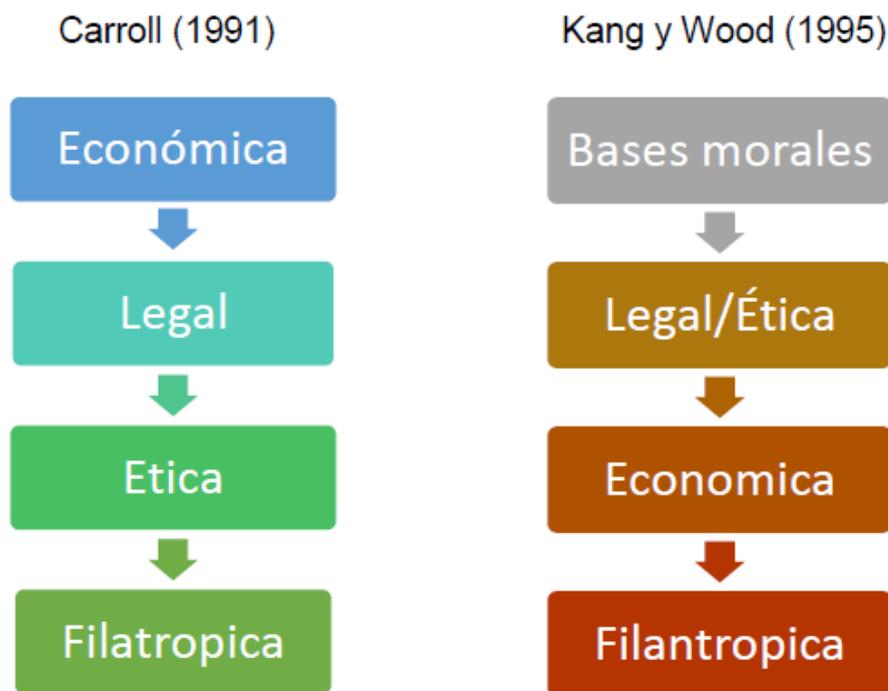


Fuente: adaptado de Carroll (1979).

El modelo descrito por Carroll (1979) posteriormente fue sometido a críticas, como, por ejemplo, la realizada por Kang y Wood (1995), los cuales expresaron el sentido errático del ciclo de responsabilidades propuesto por Carroll, proponiendo un nuevo orden, primero la responsabilidad moral, seguida de la responsabilidad ética y legal,

y, luego, y, a diferencia de Carroll, la responsabilidad económica. Por último, ambos modelos colocan la responsabilidad filantrópica. Lo anterior se puede evidenciar en la figura 3.

Figura 3. Comparación de modelos de responsabilidad de Carroll y Kang y Wood.



Fuente: Laguna (2018).

Es importante destacar lo propuesto Hurtado (2010) denominado “el triple resultado” (*Triple Bottom Line*). Los autores expresan que este concepto debe ser considerado por las empresas ya que ha puesto en duda muchas ideas que se creían válidas, lo que influye en las actitudes de las empresas.

Sus inicios se evidencian con Elkington (1997), el cual defendía que la sostenibilidad de una empresa dependía del establecimiento de un objetivo triple, a saber,

económicamente viable, socialmente beneficiosa y ambientalmente responsable para los *stakeholders*.

1.4 Los *stakeholders*

Freeman (1984) define a los *stakeholders* como “cualquier persona o grupo de personas que pueda afectar al desempeño de la empresa o que sea afectado por el logro de los objetivos de la organización” (pág. 46).

En este sentido, el autor indica que la ventaja competitiva de una empresa dentro del mercado donde se desenvuelva está relacionada con los vínculos de confianza desarrollados con colectivos que hacen vida en la empresa.

En la figura 4 se puede ver el modelo de *stakeholders* descrito por de Freeman (1984).

Figura 4. Modelo *stakeholders* por Freeman (1984).



Fuente: Freeman (1984).

Una clasificación interesante y completa de los *stakeholders* es la descrita por Olcese *et al.* (2008). Este indica que se clasifican en tres categorías principales, de acuerdo a la relación con la empresa, según los ejes de relación y la importancia de estos actores dentro de la empresa. Estas tres categorías describen a continuación.

1. En función de la relación *stakeholders*-empresa:

- Relación Estructural: referida a la influencia de estos dentro de los procesos estratégicos de la empresa, acciones que recaerían en accionistas e inversores.
- Relación de gestión: referida a los entes que tienen participación en el crecimiento de la empresa como empleados, clientes proveedores o banca.
- Relación complementaria: referido a los grupos de personas cuyas acciones repercuten en la imagen de la compañía, como, por ejemplo, las ONG.

2. Ejes de relación:

- Responsabilidad: donde se identifican las relaciones legales de la empresa con otras entidades.
- Influencia: relaciones que pueden tener algún efecto en el cumplimiento de las metas de la empresa, ya sea positivo o negativo.
- Cercanía: relaciones que se identifican con internas o externas a la empresa.
- Dependencia: aquellos que presentan dependencia de la empresa como los empleados, clientes, proveedores, entre otros.

- Representación: referidos a entes que sirven de portavoces de otros, como, por ejemplo, los jefes sindicales.

3. Importancia de *stakeholders* en la empresa:

- Críticos: cuyo impacto es significativo en el futuro de la empresa.
- Básicos: con un impacto medio sobre la empresa, pueden tener influencia sobre los procesos estratégicos de la organización.
- Complementarios: con un impacto económico escaso que tienen una influencia mínima sobre la credibilidad de la empresa.

1.5 La responsabilidad social corporativa en América Latina

La cultura corporativa en América Latina tiene su fundamento en la filantropía, la cual, con el tiempo, ha ido evolucionando hacia una responsabilidad social de carácter activo, dentro y fuera de la empresa. Esta acción social, tiene su basamento en las creencias religiosas y ético-morales, debido al protagonismo de las empresas familiares en la región, donde la propiedad y la gestión son parte del modelo de negocio (Peinado, 2013).

Durante el 2010, Mellado realizó una investigación donde determinó que la gestión y aplicación de la RSC en América Latina aún era incipiente, lo que ocasionaba una comprensión superficial del tema en el sector empresarial. En aquel contexto, el autor, ya hacía referencia a que la mayoría de la Pymes en la región latina no contaban con el desarrollo de estrategias de RSC, que, si bien mostraban intereses, no contaban con el conocimiento necesario para generarse el desarrollo, siendo el *status* del tema deficiente dentro de las organizaciones y muchas más grave a la hora de aplicarlo debido a la falta de contenido y alcance (Mellado, 2010).

Por otro lado, indicios de la aplicación de la RSC en Latinoamérica se evidencia a través de estudios como, por ejemplo, el presentado por Pulido y Ramiro (2010) en

Colombia donde se determinó un problema derivado de los procesos de subcontratación ejecutados por las empresas multinacionales, donde utilizan la tercerización de algunos procesos productivos generando, mediante este tipo de contratos, condiciones laborales precarias e inestables para los empleados, a pesar de ellos, dentro de los modelos de negocios, no figura el interés por mejorar esto, al no incluir estrategias a favor de los derechos laborales dentro de sus informes de responsabilidad social.

Por su parte, Sierra *et al.* (2014) en el periodo comprendido entre 2006 y 2010, solo 12 países latinos desarrollaron informes de RSC reflejados en la base de datos de Global Reporting Initiative (GRI), siendo Brasil el país con el mayor número de informes de RSC presentados con 122 empresas, luego, se presenta México con 51 compañías, 32 empresas chilenas, 30 colombianas, 18 peruanas, 15 ecuatorianas, 13 argentinas, 4 venezolanas, 2 en Costa Rica, Bolivia y Honduras con 1 y Uruguay con 0.

De manera general, el dimensionamiento de la RSC se enfoca en las normas ISO 26000. En el caso de Brasil, utiliza este enfoque con un porcentaje de 45% dentro de sus procesos, Chile lo aplica en un 20%, México un 10% y 7% en Perú y Colombia (Coba *et al.* 2017).

En el caso colombiano, las empresas Gas Natural y Repsol YPF han incluido la RSC dentro de sus modelos de negocio, desarrollando una gestión próxima a las comunidades nativas, con el fin se crear un vínculo entre la empresa y el entorno, mejorando con esto las relaciones tanto dentro como fuera de la institución (Pulido y Ramiro, 2010).

En 1990, Panamá fue considerado como país pionero para la promoción y desarrollo de la RSC en Latinoamérica por la Organización de las Naciones Unidas (ONU), a pesar de ello, persisten empresas cuyas acciones distan enormemente de lo que se considera la aplicación idónea de la RSC (Cuevas, Maldonado y Escobar, 2013).

