

Capítulo 35. El impacto en la probabilidad de la responsabilidad social corporativa con el desempeño financiero de micro y pequeñas empresas.

Juan José Esparza López
Jose Ángel Arreola Enriquez
Claudia Leticia Preciado Ortiz
Leopoldo Gómez Barba

Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas CUCEA, Universidad De Guadalajara

DOI: [10.46990/iQuatro.2025.04.20.35](https://doi.org/10.46990/iQuatro.2025.04.20.35)

Resumen

Se analiza la relación que tienen las estrategias de responsabilidad social corporativa (RSC) con el desempeño financiero de micro y pequeñas empresas en el año 2024 en Jalisco, México. La metodología empleada fue el análisis factorial para la definición de las variables, dimensiones e ítems y los modelos probit para contrastar la hipótesis, considerando un tamaño muestral de 566 encuestas válidas. Las micro y pequeñas empresas encuestadas tienen la siguiente distribución por sectores: el 66.13% comercio, el 29.10% servicios y el 4.77% manufacturero. Los hallazgos principales son que para estas empresas las estrategias de responsabilidad social corporativa que disminuyen la probabilidad de incrementar el desempeño financiero en el corto plazo, mientras que el capital humano, estrategias de mercadotecnia e innovación tienen efectos de incremento.

Palabras clave

Desempeño financiero, desarrollo sustentable, responsabilidad social corporativa, micro y pequeñas empresas, modelos probit

Introducción

La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) ha cobrado mayor relevancia en los últimos años en México, tal como lo refiere el Centro Mexicano para la Filantropía A.C. (CEMEFI, 2022) el número de empresas que han obtenido el Distintivo Empresa Socialmente Responsable (ESR®), se ha incrementado desde el 2001 con 17 empresas al 2022 con un total de 2,257. En cuanto al periodo 2016-2022 las micro y pequeñas empresas tuvieron un crecimiento del 7% al 11% para las micro, y del 23% al 26% las pequeñas empresas. Aunado a ello, el estado de Jalisco ocupa el segundo lugar con un total de 250 empresas registradas en el 2022, que representan el 11.09% del total nacional.

Las empresas tienen responsabilidades no solo hacia los accionistas, sino también hacia todos los grupos de interés (stakeholders) que puedan verse afectados por sus acciones. Los stakeholders incluyen empleados, clientes, proveedores, la comunidad y el medio ambiente (Freeman, 2010). Para que la participación de los stakeholders sea efectiva y significativa, es crucial permitirles expresar sus opiniones de manera independiente, sin la influencia de otros grupos (Roloff, 2008). La honestidad, la transparencia y la equidad son elementos fundamentales para garantizar el funcionamiento adecuado de las organizaciones (Phillips et al., 2003; Freeman y Evan, 1990).

Friedman (1970) adoptó una perspectiva económica restringida, argumentando que la responsabilidad social de una empresa radica exclusivamente en maximizar sus utilidades, por lo que solo si esto los lleva a incrementar sus ventas podrían realizar tareas del cuidado del medio ambiente y apoyar a grupos vulnerables de la sociedad. Las organizaciones que se involucran en iniciativas de RSC pueden obtener resultados favorables que coinciden con sus metas económicas, sociales y ambientales, al mismo tiempo que mantienen un enfoque a largo plazo (Nimani et al., 2022).

Los hallazgos en la literatura empírica son difusos debido a que se han identificado efectos positivos donde el desempeño financiero (DF) depende de realizar estrategias de RSC, además de efectos nulos o negativos (Cuellar Hernández et al., 2023; Gallardo y Galarza, 2021; Maqdool y Bar, 2019). Por lo que esta investigación tiene como objetivo identificar en empresas micro y pequeñas del estado de Jalisco, la contribución que tienen las estrategias de RSC en el DF.

En este estudio se emplea el análisis factorial exploratorio para identificar las variables y su influencia mutua, con el objetivo de establecer dimensiones y estimar probabilidades mediante modelos probit sobre la generación de beneficios financieros derivados de la RSC.

