



Artículo original

Responsabilidad Social Empresarial y Percepción de Rentabilidad en Empresas Paraguayas

Corporate Social Responsibility and Profitability Perception in Paraguayan Companies

Sara Clotilde Rodas Ortega^{1*} 

¹ Universidad Paraguayo Alemana, Facultad de Ciencias Empresariales. San Lorenzo, Paraguay.

RESUMEN

Este estudio analiza la relación entre las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial y la percepción de la rentabilidad en empresas paraguayas, desde la perspectiva de sus colaboradores. Si bien dichas prácticas han ganado visibilidad en Paraguay en los últimos años, la evidencia empírica que analice su relación con el desempeño económico desde una perspectiva interna sigue siendo limitada. Para contribuir a esta discusión, se realizó un estudio cuantitativo de diseño no experimental y alcance correlacional-explicativo, basado en una muestra de 152 colaboradores de 12 empresas adheridas al Pacto Global. La información se recopiló mediante encuestas estructuradas con escala de Likert y se analizó a través de un modelo de regresión lineal múltiple, que incorporó cuatro dimensiones de la Responsabilidad Social Empresarial. Los resultados indican que las prácticas orientadas a la comunidad presentan un efecto positivo y estadísticamente significativo sobre la percepción de la rentabilidad ($\beta = 0,381$; $p = 0,007$), mientras que la dimensión vinculada a clientes y gobernanza exhibe el mayor poder explicativo del modelo ($\beta = 0,501$; $p = 0,001$). En contraste, las dimensiones ambiental y orientada a los colaboradores no muestran efectos estadísticamente significativos. El modelo explicó el 63,8% de la variabilidad de la percepción de la rentabilidad empresarial, evidenciando una capacidad explicativa considerable. Asimismo, se observó multicolinealidad moderada, por lo que los coeficientes deben interpretarse con cautela; no obstante, los resultados sugieren que las iniciativas con mayor visibilidad externa se asocian más fuertemente con la percepción del desempeño económico.

Palabras clave: Rentabilidad; colaboradores; gobernanza; empresas privadas; sostenibilidad.

ABSTRACT

This study analyzes the relationship between Corporate Social Responsibility practices and the perception of profitability in Paraguayan companies, from the perspective of their employees. Although such practices have gained increasing visibility in Paraguay in recent years, empirical evidence examining their relationship with economic performance from an internal perspective remains limited. To contribute to this discussion, a quantitative study with a non-experimental design and a correlational-explanatory scope was conducted, based on a sample of 152 employees from 12 companies affiliated with the United Nations Global Compact. Data were collected through structured questionnaires using a Likert scale and analyzed using a multiple linear regression model that incorporated four dimensions of Corporate Social Responsibility. The results indicate that community-oriented practices exert a positive and statistically significant effect on the perception of profitability ($\beta = 0.381$; $p = 0.007$), while the dimension related to customers and governance shows the greatest explanatory power within the model ($\beta = 0.501$; $p = 0.001$). In contrast, the environmental dimension and the employee-oriented dimension do not exhibit statistically significant effects. The model explained 63.8% of the variability in the perception of business profitability, indicating a considerable explanatory capacity. Additionally, moderate multicollinearity was observed; therefore, the coefficients should be interpreted with caution. Nevertheless, the findings suggest that initiatives with greater external visibility are more strongly associated with perceptions of economic performance.

Keywords: Profitability; employees; governance; firms; sustainability.

*Correspondencia:
sara.rodas@upa.edu.py

Conflictos de interés: La autora declara que no existe conflicto de intereses.

Contribuciones de autores: No aplica

Financiamiento: Ingresos propios.

Códigos JEL: M14.

