Revista Internacional de Investigación e Innovación Tecnológica

Página principal: www.riiit.com.mx

Análisis de Percepción sobre Responsabilidad Social de las empresas manufactureras de Zona Fronteriza de Reynosa Tamaulipas

Analysis of Perception on Social Responsibility of the manufacturing companies of the Border Zone of Reynosa Tamaulipas

Cervantes-Zubirías, G.[a]*, Díaz-Martínez, M.A.[b], Morales-Rodríguez, M.A.[a], Román-Salinas, R.V.[b], Alva-Rocha, L.A.[a]

[a] Universidad Autónoma de Tamaulipas- Unidad Académica Multidisciplinaria Reynosa-AZTLÁN, calle 16 y Lago de Chapala, colonia Aztlán, C.P. 88740 Reynosa, Tamaulipas.
[b] Tecnológico Nacional de México - ITS de Pánuco. Prol. Av. Artículo 3ro. Constitucional. Col. Solidaridad, S/N. Pánuco, Veracruz.
gabriela.cervantes@docentes.uat.edu.mx*; marco.diaz@itspanuco.edu.mx; mmorales@docentes.uat.edu.mx; reina.roman@itspanuco.edu.mx; lalva@docentes.uat.edu.mx

Innovación tecnológica: Mejoramiento de procesos de manufactura por medio de un programa de responsabilidad social.

Área de aplicación industrial: Producción, Desarrollo de nuevos procesos y Organizacional.

Recibido: 04 octubre 2022
Aceptado: 12 junio 2023

Abstract

Social responsibility practiced in organizations, in addition to maximizing shareholder value, must involve processes with a vision in which process waste and the processes themselves do not have a negative impact on society; it implies considering policies that promote social and environmental sustainability. Therefore, social responsibility involves the adoption of principles, ethical values and organizational norms, where through all of them sustainability is obtained.

The objective of this research is to determine to what degree four dimensions of social responsibility have been impacted by the performance of companies in the Reynosa Tamaulipas Border Zone. The data collected was obtained from a random sample of collaborators who hold leadership positions in the various areas of process engineering, quality and manufacturing in 52 companies in the Reynosa Tamaulipas Border Zone. The data collection instrument was applied virtually where it was obtained that 65% were men and 35% women. The technique used for these

interviews was semi-structured, which aims to maintain the parameters of the topic in question, considering subjective understanding, open and flexible analysis.

The results show that, within the study variables, the social and socioeconomic environment are related to the social responsibility of companies by 32%, while job performance by 62%; the code of ethics with only 5% and job satisfaction is impacted by 1%. In companies it is necessary to take into account the values, norms and above all the principles that govern it in order to achieve a good image before society, which is linked to corporate social responsibility.

Keywords: Social Responsibility, Improvement, Manufacture, Organization, Process.

Resumen

La responsabilidad social practicada en las organizaciones, además de maximizar el valor para los accionistas, debe involucrar procesos con una visión en donde los residuos de los procesos y los procesos en sí no impacten negativamente a la sociedad; implica considerar políticas que promuevan sostenibilidad social y ambiental. Por lo que la responsabilidad social involucra la adopción de principios, valores éticos y normas organizacionales, en donde a través de todos ellos se obtenga la sustentabilidad.

El objetivo de esta investigación es determinar en qué grado han sido impactadas cuatro dimensiones de la responsabilidad social por el desempeño de las empresas de la Zona Fronteriza de Reynosa Tamaulipas. Los datos recolectados, fueron obtenidos de una muestra tomada aleatoriamente de colaboradores que ejercen cargos de liderazgo en las diversas áreas de ingeniería de procesos, calidad y manufactura en 52 empresas de la Zona Fronteriza de Reynosa Tamaulipas. El instrumento de recolección de datos se aplicó de forma virtual donde se obtuvo que 65% fueron hombres y 35% mujeres. La técnica utilizada para dichas entrevistas fue de tipo semiestructurada, que tiene como objetivo mantener los parámetros del tema en cuestión, considerando la comprensión subjetiva, el análisis abierto y flexible.

Los resultados muestran que, dentro de las variables de estudio, la de ambiente social y socioeconómico están relacionadas en la responsabilidad social de las empresas en un 32%, mientras que el desempeño laboral en un 62%; el código de ética con solo el 5% y satisfacción laboral es impactada en 1%. En las empresas es necesario que se tomen en cuenta los valores, las normas y sobre todo los principios que la rigen para de esta manera lograr una buena imagen ante la sociedad, misma que va ligada con la responsabilidad social empresarial.

Palabras clave: Responsabilidad Social, Manufactura, Mejora, Organización, Proceso.

1. INTRODUCCIÓN

La participación del sector manufacturero en el producto interno bruto (PIB) en México, de acuerdo con los últimos informes registrados en el año 2020 por la empresa STATICA, se contabiliza un impacto del 17.2%. En términos de la fuerza laboral en el sector manufacturero, el personal ocupado en

alguna de las industrias manufactureras rondó los 9.1 millones de personas en el año 2020. Las empresas dedicadas a la manufactura automotriz, son unas de las que más generan un ingreso alto en la economía en México con una cantidad de 3,04 millones de unidades en el año 2020 y 136,000 unidades de categoría pesada en el mismo año (PIB, México, 2021). La responsabilidad social empresarial (RSE) es fundamental para el desarrollo empresarial sostenible dentro y fuera del lugar de trabajo (Kumar et al., 2022).

Los principios que se aplican en los proyectos de responsabilidad social se basan en el cumplimiento de las leyes y normas internacionales aplicables; por lo tanto, toda organización debe cumplir. Se ha determinado que ejercer la responsabilidad social afecta en gran medida los procesos de las empresas, de tal forma que la mayoría se enfoca en ella como un modelo de gestión a través del cual pretenden mejorar bajo la legalidad las necesidades de los clientes, de la sociedad y del medio ambiente. Se entiende por el termino legalidad como un sistema que se encuentra presente en cualquier estado, a través del cual se determinan los lineamientos a seguir desde el punto de vista jurídico, a través de dicho sistema se encuentra todo el espectro de la humanidad aprobado o desaprobado (Pineda et al., 2021).

La responsabilidad social en México es un reto constante, las actividades económicas de las empresas en su carácter social son exigidas para responder a un bien común entre su quehacer con sus clientes internos y externos, pero también con la comunidad y otros grupos de interés como por ejemplo sus consumidores. El conocimiento visto como un activo en las organizaciones, es una de las claves para que por medio de su personal altamente competente genere valor agregado a cada actividad productiva (Herrera, 2011).

Actualmente, la sociedad ha perseguido que las organizaciones atiendan eficientemente su compromiso con la contribución social a través de actividades económicas, basadas en el convencimiento de que la empresa es un ente público de la sociedad. Una empresa con altos estándares de ética empresarial debe enfocarse a ser impecable en la realización de sus actividades comerciales, hacerlo de manera transparente y cumplir con las responsabilidades. Las iniciativas de una responsabilidad social a nivel corporativo (RSC) está siendo implementada cada vez más en las empresas manufactureras a nivel mundial fomentando estrategias con un empuje social, medioambiental y económico (Barkero, 2013.). Al contar con una responsabilidad social corporativa será mejor juzgada por la comunidad para que el desempeño financiero de la empresa aumente (Stefany & Agustina, 2022).

La responsabilidad social empresarial (RSE) en estos últimos años y aunado a la pandemia del COVID-19, ha obligado a que las grandes empresas vean con seriedad la responsabilidad social y la manufactura esbelta, e incorporar una dimensión social en la cadena de valor permitiendo abrir nuevos horizontes o fronteras a la posición competitiva de las organizaciones. En México, se considera relevante los criterios de ética empresarial, calidad de vida al interior de las empresas, vinculación y compromiso con la comunidad así como su desarrollo, cuidado y preservando el medio ambiente (Amit et al., 2004 & Sesen, 2023).