Los principales resultados indican que las estrategias de mercadotecnia e innovación tienen un impacto positivo. En contraste, la antigüedad de las empresas y el conocimiento del mercado, cuando no se aplican a la mejora de productos y servicios, afectan negativamente.

Además, a diferencia de lo esperado, la implementación de estrategias de RSC tiene un efecto adverso en las empresas analizadas. Esto podría deberse a que los beneficios esperados no se reflejan en el corto plazo o a que la adopción de estrategias de RSC implica costos elevados para las organizaciones estudiadas.

Revisión de la Literatura

El DF depende de una sinergia de factores entre los cuales están construir un equipo de trabajo comprometido con la organización, generar el conocimiento e ideas de mejora y que cuenten con la capacidad de implementación que sea valorado por los gerentes por lo cual permitiría mejorar la productividad e impactar positivamente sobre el DF (Guerrero et al, 2022; Yuliarmi et al., 2021; Khan, 2021). Así mismo, la gestión financiera en términos del control de ingresos, egresos y mantener niveles adecuados de endeudamiento genera una mayor capacidad de las empresas para generar utilidades en el largo plazo sobre todo para pequeñas y medianas empresas que requieren de un mejor historial para obtener financiamiento cuando se requiera (Bui et al., 2021; Mugisha et al., 2020).

Las empresas se ven impulsadas por su entorno, lo que hace que cada una de ellas busque generar estrategias que les permitan tener una ventaja competitiva, si se tiene conocimiento de que la competencia está generando políticas de RSC influirá en el incremento de estas políticas para todas las empresas, llevando a que mejore la ventaja competitiva y logrando un mayor efecto sobre el DF (Nguyen et al., 2021). No obstante, la competencia no tiene efectos lineales sobre el DF, hasta un cierto punto la competencia fomenta la mejora, pero cuando sobrepasa el nivel de competencia óptima; esta se convierte en una dificultad debido a que buscará de todas las maneras posibles ganar mayor mercado lo que llevaría a que las empresas vean afectado su desempeño (Crick, 2020).

Si bien la antigüedad de las empresas es considerada como experiencia en el mercado, se ha identificado que las pequeñas y medianas empresas más jóvenes tienen mayor capacidad de innovar y adaptarse a los cambios del mercado; lo que le permite tener efectos positivos sobre los ingresos (Mabenge et al., 2020). Sin embargo, se ha reconocido que las estrategias en innovaciones ambientales tienen un mejor resultado para aquellas empresas con mayor antigüedad, si el mercado considera que las empresas contaminan estas a su vez buscan cambiar su forma de producción (Yin et al., 2022).

La capacidad de adaptación e innovación de las pequeñas y medianas empresas es fundamental para que las ideas de los diversos stakeholders sean no solo escuchadas, sino también transformadas en mejoras sostenibles que respondan a las nuevas necesidades del mercado. Esta dinámica incrementa la probabilidad de lograr mayores ventas (Menne et al., 2022). En México, para 145 pequeñas y medianas empresas de Tamaulipas, se identificó que la innovación en productos, mejoras en procesos derivado de mejoras de software y maquinaria tiene una relación positiva sobre el DF, pero esto requiere de una sinergia entre los colaboradores horizontales como pueden ser instituciones de educación, gobierno y competidores (Alvares Aros et al., 2022). No solo innovar, sino, además, socializar las buenas prácticas mediante estrategias de mercadotecnia es una buena forma de que el mercado premia a las empresas con un incremento de ventas al mejorar su imagen corporativa (Daud et al., 2022; Gallardo Vazquez et al., 2019). Estas estrategias deben incluir un enfoque que considera las necesidades de sus clientes en aspectos como el precio, la calidad de los productos y servicios generando lealtad a la marca, lo que permite un DF mayor (Ahmin, 2021).