Editor responsable: Susana Lugo Rolón

Recibido: 18/08/2025; **Aceptado:** 19/12/2025



INTRODUCCIÓN

En el escenario empresarial actual, caracterizado por una fuerte competitividad y una creciente demanda de prácticas responsables, la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) ha adquirido un lugar central en la estrategia corporativa. Ya no se concibe únicamente como un conjunto de acciones filantrópicas, sino como un enfoque integral que articula los objetivos económicos, sociales y ambientales de las organizaciones (Carroll, 1999; De la Cuesta González, 2003). Este cambio responde, en gran medida, a las exigencias de los mercados globales y a la creciente atención de consumidores, inversionistas y reguladores, quienes demandan mayor transparencia, rendición de cuentas y compromiso con el desarrollo sostenible (Porter y Kramer, 2011; ISO, 2010).

La RSE ha sido abordada desde diversas perspectivas teóricas que coinciden en señalar su carácter multidimensional y su integración progresiva en la estrategia corporativa. Desde un enfoque sistémico, Gallopín (2003) sostiene que la sostenibilidad implica la articulación equilibrada de las dimensiones económica, social y ambiental, superando visiones fragmentadas del desarrollo. En esta misma línea, García-Marzá (2006), plantea que la RSE debe entenderse como un compromiso ético que orienta la toma de decisiones empresariales, mientras que Olcese Santonja (2008), destaca su rol como herramienta de gestión para la competitividad y la legitimidad organizacional. Asimismo, Navarro (2016) y Reyno (2006), subrayan que la RSE puede constituirse en una fuente de ventaja competitiva cuando se integra de manera coherente a la estrategia empresarial, reforzando la relación con los grupos de interés y el desempeño organizacional.

La dimensión ambiental de la RSE se vincula estrechamente con la internalización de los costos ambientales y con la gestión responsable de los recursos naturales. Desde la economía ambiental, Azqueta (2002), señala que la identificación y valoración de los impactos ambientales resulta clave para una asignación eficiente de los recursos y para la sostenibilidad del sistema productivo. Complementariamente, Romero (2002), destaca que la gestión ambiental tiene implicancias financieras directas, tanto para las empresas como para los mercados de capitales. En este contexto, la medición de los costos medioambientales adquiere especial relevancia, ya que permite evaluar el impacto real de las actividades empresariales sobre el entorno y mejorar la transparencia en la toma de decisiones (Becerra y Gómez, 2011). A su vez, indicadores como la huella ecológica contribuyen a dimensionar el impacto ambiental de las organizaciones y a orientar estrategias de sostenibilidad de largo plazo (Estévez, 2020).

Desde el enfoque empresarial, la RSE suele utilizarse como una herramienta de competitividad y de creación de valor a largo plazo para los inversionistas, consolidándose como un instrumento estratégico para alcanzar ventajas competitivas (De la Cuesta González, 2003). Este enfoque es respaldado por la literatura, ya que diversos estudios

señalan que las prácticas responsables no constituyen un gasto, sino inversiones que generan beneficios sostenibles al fortalecer la cultura organizacional, mejorar la reputación corporativa y atraer a los grupos de interés. En este sentido, se ha observado que el desempeño social incide de manera significativa en el rendimiento financiero, particularmente a través de indicadores laborales, sociales y ambientales (Ruiz Acosta et al., 2020).

De acuerdo con Feldman y Becherman (2014), resulta fundamental avanzar hacia una concepción unificada de la RSE que considere factores como el sector económico, la forma societaria y el tamaño de las organizaciones. En este marco, los autores destacan que la articulación entre las áreas financieras, de colaboradores y de gestión es indispensable para consolidar la relación entre la RSE y el desempeño empresarial. No obstante, para dimensionar adecuadamente el impacto real de estas prácticas, también es necesario incorporar la perspectiva de los colaboradores, quienes, por su involucramiento directo en la implementación de las iniciativas de RSE, se encuentran en una posición privilegiada para evaluar su coherencia, alcance y efectividad.