Asimismo, Perú incluye la RSC dentro del sector empresarial, como es el caso de la empresa Peruana Amazon Health Products, dedicada a la fabricación de productos naturales a base de *sacha inchi*. Esta empresa, al ver la afectación de la amazonia a causa de la deforestación originada por el aumento desmedido de la agricultura de subsistencia, elaboró estrategias de RSC para contribuir con la preservación y cuidado del medioambiente y la generación de beneficios económicos para la comunidad local, haciendo alianzas comerciales con los productores locales para la obtención de materia prima a precio justo y asegurando además, una demanda sostenida durante todo el año, lo que promovió el empleo en la zona y el mejoramiento de la calidad de vida para los pobladores (Polanco, 2013).

En este mismo país, otras empresas como BCP aplican la RSC mediante la incorporación de programas educativos como el denominado “Matemática para todos” con un amplio beneficio que abarca a más de 59 mil niños en etapa escolar y 115 instituciones educativas a lo largo y ancho del Perú. Otro programa de desarrollo fue el denominado “Ampliación y Mejoramiento” centrado en las comunidades, el cual permitió que se financiara el sistema de agua para el consumo humano y la construcción de la red de alcantarillas dos de la localidad de Piura. También, el Banco Continental (BBVA) implementa el programa “Leer es estar adelante” desarrollado en ocho regiones del Perú para que los alumnos eleven los índices de lectura y de comprensión lectora (Lizarzaburu y Brio, 2016).

No obstante, así como existen evidencias de la aplicación exitosa de la RSC en América Latina, también se evidencian deficiencias, tal es el caso de México, donde el sector turístico ha impactado de forma negativa en el ámbito socioambiental causando la disminución de la biodiversidad generada por la destrucción del hábitat de muchas especies de animales y plantas en los bosques y selvas como consecuencia del crecimiento descontrolado del turismo, así como el consumo excesivo de recursos hídricos para labores de mantenimiento (Wojtarowski *et al.* 2016).

Es importante resaltar, que la aplicación de la RSC en el ámbito latinoamericano ocasiona la creación de vínculos entre las empresas y los entes gubernamentales, generando cierta dependencia de los gobiernos hacia las empresas, por lo que pueden presentarse situaciones de tráfico de influencias y tratos preferenciales que afectan la imagen de las empresas, razón por la cual empresas latinas no aplican la RSC en sus modelos de negocio (Briseño *et al.* 2011; Huaman y Vargas, 2021).

Algunas entidades que han promovido y fomentado la RSE en América Latina son: CEMEFI (México), Instituto Ethos (Brasil), Acción RSE (Chile), La Asociación Empresarial para el Desarrollo (Costa Rica), El Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social (Ecuador), Sumarse (Panamá), Unión Nicaragüense para la Responsabilidad Social Empresarial (Nicaragua), Perú 2021 (Perú), Fundación Hondureña de Responsabilidad Social Empresarial (Honduras), DERES (Uruguay), CentraRSE (Guatemala), Eco Red (República Dominicana), Fundación Empresarial para la Acción Social (El Salvador) (Lazovska, 2017).

A través de la revisión a la literatura consultada se pudo conocer que, en América Latina, actualmente, la RSC es considerada muy importante por las empresas, debido a que la sociedad cada vez más está valorando positivamente las acciones realizadas por el sector empresarial en pro de ella, por lo que ahora, las empresas se introducen en el concepto de RSC de forma voluntaria, bajo la filosofía acomodaticia, cuyas dimensiones se aplican para el beneficio de todos los grupos dentro de la empresa (Molina y Quiroz, 2020).

Sin embargo, Huaman y Cárdenas (2021) expresan que recientemente, la RSC en Latinoamérica se enfrenta a problemas de confusión con respecto a la dimensión de responsabilidad al momento de desarrollarla dentro de las empresas. A menudo no distinguen entre lo que es la responsabilidad social, filantropía y relaciones públicas.

Estudios sobre RSC en Latinoamérica destacan que a través del tiempo esta ha ido cambiando en función del tipo de compañía y del sector donde se desarrolle,

motivado a que la RSC es de carácter voluntario, por lo que es decisión de las empresas introducir este concepto dentro de su gestión empresarial, sin embargo, al considerar su incorporación en el modelo de negocio, este debe regirse por las cuatro dimensiones básicas que son la económica, legal, ética y filantrópica (Molina y Quiroz, 2020).

Este mismo autor determinó que las empresas latinoamericanas profesan querer aplicar la RSC en sus empresas, ya que han notado que la sociedad valora de forma positiva la inclusión de este concepto en las empresas, valoración que trae como consecuencia múltiples beneficios al preocuparse no solo por generar ganancias sino por mejora el entorno donde realizan su actividad comercial y las relaciones con todos los actores involucrados (Molina y Quiroz, 2020).

La amplitud de la vinculación de las dimensiones de la RSC con los elementos tanto internos como externos a la empresa depende de lo que decida la empresa, sin embargo, en función de la naturaleza de la empresa, el dimensionamiento no es estándar, por lo que existe el grado de libertad suficiente para decidir cuales dimensiones se adaptan al modelo de negocio de cada empresa (Molina y Quiroz, 2020).

Con respecto a las tendencias de la RSC en Latinoamérica, un 94% de los latinoamericanos creen que las empresas deben invertir en estrategias sociales y ambientales. En orden de prioridad, las acciones principales a realizar por las empresas en la región son: la producción y venta de productos sustentables, condiciones laborales y remuneraciones justas, el patrocinio de proyectos comunitarios, compromiso con proyectos a largo plazo y la diversidad en la contratación de personal (Sherlock Communications, 2021).

CAPITULO 2: ANÁLISIS EMPÍRICO

En el presente capítulo desarrollamos la investigación empírica referente al objetivo principal del este trabajo: comparar el nivel o intensidad de las actividades de RSC entre los dos países latinoamericanos con mayor disponibilidad de datos a nivel empresarial sobre la materia, teniendo en cuenta las puntuaciones recibidas al respecto por una muestra de sus compañías en la base de datos Refinitiv Eikon.

Entonces, en este capítulo se presenta ante todo la muestra utilizada, la procedencia de los datos y la lista de variables analizadas como posibles determinantes de las diferencias que se pretende detectar. A continuación, se detalla la metodología estadística y econométrica aplicada siguiendo pasos sucesivos. Y se termina mostrando los resultados empíricos alcanzados.

2.1 Muestra, fuente de datos y variables del análisis

El primer paso para la realización del estudio se centró en la búsqueda de empresas con actividades de RSC en Argentina y México, para lo cual se recurrió a la base de datos Refinitiv Eikon. Recoge puntuaciones asignadas para diversos indicadores reflejo del nivel alcanzado en esta materia, yendo de 0 (nivel nulo, peor, malo) a 100 (nivel máximo, mejor, bueno), durante el periodo 2016 al 2020. Se obtuvo una muestra total de 57 empresas de Argentina y 55 de México. A partir de estas 112 entidades durante los cinco años, se reunieron las observaciones empresa-año para cada uno de los 10 indicadores (variables) en materia de RSC considerados y disponibles en esa base.

La información económico-financiera se obtuvo de la base de datos ORBIS, del Bureau Van Dijk (Bruselas), con disponibilidad en la Biblioteca de la Universidad de Valladolid. De ella se tomaron los datos referentes al tamaño de la empresa, como los activos totales e ingresos de explotación.

Durante la selección de los datos se evidenciaron datos perdidos (*missings*, no disponibles) en la base Refinitiv Eikon para algunas variables en determinados años, por lo cual la base de datos finalmente manejada es un panel de tipo "no equilibrado".

De este modo, se trabajó en un principio con un total de 12 variables independientes (X): diez variables explicativas que reflejan puntuaciones en el marco de los tres grandes pilares de la RSC (medioambiente, social y gobernanza corporativa); y dos variables de control, pertenecientes al tamaño de la empresa (activos e ingresos de explotación, utilizados en términos de su logaritmo neperiano LN). En el cuadro 1 se especifican estas 12 variables independientes inicialmente consideradas.

Cuadro 1. Variables independientes incluidas en el análisis.

| Pilar | Código | Indicador de actividad |
|-----------------------|---------------|-------------------------------|
| Medioambiente | V1 | Uso de recursos |
| | V2 | Emisiones |
| | V3 | Innovación ambiental |
| Social | V4 | Fuerza laboral |
| | V5 | Derechos humanos |
| | V6 | Comunidad |
| | V7 | Responsabilidad del producto |
| Gobernanza | V8 | Administradores |
| | V9 | Accionistas |
| | V10 | Estrategia de RSC |
| Tamaño Empresa | LNActivos | Activos Totales |
| | LNIngexplo | Ingresos de explotación |

Fuente: elaboración propia.