La legislación empresarial y normas relacionadas con el medio ambiente son el punto clave para que una organización cuente con responsabilidad ambiental. Esta tendencia ha llevado a que las empresas se preocupen no solamente en sus accionistas, sino también en los intereses que giran alrededor de la misma empresa. Cabe destacar que en diversas investigaciones se

hace mención que en América Latina, el Caribe y en algunos otros países, no existe suficiente información sobre la implementación de la responsabilidad social empresarial (RSE), mediante la cual se establecen criterios para medir el desempeño, los impactos ambientales y sociales (Bermúdez et al., 2018).

La responsabilidad social empresarial (RSE) o responsabilidad social corporativa (RSC), es una autorregulación empresarial que se focaliza tanto en factores internos como externos, esto son: condiciones laborales de sus empleados, accionistas y socios, consumidores, el cuidado del medio ambiente y apoyo humanitario. Esto requiere de un estudio profundo de conceptos y métodos para poder accionar tanto por el sector público como el privado, para después medir sus resultados y seguir gestionando los efectos sociales para mejorar. Las empresas han estado utilizando la RSE de cierta manera desde el siglo XIX, pero se intensifico en el XX. Con la globalización más empresas se han unido al bienestar socioeconómico, sobre todo en las comunidades en las que operan. Por lo que algunas empresas realizan sus informes donde incluyen de alguna manera sus contribuciones en aspectos sociales y ambientales (Romo & Cerrudo, 2017).

La responsabilidad mínima de una empresa es evidenciar que puede crear y mantener la confianza con sus clientes al no dañar a la sociedad. El desarrollo de nuevas tecnologías e internet ayuda a fomentar cambios en el consumo de los clientes y mejorar la influencia de la RSE en temas de marketing, promoción y social media (Mawarni & Muzammil, 2023).

Es importante brindar productos y/o servicios de calidad que satisfagan sus necesidades y que sean fabricados mediante procesos amigables con el medio ambiente. La comunicación efectiva, la honestidad y la transparencia son variables que contribuyen a la credibilidad y confianza de las respuestas (González, 2020).

La responsabilidad social corporativa y la innovación se han convertido en aspectos importantes de la gestión empresarial moderna, pero las empresas a veces siguen caminos diferentes. La RSC permite que las empresas estén mejor posicionadas cuando se enfatiza la confianza y la lealtad a los clientes, y se puede incorporar una visión humanista a su trabajo cuando los líderes tienen la posibilidad de reunirse. La innovación, por otro lado, es la respuesta de una empresa para diferenciarse de sus competidores y sobrevivir en una economía globalizada (Latapí et al., 2019).

Uno de los factores más influyentes en el crecimiento y la supervivencia de una organización es el incremento de los ingresos. Podemos considerar y recopilar percepciones, preferencias, gustos y hábitos de compra de nuestros clientes. Recordar y relacionar la imagen de una empresa comprometida con la responsabilidad social influye en el posicionamiento de la imagen, la fidelización de los clientes y la identificación con la comunidad en la que opera la organización (Castro et al, 2012).

Además de la estrategia organizacional, las finanzas se han convertido en una importante fuente de influencia en el desarrollo empresarial. Las empresas pueden ser más rentables cuando se promueve la responsabilidad social en todos los niveles de la jerarquía, mejorando su capacidad para la toma de decisiones y dar solución a los problemas. La difusión interna de las políticas y de lo que significa ser una empresa socialmente responsable nos ayudará a entender mejor qué intentan conseguir los compromisos voluntarios de todos nuestros empleados.

En general, las prácticas empresariales consideradas pertinentes y responsables en conjunto con las medidas adoptadas para promover la sostenibilidad son diferentes dependiendo del giro de la industria (Padilla et al., 2017). En este escenario, la responsabilidad social y toda actividad empresarial están enfocadas principalmente en y para los trabajadores, en donde su desempeño representa una trascendencia importante a nivel mundial (Jenkins, 2009).

Las empresas del ramo manufacturero están constituidas por unidades económicas, que están ligadas a un proceso de transformación de materias primas, para la obtención de diferentes productos que el mercado adquiere a través de la comercialización. Es importante mencionar que este sector es uno de los más importantes a nivel mundial ya que representa casi el 20% del producto interno bruto (Lucio et al, 2021).

La responsabilidad social empresarial es importante para los países desarrollados y se está extendiendo en América Latina, donde las empresas están implementando prácticas socialmente responsables en su gestión. De esta forma, las empresas han asumido mayor responsabilidad debido a la aceleración del comercio, el crecimiento de la población y el uso masivo de los recursos naturales (Rubio, 2021 & Yaine, 2022).

La función del gerente es administrar el negocio de acuerdo con los deseos del propietario de acuerdo con las leyes básicas escritas o socialmente consuetudinarias. Así, por ejemplo, si un gerente decide no subir los precios para lograr el objetivo social de evitar la inflación a expensas de las ganancias de la empresa, está usando el dinero de los accionistas; por lo tanto, fijará los impuestos y ordenará el uso de su producción, pero es importante considerar la responsabilidad social con los empleados y la organización (Gilli, 2006).

Incluir la responsabilidad social corporativa en la administración tradicional en los negocios, no solo es una tendencia, si no que toma un significado en el aumento de la participación y la relación con la sociedad, la cual es necesaria para todos actualmente. Requiere de la integración voluntaria considerando aspectos ambientales (Pucha, 2021). Para que una empresa se adecuada, debe contar con una estabilidad administrativa en la planificación y gestión de los recursos humanos para mantener a sus empleados y evitar pérdidas de activos (Okokpujie et al., 2022).

La responsabilidad social es primordial para las empresas y la sociedad, vivimos en un mundo globalizado en donde los grupos de interés demandan una gran perspectiva que tiene influencia en las condiciones de este mundo tan competitivo entre organizaciones (Udomphoch & Pormsila, 2023). Existen muchos medios de comunicación donde se constata la reinterpretación de los criterios de inversión en los mercados financieros, así como las reglas o normas que deben operarse en forma ética para el seguimiento del cuidado de nuestro ambiente y sociedad (Bigné et al., 2005).

De aquí la importancia de conocer en qué aspectos en términos de responsabilidad social, han impactado mayormente algunas empresas manufactureras ubicadas en la zona fronteriza del Estado de Tamaulipas en México. Por lo que específicamente el objetivo de esta investigación es determinar en qué grado han sido impactadas cuatro dimensiones de la responsabilidad social por el desempeño de las empresas de la Zona Fronteriza de Reynosa Tamaulipas, México.

2. MARCO CONCEPTUAL, VARIABLES E HIPÓTESIS DE INVESTIGACIÓN

A continuación, se definen las variables consideradas para su valoración: ambiente social y socioeconómico, desempeño organizacional, código de ética y satisfacción laboral; así como las hipótesis de estudio de cada una. Todas ellas contempladas en el instrumento de recolección de datos.

2.1 Ambiente Social y Socioeconómico

La variable de ambiente social y socioeconómico tiene relación con la responsabilidad social de las empresas La Secretaría de Economía (SE), tiene como misión promover la responsabilidad social empresarial, por medio de las Directrices para Empresas Multinacionales de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE). El bienestar social también es una tarea de las empresas multinacionales (Economía, 2016).

H_{0a} = El ambiente social y socioeconómico no tiene grado significativo de impacto positivo derivado de las prácticas de responsabilidad social de las empresas.

H_{1a}: El ambiente social y socioeconómico tiene grado significativo de impacto positivo derivado de las prácticas de responsabilidad social de las empresas.

2.1.1 Desempeño Organizacional

Actualmente la responsabilidad de las empresas es cada vez más evidente, ya que las empresas socialmente responsables tienen mayor impacto con sus clientes, empleados e inversionistas y resulta beneficioso para la organización en aspecto económico, produciendo retornos en utilidades a largo y mediano plazo. Considera el desempeño de las empresas específicamente en la calidad e imagen de productos y servicios, así como la satisfacción de clientes, la cuota de mercado, la productividad, la rentabilidad y eficiencia aunado a la satisfacción del personal.