De igual manera, estudios recientes señalan que la integración de la RSE con estrategias innovadoras puede mejorar el rendimiento financiero de las empresas (Costa y Fonseca, 2022). De forma complementaria, se ha demostrado que los procesos de internacionalización impactan de forma positiva en el desempeño en RSE, al fortalecer la capacidad de las organizaciones para adoptar e implementar prácticas responsables (Campos Velarde et al., 2025). Esta diversidad de resultados empíricos ha sido ampliamente documentada en la literatura, evidenciando que la relación entre RSE y desempeño financiero no es uniforme y depende del contexto, el sector y las dimensiones analizadas (Margolis y Walsh, 2003). Desde una perspectiva ética, la RSE implica además un compromiso que trasciende el cumplimiento normativo, integrándose en la toma de decisiones estratégicas de las organizaciones y en su responsabilidad frente a los distintos grupos de interés (Argandoña, 2007).

En Paraguay, la RSE ha adquirido una mayor relevancia en los últimos años, impulsada por una creciente conciencia social respecto al rol de las empresas en el desarrollo sostenible, por cambios en las expectativas de los consumidores y otros grupos de interés, y por la progresiva adopción de marcos normativos y estándares internacionales vinculados a la sostenibilidad y la gobernanza corporativa (Carroll, 1999; De la Cuesta González, 2003; Porter y Kramer, 2011; Pacto Global de las Naciones Unidas, 2020). En este contexto, diversas organizaciones paraguayas han comenzado a incorporar prácticas de RSE como parte de su estrategia empresarial, especialmente a través de la adhesión a iniciativas voluntarias y la elaboración de reportes de sostenibilidad.

No obstante, a pesar de este avance en la adopción y difusión de prácticas responsables, persiste una limitada evidencia empírica que analice la relación entre la RSE y el desempeño económico desde una



perspectiva interna, particularmente en lo que respecta a la percepción de los colaboradores. Esta carencia resulta relevante, considerando que los colaboradores participan activamente en la implementación de las iniciativas de RSE y constituyen un grupo de interés clave para evaluar la coherencia y efectividad de dichas prácticas en el contexto organizacional paraguayo.

No obstante, persiste una carencia de estudios empíricos que examinen cómo los colaboradores perciben el vínculo entre la RSE y la rentabilidad, lo que dificulta una comprensión más completa de su impacto en el ámbito local. En este contexto, el presente estudio busca contribuir a esta brecha de conocimiento analizando en qué medida las prácticas de RSE orientadas a los colaboradores, al medio ambiente y a la comunidad inciden en la percepción de rentabilidad de las empresas paraguayas, mediante un análisis de regresión lineal que permite identificar las dimensiones con mayor influencia.

MATERIALES Y MÉTODOS

La medición de la RSE ha sido ampliamente discutida en la literatura, destacándose la necesidad de utilizar instrumentos que capturen adecuadamente sus distintas dimensiones y su relación con el desempeño organizacional. Bermúdez (2018), señala que el uso de escalas estructuradas permite evaluar de forma sistemática la percepción de la RSE en contextos latinoamericanos, mientras que Peña et. al. (2016) y Puentes López y Gutiérrez (2018), enfatizan la importancia de contar con instrumentos válidos y comparables para analizar su impacto. Asimismo, Plasencia (2018), propone modelos integrales para evaluar la sostenibilidad organizacional, y De Oliveira (2013), evidencia la relación entre la RSE y el desempeño económico-financiero. Desde una perspectiva académica, Solari (2018), destaca que los estudios empíricos sobre RSE muestran resultados heterogéneos, lo que refuerza la pertinencia de investigaciones contextualizadas y con rigor metodológico.

La investigación adoptó un enfoque cuantitativo, con un diseño no experimental y un alcance correlacional y explicativo. La elección de este enfoque se fundamenta en el objetivo del estudio de identificar y medir la relación entre las prácticas de RSE y la percepción de rentabilidad, a partir de datos observables y cuantificables obtenidos mediante encuestas estructuradas. Este enfoque resulta adecuado cuando se busca analizar patrones, asociaciones y efectos estadísticamente significativos entre variables, tal como lo señalan Hair et al. (2019). Asimismo, se adoptó un diseño no experimental, dado que las variables analizadas no fueron manipuladas deliberadamente, sino observadas en su contexto natural, lo cual es consistente con estudios empíricos en el ámbito de la RSE, donde las prácticas organizacionales ya se encuentran implementadas (Hernández-Sampieri et al., 2014). El alcance correlacional y explicativo permitió, por un lado, identificar la intensidad y dirección de la relación entre las dimensiones de la RSE y la percepción de rentabilidad, y por otro, explicar el efecto relativo de cada dimensión a través de un modelo de regresión lineal