Por su parte, la variable a explicar, Y= País, es de tipo dicotómico. Toma un valor de 1 cuando se trata de una entidad argentina y 0 cuando es una entidad mexicana, grupos que son mutuamente excluyentes.

2.2 Metodología aplicada

El procedimiento econométrico aplicado en este estudio empírico es la regresión logística binaria ($Y=1$ e $Y=0$), también denominado *logit*, el cual es una técnica de regresión no lineal y proporciona buenos ajustes cuando se trabaja con variables a explicar de tipo categórico. Permite estimar relaciones arbitrarias entre las variables independientes y la variable dependiente (variable a explicar) mediante algoritmos de estimación iterativos (IBM Corporation, 2021).

La utilización de este tipo de modelos no lineales tiene como ventaja que permite superar problemas de inconsistencia generados en los modelos lineales. Además, en comparación con técnicas estadísticas como el análisis discriminante, en el modelo *logit* se suavizan los requisitos de normalidad e igualdad en la matriz de varianzas y covarianzas, dando con ello una mayor flexibilidad al análisis (Prieto, 2016).

Así, con el modelo de regresión logística binaria aquí considerado se va a intentar estimar si existe o no una relación estadística entre una variable respuesta Y y las variables regresoras o independientes X , así como también la variación registrada en la variable respuesta cuando las regresoras varían (Nicole Roldán, 2016). De este modo se podrá identificar posibles diferencias entre las empresas argentinas (respuesta $Y=1$) y las empresas mexicanas (respuesta $Y=0$), siendo las variables regresoras los indicadores referentes al tamaño de la empresa y a las actividades de RSC consideradas.

Un modelo *logit* binario o dicotómico puede expresarse mediante la siguiente ecuación:

$$Y = F(\beta_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_k X_k) + \varepsilon$$

Donde F es la función de distribución, o función de densidad acumulada, de una variable aleatoria logística estándar, cuyo dominio toma valores entre 0 y 1 para todos los números reales z y viene definida como:

$$F(z) = \frac{\exp(z)}{1+\exp(z)} = \frac{1}{1+e^{-z}} = \frac{e^z}{1+e^z}$$

En términos de probabilidad, el modelo queda expresado de la siguiente manera (Juan Pérez *et al.*, 2002):

$$E[Y] = Pr(Y = 1) = \frac{\exp(\beta_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_k X_k + \varepsilon)}{1 + \exp(\beta_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_k X_k + \varepsilon)}$$

O, lo que es lo mismo:

$$E[Y] = Pr(Y = 1) = \frac{1}{1 + \exp [-(\beta_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_k X_k + \varepsilon)]}$$

En este modelo *logit*, el signo de cada parámetro β determina la dirección de la probabilidad si la variable explicativa aumenta o disminuye, sin que la magnitud del cambio en la probabilidad coincida con la cuantía del cambio en la variable explicativa considerada.

En este presente caso, tenemos una base de datos en forma de panel, con 112 entidades durante cinco años. Este panel implica trabajar con datos correspondientes a una entidad o individuo i en cada año t . En consecuencia, se optó por estimar un modelo *logit* dicotómico con datos de panel y unos efectos individuales de tipo aleatorio v_{it} , ya que no procede especificar efectos fijos debido a que no varía a lo largo del tiempo el país de localización de la empresa.

Adaptando lo señalado en la documentación del comando *xtlogit* presentado en el *software* estadístico y econométrico Stata (Stata, 2021), en términos de probabilidad, con datos de panel y efectos aleatorios, el modelo precedente lo podemos especificar como sigue, donde v_{it} representa los ya citados efectos

aleatorios y ε_{it} las perturbaciones aleatorias independiente e idénticamente distribuidas de forma logística con media cero y varianza $\sigma_\varepsilon^2 = \pi^2/3$, independientemente de v_{it} :

$$E[Y_{it}] = P(Y_{it} = 1) = \frac{\exp(\beta_1 + \beta_2 X_{it} + \dots + \beta_k X_{it} + v_{it} + \varepsilon_{it})}{1 + \exp(\beta_1 + \beta_2 X_{it} + \dots + \beta_k X_{it} + v_{it} + \varepsilon_{it})}$$

O, lo que es lo mismo:

$$E[Y_{it}] = P(Y_{it} = 1) = \frac{1}{1 + \exp [-(\beta_1 + \beta_2 X_{it} + \dots + \beta_k X_{it} + v_{it} + \varepsilon_{it})]}$$

La estimación de este modelo se efectúa por máxima verosimilitud, cuyas explicaciones técnicas se detallan en la documentación de Stata (2021) para el comando *xtlogit*, que es el utilizado en este trabajo.

Antes de estimar el modelo, es necesario realizar la selección de las variables regresoras concretas a incluir en el mismo, partiendo de las detalladas previamente en el Cuadro 1. Para ello, la estrategia aplicada ha tenido varias etapas. Ante todo, se utilizó un método de selección "paso a paso" (*stepwise*) —en concreto, ascendente con criterio de Wald— en las estimaciones de modelos *logit* sólo con los datos de cada año. Esto fue la base para realizar posteriormente un estudio sistemático de combinaciones de variables explicativas trabajando con el conjunto de los datos agrupados (*pooled*). Y, por último, se efectuó un nuevo estudio análogo utilizando ya el comando *xtlogit* de Stata para datos de panel. El punto de corte (*cut-off point*) aplicado vino dado por la proporción muestral de observaciones empresa-año de entidades argentinas ($Y=1$) sobre el número de observaciones empresa-año del total de compañías analizadas.

2.3 Resultados obtenidos

Aquí se presentan los resultados alcanzados en la estimación del modelo de regresión logística finalmente considerado, si bien antes se muestran, como es

habitual, los estadísticos descriptivos y la matriz de correlaciones bivariantes de las variables explicativas inicialmente analizadas.

2.3.1 Estadísticos descriptivos

Para el análisis estadístico inicial, la muestra fue de 112 bancos, 57 de Argentina y 55 de México. A partir de esto, se realiza un análisis estadístico univariado de las variables independientes cuantitativas recogidas en el precedente Cuadro 1, para calcular sus principales estadísticos descriptivos, como son máximo, mínimo, media y desviación típica, además del número de observaciones sin y con datos *missings*.

Los resultados se recogen en los Cuadros 2, 3 y 4, correspondientes, respectivamente, a las entidades argentinas, las mexicanas y el total de las compañías tanto de Argentina como de México.

Cuadro 2. Estadísticos descriptivos de las empresas argentinas.

| Variable | Observaciones | Obs. con datos perdidos | Obs. sin datos perdidos | Mínimo | Máximo | Media | Desv. típica |
|-------------|---------------|-------------------------|-------------------------|--------|--------|--------|--------------|
| V1_ | 285 | 57 | 228 | 0,000 | 94,048 | 26,852 | 28,360 |
| V2_ | 285 | 57 | 228 | 0,000 | 95,020 | 27,360 | 26,903 |
| V3_ | 285 | 57 | 228 | 0,000 | 91,456 | 19,672 | 28,536 |
| V4_ | 285 | 57 | 228 | 0,137 | 96,077 | 35,775 | 31,470 |
| V5_ | 285 | 57 | 228 | 0,000 | 93,023 | 22,350 | 30,888 |
| V6_ | 285 | 57 | 228 | 0,364 | 95,924 | 36,311 | 29,249 |
| V7_ | 285 | 57 | 228 | 0,000 | 98,208 | 42,099 | 32,531 |
| V8_ | 285 | 57 | 228 | 0,893 | 99,107 | 48,430 | 29,056 |
| V9_ | 285 | 57 | 228 | 0,893 | 99,107 | 48,553 | 29,040 |
| V10_ | 285 | 57 | 228 | 0,000 | 96,875 | 31,226 | 33,413 |
| LNActivos_ | 285 | 12 | 273 | 9,273 | 16,683 | 13,105 | 1,842 |
| LNIngexplo_ | 285 | 12 | 273 | 6,163 | 15,491 | 12,597 | 1,609 |

Fuente: elaboración propia.