La implementación de las prácticas de la responsabilidad social en las empresas coadyuva a reducir el riesgo, incrementar el valor de la marca de una empresa y mejorar el desempeño económico. Por el contrario, malas prácticas conllevan a obtener pérdidas y reducir drásticamente las utilidades esperadas. La responsabilidad influye en el desempeño económico y organizacional de una empresa, considerando que se realice la implementación de las prácticas de la forma más conveniente, teniendo conocimiento de la sociedad en la que se encuentra la organización (Newman et al., 2020).

H_{0a} = El desempeño de la organización efectuada por las empresas no contribuye una ventaja positiva hacia una responsabilidad efectiva.

H_{1a}: El desempeño de la organización efectuada por las empresas contribuye una ventaja positiva hacia una responsabilidad efectiva.

2.1.3 Código de Ética

Es importante destacar que la moral y las normas morales pueden ser guías para la conducta del ser humano, sin embargo, no son lo mismo. En este sentido, la moral constituye una consecuencia de la capacidad de pensamiento que poseen todos los seres humanos y es el resultado de la naturaleza en sí. Las normas morales por otro lado señalan qué conducta puede ser positiva o negativa para una actividad en general.

La responsabilidad es un concepto que tiene que ver con otras personas y con sus problemas y necesidades, y que deben ser tomados en cuenta por las empresas. Es con base en esa definición que los conceptos de sostenibilidad y responsabilidad se

interceptan y se superponen, ya que ser sustentable y cuidar del planeta se traducen en un comportamiento responsable de las organizaciones para las generaciones futuras (Adler, 2022).

H_{0a} = Las normatividades y código de ética no presentan una ventaja organizacional hacia una responsabilidad social efectiva.

H_{1a}: Las normatividades y código de ética presentan una ventaja organizacional hacia una responsabilidad social efectiva.

2.1.4 Satisfacción Laboral

Una empresa debe considerar la satisfacción de sus empleados. Los empleados satisfechos son personas que son muy leales y no laboran por coacción alguna, sino porque su objetivo principal es con llevar su organización a un mejor nivel de desempeño. La satisfacción del empleado genera un ambiente sano en el lugar de trabajo (Vizuete, 2022).

H_{0a} = La satisfacción de los trabajadores no se encuentra relacionada a la efectividad de una buena responsabilidad social.

H_{1a}: La satisfacción de los trabajadores se encuentra relacionada a la efectividad de una buena responsabilidad social.

3. MARCO HISTÓRICO Y JURIDICO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

El concepto de responsabilidad social se aplica sobre todo en las grandes empresas de cualquier sector económico, aunque también en empresas públicas y privadas, incluidas las pequeñas y medianas empresas (Pymes) y las cooperativas. La realidad es que el criterio de voluntariedad no obliga legalmente a las organizaciones a ser socialmente responsables, pero el mercado sí ha aprendido a diferenciar entre empresas comprometidas con causas sociales de aquellas que no lo están.

3.1 Norma ISO 26000

La Norma proporciona los lineamientos y los principios, materias fundamentales y asuntos relacionados con la responsabilidad social y cómo practicarla en las empresas. Se dirige a todo tipo de organizaciones privadas, públicas y no gubernamentales; sea cual sea su tamaño, sector o ubicación geográfica. La intención es que cualquier organización quiera incorporar criterios de responsabilidad social en sus actividades cotidianas (Ovalle, 2016).

3.2 Norma ISO14001

Esta Norma Internacional especifica los requisitos para un sistema de gestión ambiental que le permita a una organización desarrollar e implementar una política y objetivos que tengan en cuenta los requisitos legales y la información sobre los aspectos ambientales significativos. Es su intención, que sea aplicable a todos los tipos y tamaños de organizaciones y ajustable a diversas condiciones geográficas, culturales y sociales (Causa, 2019).

3.3. Programa de Naciones Unidas para el desarrollo (PNUD)

Este programa surgió en el año 1965, se desenvuelve en 177 países y territorios para ayudarlos a tener acceso a diferentes recursos que contribuyan a que sus ciudadanos puedan obtener un mejor futuro.

El PNUD está comprometido con la supervisión interna independiente y objetiva, para mejorar la eficacia y eficiencia de sus operaciones; se ha involucrado en las prácticas de la responsabilidad social empresarial a partir del año 2000-.(Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo - EcuRed, 2023).

3.4 Constitución política de los Estados Unidos Mexicanos

La Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (CPEUM), reconoce en su artículo 4° párrafo quinto, el derecho humano al medio ambiente sano para el desarrollo y bienestar; disposición jurídica que a la letra señala lo siguiente: "Toda persona tiene derecho a un medio ambiente sano para su desarrollo y bienestar. El Estado garantizará el respeto a este derecho. El daño y deterioro ambiental generará responsabilidad para quien lo provoque en términos de lo dispuesto por la ley" (Secretaria de Medio Ambiente y Recursos Naturales, 2023).

3.5 Ley General de Equilibro Ecológico y la protección del Medio Ambiente

Esta ley establece que las personas, las organizaciones sociales y empresariales interesadas podrán presentar a la Secretaría, propuestas de las Normas Oficiales Mexicanas (NOM) a las que hace referencia el presente artículo, en términos del procedimiento previsto por la Ley Federal sobre Metrología y Normalización. La Ley en el Artículo 1°, regula la responsabilidad ambiental que nace de los daños ocasionados al ambiente, así como la reparación y compensación de dichos daños (Ley general de equilibro ecológico y responsabilidad social , 2023).

3.6 Ley Federal del Trabajo

De acuerdo con la Autoridad de General de Justicia en México (UGAJ) en el artículo 123 establece: A tal fin, se promoverá la creación del empleo y la organización social del trabajo de conformidad con la ley **(**UGAJ, 2023).

El Reglamento de Seguridad y Salud en el trabajo también establece: "que dependiendo de la naturaleza de las negociaciones, el empleador deberá cumplir con las normas legales relativas a la salud y seguridad de las instalaciones de la empresa y tomar medidas adecuadas para prevenir accidentes cuando utilice maquinaria y equipo" (Normas Oficiales Mexicanas de Seguridad y Salud en el Trabajo, 2023).

4. METODOLOGÍA

De acuerdo con la disposición de las empresas fue necesario aplicar las encuestas de manera virtual. La técnica utilizada para recabar la información fue la encuesta semiestructurada, que tiene como objetivo mantener los parámetros del tema en cuestión y que la persona pueda sentirse en ambiente cómodo, de igual forma que genere libertad de expresión objetiva, el análisis abierto y flexible (Troncoso, 2017).

Otras investigaciones han revelado el alcance del impacto ejercido en diversas organizaciones y el uso de esta metodología se ha realizado una revisión sistemática y critica. De esta forma seleccionaron empleados que forman parte del nivel estratégico de la empresa desde el punto de vista de la responsabilidad social. Estos contribuirán en evaluar los resultados del grado de responsabilidad social y su cumplimiento (Costa & Calderón, 2022). La herramienta de evaluación fue validada por la prueba de confiabilidad de Omega McDonald, éste sugiere un coeficiente entre 0.70 y 0.90 como valor aceptable (Hayes, 2017), se obtuvo como resultado 0.94 lo que indica que el instrumento tiene un comportamiento estable. Luego se aplicó una segunda prueba para medir la consistencia interna entre variables utilizando el coeficiente de alfa de Cronbach, esta prueba establece los mismos estándares que la prueba de Omega McDonald, en ella se obtuvo 0.98, lo que determina fiabilidad en el instrumento (Domínguez Lara, 2012).

Para la recolección de datos, se estimó una muestra aleatoria de 52 personas que ejercen

cargos de liderazgo en las diversas áreas de ingeniería de procesos, calidad y manufactura en las empresas establecidas en el objetivo. Los entrevistados fueron 65% hombres y 35% mujeres, los cuales laboran en empresas de diferente giro, las cuales se muestran en la Tabla 1.