Responsabilidad social corporativa

Las políticas de RSC influyen en la ética de las organizaciones y la percepción positiva del mercado, para ello las empresas deben cuidar el medio ambiente, tener buenas relaciones con los proveedores y sus trabajadores e involucrarlos en el desarrollo de las políticas, esto es igual para emprendimientos que tengan poco tiempo en el mercado y aquellas empresas con una mayor antigüedad (De Jesus et al., 2020). Para grandes empresas, estas políticas tienen efectos diferenciados en el desempeño financiero (DF). En el caso de Ecuador, se analizaron 153 empresas que publicaron informes de sostenibilidad y que forman parte del Pacto Mundial Red Ecuador durante el periodo 2014-2018. Los resultados mostraron una correlación positiva al 90% entre la responsabilidad social corporativa (RSC) y el rendimiento sobre activos (ROA). Sin embargo, para los otros 11 indicadores de DF evaluados, no se identificó ninguna correlación significativa (Gallardo y Galarza, 2021). Esta relación se ha identificado no ser lineal, lo que muestra que las estrategias de RSC aunque en el corto plazo no tengan efectos positivos las empresas pueden beneficiarse de estos efectos en el largo plazo esto fue demostrado por Maqdool y Bar (2019) para 43 empresas de India de 2008 a 2017.

Se llevó a cabo un estudio en México con respecto a la RSC y el DF, donde se consideraron 101 empresas que cotizaban en la BMV (Bolsa Mexicana de Valores). Los resultados revelaron una correlación de Pearson positiva entre el RSC y el DF de las empresas analizadas, además, la deuda y el tamaño de la empresa también influyen de manera positiva con la RSC, sin embargo, la deuda impactó de manera negativa al rendimiento sobre activos. Es relevante señalar que los sectores de materiales e industrial son los que presentan una mayor

cantidad de prácticas de RSC, lo que se atribuye a una mayor presión por parte de los grupos de interés (Cuellar Hernández et al., 2023). En el caso de las pequeñas y medianas empresas (pymes), se consideró una muestra de 343 empresas del noreste de México (Sonora y Baja California) en 2018. El estudio concluyó que la implementación de la RSC afecta positivamente al DF cuando se cumplen las expectativas del cliente, se mejora la competitividad y se consideran variables éticas, sociales y económicas. Estas prácticas conducen a una mejora en la rentabilidad, uno de los indicadores financieros clave para las empresas. Sin embargo, las limitaciones en recursos de las pymes influyen en su capacidad para adoptar prácticas de RSC, lo cual también impacta negativamente en su rentabilidad (Valdez-Juárez et al., 2019). Así mismo, se realizó un estudio en Ciudad Obregón para 48 empresas con distintivo ESR del Centro Mexicano para la Filantropía. Como resultado del estudio se encontró que la dimensión económica y social, tiene un impacto positivo significativo, al contrario de dimensión ambiental, la cual, no fue aceptada debido a resultados no significativos de manera estadística (Landázuri Aguilera et al., 2024).

Metodología

Se busca analizar la RSC en sus diferentes dimensiones sobre la probabilidad de que una empresa obtenga beneficios financieros, por lo que en primera instancia se construyeron las variables latentes con sus dimensiones e ítems mediante el análisis factorial confirmatorio (Jordan Muiños, 2021). El alfa de Cronbach es una medida de confiabilidad que evalúa la consistencia interna de los ítems de un instrumento, reflejando las correlaciones promedio entre ellos. Su valor oscila entre 0 y 1, siendo aceptables aquellos que se sitúan entre 0.7 y 0.9; valores superiores indican que los ítems son redundantes (Oviedo y Campo-Arias, 2005). Sin embargo, si hay menos de 10 ítems en la variable latente, se pueden considerar aceptables valores superiores a 0.6 (Herman, 2015; Frias-Navarro, 2022). Aunque el alfa de Cronbach es la técnica más común para determinar la consistencia interna, requiere cumplir con la condición de covarianza homogénea entre las puntuaciones verdaderas y los errores de medida. Si esta condición no se cumple, se prefiere utilizar el omega de McDonald, ya que su estimación mantiene la eficiencia (Vizioli y Pagano, 2022; Deng y Chang, 2017).