Cuadro 3. Estadísticos descriptivos de las empresas mexicanas.

| Variable | Observaciones | Obs. con datos perdidos | Obs. sin datos perdidos | Mínimo | Máximo | Media | Desv. típica |
|-------------|---------------|-------------------------------|-------------------------------|--------|--------|--------|-----------------|
| V1_ | 275 | 32 | 243 | 0,000 | 99,254 | 46,191 | 32,041 |
| V2_ | 275 | 32 | 243 | 0,000 | 99,541 | 51,069 | 31,407 |
| V3_ | 275 | 32 | 243 | 0,000 | 95,313 | 18,107 | 26,975 |
| V4_ | 275 | 32 | 243 | 0,909 | 99,342 | 54,597 | 29,739 |
| V5_ | 275 | 32 | 243 | 0,000 | 97,959 | 42,445 | 34,390 |
| V6_ | 275 | 32 | 243 | 1,182 | 99,545 | 52,092 | 32,101 |
| V7_ | 275 | 32 | 243 | 0,000 | 99,286 | 48,258 | 33,994 |
| V8_ | 275 | 32 | 243 | 0,926 | 99,123 | 49,535 | 28,734 |
| V9_ | 275 | 32 | 243 | 0,877 | 99,123 | 50,847 | 28,467 |
| V10_ | 275 | 32 | 243 | 0,000 | 99,020 | 42,555 | 31,910 |
| LNActivos_ | 275 | 8 | 267 | 11,193 | 18,349 | 15,264 | 1,328 |
| LNIngexplo_ | 275 | 8 | 267 | 6,908 | 17,377 | 14,276 | 1,570 |

Fuente: elaboración propia.

Cuadro 4. Estadísticos descriptivos del total de empresas.

| Variable | Observaciones | Obs. con datos perdidos | Obs. sin datos perdidos | Mínimo | Máximo | Media | Desv. típica |
|-------------|---------------|-------------------------------|-------------------------------|--------|--------|--------|-----------------|
| V1_ | 560 | 89 | 471 | 0,000 | 99,254 | 36,829 | 31,791 |
| V2_ | 560 | 89 | 471 | 0,000 | 99,541 | 39,592 | 31,594 |
| V3_ | 560 | 89 | 471 | 0,000 | 95,313 | 18,864 | 27,723 |
| V4_ | 560 | 89 | 471 | 0,137 | 99,342 | 45,486 | 31,975 |
| V5_ | 560 | 89 | 471 | 0,000 | 97,959 | 32,718 | 34,217 |
| V6_ | 560 | 89 | 471 | 0,364 | 99,545 | 44,453 | 31,719 |
| V7_ | 560 | 89 | 471 | 0,000 | 99,286 | 45,277 | 33,401 |
| V8_ | 560 | 89 | 471 | 0,893 | 99,123 | 49,000 | 28,865 |
| V9_ | 560 | 89 | 471 | 0,877 | 99,123 | 49,737 | 28,738 |
| V10_ | 560 | 89 | 471 | 0,000 | 99,020 | 37,071 | 33,100 |
| LNActivos_ | 560 | 20 | 540 | 9,273 | 18,349 | 14,172 | 1,936 |
| LNIngexplo_ | 560 | 20 | 540 | 6,163 | 17,377 | 13,427 | 1,797 |

Fuente: elaboración propia.

2.3.2 Matriz de correlaciones

La matriz de correlaciones viene representada por los Cuadros 5, 6 y 7, para Argentina, México y total, respectivamente. Se trata de la matriz de correlaciones bivariantes de Pearson entre todas las variables independientes cuantitativas inicialmente consideradas. En negrita aparecen las correlaciones significativamente distintas de cero en prueba bilateral, con un nivel de significación $\alpha=0,05$.

Como puede verse, no hay muchas correlaciones elevadas en el conjunto total (Cuadro 7) que engloba ambos países, lo que disminuye el riesgo de multicolinealidad en la estimación de modelos econométricos con múltiples variables independientes. Esta misma situación ocurre para el grupo argentino (Cuadro 5), observándose mayores correlaciones en el grupo mexicano (Cuadro 6).

En concreto, si tomamos como correlaciones destacables aquellas con un nivel superior a 0,7 en valor absoluto y nos fijamos en el Cuadro 7, vemos que son entre: V1 uso de recursos y V2 emisiones; V1 uso de recursos y V4 fuerza laboral; V1 uso de recursos y V10 estrategia de RSC; V2 emisiones y V4 fuerza laboral; V2 emisiones y V10 estrategia de RSC; y V4 fuerza laboral y V10 estrategia de RSC.

Cuadro 5. Matriz de correlaciones en las empresas de Argentina.

| Variables | V1_ | V2_ | V3_ | V4_ | V5_ | V6_ | V7_ | V8_ | V9_ | V10_ | LNActivos_ | LNIngexplo_ |
|-------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| V1_ | 1 | 0,796 | 0,171 | 0,858 | 0,618 | 0,633 | 0,585 | 0,369 | 0,143 | 0,775 | 0,262 | 0,184 |
| V2_ | 0,796 | 1 | 0,390 | 0,802 | 0,556 | 0,568 | 0,555 | 0,283 | 0,155 | 0,794 | 0,277 | 0,246 |
| V3_ | 0,171 | 0,390 | 1 | 0,234 | 0,207 | 0,207 | 0,253 | 0,027 | -0,011 | 0,348 | 0,239 | 0,218 |
| V4_ | 0,858 | 0,802 | 0,234 | 1 | 0,562 | 0,654 | 0,579 | 0,376 | 0,098 | 0,794 | 0,373 | 0,295 |
| V5_ | 0,618 | 0,556 | 0,207 | 0,562 | 1 | 0,433 | 0,340 | 0,230 | 0,164 | 0,527 | 0,117 | 0,018 |
| V6_ | 0,633 | 0,568 | 0,207 | 0,654 | 0,433 | 1 | 0,443 | 0,405 | 0,172 | 0,559 | 0,374 | 0,228 |
| V7_ | 0,585 | 0,555 | 0,253 | 0,579 | 0,340 | 0,443 | 1 | 0,316 | 0,103 | 0,611 | 0,290 | 0,137 |
| V8_ | 0,369 | 0,283 | 0,027 | 0,376 | 0,230 | 0,405 | 0,316 | 1 | 0,509 | 0,370 | 0,409 | 0,188 |
| V9_ | 0,143 | 0,155 | -0,011 | 0,098 | 0,164 | 0,172 | 0,103 | 0,509 | 1 | 0,078 | 0,175 | 0,092 |
| V10_ | 0,775 | 0,794 | 0,348 | 0,794 | 0,527 | 0,559 | 0,611 | 0,370 | 0,078 | 1 | 0,298 | 0,206 |
| LNActivos_ | 0,262 | 0,277 | 0,239 | 0,373 | 0,117 | 0,374 | 0,290 | 0,409 | 0,175 | 0,298 | 1 | 0,823 |
| LNIngexplo_ | 0,184 | 0,246 | 0,218 | 0,295 | 0,018 | 0,228 | 0,137 | 0,188 | 0,092 | 0,206 | 0,823 | 1 |

Los valores en negrita son diferentes de 0 con un nivel de significación $\alpha=0,05$

Fuente: elaboración propia.

Cuadro 6. Matriz de correlaciones en las empresas de México.

| Variabes | V1_ | V2_ | V3_ | V4_ | V5_ | V6_ | V7_ | V8_ | V9_ | V10_ | LNActivos_ | LNIngexplo_ |
|-------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| V1_ | 1 | 0,797 | 0,447 | 0,749 | 0,779 | 0,609 | 0,631 | 0,306 | 0,212 | 0,734 | 0,407 | 0,430 |
| V2_ | 0,797 | 1 | 0,450 | 0,749 | 0,737 | 0,604 | 0,591 | 0,387 | 0,238 | 0,741 | 0,314 | 0,359 |
| V3_ | 0,447 | 0,450 | 1 | 0,415 | 0,426 | 0,384 | 0,551 | 0,376 | 0,055 | 0,361 | 0,270 | 0,273 |
| V4_ | 0,749 | 0,749 | 0,415 | 1 | 0,660 | 0,546 | 0,593 | 0,489 | 0,240 | 0,753 | 0,341 | 0,349 |
| V5_ | 0,779 | 0,737 | 0,426 | 0,660 | 1 | 0,591 | 0,484 | 0,339 | 0,125 | 0,725 | 0,295 | 0,291 |
| V6_ | 0,609 | 0,604 | 0,384 | 0,546 | 0,591 | 1 | 0,498 | 0,434 | 0,136 | 0,679 | 0,236 | 0,220 |
| V7_ | 0,631 | 0,591 | 0,551 | 0,593 | 0,484 | 0,498 | 1 | 0,283 | 0,116 | 0,560 | 0,214 | 0,315 |
| V8_ | 0,306 | 0,387 | 0,376 | 0,489 | 0,339 | 0,434 | 0,283 | 1 | 0,276 | 0,387 | 0,095 | 0,105 |
| V9_ | 0,212 | 0,238 | 0,055 | 0,240 | 0,125 | 0,136 | 0,116 | 0,276 | 1 | 0,166 | 0,237 | 0,108 |
| V10_ | 0,734 | 0,741 | 0,361 | 0,753 | 0,725 | 0,679 | 0,560 | 0,387 | 0,166 | 1 | 0,340 | 0,298 |
| LNActivos_ | 0,407 | 0,314 | 0,270 | 0,341 | 0,295 | 0,236 | 0,214 | 0,095 | 0,237 | 0,340 | 1 | 0,734 |
| LNIngexplo_ | 0,430 | 0,359 | 0,273 | 0,349 | 0,291 | 0,220 | 0,315 | 0,105 | 0,108 | 0,298 | 0,734 | 1 |

Los valores en negrita son diferentes de 0 con un nivel de significación alfa=0,05

Fuente: elaboración propia.