Tabla 1. Giro de las empresas y porcentajes de las personas encuestadas.

Giro de la empresa	Encuestados	Porcentaje
Manufacturera	18	34.62
Textil	1	1.92
Alimentos	1	1.92
Automotriz	8	15.38
Consultoría	0	0.00
Servicios	8	15.38
Empresarial	0	0.00
Electrodomésticos	1	1.92
Electrónica	3	5.77
Médica	2	3.85
Otra	10	19.23
Total	**52**	**100**

El diseño de la encuesta e instrumento de evaluación consta de 68 preguntas, que evalúan secuencialmente diferentes perspectivas de responsabilidad social como se muestra en tabla 2. Las dimensiones o variables consideradas son: Ambiente Social y Socioeconómico, Responsabilidad Social Empresarial, Desempeño Organizacional, Código de Ética y Satisfacción Laboral.

Tabla 2. Criterios y variables para considerar en el instrumento de evaluación de la Responsabilidad Social.

Variable	Pregunta	Criterio por Evaluar
Ambiente Social y socioeconómico.	P1	Mi organización demuestra Responsabilidad Social Empresarial
	P2	Los empleados de mi organización tienen la oportunidad de participar en actividades que tienen como objetivo proteger y mejorar el medio ambiente natural.
	P3	Los empleados de mi organización tienen un compromiso con las prácticas ambientalmente sostenibles en sus funciones diarias en el trabajo, así como en la reducción de desechos, reutilización de materiales y reciclaje).
	P4	Los empleados de mi organización trabajan frecuentemente para garantizar que nuestros productos y/o servicios sean ambientalmente sostenibles.
	P5	La dirección de mi organización fomenta la exploración y aplicación de nuevas metodologías para proteger y enriquecer el entorno natural
	P6	Los problemas de protección o mejora del medio ambiente están integrados en las políticas, prácticas de mi organización.
	P7	Mi organización es una guía para el cambio ambiental positivo.

	P8	Mi organización estaría dispuesta a invertir las ganancias para garantizar la protección o mejora de nuestro entorno natural.
Responsabilidad Social Empresarial	P9	La empresa cuenta con políticas de responsabilidad social empresarial
	P10	Las políticas y prácticas de mi empresa apoyan el desarrollo de las habilidades y carreras de los empleados
	P11	Conoce el término de la responsabilidad social empresarial RSE
	P12	La organización invierte en la salud y el bienestar de sus empleados.
	P13	La organización paga un salario justo y digno a sus empleados.
	P14	La organización fomenta un ambiente de trabajo agradable para los empleados.
	P15	La organización hace todo lo posible para contratar de manera justa y equitativa.
	P16	Las políticas y prácticas de mi organización respaldan un valor central de respeto por sus empleados.
	P17	La organización considera los intereses de los empleados al tomar decisiones.
	P18	La organización tiene políticas y prácticas que respaldan un equilibrio saludable entre la vida laboral y personal de los empleados.
	P19	La organización proporciona o contribuye a actividades que ayudan a la comunidad local (por ejemplo, ciudad, pueblo o región local)
	P20	La organización proporciona o contribuye a actividades que ayudan a la comunidad global.
	P21	La organización es reconocida en la comunidad como un ejemplo de Responsabilidad Social Empresarial
	P22	Los empleados de mi organización reciben recompensas u oportunidades para ser voluntarios en la comunidad local o global.
	P23	La empresa ha recibido reconocimiento público por ayudar a la comunidad local o global
	P24	La empresa dona recursos adaptados a las necesidades de la comunidad.
	P25	La organización colabora con instituciones locales o globales en proyectos socialmente responsables.
	P26	La empresa cuenta con controles para el manejo de residuos
	P27	Incluye en la misión y visión de la empresa sobre la RSE
	P28	La empresa desarrolla iniciativa para tener relación con los vecinos y apoyo a la comunidad
Desempeño Organizacional	P29	La empresa estaría dispuesta a sacrificar las ganancias para garantizar la protección o la mejora de la sociedad.
	P30	La empresa da seguimiento en aplicar mejoras en el bienestar de nuestros clientes.

	P31	La empresa mantiene un alto nivel de confianza entre sus clientes.
	P32	La empresa se dedica a tratar a sus clientes con respeto y dignidad.
	P33	La empresa respeta los derechos de los clientes más allá de los requisitos legales.
	P34	La empresa está dispuesta a sacrificar las ganancias para apoyar la salud y el bienestar de nuestros clientes.
	P35	La empresa tiene valores claros o políticas escritas relacionadas con la Responsabilidad Social Empresarial
	P36	La Responsabilidad Social Corporativa es un aspecto central de la identidad de mi organización
	P37	Es obvio para los visitantes que mi organización se preocupa por la Responsabilidad Social Empresarial
	P38	Hay consecuencias claras en mi organización por participar en un comportamiento ilegal o inmoral.
	P39	La Responsabilidad Social Empresarial está integrada en las políticas y prácticas de recursos humanos de la empresa (por ejemplo, capacitación, orientación de empleados, selección, etc.).
	P40	La empresa tiene un equipo o líder formal de Responsabilidad Social Empresarial
	P41	La empresa tiene un presupuesto destinado a proyectos o causas de Responsabilidad Social Corporativa
	P42	Para la empresa el éxito significa algo más que ganancias, sino también beneficios sociales o ambientales.
	P43	El objetivo de mi organización no es simplemente maximizar el rendimiento financiero, sino también generar valor social y ambiental para la sociedad.
	P44	Además de reportar ganancias/pérdidas, mi empresa también reporta impactos sociales o ambientales
	P45	La empresa contribuye positivamente a las personas y al planeta, al mismo tiempo que apunta a generar ganancias.
	P46	La gerencia de mi organización está preocupada por los problemas sociales y económicos, no solo por los ingresos de la empresa.
	P47	La empresa desarrolla programas para evitar prácticas discriminatorias.
	P48	La empresa cuenta con políticas en contra de trabajo forzoso.
Código de Conducta.	P49	La empresa cuenta con políticas sobre la participación de la mujer en cargos directivos y equidad salarial.
	P50	¿Conoce usted el Código de Ética de la empresa?
	P51	Se han presentado algunos problemas de orden ético en el área laboral.
	P52	El código de ética ha beneficiado su desempeño laboral.

	P53	El código de ética ha beneficiado en su crecimiento personal
	P54	Conozco, cumplo y hago valer las leyes, reglamentos y demás
	P55	Fomento mejores prácticas y procesos para evitar la corrupción y prevenir cualquier conflicto de interés,
	P56	Promuevo, la protección y conservación de la cultura y el medio ambiente
	P57	Promuevo espacios inclusivos para el desarrollo de las actividades laborales para la mejora continua de los procesos
	P58	La empresa cuenta con programas de formación para empleados sobre la ética empresarial
Satisfacción Laboral	P59	Me gustaría estar trabajando en otro lugar dentro de un corto plazo
	P60	En algunas ocasiones tengo ganas de dejar este empleo para siempre.
	P61	Estoy muy orgulloso de poder transmitir a la gente para quién trabajo.
	P62	En mi trabajo me gusta sentir que estoy haciendo un esfuerzo, no solo por mí sino también por la organización.
	P63	confió en que la gerencia tomará decisiones sensatas para el futuro de la organización.
	P64	Considera que la comunicación interna dentro de su área de trabajo funciona de una manera adecuada
	P65	Conoce las tareas que desempeña otras áreas
	P66	Recibe la formación necesaria para desempeñar correctamente su trabajo
	P67	Están claros y conoce los protocolos en caso de emergencia
	P68	Conoce las estrategias de comunicación de RSE de la Organización

Se recurrió a la escala tipo Likert para el diseño del instrumento de evaluación, el cual medió el grado de cumplimiento de la responsabilidad social de las empresas. Las respuestas de opción múltiple consideradas fueron: (0) Muy en desacuerdo, (1) En desacuerdo, (2) Algo en desacuerdo, (3) Neutral, (4) Algo de acuerdo, (5) De acuerdo y (6) Totalmente de acuerdo.