Para medir la probabilidad, se utiliza un modelo específico que considera la relación entre una variable dependiente con valores binarios (1 ó 0). Este tipo de modelo no puede ser estimado mediante mínimos cuadrados ordinarios, ya que esto generaría parámetros sesgados e ineficientes. Esto se debe a que las predicciones resultantes no estarían acotadas en el rango, y los errores no tendrían una varianza constante (García, 2008). Por lo que una posibilidad es representar el modelo de elección discreta propuesto por McFadden (1977). Donde

se utiliza la función de distribución acumulativa (FDA) normal, por lo que el modelo propuesto se conoce como normit ó de manera más extendida probit (Gujarati y Porter, 2010).

La bondad de ajuste con la que el modelo probit puede clasificar los resultados esperados está determinado por la sensibilidad del modelo que es la clasificación de los valores 1 cuando en realidad son 1, mientras que la especificidad es la capacidad que tiene el modelo de clasificar los resultados de un valor 0 cuando en realidad es un 0, además se puede considerar la capacidad del modelo general como la precisión que tiene en clasificar todos sus elementos, la representación gráfica de la precisión es el área bajo la curva del rendimiento de clasificación (ROC), en la que mayor área bajo la curva (AUC) mayor será la precisión del modelo, si el valor de AUC es menor o igual .5 el modelo no tiene capacidad de explicación (Osorio et al., 2023; Cerda y Cifuentes, 2012).

Posterior al análisis de modelos logísticos, se requiere conocer la bondad de ajuste de los modelos, para ello una técnica que comúnmente se utiliza además de las curvas de rendimiento diagnóstico (ROC), es la prueba propuesta por Hosmer Lemeshow que ajusta la medida de Pearson, considerando g subgrupos al momento de estimar, que usualmente son los 10 deciles de la distribución para evitar el sesgo ocasionado por el tamaño de la muestra, donde la hipótesis nula es que no hay diferencia entre los valores estimados y los observados (Archer y Lemeshow, 2006; Lemeshow y Hosmer, 1982).

Datos

Se obtuvieron 566 encuestas válidas aplicadas a los gerentes de micro y pequeñas empresas en Zapopan, Jalisco, México en 2024. Las pequeñas empresas y medianas tienen la siguiente distribución por sectores: el 66.13% comercio, el 29.10% servicios y el 4.77% manufacturero. La antigüedad de las empresas es de 32.45% empresas que tienen menos de 5 años en el mercado y el 49.20% considera que su empresa es familiar y la toma de decisiones se concentra en los votos de la familia.

En esta investigación se realizan 4 modelos probit donde la variable dependiente en el primer modelo, se utiliza el incremento de ventas donde 1 es para aquellas empresas que respondieron que sus ventas aumentaron y aumentaron mucho que fueron el 70.49%, para el modelo 2 se utiliza el incremento en utilidades donde 1 es para aquellas empresas que respondieron que sus utilidades aumentaron y aumentaron mucho que fueron el 61.83%, para el modelo 3 sólo se consideraron empresas que mencionaron que tuvieron un mucho incremento en ventas con el 20.13% y por último, el modelo 4 que contempla a las empresas que mencionaron que tuvieron mucho incremento en utilidades con el 14.13%. Se toman como variables de control las utilizadas en la literatura por Alvares Aros et al (2022), Nguyen et al

(2021), Crick (2020), De Jesús et al (2021) y Gallardo Vázquez et al (2019): la antigüedad de las empresas, capital humano, conocimiento del mercado, estrategias de innovación, estrategias de mercadotecnia y gestión financiera.

Resultados

Construcción de variables latentes

Para el constructo la variable latente de Responsabilidad Social Corporativa utiliza las dimensiones económicas, medioambientales, sociales y éticas siguiendo estudios como los de (Landázuri Aguilera et al., 2024; Gallardo Vázquez et al., 2019) y se presenta la confiabilidad mediante las pruebas de alfa de Cronbach y el omega de McDonald con valores de 0.76 y 0.78 respectivamente por lo que es aceptable realizar análisis inferencial con estas variables construidas, esto mismo se repite para las demás variables de control donde los resultados son para capital humano alfa de 0.82 y omega de 0.82; conocimiento del mercado con 0.83 y 0.83; estrategias de innovación con 0.88 y 0.88; estrategias de mercadotecnia con 0.71 y 0.72, y por último gestión financiera con 0.89 y 0.89.