Cuadro 7. Matriz de correlaciones en el total de empresas.

| Variabes | V1_ | V2_ | V3_ | V4_ | V5_ | V6_ | V7_ | V8_ | V9_ | V10_ | LNActivos_ | LNIngexplo_ |
|-------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| V1_ | 1 | 0,817 | 0,293 | 0,815 | 0,736 | 0,647 | 0,607 | 0,324 | 0,184 | 0,756 | 0,422 | 0,408 |
| V2_ | 0,817 | 1 | 0,379 | 0,792 | 0,696 | 0,622 | 0,565 | 0,322 | 0,200 | 0,759 | 0,427 | 0,431 |
| V3_ | 0,293 | 0,379 | 1 | 0,300 | 0,299 | 0,283 | 0,401 | 0,200 | 0,021 | 0,344 | 0,189 | 0,194 |
| V4_ | 0,815 | 0,792 | 0,300 | 1 | 0,646 | 0,625 | 0,584 | 0,418 | 0,173 | 0,779 | 0,446 | 0,411 |
| V5_ | 0,736 | 0,696 | 0,299 | 0,646 | 1 | 0,556 | 0,426 | 0,281 | 0,148 | 0,644 | 0,316 | 0,278 |
| V6_ | 0,647 | 0,622 | 0,283 | 0,625 | 0,556 | 1 | 0,479 | 0,411 | 0,157 | 0,635 | 0,381 | 0,309 |
| V7_ | 0,607 | 0,565 | 0,401 | 0,584 | 0,426 | 0,479 | 1 | 0,299 | 0,113 | 0,589 | 0,259 | 0,241 |
| V8_ | 0,324 | 0,322 | 0,200 | 0,418 | 0,281 | 0,411 | 0,299 | 1 | 0,391 | 0,377 | 0,234 | 0,135 |
| V9_ | 0,184 | 0,200 | 0,021 | 0,173 | 0,148 | 0,157 | 0,113 | 0,391 | 1 | 0,127 | 0,179 | 0,097 |
| V10_ | 0,756 | 0,759 | 0,344 | 0,779 | 0,644 | 0,635 | 0,589 | 0,377 | 0,127 | 1 | 0,352 | 0,299 |
| LNActivos_ | 0,422 | 0,427 | 0,189 | 0,446 | 0,316 | 0,381 | 0,259 | 0,234 | 0,179 | 0,352 | 1 | 0,831 |
| LNIngexplo_ | 0,408 | 0,431 | 0,194 | 0,411 | 0,278 | 0,309 | 0,241 | 0,135 | 0,097 | 0,299 | 0,831 | 1 |

Los valores en negrita son diferentes de 0 con un nivel de significación alfa=0,05

Fuente: elaboración propia.

2.3.3 Regresión logística con datos de panel y efectos aleatorios

Mediante la estrategia de selección de variables independientes anteriormente expuesta, se identificó que, en términos de calidad estadística, el mejor resultado se alcanza con las variables independientes V2, V3, V8, V10 y LNActivos.

A partir de esto, se procedió a la estimación del modelo final de regresión logística binaria con datos de panel y efectos aleatorios presentado en el Cuadro 8. Mediante los comandos *xtserial* (test de Wooldridge para autocorrelación en datos de panel) y *robvar* (test robusto de Levene) de STATA se detectó la existencia de autocorrelación de primer orden y heterocedasticidad en las series de datos utilizadas en la estimación del modelo. Por ello, se optó por presentar esa estimación del modelo con errores estándar robustos frente a la heterocedasticidad y la autocorrelación intraempresa (es decir, correlación a lo largo del tiempo dentro de la misma entidad). Con las variables independientes señaladas, el número de entidades argentinas disponibles y efectivamente utilizadas es 55, siendo 54 las mexicanas (recuérdese la existencia de datos *missings*).

En dicho Cuadro 8 se puede observar que, según el test de Wald, se rechaza la hipótesis nula de que el conjunto de coeficientes estimado sea cero. Y cada uno de los coeficientes estimados es significativamente diferente de cero a un nivel inferior a 5%. El test de ratio de verosimilitud LR rechaza la hipótesis nula de que los efectos aleatorios sean cero y pueda efectuarse la estimación tratando los datos como datos agrupados (*pooled*), en vez de datos de panel.

2.3.4 Bondad del ajuste y curva ROC

Luego de analizar los datos estadísticos anteriores para así confirmar la solidez del modelo, se analiza la bondad del ajuste del modelo estimado.

Si calculamos algunas medidas habituales de bondad del ajuste en regresión logística mediante índices pseudoR² (Long y Freese, 2014), tenemos los resultados

que aparecen en el Cuadro 9, muy aceptables para ser un modelo estimado con datos de panel.

Cuadro 8. Regresión logística binaria con efectos aleatorios. Y= País (0,1).

| Variables explicativas | Coefficiente | Error Estándar Robusto | Z | P> z | Intervalo confianza 95% | |
|---|-----------------|------------------------|---|-------|-------------------------|-----------------|
| V2 | -0,1001225 | 0,0498593 | -2,01 | 0,045 | -0,197845 | -0,0024 |
| V3 | 0,0685905 | 0,0314378 | 2,18 | 0,029 | 0,0069735 | 0,1302074 |
| V8 | 0,06838 | 0,0300445 | 2,28 | 0,023 | 0,0094938 | 0,1272662 |
| V10 | 0,0448422 | 0,0224797 | 1,99 | 0,046 | 0,0007827 | 0,0889017 |
| LNActivos | -3,038694 | 0,454968 | -6,68 | 0,000 | -3,930415 | -2,146973 |
| Constante | 38,03112 | 5,989994 | 6,35 | 0,000 | 26,29094 | 49,77129 |
| /Insig2u | 4,383938 | 0,2173177 | | | 3,958003 | 4,809873 |
| sigma_u | 8,952822 | 0,9728035 | | | 7,235514 | 11,07772 |
| Rho | 0,9605734 | 0,0082303 | | | 0,9408749 | 0,9738911 |
| Numero de observaciones disponibles: 461 | | | Número de entidades disponibles: 109 (55 argentinas y 54 mexicanas) | | | |
| Efectos aleatorios v_i ~ Gaussian | | | Observaciones por grupo: | | | |
| | | | min = 1 | | | |
| | | | avg = 4,2 | | | |
| | | | max = 5 | | | |
| Método Integración: mvaghermite | | | Puntos de integración = 12 | | | |
| | | | Wald chi ² (5) = 367,97 | | | |
| Log pseudolikelihood = -57,811178 | | | Prob > chi2 = 0,0000 | | | |
| LR test of rho=0 : chibar²(01) = 283,92 | | | Prob >= chibar2 = 0,0000 | | | |

Fuente: elaboración propia.

Cuadro 9. Bondad del ajuste

| |
|--------------------------|
| McFadden = 0,71060942 |
| Cox y Snell = 0,45982803 |
| Nagelkerke = 0,79328114 |

Fuente: elaboración propia.

Además, el cálculo de los habituales porcentajes de clasificaciones correctas (sensibilidad, especificidad y total) tiene unos resultados aceptables, como se observa en el Cuadro 10, utilizando un punto de corte (*cut-off point*) igual a 0,488, que viene dado por la proporción muestral de 225 observaciones empresa-año de entidades argentinas ($Y=1$) sobre el número total de 461 observaciones empresa-año del conjunto de compañías analizadas ($Y=1$ o $Y=0$). El modelo estimado clasifica correctamente el 60,44% de las 225 observaciones empresa-año de entidades argentinas (sensibilidad) y el 89,41% de las 236 observaciones empresa-año de entidades mexicanas (especificidad), alzando en conjunto un total de 75,27% de clasificaciones correctas. El grado de sensibilidad no es muy elevado, si bien ha de tenerse en cuenta que se trata de datos de panel.