5. Resultados

5. 1 Descripción de los datos

De acuerdo con los resultados obtenidos aplicando una prueba de análisis descriptivo, la pregunta 32 perteneciente a la variable de desempeño organizacional, presentó el valor más alto con una media de 5.0, ésta evalúa si la empresa se dedica a tratar a sus clientes con respeto y dignidad. La pregunta 60, que representa la aportación menos significativa por parte de la empresa obtuvo un resultado medio de 2.49, ella está relacionada con la evaluación del sentimiento moral de los

trabajadores de abandonar su trabajo por sentir un bajo nivel de satisfacción laboral, ver Tabla 3.

Tabla 3. Descripción de datos.

Variables	Preguntas	Media	Desviación Estándar
Ambiente Social y Socioeconómico	P1	4.70	1.39
	P2	4.49	1.53
	P3	4.70	1.45
	P4	4.64	1.34
	P5	4.45	1.36
	P6	4.66	1.36
	P7	4.33	1.45
	P8	4.13	1.55
Responsabilidad Social Empresarial	P9	4.68	1.42
	P10	4.80	1.28
	P11	4.41	1.37
	P12	4.82	1.33
	P13	4.82	1.23
	P14	4.82	1.32
	P15	4.66	1.51
	P16	4.90	1.15
	P17	4.50	1.46
	P18	4.41	1.65
	P19	4.31	1.66
	P20	4.33	1.58
	P21	4.15	1.69
	P22	3.92	1.78
	P23	3.84	1.77
	P24	3.96	1.66
	P25	4.21	1.55
	P26	4.70	1.71
	P27	4.41	1.58
	P28	3.96	1.65
Desempeño Organizacional	P29	3.52	1.79
	P30	4.31	1.61
	P31	4.74	1.45
	P32	5.01	1.32
	P33	4.78	1.37
	P34	3.98	1.61
	P35	4.47	1.58
	P36	4.43	1.56
	P37	4.31	1.61
	P38	4.80	1.59
	P39	4.62	1.67
	P40	4.17	1.82
	P41	3.86	1.78
	P42	4.33	1.65
	P43	4.43	1.49
	P44	4.33	1.61
	P45	4.43	1.58
	P46	4.45	1.47
	P47	4.60	1.71

	P48	4.39	1.70
Código de Ética	P49	4.72	1.69
	P50	4.62	1.55
	P51	3.27	1.81
	P52	4.37	1.62
	P53	4.39	1.58
	P54	4.98	1.35
	P55	4.82	1.56
	P56	4.62	1.53
	P57	4.68	1.56
	P58	4.47	1.58
Satisfacción Laboral	P59	2.68	2.08
	P60	2.49	2.07
	P61	4.60	1.66
	P62	4.62	1.73
	P63	4.68	1.50
	P64	4.27	1.83
	P65	4.56	1.34
	P66	4.52	1.70
	P67	4.68	1.78
	P68	4.25	1.73

5.2 Validación y consistencia interna del instrumento de evaluación

El instrumento de evaluación fue validado mediante la prueba de confiabilidad del índice de Omega McDonald (Hayes, 2020), obteniendo como resultado 0.94, que indica que el instrumento tiene un comportamiento estable. Este índice se determinó mediante la siguiente fórmula.

$$\omega = \frac{(\sum \lambda_i)^2}{(\sum \lambda_i)^2 + \sum \Psi_i} \qquad \textbf{(Ec. 1)}$$

Donde λ_i representa la carga factorial, y Ψ_i la unicidad del ítem i.

Posteriormente se aplicó una prueba de alfa de Cronbach con 0.98 que significa que es un instrumento estable (Domínguez, 2012). También se evaluó la fiabilidad de cada una de las variables de estudios obteniendo los siguientes resultados (Tabla 4).

Tabla 4. Análisis de fiabilidad Alfa de Cronbach.

Variable	Alfa de Cronbach
Ambiental social y socioeconómico	0.97
Responsabilidad Social Empresarial	0.97
Desempeño Organizacional	0.93
Código de Ética	0.96
Satisfacción Laboral	0.94

Por otra parte, la estimación del factor de inflación de la varianza (o VIF, por *Variance Inflation Factor)* indica que no existe multicolinealidad entre pares de constructos o factores independientes (véase Tabla 5), obteniendo un valor máximo de 8.86 (Chen, 2012).

Tabla 5. Tolerancia y VIF por variable.

Variable	Tolerancia	VIF	AVE
Ambiental social y socioeconómico	0.350	2.85	0.74
Desempeño Organizacional	0.113	8.86	0.70
Código de Ética	0.156	6.41	0.69
Satisfacción Laboral	0.525	1.90	0.65

Para la validez convergente, se calculó la varianza promedio extraída (o AVE, por *Average Variance Extracted)* por constructo, obteniendo valores superiores a 0.74, estando por encima de 0.5, que es el valor mínimo recomendado (Leguina, 2015), ver tabla 6.

Tabla 6. Pesos de las variables manifiestas y análisis de validez discriminante.

Variable latente	Variables manifiestas	Peso externo	Correlaciones de cargas (path)	Límite inferior	Límite superior
Ambiente Social y Socioeconómico	P1	0.1318	0.7335	0.5335	0.9016
	P2	0.1268	0.8135	0.5975	0.9328
	P3	0.1545	0.885	0.7965	0.9408
	P4	0.1319	0.8329	0.5761	0.9167
	P5	0.1512	0.9042	0.7969	0.9508
	P6	0.16	0.891	0.7637	0.9516
	P7	0.1494	0.9225	0.8488	0.9588
	P8	0.1534	0.8898	0.8079	0.9472
Responsabilidad Social Empresarial	P9	0.0548	0.7623	0.5502	0.9059
	P10	0.0647	0.8582	0.7441	0.9284
	P11	0.0509	0.7531	0.5391	0.8846
	P12	0.0622	0.8335	0.6939	0.9248
	P13	0.0589	0.7557	0.4673	0.9228
	P14	0.0631	0.8228	0.6158	0.9403
	P15	0.0609	0.7893	0.5851	0.897
	P16	0.0687	0.8703	0.7099	0.9445
	P17	0.0592	0.7808	0.5801	0.915
	P18	0.0679	0.8489	0.711	0.9354
	P19	0.0677	0.8804	0.7729	0.9433
	P20	0.0678	0.8673	0.7623	0.9379
	P21	0.0646	0.8648	0.7497	0.9251
	P22	0.0528	0.7803	0.6411	0.8869
	P23	0.0517	0.7373	0.5558	0.8726
	P24	0.0545	0.7614	0.5682	0.8935
	P25	0.0653	0.8465	0.687	0.9289
	P26	0.0655	0.7408	0.5421	0.876
	P27	0.069	0.868	0.7061	0.9251
	P28	0.06	0.7606	0.5847	0.8847
Desempeño Organizacional	P29	0.058	0.7602	0.588	0.8636
	P30	0.0579	0.8367	0.6717	0.9333
	P31	0.0533	0.7412	0.3775	0.9115