Modelos probit para el desempeño financiero

En la Tabla 35.1 se muestran los resultados de los modelos probit realizados, los cuales muestran que al 95% de significancia de los modelos están bien especificados y tienen capacidad de predicción debido a que la hipótesis nula de Hosmer-Lemeshow no puede ser rechazada para ninguno de ellos. Los hallazgos muestran que para los modelos 2 y 3 la antigüedad tiene una relación negativa con coeficientes de -0.0064 y -0.0169, es decir, si incrementa en un año la antigüedad en el mercado la probabilidad de incrementar su desempeño financiero disminuye en 0.0064 y 0.0169 puntos porcentuales respectivamente, estas empresas en lugar de aprovechar su mayor experiencia que mejore la toma de decisiones, la rigidez y falta de innovación en sus procesos perjudica su capacidad de adaptarse a situaciones cambiantes como si lo muestran empresas más jóvenes que esa misma falta de procedimientos estandarizados logran un mejor desempeño de ventas y utilidades al igual que lo que identifica (Mabenge et al., 2020).

Por su parte la innovación en productos para los modelos 1 y 2, se identifica una relación positiva con el incremento en ventas con el coeficiente de 0.2251 y con el incremento de utilidades con un mayor impacto con un coeficiente de 0.7070, esto principalmente en relación en innovar los productos y procesos que consideren las opiniones de las partes interesadas, por lo que mantener una comunicación efectiva permite adaptar en mayor medida las necesidades de la sociedad (Alvares Aros et al, 2022). El conocimiento del mercado requiere de una aplicación para tener efectos reales sobre el desempeño financiero, es por ello que eva-

luar los precios, la calidad de los productos y servicio tanto propios como de la competencia no es suficiente; esto se observa en el modelo 1, donde el conocimiento del mercado tiene un impacto negativo con -0.2279 sobre el incremento de ventas a diferencia que lo identificado por Nguyen et al (2021), solo si al conocer que la competencia realiza mejoras sustentables en la forma de producir y esto promueve que se generalice la producción sustentable teniendo un efecto positivo.

Las estrategias de mercadotecnia enfocadas en dar a conocer los productos y servicios es esencial para generar ingresos como muestran los resultados de Gallardo Vázquez et al (2019), en este sentido los modelos 1 y 3 que representan el incremento de ventas, las estrategias de mercadotecnia tienen una relación directa significativa con 0.3113 y tiene un impacto mayor sobre la probabilidad de incrementar mucho las ventas con coeficiente de 1.0427, esto muestra que las empresas requieren de una buena comunicación con sus clientes, debido a que en la actualidad el conocimiento es cada vez más alcanzable, rápido y gratuito debido a la tecnología, todas las empresas compiten por generar un mayor interés sobre los productos que ofrecen debido a esto las empresas requieren enfocar esfuerzos y recursos para entrar en el radar de los clientes potenciales.

La responsabilidad social corporativa he tenido un efecto reductor (con coeficientes de -0.4502 y -0.7346) sobre el desempeño financiero como lo identificado por Maqdool et al (2019), por lo que incurrir en estrategias enfocadas en mejorar la percepción de todos los stakeholders: desde los clientes hasta los empleados y sus relaciones con las dimensiones económicas, ambientales, sociales y ambientales genera un costo extra que no logra enfocar los esfuerzos en las tareas principales de incremento del desempeño financiero.