Cuadro 10. Porcentajes de clasificaciones correctas

| Punto de corte | Sensibilidad | Especificidad | Clasificado correctamente |
|----------------|--------------|---------------|---------------------------|
| 0,4878 | 60,44% | 89,41% | 75,27% |

Fuente: elaboración propia.

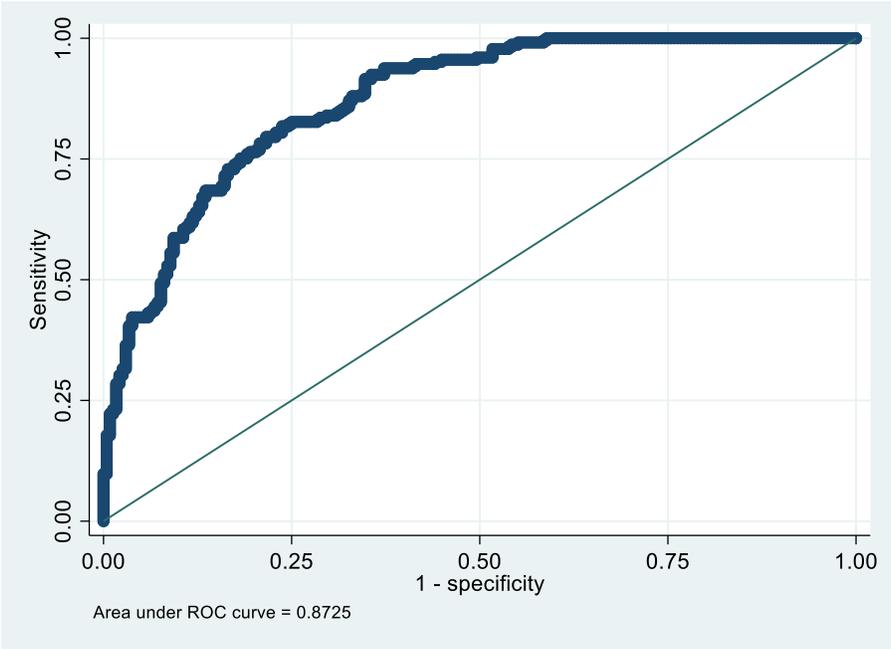
Por otra parte, tras obtener la curva ROC (*Receiver Operating Characteristics*) mediante el comando *roctab* de Stata, se presenta en la Figura 5 un reporte detallado de la sensibilidad y de la especificidad del modelo estimado para diferentes puntos de corte, lo que indica hasta qué punto el modelo puede realizar clasificaciones de forma correcta.

La Figura 5 con el gráfico de la curva ROC representa visualmente la sensibilidad en función de 1 menos la especificidad. Cuando la curva ROC se acerca a la esquina superior izquierda del gráfico, como en este caso, es una indicación de que el modelo estimado es bueno clasificando las observaciones. Además, la curva ROC estimada tiene un área bajo la curva (o estadístico C) de 0,8725. Cuanto más próxima a 1 esté el área bajo la curva, mejor es el ajuste de la regresión logística a los datos de la muestra utilizada. La línea diagonal representaría el caso de una

capacidad nula para distinguir (“discriminar”) entre las observaciones argentinas y las observaciones mexicanas (Martínez González *et al.*, 2014).

Figura 5. Curva ROC

| ROC | | | | |
|---------------|--------|----------------|-------------------------|---------|
| Observaciones | Area | Error Estandar | Intervalo confianza 95% | |
| 461 | 0,8725 | 0,0158 | 0,8415 | 0,90347 |



Fuente: elaboración propia.

2.3.5 Discusión de los resultados empíricos

De acuerdo con los resultados alcanzados, la diferencia entre el desarrollo de las actividades de RSC en Argentina y México puede explicarse y predecirse simplemente con ayuda de cuatro indicadores en materias específicas de RSC y una variable económico-financiera de control representativa del tamaño de las compañías. En concreto:

- V2: Emisiones. Su coeficiente es significativamente distinto de cero, al nivel de 5%. Su signo es negativo, de modo que su efecto puede ser interpretado en el sentido de que, a mayor puntuación de 0 a 100 en esta variable explicativa (indicador), menos probable es que la empresa sea argentina; es decir, más probable es que sea mexicana. En la base de datos Refinitiv Eikon esta variable puntúa, de peor (cero) a mejor (100), el comportamiento de una compañía en cuanto al control de las emisiones de efecto invernadero, la reducción de la generación de residuos, etc. Parece que las entidades mexicanas analizadas están más comprometidas con la protección del medioambiente en la forma concreta de control de estas emisiones contaminantes y, por ello, reciben mayor puntuación al respecto. Recuérdese que en la actualidad aplicar buenas políticas medioambientales en la empresa coincide con los Objetivos de Desarrollo Sostenible propuestos por la ONU.
- V3: Innovación ambiental. Su coeficiente es significativamente distinto de cero, al nivel de 5%. El signo es positivo, de modo que su efecto puede ser interpretado de forma que, a mayor innovación ambiental, es más probable que la empresa sea argentina y menos probable que sea mexicana. En la base de datos Refinitiv Eikon, la innovación ambiental puntúa la innovación en los productos de la compañía (productos más verdes o ecológicos), así como la inversión en investigación, desarrollo y equipos orientada en similar dirección. La Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible insta a las entidades de cualquier tipo a mejorar su comportamiento con respecto a lo ambiental y social a través del uso de diseños tecnológicos innovadores, ya que considera este aspecto como relevante para el desarrollo sostenible (CEPAL, 2019). Por su parte, Lu y Abeysekera (2014) encontraron que la RSC aumenta cuando las empresas tienen un mejor desempeño ambiental y social, con un incremento de la ventaja competitiva y un mejor desempeño económico. Al hilo de lo anterior, existe evidencia que indica que la

innovación tecnológica genera una disminución de los costos, proporciona ganancias extras y aumenta la ventaja competitiva (Ramayah *et al.*, 2013). En la misma línea, Abdul-Rashid *et al.* (2017) determinaron que, cuando se diseñan y desarrollan productos sostenibles, esto influye en el desempeño ambiental; las prácticas de fabricación sostenibles influyen en el desempeño ambiental, social y económico; la cadena de suministro sostenible influye en el desempeño social; y la gestión sostenible al final de la vida útil influye en el desempeño económico. Y Aguirre (2019) afirma que la innovación tecnológica se fortalece con el tamaño y los tipos de empresa que trabajan por mejorar su desempeño ambiental y social, por lo que existen razones para decir que, la innovación tecnológica tiene influencia sobre el desempeño ambiental y, por tanto, sobre la RSC.

- V8: Administradores. Su coeficiente es significativamente distinto de cero al nivel de 5%, siendo su signo positivo. En este sentido, su efecto implica que, con mejores puntuaciones en cuanto al compromiso de los administradores con las buenas prácticas de gobernanza o gobierno corporativo, más probable es que la empresa sea argentina. En la base de datos Refinitiv Eikon, esta variable puntúa la estructura del consejo de administración y de sus comités para garantizar su buen funcionamiento, la independencia de los administradores, su diversidad, etc., así como la existencia de políticas apropiadas en cuanto a sus remuneraciones. A favor de esto, Rojas *et al.* (2020) señalan que la RSC está muy relacionada con la administración y alta dirección y esto se retribuye con la lealtad de compra de los clientes. El compromiso de la administración empresarial con la RSC genera beneficios sociales y desarrollo intangible, proporcionando utilidades y resultados cuantitativos.
- V10: Estrategia de RSC. Su coeficiente es significativamente distinto de cero al nivel de 5%, con signo positivo. En este sentido, su efecto implica que, cuanta mejor puntuación reciba la estrategia de RSC desarrollada por la

empresa, más probable es que la compañía sea argentina. En la base de datos Refinitiv Eikon, este indicador puntúa la aplicación de estrategias corporativas que incorporen un enfoque de RSC, junto con la transparencia en esta materia y la difusión de informes de RSC o sostenibilidad. En este contexto, el diseño y aplicación de buenas estrategias de RSC permite la resolución de conflictos y la mejor distribución del valor agregado generado por los diferentes grupos involucrados (*stakeholders*). De este modo, un comportamiento socialmente responsable influye de manera positiva a largo plazo, lo que se evidencia en la garantía de la sostenibilidad tanto de la empresa como de la sociedad (Porter y Kramer, 2003), contribuye al posicionamiento y ventaja competitiva a través de la buena imagen de la empresa, disminuye los riesgos por reputación (Cortes, 2008) e incrementa su legitimación ante el conjunto de la sociedad. De este modo, las empresas que aplican las estrategias de RSC en su modelo de negocio reciben mayores beneficios no solo a lo interno, sino que también a lo externo, siempre que estas estrategias estén integradas por una dimensión social, medioambiental y económica (Martínez et al, 2012; Solano *et al.* (2017)).