	P32	0.0522	0.75	0.3963	0.9264
	P33	0.0456	0.6711	0.2453	0.8759
	P34	0.0497	0.73	0.4863	0.8456
	P35	0.0663	0.9222	0.8203	0.9676
	P36	0.0653	0.9038	0.7667	0.9623
	P37	0.0639	0.9021	0.8203	0.9528
	P38	0.048	0.7033	0.3927	0.9143
	P39	0.0585	0.8156	0.6392	0.9221
	P40	0.0594	0.8209	0.6858	0.9303
Desempeño Organizacional	P41	0.0592	0.8544	0.7344	0.9283
	P42	0.0644	0.8824	0.7903	0.9431
	P43	0.069	0.9496	0.9058	0.9805
	P44	0.0701	0.9282	0.8605	0.9674
	P45	0.0686	0.9359	0.8859	0.9696
	P46	0.0542	0.7829	0.4643	0.944
	P47	0.0673	0.8332	0.6965	0.93
	P48	0.0643	0.8282	0.6531	0.9208
Código de Ética	P49	0.1125	0.7996	0.5541	0.9405
	P50	0.1264	0.9105	0.8015	0.9594
	P51	0.0234	0.3031	-0.2855	0.7055
	P52	0.1381	0.8748	0.7554	0.9519
	P53	0.1257	0.8855	0.7054	0.9623
	P54	0.0995	0.7628	0.3968	0.9558
	P55	0.133	0.945	0.8616	0.977
	P56	0.1315	0.9221	0.8244	0.9663
	P57	0.1264	0.9057	0.7909	0.9624
	P58	0.1316	0.8991	0.7783	0.9697
Satisfacción Laboral	P59	-0.0047	0.011	-0.4885	0.5502
	P60	-0.0108	-0.0264	-0.497	0.5008
	P61	0.1572	0.8964	0.7211	0.9781
	P62	0.1388	0.9227	0.7866	0.9808
	P63	0.1449	0.9088	0.6959	0.9799
	P64	0.1403	0.8646	0.6813	0.9549
	P65	0.1175	0.7564	0.3423	0.9004
	P66	0.1411	0.8823	0.6841	0.9657
	P67	0.1671	0.8317	0.6327	0.9614
	P68	0.1649	0.76	0.5116	0.8937

Por último, la validez discriminante aplicada al modelo de cada constructo es independiente de los otros constructos, excepto de aquel que es teóricamente

asociado en el esquema propuesto (Henseler et al., 2015), comparando cada coeficiente de regresión y carga o efecto individual con los efectos cruzados de cada variable observada para los demás constructos (véase Tabla 4).

En la figura 1, se muestra el diagrama estadístico del modelo 4 de HAYES and PRESS de mediación de análisis cuantitativo (Hayes, 2017). Este modelo es exclusivo para la evaluación de cuatro variables donde: la variable de responsabilidad social empresarial es la variable independiente (Y), las variables de desempeño organizacional, ambiente social y socioeconómico, satisfacción laboral, desempeño laboral y código de ética (X).

Los efectos indirectos de X sobre $Y = b_1 + b_4M + b_5M$

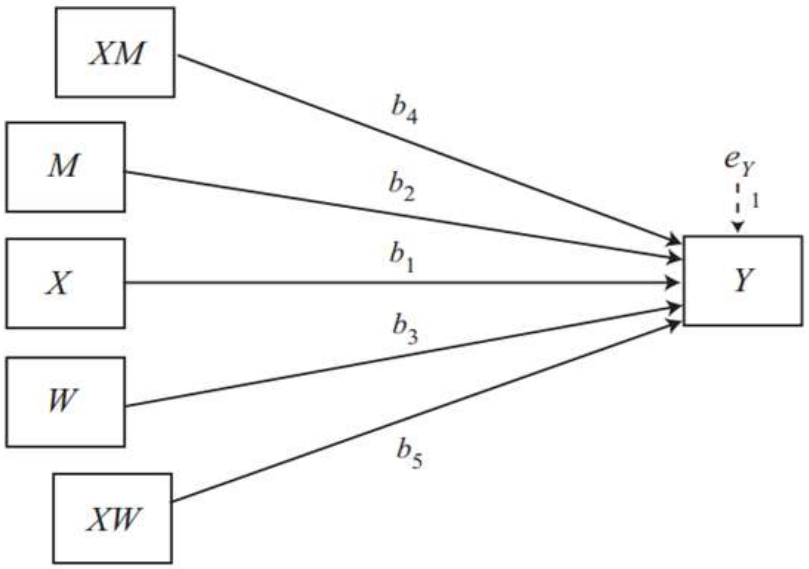


Figura 1. Diagrama estadístico del modelo 4 de Hayes. Fuente: (Hayes, 2013).

En la figura 2, se muestra el diagrama de modelo estructural, la relación entre las variables de estudio y en la tabla 7, se describe los resultados de contribución R^2 que presentan las variables de ambiental social y socioeconómico, satisfacción labora, desempeño organizacional y código de ética con respecto a la variable de responsabilidad social empresarial. De acuerdo con los resultados obtenidos, la variable desempeño organizacional es la que presenta una mayor contribución y relación hacia la variable de responsabilidad social empresarial con un 62% y la variable de satisfacción laboral es la que menos contribuye con un 1% de explicación del modelo de estudio. Este análisis se hizo con el fin de conocer los resultados de la aplicación del instrumento, validarlo y generar un sistema capaz de poder evaluar a las empresas para determinar el grado de responsabilidad social empresarial.

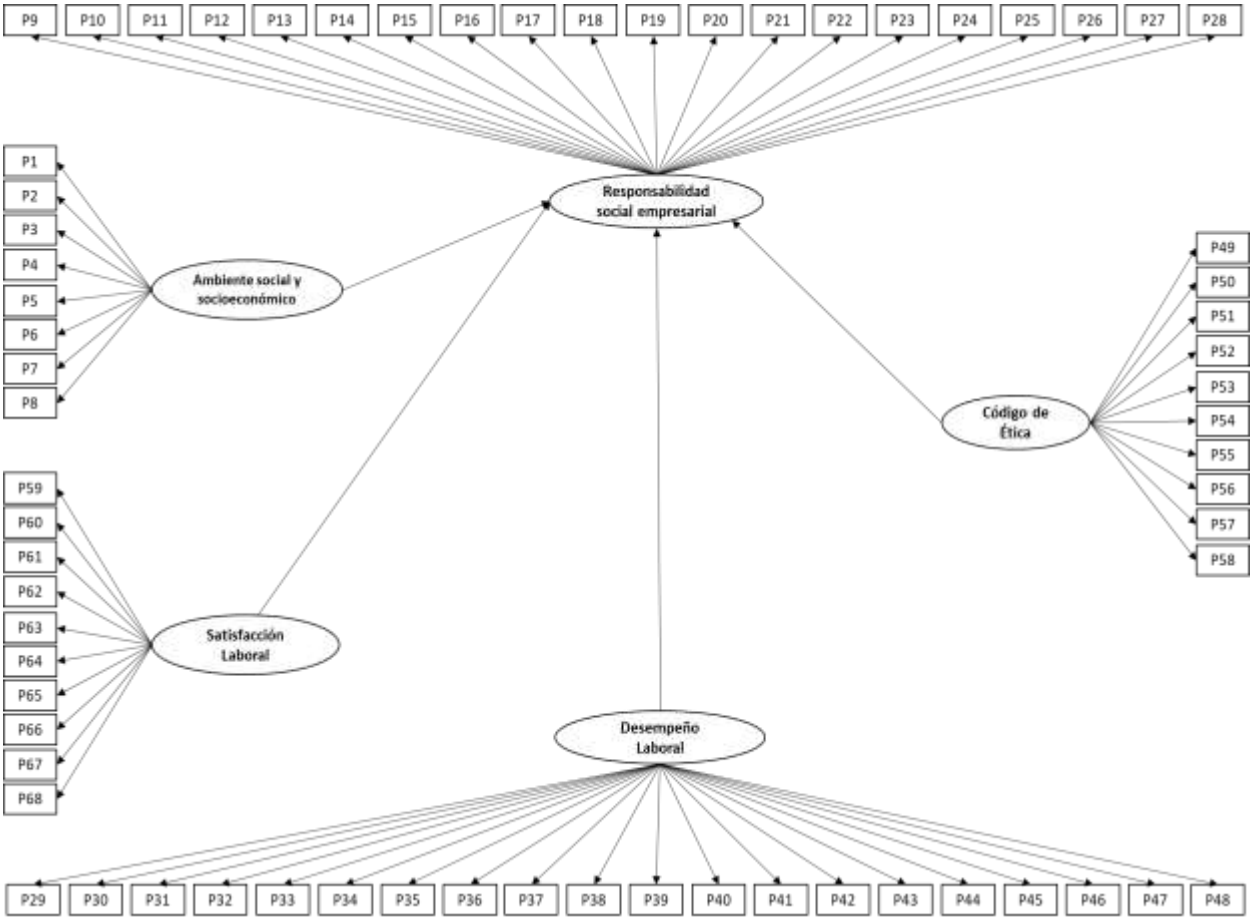


Figura 2. Diagrama de modelo estructural.