Tabla 35.1

Modelos probit para la RSC y el desempeño financiero

	Ventas (1)	Utilidades (2)	Ventas altas (3)	Utilidades altas (4)
Intercepción	0.6218*** (0.1034)		-2.1871*** (0.4233)	-2.7232*** (0.4625)
Antigüedad		-0.0064* (0.0036)	-0.0169** (0.0066)	
Innovación	0.2251** (0.0894)	0.7070*** (0.2510)		
Equipo			1.5570*** (0.4117)	1.1299** (0.4615)

Conocimiento	-0.2279**			0.6580
	(0.1121)			(0.4431)
Mercadotecnia	0.3113***	0.4417	1.0427***	0.8093
	(0.0071)	(0.2848)	(0.3574)	(0.3786)
RSC	-0.1445	-0.4504*	-0.7346**	-0.5795
	(0.1272)	(0.2501)	(0.3580)	(0.3893)
Log-likelihood	-346.43	-363.08	-256.73	-220.214
Akaike	704.87	734.17	541.46	450.43
Hosmer-Lemeshow	10.055	7.053	14.327*	9.1356

*Nota. Elaboración propia con el programa de R. Los códigos de significancia son los siguientes: 1% ***, 5%** y 10%*.*

Curvas de rendimiento de clasificación

Los modelos muestran buena capacidad de clasificación la sensibilidad verdaderos positivos y la especificidad de verdaderos negativos, al igual que la clasificación general de los modelos mediante el valor del área bajo la curva (AUC) que para el modelo de incremento en ventas alto es de 0.6887, para el incremento en ventas de 0.6196, el incremento en utilidades alto es de 0.6736 y el incremento en utilidades de 0.6004 todos mayores al 0.5 de referencia.

Discusión

Estos resultados permiten conocer como la aplicación de estrategias de responsabilidad social corporativa; mantener los beneficios empresariales para los accionistas, disminuir la degradación ambiental, satisfacer las necesidades de los clientes, contribuir a una mejor sociedad y respetar los acuerdos formales e informales, tienen sobre el desempeño financiero donde los hallazgos han sido mixtos (Cuellar Hernández et al., 2023; Gallardo y Galarza, 2021; Maqdool y Bar, 2019). En México, Cuellar Hernández et al. (2023) encontraron una correlación positiva entre la RSC y el desempeño financiero en empresas grandes, pero destacaron que factores como la deuda pueden tener efectos negativos sobre el ROA. Mientras que Gallardo y Galarza (2021) no encontraron relación con otros indicadores financieros, lo que sugiere un impacto limitado. Estos hallazgos están relacionados con lo identificado en esta investigación debido a que la RSC difiere si se considera su tamaño y estrategias, son factores clave en la forma en que se manifiestan los efectos de la RSC.

En el caso de las pymes, Valdez-Juárez et al. (2019) concluyeron que la implementación de prácticas de RSC mejora la rentabilidad cuando se cumplen expectativas éticas, sociales y económicas. Sin embargo, también señalaron que las limitaciones de recursos afectan negativamente la adopción de estas prácticas. Este hallazgo coincide parcialmente con mi

investigación, ya que las pequeñas empresas enfrentan restricciones similares que podrían limitar los beneficios financieros derivados de la RSC. Por otro lado, Maqdool y Bar (2019) identificaron que los efectos de la RSC no son lineales y que los beneficios pueden manifestarse a largo plazo, lo cual podría explicar por qué micro y pequeñas empresas en Zapopan no experimentan mejoras inmediatas en su desempeño financiero, esto podría deberse a factores como recursos limitados, costos iniciales elevados o falta de estrategias adecuadas para integrar prácticas socialmente responsables que valoren los consumidores en sus operaciones sin comprometer su estabilidad financiera.