- LNActivos: Activos Totales. Su coeficiente es significativamente distinto de cero, al nivel de 5%. Su signo es negativo, de modo que su efecto se interpreta en el sentido de que, a mayor volumen de activos, menos probable es que la empresa sea argentina y más probable es que sea mexicana. Esto permite intuir que la base de datos Refinitiv Eikon, con sus puntuaciones de RSC para 57 empresas argentinas y 55 compañías mexicanas, en realidad incluye entidades que son de mayor tamaño en el caso mexicano que argentino. Esta variable de control matiza las diferencias entre los perfiles de RSC de las empresas argentinas y mexicanas y es coherente con Chiu y Wang (2015), quienes expresaron que el tamaño de la empresa influye sobre la RSC.

CONCLUSIONES

Al término de este trabajo se puede concluir, desde el punto de vista teórico, que la RSC en América Latina no está tan desarrollada como en otros países del mundo. Sin embargo, durante los últimos años y hasta la actualidad, el interés de las empresas por su adopción es cada vez mayor, ya que esto genera una buena imagen frente a los clientes. Específicamente, en la región latinoamericana las tendencias futuras demandadas por las personas centran su foco en lo social y ambiental, que va desde productos sustentables hasta la mejora de las condiciones laborales, salarios justos, calidad de vida y diversidad en las contrataciones de personal.

Desde el punto de vista del estudio empírico, se estimó un modelo *logit* con datos de panel y efectos aleatorios, cuya variable de respuesta $Y=(1,0)$ nos permite identificar las diferencias, en varios indicadores de RSC, entre las empresas argentinas ($Y=1$) y las compañías mexicanas ($Y=0$) estudiadas. En concreto, esos indicadores son: V2, emisiones; V3, innovación ambiental; V8, administradores; y V10, estrategia de RSC, a todo lo cual se une un indicador económico-financiero dado por el logaritmo neperiano de los activos totales. Cuanto mayor sea la puntuación otorgada a la compañía en V2 y cuanto mayor sea el nivel de los activos totales, menos probable es que la empresa sea argentina, más probable es que sea mexicana. Y al revés: cuanto mayor sea la puntuación recibida en V3, V8 y V10, más probable es que la empresa sea argentina, menos probable es que sea mexicana. En el apartado de discusión de los resultados empíricos alcanzados se ha comentado en detalle.

Por lo que se refiere a la calidad estadística del modelo econométrico estimado, parece aceptable en un contexto de datos de panel, a la vista de la significación de los coeficientes estimados, los pseudo R^2 de bondad del ajuste, los porcentajes de clasificaciones correctas y el análisis de la curva ROC.

Las contribuciones académicas, empresariales y prácticas de este trabajo son interesantes, ya que se realiza en función de datos obtenidos de bases de datos importantes. Además, la metodología aplicada ha dado buenos resultados en estudios similares, por lo que la reproducción de la misma puede realizarse confiando en los resultados de este estudio. Asimismo, también puede ser de utilidad para otros investigadores, quienes pueden basarse en dichos resultados para estudios posteriores de RSC.

Sin embargo, es importante mencionar las limitaciones encontradas. Por lo menos en América Latina, el desarrollo de la RSC está aún en un *status* inicial, por lo que hay una reducida disponibilidad de informaciones y todavía es escaso el número de empresas presentes en las diversas bases de datos sobre RSC. Incluso más insuficiente es el registro de datos referente a hace años. Todo esto dificulta hacer estudios más amplios, con mayor volumen de informaciones y/o de países.

Sin embargo, es necesario seguir ahondando en el tema a futuro, ya que, así como avanza la humanidad, también lo hacen los procesos de gestión de las empresas; y, cada día, éstas deben cumplir con las demandas de la sociedad. En este sentido, las variables que pueden caracterizar la RSC de una empresa también cambiarán con el tiempo, por lo que es preciso que se sigan estudiando para estimar modelos que puedan reflejar mejor las prácticas de RSC.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abdul-Rashid, S.H., Sakundarini, N., Raja Ghazilla, R.A. y Thurasamy, R. (2017). The impact of sustainable manufacturing practices on sustainability performance: empirical evidence from Malaysia. *International Journal of Operations & Production Management*, 37(2), 182-204.
- AECA - Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (2004): Marco conceptual de la responsabilidad social corporativa. AECA, Madrid.
- Aguilera, A. y Puerto, D. (2012). Crecimiento empresarial basado en la responsabilidad social. *Pensamiento y Gestión*, 1(32), 1-26. Disponible en: <http://www.scielo.org.co/pdf/pege/n32/n32a02.pdf>
- Aguirre Romero, A.O. (2019). Factores internos y desempeño ambiental y social en la divulgación de responsabilidad social corporativa. ESAN Graduate School of Business, Lima. Disponible en: <https://acortar.link/73v8sF>.
- Avendaño, W. (2013). Responsabilidad social (RS) y responsabilidad social corporativa (RSC): una nueva perspectiva para las empresas. *Revista Lasallista de Investigación*, 10(1), 152-163. Disponible en: <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&AuthType=shib&db=cm s&AN=91533851&lang=es&site=ehost-live>
- Bakker, F.G.A. de, Groenewegen, P. y Hond, F. Den (2005). A Bibliometric Analysis of 30 Years of Research and Theory on Corporate Social Responsibility and Corporate Social Performance. *Business & Society*, 44(3), 283-317.
- Bowen, H.R. (1953). *Social Responsibilities of the Businessman*. Iowa: University of Iowa Press. Disponible en: <https://muse.jhu.edu/.ca>
- Briseño, A., Lavín, J. y García, F. (2011). Análisis exploratorio de la responsabilidad social empresarial y su dicotomía en las actividades sociales y ambientales

de la empresa. *Contaduría y Administración*, 48(233), 73-83. Disponible en: <http://www.scielo.org.mx/pdf/cya/n233/n233a5.pdf>

Carroll, A.B. (1979). A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance. *The Academy of Management Review*, 4 (4), 497-505.

Carroll, A.B. (1999). Corporate Social Responsibility: Evolution of a Definitional Construct. *Business & Society*, 38(3), 268-295.

Castaño Ramírez, A.D. y Arias Sánchez, S. (2021). Efecto de la responsabilidad social corporativa en la reputación de las organizaciones: Una revisión sistemática. *Revista Universidad & Empresa*, 23(40), 1-25.

CEPAL (2019). La Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible, una oportunidad para América Latina y el Caribe. Disponible en: https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/40155/24/S1801141_es.pdf

Chacón, J. y Rugel, S. (2018). Responsabilidad social corporativa y su impacto positivo en la empresa y la Sociedad. *Espacios*, 39 (41), 20.

Chiu, T.K. y Wang, Y.H. (2015). Determinants of social disclosure quality in Taiwan: An application of stakeholder theory. *Journal of Business Ethics*, 129(2), 379-398.

Coba, E., Díaz, J., Zurita, E. & Proaño, 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. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=215052403003>

Comisión Europea (2011). Estrategia renovada de la UE para 2011-2014 sobre la responsabilidad social de las empresas. COM (681) final, 25 de octubre.

Bruselas. Disponible en:
<http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2011:0681:FIN:ES:PDF>. Consultado el 01 de abril de 2022.

Cortés, F. (2008): Ética empresarial y responsabilidad social empresarial. Boletín Económico de ICE, nº 2936, 33-48.

Cuevas, J., Maldonado, S. y Escobar, N. (2013). Aproximación a los factores que influyen en la divulgación de información sobre RSC en empresas de América Latina. Cuadernos de Contabilidad, 14(34), 91-131. Disponible en: <https://search.proquest.com/docview/1771597565?accountid=36937>

Ferreira, D.A., Avila, M.G. y de Faria, M.D. (2010). Corporate Social Responsibility and Customers Perception of Price. Social Responsibility Journal, 6(2), 206-221.

Gallego-Álvarez, I. (2018). Assessing corporate environmental issues in international companies: A study of explanatory factors. Business Strategy and the Environment, 27(8), 1284-1294.

Guerrero, D. y Sandoval, J. (2011). La responsabilidad social como generadora de valor empresarial: hacia la construcción de un modelo de balance social para las Mipymes. Revista U.D.C.A Actualidad & Divulgación Científica, 14(2), 177-186. Disponible en: http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0123-42262011000200019&script=sci_abstract&tlng=es

Hermawan, A. y Gunardi, A. (2019). Motivation for disclosure of corporate social responsibility: evidence from banking industry in Indonesia. Entrepreneurship and Sustainability Issues, 6(3), 1297-1306.