múltiple. Este tipo de diseño ha sido ampliamente utilizado en investigaciones previas que analizan el vínculo entre RSE y desempeño económico, tanto desde indicadores financieros objetivos como desde percepciones internas de los stakeholders (Orlitzky et al., 2003; Galant y Cadez, 2017).

Para delimitar la población de estudio, se identificaron 68 empresas paraguayas activas que emitieron Memorias de Sostenibilidad o Informes de Progreso (COP) durante el período 2020–2025, según el Pacto Global de las Naciones Unidas (2020). La divulgación de las prácticas de RSE mediante memorias de sostenibilidad o informes de progreso constituye un mecanismo clave para la rendición de cuentas y la legitimación organizacional frente a los stakeholders. En este sentido, Moneva (2005), sostiene que los reportes de sostenibilidad no solo cumplen una función informativa, sino que también fortalecen la transparencia y la credibilidad de las empresas ante la sociedad. A partir de este universo, se seleccionó una muestra no probabilística de 12 empresas, pertenecientes a distintos sectores, que mantuvieron una visibilidad sostenida en sus prácticas de RSE. La elección de un muestreo no probabilístico se fundamenta en el carácter específico del objeto de estudio, dado que la investigación se focaliza en empresas paraguayas con implementación activa y documentada de prácticas de RSE, lo cual no se encuentra distribuido de manera homogénea en el conjunto total de organizaciones identificadas. En este sentido, el muestreo intencional resulta adecuado cuando se busca seleccionar casos que cumplan criterios definidos previamente y que permitan un análisis más profundo y pertinente del fenómeno estudiado (Hernández-Sampieri et al., 2014). El criterio de selección de las 12 empresas se basó en su adhesión al Pacto Global de las Naciones Unidas, en la disponibilidad pública de Informes de Progreso o Memorias de Sostenibilidad durante el período 2020–2025, y en la continuidad y consistencia de la información reportada, lo que garantizó la comparabilidad de las prácticas de RSE analizadas. Asimismo, la inclusión de empresas de distintos sectores permitió captar una visión más amplia del fenómeno, sin que el objetivo del estudio fuese la generalización estadística a toda la población empresarial, sino la identificación de relaciones significativas entre variables en un contexto organizacional específico, enfoque consistente con investigaciones empíricas previas en el ámbito de la RSE (Orlitzky et al., 2003; Galant y Cadez, 2017). Una vez seleccionadas las empresas mediante un muestreo no probabilístico intencional, se procedió a la selección de los colaboradores a través de un muestreo probabilístico aleatorio simple, dado que todos los integrantes de la población definida contaban con la misma probabilidad de ser seleccionados. Este tipo de muestreo resulta apropiado cuando la población es finita, homogénea y accesible, condiciones que se cumplieron en el presente estudio (Hernández-Sampieri et al., 2014). La población total estuvo conformada por aproximadamente 250 colaboradores pertenecientes a las 12 empresas seleccionadas.

Para la determinación del tamaño muestral se aplicó la fórmula para poblaciones finitas $n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2 \cdot (N - 1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$,



considerando un nivel de confianza del 95%, un margen de error del 5%, y una proporción esperada $p = q = 0,5$, criterio conservador ampliamente recomendado cuando no se conoce la variabilidad real de la población (Hair et al., 2019; Cochran, 1977). La aplicación de dicha fórmula arrojó un tamaño muestral de 152 colaboradores, lo que representa poco más del 60% de la población total. Si bien este porcentaje puede resultar elevado, se justifica por el tamaño reducido de la población y por la aplicación de criterios estadísticos rigurosos. En poblaciones pequeñas, es metodológicamente aceptable, e incluso recomendable, que la muestra represente una proporción elevada del universo, sin que ello comprometa la validez del muestreo probabilístico ni los supuestos inferenciales del análisis (Hernández-Sampieri et al., 2014).