Tabla 7. Resultados de contribución R^2.

Variable de estudio	Contribución de variables Independientes ⇨ Responsabilidad Social Empresarial
Ambiental social y socioeconómico	32%
Desempeño Organizacional	62%
Código de Ética	5%
Satisfacción Laboral	1%

De acuerdo con los resultados de la tabla anterior, el desempeño organizacional tuvo un efecto positivo en la responsabilidad social empresarial, por lo que no hay evidencia para rechazar la hipótesis H_{1a} establecida para esta variable; mientras que las variables restantes no presentaron un efecto positivo, por lo que no hay evidencia para aceptar las hipótesis señaladas.

6. DISCUSIÓN

La responsabilidad social ha traído beneficios en relación con los clientes, fuerza laboral y proveedores teniendo como resultados un incremento en la productividad. En un estudio realizado por (Barroso Tanoira, 2008) menciona que la percepción de la responsabilidad esta más asociada a la calidad de vida de la empresa (Serantes & Diz, 2011) mencionan que si bien existe una intención positiva por parte de las empresas en cumplir con una responsabilidad social no se ha logrado una definición aceptada de lo que realmente está en las empresas. En la actualidad las organizaciones que buscan tener una ventaja competitiva en sus

operaciones comerciales y tener éxito en su desempeño organizacional es necesario considerar una buena responsabilidad social empresarial dentro de sus gestiones estratégicas (Espinoza, 2016).

La regulación formal de los lineamientos de una buena responsabilidad social presenta un esquema positivo en las organizaciones de acuerdo con sus estrategias, sin embargo, es importante cuidar en no caer en el camino de la banalidad dándole poca importancia a las normatividades, reglamentos y certificaciones permitiendo caer en un incumplimiento de una conducta socialmente responsable. La responsabilidad social es un elemento clave en la evolución de las organizaciones que ha venido a fortalecer a las organizaciones en las últimas décadas y que se ha convertido un potente concepto de la gestión empresarial (Duque, 2014).

Existen muchas razones por las cuales las empresas buscan poner en práctica las estrategias de RSE y los efectos asociados a la satisfacción laboral (Gómez, 2020.) En el contexto empresarial existen países que han comenzado a implementar iniciativas en beneficio de la satisfacción laboral, como estrategias y programas sobre el mejoramiento de la salud y disminución de los riesgos psicosociales (Hiswais, 2020 &Uribe, 2020).

CONCLUSIONES

La importancia de adoptar práctica de responsabilidad social radica principalmente en la sostenibilidad de los beneficios económicos a mediano y largo plazo, así como en mantener y fortalecer la credibilidad con los empleados y los grupos de interés. La información divulgada en relación con cada aspecto de la RSE realizado por cada organización exige dar a conocer de manera transparente las acciones de esta.

En cuanto a las dimensiones analizadas con respecto a RSE en este estudio, se confirmó que el desempeño organizacional influye satisfactoriamente, esto da pautas para poder implementar aún más y mejores estrategias que sigan coadyuvando al crecimiento. Por otra parte, es esencial revisar al interior de cada organización qué y cómo se está trabajando para que la práctica de RSE impacten en las demás variables (ambiente social y socioeconómico, código de ética y satisfacción laboral). Es fundamental actuar con estrategias eficientes y eficaces para posicionar a las empresas no solo vistas desde la perspectiva de sus productos y/o servicios, si no por su preocupación a devolver a la sociedad parte de lo que ella les ha brindado, esto cimentará rentabilidad efectiva.

Las empresas en las que se realizó el instrumento han podido implementar esfuerzos que coadyuven a cumplir con políticas y estándares de RSE. Cabe resaltar que son un factor importante de apoyo socioeconómico que requieren seguir fortaleciendo e implementando más estrategias que impacten positivamente, aunque se requiere de tiempo. La medición de cada variable en estudios subsecuentes será beneficiosa para las empresas mismas y de la sociedad.

7. REFERENCIAS

Adler, A. H. (2022). La importancia de las éticas aplicadas para la sostenibilidad y la responsabilidad social. *Responsibility and Sustainability*, *7*(1), Article 1. https://doi.org/10.5281/zenodo.6576674

Amit, A., Correa, M. E., & Flynn, S. (2004). *Responsabilidad social corporativa en América Latina: Una visión empresarial*. Naciones Unidas, CEPAL, Div. de Desarrollo

Sostenible y Asentamientos Humanos [u.a. http://www.cepal.org/publicaciones/MedioAmbiente/4/LCL2104P/lcl2104.pdf

Barkero, A. (2013). *LIBRO VERDE DE LA COMISION EUROPEA - Responsabilidad social Empresarial*. Recuperado 11 de junio de 2023, de https://www.academia.edu/4960200/LIBRO_VERDE_DE_LA_COMISION_EUROPEA_Responsabilidad_social_Empresarial

Barroso Tanoira, F. G. (2008). La responsabilidad social empresarial: Un estudio en cuarenta empresas de la ciudad de Mérida, Yucatán. *Contaduría y administración*, *226*, 73-91.

Bermudez-Colina, Y., Mejías-Acosta, A. A., Bermudez-Colina, Y., & Mejías-Acosta, A. A. (2018). Medición de la responsabilidad social empresarial: Casos en pequeñas empresas Latinoamericanas. *Ingeniería Industrial*, *39*(3), 315-325.

Bigné, E., Chumpitaz, R., Andreu, L., & Swaen, V. (2005). Percepción de la responsabilidad social corporativa: Un análisis cross-cultural. *UCJC Business and Society Review (formerly known as Universia Business Review)*, *5*, Article 5. https://journals.ucjc.edu/ubr/article/view/516

Castro, A. A., & Becerra, D. P. P. (2012). *Crecimiento empresarial basado en la Responsabilidad Social*. *32*, 1-26.

Causa, D. con. (2019, julio 9). Normatividad aplicable a México en materia de responsabilidad social. *Difusión con causa*. https://difusionconcausa.com/normatividad-aplicable-a-mexico-en-materia-de-responsabilidad-social/

Chen, J. S. (2012). *Advances in Hospitality and Leisure*. Emerald Group Publishing.

Corporate Social Responsibility, Corporate Reputation and Corporate Image: Testing a Mediational Model. (2023). *International Journal of Business*, *28*(1). https://doi.org/10.55802/IJB.028(1).003

Da Costa, C. C., & Calderón, J. A. G. (2022). Un repaso a la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en América Latina y el Caribe. Empresas e implementación de nuevas políticas. *Revista Economía y Política*, *36*, 1-20.

Dominguez Lara, S. A. (2012). Propuesta para el cálculo del Alfa Ordinal y Theta de Armor. *Revista de investigación en psicología*, *15*(1), 213-217.

Duque Orozco, Y. V., Cardona Acevedo, M. de la M., & Rendón Acevedo, J. A. (2014). Responsabilidad Social Empresarial: Teorías, índices, estándares y certificaciones*. *Cuadernos de Administración*, *29*(50), 196-206. https://doi.org/10.25100/cdea.v29i50.55

Economía, S. de. (2016). *Responsabilidad Social Empresarial*. gob.mx. Recuperado 5 de abril de 2023, de http://www.gob.mx/se/articulos/responsabilidad-social-empresarial-32705

Gilli, J. J. (2006). Responsabilidad social. *Revista Científica Visión de Futuro*, *5*(1), Article 1. https://revistacientifica.fce.unam.edu.ar/index.php/visiondefuturo/article/view/680

Gómez. (2020). *La satisfacción laboral como efecto moderador entre las prácticas organizacionales de recursos humanos y las líneas estratégicas de responsabilidad social corporativa en México | Estudios Gerenciales*. Recuperado 11 de junio de 2023, de https://www.icesi.edu.co/revistas/index.php/estudios_gerenciales/article/view/3790

Hayes, A. F. (2017). *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: A regression-based approach*. Guilford publications.

Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, *43*(1), 115-135. https://doi.org/10.1007/s11747-014-0403-8

Herrera, H. M. (2011). *Responsabilidad social y ética empresarial*. ECOE EDICIONES.

Jenkins, H. (2009). A 'business opportunity' model of corporate social responsibility for small- and medium-sized enterprises. *Business Ethics: A European Review*, *18*(1), 21.

Kumar, A., Kumar, A., & Kumar Behura, A. (2022). The Strategic Corporate Social Responsibility (CSR) for Sustainable Corporate (Business). *WISDOM*, *23*(3), 214-226. https://doi.org/10.24234/wisdom.v23i3.855

Latapí Agudelo, M. A., Jóhannsdóttir, L., & Davídsdóttir, B. (2019). A literature review of the history and evolution of corporate social responsibility. *International Journal of Corporate Social Responsibility*, *4*(1), 1. https://doi.org/10.1186/s40991-018-0039-y

Leguina, A. (2015). A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM). *International Journal of Research & Method in Education*, *38*(2), 220-221. https://doi.org/10.1080/1743727X.2015.1005806

Ley general de equilibro ecologico y responsabilidad social—De búsqueda. (s. f.). Recuperado 5 de abril de 2023, de https://mx.search.yahoo.com/search?fr=mcafee&type=E211MX1274G0&p=Ley+general+de+equilibro+ecologico+y+responsabilidad+social

Lucio-Islas, A. A. D., & Amador-Martinez, M. de L. (2021). Responsabilidad Social de las Empresas Manufactureras del Estado de Hidalgo según su tamaño. *Boletín Científico de las Ciencias Económico Administrativas del ICEA*, *9*(18), Article 18. https://doi.org/10.29057/icea.v9i18.6739

Mawarni, I., & Muzammil, O. M. (2023). *The Influence of Corporate Social Responsibility, Social Media Marketing, Sales Promotion, and Perceived Value on Consumer Purchase Decision on the Tokopedia Marketplace*. *4*(4).

Naturales, S. de M. A. y R. (2023). *Constitución Política Mexicana y leyes ambientales*. gob.mx. Recuperado 5 de abril de 2023, de http://www.gob.mx/semarnat/articulos/constitucion-politica-mexicana-y-leyes-ambientales-144882?idiom=es

Newman, C., Rand, J., Tarp, F., & Trifkovic, N. (2020). Corporate Social Responsibility in a Competitive Business Environment. *The Journal of Development Studies*, *56*(8), 1455-1472. https://doi.org/10.1080/00220388.2019.1694144

Normas Oficiales Mexicanas de Seguridad y Salud en el Trabajo. (s. f.). Recuperado 11 de junio de 2023, de https://asinom.stps.gob.mx/Centro/CentroMarcoNormativo.aspx

Okokpujie, I. P., Odigilia, I. M., Okokpujie, K., Subair, R. E., Ogundipe, A. T., Tartibu, L. K., & Ikumapayi, O. M. (2022). Influence of Corporate Social Responsibility on Business Evaluation of Mobile Communication Network MTN in Nigeria. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, *17*(7), 2199-2207. https://doi.org/10.18280/ijsdp.170720

Ovalle, B. (2016). *ISO 26000, UNA GUÍA PARA LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LAS ORGANIZACIONES*. Recuperado 5 de abril de 2023, de https://www.academia.edu/29010792/ISO_2

6000_UNA_GU%C3%8DA_PARA_LA_RESPONSABILIDAD_SOCIAL_DE_LAS_ORGANIZACIONES

Padilla, C. P., Arévalo, D. X., Bustamante, M. A., & Vidal, C. L. (2017). Responsabilidad Social Empresarial y Desempeño Financiero en la Industria del Plástico en Ecuador. *Información tecnológica*, *28*(4), 93-102. https://doi.org/10.4067/S0718-07642017000400012

PIB México (2021) Statista. Recuperado 8 de agosto de 2022, de https://es.statista.com/estadisticas/596877/participacion-del-sector-manufacturero-en-pib-mexico/

Pineda-Cajilima, J. A., Erazo-Álvarez, J. C., Álvarez-Gavilanes, J. E., & Cárdenas-Muñoz, J. V. (s. f.). Impacto de la Responsabilidad Social Empresarial en el Sector Financiero. *CIENCIAMATRIA*, *7*(12), Article 12. https://doi.org/10.35381/cm.v7i12.447

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo—EcuRed. (s. f.). Recuperado 11 de junio de 2023, de https://www.ecured.cu/Programa_de_las_Naciones_Unidas_para_el_Desarrollo

Pucha, P. M. (2021). *La incidencia de la responsabilidad social corporativa sobre el sector cooperativo financiero. Caso segmento cinco en Chimborazo-Ecuador—RIIIT*. Recuperado 30 de septiembre de 2022, de https://riiit.com.mx/apps/site/idem.php?module=Catalog&action=ViewItem&item_id=85423

Romo, Z. F. G., & Cerrudo, M. T. (2017). *La RSC como herramienta de gestión y comunicación de la reputación corporativa.* *6*(2), 195-227. https://doi.org/10.26422/AUCOM.2017.0602.GON

Rubio, P. R. (2021). Elementos de responsabilidad social empresarial y mercadotecnia social para la reputación corporativa e impacto en el branding. RECAI Revista de Estudios en Contaduría, Administración e Infomática, 10(27). https://www.redalyc.org/journal/6379/637968303001/html/

Serantes, N. P., & Diz, J. (2011). Responsabilidad social: Un análisisde la situación actual enMéxico y España. *Contaduría y Administración*. https://www.semanticscholar.org/paper/Responsabilidad-social%3A-un-an%C3%A1lisisde-la-situaci%C3%B3n-Serantes-Diz/7d62c7fb732034f07870e405844a52275ced4dd2

Silva, Yaine, & Jaramillo, Jeffrey. (2022). *RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN EL MATADERO INDUSTRIAL COSTA ORIENTAL DEL LAGO*. https://doi.org/10.5281/ZENODO.6785001

Stefany, J., & Agustina, L. (2022). Do Corporate Social Responsibility and Political Connections Matter to Financial Performance and Financial Stability in the Banking Sector? Evidence from Indonesia. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, *17*(8), 2445-2452. https://doi.org/10.18280/ijsdp.170812

Troncoso-Pantoja, C., & Amaya-Placencia, A. (2017). Entrevista: Guía práctica para la recolección de datos cualitativos en investigación de salud. *Revista de la Facultad de Medicina*, *65*(2), 329-332. https://doi.org/10.15446/revfacmed.v65n2.60235

Udomphoch, P., & Pormsila, W. (2023). Communicating Corporate Social Responsibility through Green Packaging: A Case Study in Thailand. *TEM Journal*, 241-252. https://doi.org/10.18421/TEM121-31

UGAJ, 2023. *Ley Federal del Trabajo De acuerdo con la Autoridad de General de Justicia en México (UGAJ) en el artículo 123 establece: A tal fin, se promoverá la creación del empleo y la organización social del trabajo de conformidad con la ley (UGAJ, 2023).* - *De búsqueda*. Recuperado 11 de junio de 2023.

Uribe, J. F. U., Amador, J. C. G., & Pino, J. A. A. (2019). Crítica a las propiedades psicométricas de una escala de medición de factores de riesgo psicosocial propuesta en la NOM 035 de la STPS en México. *Contaduría y Administración*, *65*(1), Article 1. https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2019.1569

Vizuete, M (2022). Recuperado 11 de junio de 2023, de https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/36860/1/155%20GTH.pdf