Conclusiones

La relación entre las estrategias de responsabilidad social corporativa y el desempeño financiero se analiza mediante modelos probit para evaluar en micro y pequeñas empresas mediante encuestas a gerentes en México, para controlar los efectos de variables no observadas se utilizaron aquellas que han tenido relación con el desempeño financiero de las empresas como son: la antigüedad y estrategias de mercadotecnia, equipos de trabajo, innovación, conocimiento del mercado y gestión financiera, para ello se construyen variables latentes que mediante las pruebas de alfa de Cronbach y el Omega de McDonald las variables son confiables para realizar análisis inferencial con valores superiores a 0.7 para todas las variables latentes, los modelos probit analizados fueron evaluados mediante la técnica de Hosmer-Lemeshow donde se identifica que están bien especificados al 95% de confianza para su interpretación con los siguientes valores estimados de 7.053, 9.1356, 10.055 y 14.327. Así mismo los modelos probit son capaces de predecir el comportamiento mediante la prueba de área bajo la curva de rendimiento de clasificación con valores superiores a .5 para todos ellos.

Los hallazgos de los modelos probit muestran la importancia que tiene el tener buenas estrategias de mercadotecnia, cuidando cuestiones como el precio, la calidad del producto y servicio, así como generar publicidad para dar a conocer la empresa, como las estrategias de innovación enfocadas en mejorar aspectos de los productos, los servicios y procesos tanto internos como externos, además de tener equipos de trabajo leales, comprometidos y que busquen mejorar su productividad tienen impactos positivos sobre el desempeño financiero medido como las ventas y utilidades. No obstante, los resultados muestran diferencias con las variables de control de antigüedad y conocimiento del mercado, donde la relación es negativa a diferencia de lo esperado, lo que muestra que estas empresas la experiencia y conocimiento no fue utilizado para generar estrategias de mejor calidad. Por parte de la variable de análisis la responsabilidad social corporativa en lugar de mejorar la imagen y disminuir costos, ha tenido efectos corrosivos sobre el desempeño financiero, lo que muestra que para estas empresas en el corto plazo no tienen la capacidad de utilizar este tipo de estrategias a su favor.

Como limitaciones de este estudio es que se tomó información de corto plazo, sin considerar los efectos de largo plazo donde se suele entender el comportamiento de la responsabilidad social corporativa además se consideran que los resultados son homogéneos para todos los sectores. Por lo que como futuras líneas de investigación se pueden analizar los efectos que tiene en términos de su relación temporal, además de incluir análisis no lineal y explorar los comportamientos entre sectores.

Referencias

- Alvarez-Aros, E. L., Bernal-Torres, C. A., y Tovar, Y. S. (2022). Colaboración externa de la innovación abierta y desempeño financiero de las PYMES en Tamaulipas, México. *Revista de Administração de Empresas*, 62(3), e2020-0483.
- Archer, K. J., y Lemeshow, S. (2006). Goodness-of-fit test for a logistic regression model fitted using survey sample data. *The Stata Journal*, 6(1), 97-105.
- Bui, D. T., Huan, N. H., y Ngo, V. M. (2021). Financial leverage and performance of SMEs in Vietnam: Evidence from the post-crisis period. *Economics and Business Letters*, 10(3), 229-239.
- CEMEFI. (2022). Gráficos de información ESR para CI. Recuperado el 22 de noviembre de 2024, de <https://www.cemefi.org/wp-content/uploads/2022/12/2-Graficos-Informacion-ESR-para-CI-2.pdf>
- Cerda, J., y Cifuentes, L. (2012). Uso de curvas ROC en investigación clínica: Aspectos teórico-prácticos. *Revista chilena de infectología*, 29(2), 138-141.
- Crick, J. (2020). The dark side of coopetition: when collaborating with competitors is harmful for company performance. *Journal of Business and Industrial Marketing*, 35 (2), 318-337. <https://doi.org/10.1108/JBIM-01-2019-0057>
- Cuellar Hernández, M. D. L., Morales Ramírez, D., y Alvarado Lagunas, E. (2023). Impacto de la Responsabilidad Social Empresarial en el desempeño financiero: Evidencia de México. *Análisis económico*, 38(99), 101-117.
- Deng, L., y Chan, W. (2017). Testing the difference between reliability coefficients alpha and omega. *Educational and psychological measurement*, 77(2), 185-203.
- Freeman, R. E. (2010). *Strategic management: A stakeholder approach*. Cambridge university press.
- Freeman, E.R., y Evan, W.M. (1990), Corporate governance: A stakeholder interpretation. *Journal of Behavioural Economics*, 19, 337-359.
- Frías-Navarro, D. (2022). Apuntes de estimación de la fiabilidad de consistencia interna de los ítems de un instrumento de medida. *Universidad de Valencia*, 23.
- Friedman, M. (1970). A Friedman doctrine: The social responsibility of business is to increase its profits. *The New York Times Magazine*, 13, 32-33.
- García, B. Á., (2008). Modelos de elección binaria. *Econometría II*.