La recolección de datos se realizó mediante encuestas estructuradas dirigidas a la muestra seleccionada. El cuestionario estuvo conformado por 20 ítems y fue administrado a través de la plataforma Google Forms. Los ítems se estructuraron para captar, por un lado, la percepción de los colaboradores respecto a las prácticas de RSE implementadas en sus organizaciones y, por otro, la percepción de la influencia de dichas prácticas sobre la rentabilidad empresarial. En particular, el instrumento recogió información vinculada a cuatro dimensiones de la RSE: prácticas orientadas a los colaboradores, gestión ambiental, acciones dirigidas a la comunidad y prácticas relacionadas con clientes y gobernanza corporativa, así como ítems destinados a evaluar la percepción general del impacto de la RSE en el desempeño económico de la empresa. Para registrar las respuestas se utilizó una escala de Likert de cinco puntos, lo que permitió medir el nivel de percepción de los participantes respecto a diferentes aspectos de la RSE en sus organizaciones. La fiabilidad del instrumento se evaluó mediante el coeficiente Alfa de Cronbach, que alcanzó un valor de 0,96, considerado excelente, lo que evidencia una alta consistencia interna de las mediciones realizadas.

En el procesamiento de los datos se recurrió, en primer lugar, a técnicas de estadística descriptiva con el propósito de examinar la distribución de las percepciones sobre la RSE. Dichas herramientas facilitaron la identificación de tendencias generales, así como de los niveles de aceptación de las prácticas responsables entre los distintos grupos. Para ello se utilizaron medidas de tendencia central y dispersión, que permitieron reconocer patrones y variaciones en las respuestas.

Posteriormente, se realizó el análisis de correlación de Pearson para evaluar la relación lineal entre las dimensiones de la RSE y la percepción de la rentabilidad. En aquellos casos en los que los supuestos de normalidad no se cumplieron, se consideró de manera complementaria el coeficiente de correlación de Spearman, como medida no paramétrica de asociación (Hernández-Sampieri et al., 2014). Finalmente, se implementó un modelo de regresión lineal múltiple, con el fin de determinar el peso relativo de cada dimensión de la RSE sobre la variable dependiente: la percepción de la rentabilidad empresarial.

Con el propósito de garantizar la validez y coherencia del análisis, las variables empleadas en el estudio fueron previamente definidas y conceptualizadas con base en literatura especializada que fundamentó cada dimensión.

La Variable Dependiente (Y) correspondió a la Percepción de la Rentabilidad en la Empresa, entendida como la valoración realizada por los colaboradores acerca del impacto de las prácticas de RSE en la sostenibilidad y en el desempeño económico de la organización. Esta variable se midió a través de ítems enfocados en beneficios percibidos en términos de competitividad, eficiencia y creación de valor (Ruiz Acosta et al., 2020).

Las Variables Independientes se agruparon en cuatro dimensiones. Con base en estas dimensiones, se utilizó el modelo de regresión múltiple $Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4$, donde; Y representa la percepción de la rentabilidad empresarial, β_0 es el término constante del modelo, X_1 la RSE orientada a colaboradores, X_2 la RSE orientada al medio ambiente, X_3 la RSE orientada a la comunidad, X_4 la RSE orientada a clientes y gobernanza y β_1 , β_2 , β_3 y β_4 representan los coeficientes estimados para cada variable independiente.

Este modelo permitió identificar tanto la dirección como la magnitud del efecto de cada dimensión de la RSE sobre la percepción de la rentabilidad, manteniendo constantes las demás variables incluidas en el análisis.