Huamán, A. y Vargas-Merino, J. (2021). Desarrollo de la responsabilidad social en empresas de Latinoamérica: una revisión sistemática entre los años 2010 – 2020. Neumann Business Review, 7 (1), 04-25.

- Hurtado Rodero, R. (2010): “La sostenibilidad: Un nuevo paradigma económico, social y empresarial”. En Saavedra Robledo, I. (coord.), Introducción a la sostenibilidad y la RSC, 5-21, Netbiblo, La Coruña.
- IBM Corporation (2021): “Modelo de regresión no lineal”. Disponible en: <https://www.ibm.com/docs/es/spss-statistics/SaaS?topic=regression-nonlinear>. Consultado el 01 de julio de 2022.
- Juan Pérez, A.A.; Kizys, R. y Manzanedo Del Hoyo, L.M. (2002): “Regresión Logística Binaria”, Universitat Oberta de Catalunya. Disponible en: <https://econometriai.files.wordpress.com/2010/01/reg-logistica.pdf>. Consultado el 01 de julio de 2022.
- Kang, Y. y Wood D.J. (1995): “Before-profit social responsibility-turning the economic paradigm upside-down”. En D. Nigh y D. Collins (eds.), Proceedings of the 6th Annual Meeting of the International Association for Business and Society (IABS), 408-418. IABS, Vienna..
- Laguna García, I. (2018). Responsabilidad social corporativa en el sector textil. Trabajo Fin de Grado. Universidad de Valladolid, Valladolid.
- Lazovska, D. (2017). Catorce organizaciones que impulsan la RSE en América Latina. Disponible en: <https://www.expoknews.com/14-organizaciones-que-impulsan-la-rse-en-america-latina/>. Consultado el 10 de julio de 2022.
- Lizarzaburu, L. y Brio, J. (2016). Responsabilidad social corporativa y reputación corporativa en el sector financiero de países en desarrollo. Globalización, Competitividad y Gobernabilidad, 10(1), 42-65.
- Lizcano-Prada J. y Lombana, J. (2018). Responsabilidad Social Corporativa (RSC): reconsiderando conceptos y enfoques. Civilizar: Ciencias Sociales y Humanas, 18(34), 119-134.

- Long, J.S. y Freese, J. (2014). *Regression Models for Categorical and Dependent Variables Using STATA*. Stata Press, College Station (TX).
- Lu, L.Y.Y. y Liu, J. S. (2014). The knowledge diffusion paths of corporate social responsibility - from 1970 to 2011. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 21(2), 113-128.
- Lu, Y. y Abeysekera, I. (2014). Stakeholders' power, corporate characteristics, and social and environmental disclosure: Evidence from China. *Journal of Cleaner Production*, 64, 426-436.
- Martínez, P., Pérez, A. & Rodríguez, I. (2012). Análisis de la práctica corporativa de la responsabilidad social en el sector turístico: estudio de casos. *Cuadernos de Turismo*, 30, 145-164.
- Martínez González, M.A., Sánchez-Villegas, A., Toledo Atucha, E.A. y Faulin Fajardo, J. (2014). *Bioestadística amigable*. Elsevier, Madrid.
- Mellado, C. (2010). Responsabilidad social empresarial en las pequeñas y medianas empresas latinoamericanas. *Revista de Ciencias Sociales*, 15(1), 24-33. Disponible en: redalyc.org/pdf/280/28011674003.pdf
- Molina, V. K., y Quiroz, S. E. (2020). Responsabilidad social corporativa en las empresas de Latinoamérica: una revisión sistemática de la literatura científica en los últimos cinco años: 2016-2020 (Trabajo de investigación). Repositorio de la Universidad Privada del Norte. Disponible en: <https://hdl.handle.net/11537/25163>
- Nicole Roldán, P. (2016): "Modelo de regresión". Disponible en: <https://economipedia.com/definiciones/modelo-de-regresion.html>. Consultado el 01 de julio de 2022.

- Olcese Santonja, A., Rodríguez M.A. y Alfaro, J. (2008). Manual de la empresa responsable y sostenible: conceptos, ejemplos y herramientas de la Responsabilidad Social Corporativa o de la Empresa. McGraw-Hill Interamericana, Madrid.
- Peinado, E. (2013). La Responsabilidad Social Empresarial en América Latina. Disponible en: <https://www.managementsociety.net/2013/02/08/la-responsabilidad-social-empresarial-en-america-latina/>. Consultado el 10 de julio de 2022.
- Pérez-Martínez, S. y Topa, G. (2018). Percepciones sobre la responsabilidad social corporativa de las empresas: relación con las actitudes y conductas de sus clientes. *Acción psicológica*, 15(1) 103-120. Disponible en: <https://doi.org/10.5944/ap.15.1.22003>
- Polanco, Y. (2013). ¿Contribuyen las prácticas empresariales responsables a la reducción de la pobreza? *Contabilidad y Negocios*, 8(15), 43-56. Disponible en: <https://search.proquest.com/docview/1426247865?accountid=36937>
- Porter, M.E. y Kramer, M.R. (2003). La filantropía empresarial como ventaja competitiva. *Harvard Deusto Business Review*, nº 112, 7-20.
- Prieto, M. (2016): “Modelos de elección discreta”, material docente de la asignatura Análisis Multivariante de Datos Económicos, Universidad de Valladolid, Valladolid.
- Pulido, A. y Ramiro, P. (2010). La responsabilidad social corporativa de las multinacionales españolas en Colombia. *El Ágora USB*, 10(1), 1-276. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3642115>
- Quintão, R. T. y Isabella, G. (2015). Corporate Social Responsibility and High and Low-Income Customers: Different Perceptions of Benefit, Value, Price and

- Purchase Intentions. En L. Robinson (ed.), *Marketing Dynamism & Sustainability*, 801-804. Springer, Cham (Switzerland).
- Ramayah, T., Mohamad, O., Omar, A., Marimuthu, M. y Leen, J.Y.A. (2013). Green manufacturing practices and performance among SMEs: evidence from a developing nation. En P. Ordóñez de Pablos (ed.), *Green Technologies and Business Practices: An IT Approach*, 208-225. IGI Global, Hershey (PA).
- Ramírez, A. (2017). Mejores estudios sobre responsabilidad social. Disponible en: <https://www.expoknews.com/cuales-son-los-mejores-estudios-sobre-rse/>. Consultado el 03 de abril de 2022.
- Rojas, F.E.P., Salas, C.A.C., Grajales, I.D.J.C., Herrera, L.A. G. y Ojeda, G.A.S. (2020). El desarrollo del capital humano como estratégica de la alta dirección. En I. González Layalde, J.T. Martínez Reyna y M.Q. Galván Ismael (coords.), *Innovación Empresarial en Capital Humano*, 51-65. Red Iberoamericana de Academias de Investigación, México.
- Seral, A.A. y Rubio, A.A.S. (2021). Actividades de RSC en el sector financiero: Comparativa entre Ibercaja y Deutsche Bank. Trabajo Fin de Grado. Universidad de Zaragoza, Zaragoza.
- Sherlock Communications (2021). Informe de RSC LATAM. Disponible en: https://mcusercontent.com/4b2c98cfb207cdaae9e24e227/files/0ab03733-c972-81e9-d689-432e53f9669a/CSR_EBOOK_SPA.pdf. Consultado el 10 de julio de 2022.
- Sierra, L., García, M. y Zorio, A. (2014). Credibilidad en Latinoamérica del informe de responsabilidad social corporativa. *Revista de Administración de Empresas*, 54(1), 28-38.
- Solano, S.E., Martínez, R.G. y Román, A.P. (2017) Los beneficios de la responsabilidad social en las empresas. En I. Villamar Alvarado, M.T. Mite

Albán, M. Montesdeoca Peralta, M. López Franco y S. Lobato Torres (comps.), Libro de Memorias Científica del 3er Congreso de Investigación e Innovación en Desarrollo Empresarial, 28-29. CIDE Editorial, Guayaquil.

Stata (2021): Longitudinal-Data/Panel-Data Reference Manual. Stata Press, College Station (TX).

Vázquez, J. (2012). La responsabilidad social corporativa en los principales grupos de comunicación españoles: Incorporación, gestión y análisis de la información a través de sus páginas web. *Correspondencias y Análisis*, nº 2, 111-128.

Wojtarowski, A., Silva, E., Piñar, M. y Negrete, J. (2016). La responsabilidad social empresarial como pieza clave en la transición hacia el desarrollo sustentable en el sector turístico. *Pasos*, 14(1), 127-139. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88143642009>.