- Guerrero, S., Cayrat, C., y Cossette, M. (2022). Human resource professionals' human and social capital in SMEs: small firm, big impact. *The International Journal of Human Resource Management*, 33(16), 3252-3274.
- Gujarati, D., y Porter, D. (2010). *Econometría* (quinta edición). México: Editorial Mc. Graw Hill.
- Herman, B. (2015). The influence of global warning science views and sociocultural factors on willingness to mitigate global warning. *Science Education*, 99(1), 1-38.
- Jordan Muñíos, F. M. (2021). Valor de corte de los índices de ajuste en el análisis factorial confirmatorio. *Psocial*, 7(1), 66-71.
- Khan, S. (2021). Impact of human resource accounting on organizations' financial performance in the context of SMEs. *Accounting*, 7(3), 621-628.
- Lemeshow, S., y Hosmer Jr, D. W. (1982). A review of goodness of fit statistics for use in the development of logistic regression models. *American journal of epidemiology*, 115(1), 92-106.
- Mabenge, B. K., Ngorora-Madzimure, G. P. K., y Makanyeza, C. (2020). Dimensions of innovation and their effects on the performance of small and medium enterprises: the moderating role of firm's age and size. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 34(6), 684-708. <https://doi.org/10.1080/08276331.2020.1725727>
- McFadden, D. (1977). Modelling the choice of residential location.
- Menne, F., Surya, B., Yusuf, M., Suriani, S., Ruslan, M., y Iskandar, I. (2022). Optimizing the financial performance of smes based on sharia economy: Perspective of economic business sustainability and open innovation. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(1), 18.
- Mugisha, H., Omagwa, J., y Kilika, J. (2020). Short-term debt and financial performance of small and medium scale enterprises in Buganda Region, Uganda. *International Journal of Finance & Banking Studies* (2147-4486), 9(4), 58-69.
- Nguyen, H., Tran, T. H. M., Nguyen, T. H. Y., y Truong, D. D. (2021). The influence of competitive advantage on financial performance: A case study of SMEs in Vietnam. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(5), 335-343.
- Nimani, A., Zeqiraj, V., y Spahija, D. (2022). The importance of corporate social responsibility for companies: The developing market study [Special issue]. *Journal of Governance & Regulation*, 11(4), 314-320. <https://doi.org/10.22495/jgrv11i4siart11>
- Oviedo, H. y Campo-Arias, A. (2005). Aproximación al uso del coeficiente de alfa de Cronbach. *Revista Colombiana de Psiquiatría*. 34(4).
- Phillips, R., Freeman, R.E., y Wicks, A.C. (2003), What stakeholder theory is not. *Business Ethics Quarterly*, 13, 479-502.
- Roloff, J. (2008), Learning from multi-stakeholder networks: Issuefocussed stakeholder management. *Journal of Business Ethics*, 82, 233-250.

- Vizioli, N., y Pagano, A. (2022). From alpha to omega: Estimation of ordinal reliability. A practical guide. *Revista Costarricense de Psicología*, 41(2), 119-136.
- Yin, C., Salmador, M. P., Li, D., y Lloria, M. B. (2022). Green entrepreneurship and SME performance: The moderating effect of firm age. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 18(1), 255-275.
- Yuliarmi, N. N., Dewi, N. P., Rustariyuni, S. D., Marhaeni, A. A. I. N., y Andika, G. (2021). The effects of social capital and human resources on financing and SMEs performance. *International Journal of Human Capital in Urban Management*, 6(1).