(X_1) RSE hacia los colaboradores: incluye aspectos relacionados con condiciones laborales, capacitación, seguridad y bienestar de los colaboradores. Se fundamenta en la ISO 26000, que reconoce el respeto a los derechos laborales y el desarrollo del capital humano como principios centrales de la RSE (ISO, 2010; (Saá Loor et al., 2020)

(X_2) RSE hacia el medio ambiente: engloba las políticas y acciones orientadas a la mitigación del impacto ambiental, el uso responsable de los recursos y la innovación sostenible. Conceptualización basada en Alonso Almeida et al.(2015), quienes analizan la difusión de memorias de sostenibilidad en Latinoamérica.

(X_3) RSE hacia la comunidad: Hace referencia a las actividades de apoyo al desarrollo comunitario, la inversión social y la transparencia en la relación con los grupos de interés. Este constructo se apoya en la definición de RSE de Lima Bandeira y López Parra (2012), quienes destacan la interacción con comunidades y el aporte al bienestar social.

(X_4) RSE hacia clientes y gobernanza: incluyó aspectos relacionados con la claridad de valores corporativos, la satisfacción de los clientes, la gestión de sugerencias y reclamos, el cumplimiento de regulaciones gubernamentales, la rendición de cuentas y la comunicación de la RSE a socios estratégicos y a la comunidad. Esta dimensión se fundamentó en la literatura que destaca la gobernanza y la transparencia como ejes esenciales de la RSE y como factores determinantes de

la confianza y legitimidad empresarial (Porter y Kramer, 2011; Galant y Cadez, 2017).

Para la elaboración del modelo de regresión lineal múltiple, las preguntas del cuestionario fueron agrupadas en dimensiones, de modo que cada constructo representara un ámbito específico de la RSE. Cada dimensión se construyó a partir del promedio aritmético de los ítems que la componían, previamente validados en términos de consistencia interna. De esta manera, se generaron índices compuestos para cada dimensión de la RSE, los cuales permitieron sintetizar la información y facilitar su incorporación como variables independientes en el análisis de regresión.

Para el análisis de regresión lineal múltiple se utilizó el software estadístico SPSS versión 29. Los supuestos del modelo fueron verificados empíricamente: la normalidad de los residuos se evaluó mediante la prueba de Kolmogorov-Smirnov, sin rechazarse la hipótesis de normalidad ($p > 0,05$); la homocedasticidad se corroboró a través de la inspección gráfica de los residuos estandarizados frente a los valores predichos, sin evidenciar patrones sistemáticos; y la multicolinealidad se examinó mediante los valores de VIF, que se mantuvieron por debajo de 5, y los índices de tolerancia, superiores a 0,20, indicando un nivel moderado y aceptable. En conjunto, estos resultados respaldan la validez del modelo y la confiabilidad de sus estimaciones.

RESULTADOS

Se realizó un análisis descriptivo preliminar con el fin de conocer las tendencias generales en las percepciones de los encuestados sobre la RSE y su impacto en la rentabilidad. Esta exploración permitió identificar los promedios y la dispersión de las respuestas en torno a la influencia percibida de la RSE y sus principales dimensiones: colaboradores, medio ambiente, comunidad, clientes y gobernanza.

La Tabla 1 presenta los resultados de las estadísticas descriptivas de las variables analizadas, incluyendo las medias y desviaciones estándar correspondientes. Los valores promedio obtenidos indican que las dimensiones de la RSE registran puntuaciones relativamente elevadas, con medias superiores a 3,5, mientras que la variable Influencia de la RSE en la rentabilidad alcanza un valor promedio superior a 4. Estos resultados permiten identificar una percepción generalmente favorable respecto a la influencia de las prácticas de RSE sobre la rentabilidad empresarial, sustentada en los valores promedio obtenidos para cada una de las variables analizadas, los cuales se situaron por encima de 3,6 en una escala de Likert de cinco puntos. Asimismo, las distintas dimensiones que conforman la RSE presentaron medias superiores al punto medio de la escala, lo que refleja una valoración positiva de las prácticas responsables por parte de los colaboradores. A su vez, cabe destacar que, en todas las variables, las desviaciones estándar se mantienen por debajo de 1, lo cual denota una dispersión moderada y, en consecuencia, una relativa homogeneidad en las percepciones de los

encuestados (Tabla 1).

Tal como se presenta en la Tabla 1, la variable asociada a la influencia percibida de la RSE en la rentabilidad refleja una percepción favorable entre los participantes. Al analizar las dimensiones específicas de la RSE, el Índice RSE Clientes y Gobernanza presentó el promedio más alto lo que evidencia una valoración especialmente favorable hacia las iniciativas orientadas a fortalecer la relación con los clientes y garantizar una gestión ética y transparente.

Tabla 1. Estadísticas Descriptivas de las variables agregadas.

	Media	Desviación estándar	n
Influencia RSE en Rentabilidad	4,0592	0,82377	152
Índice RSE Colaboradores	3,6711	0,82812	152
Índice RSE Ambiental	3,9145	0,89105	152
Índice RSE Comunidad	3,9079	0,82474	152
Índice RSE Clientes y Gobernanza	3,9605	0,81282	152

Fuente: Elaboración propia mediante el Software IBM SPSS Statistics V.29

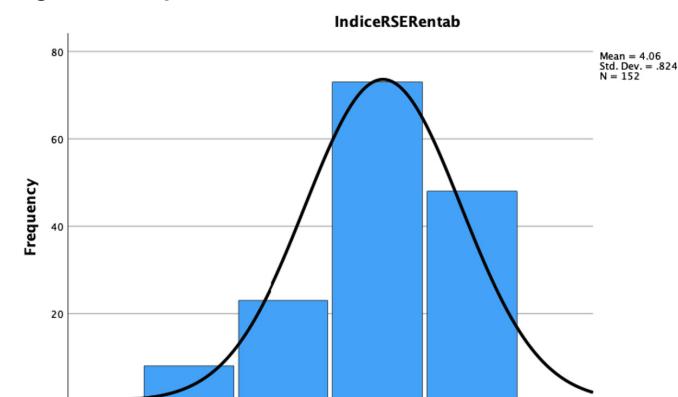
En segundo lugar, se ubican el Índice RSE Ambiental, ambos con promedios igualmente elevados, aunque con una ligera mayor dispersión en las respuestas, lo que sugiere diferencias moderadas en la percepción entre los participantes. Por otro lado, el Índice RSE Colaboradores es el que presenta la media más baja, lo que podría interpretarse como una menor visibilidad o valoración de las acciones orientadas al bienestar, participación o desarrollo de los trabajadores dentro del conjunto de prácticas empresariales.

De manera complementaria, las Figuras 1 a 5 ilustran la distribución de las variables consideradas en el estudio, evidenciando un comportamiento aproximadamente normal, lo que resulta consistente con los resultados de las pruebas estadísticas de normalidad aplicadas.

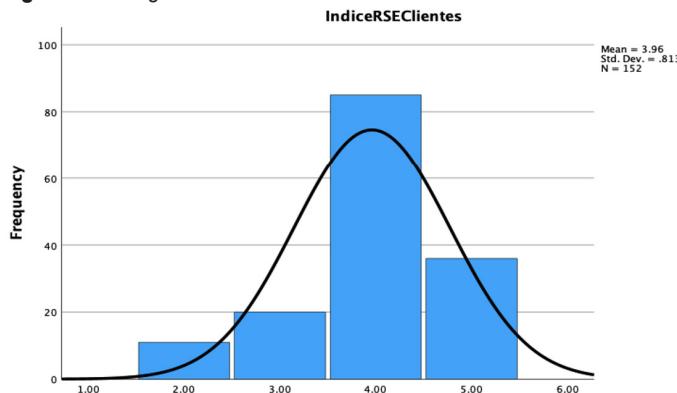
Análisis de Correlación

Los resultados del análisis correlacional muestran que todas las dimensiones de la RSE presentan correlaciones positivas y estadísticamente significativas con la variable Influencia de la RSE en la rentabilidad. La asociación de mayor magnitud se observa con la dimensión Clientes

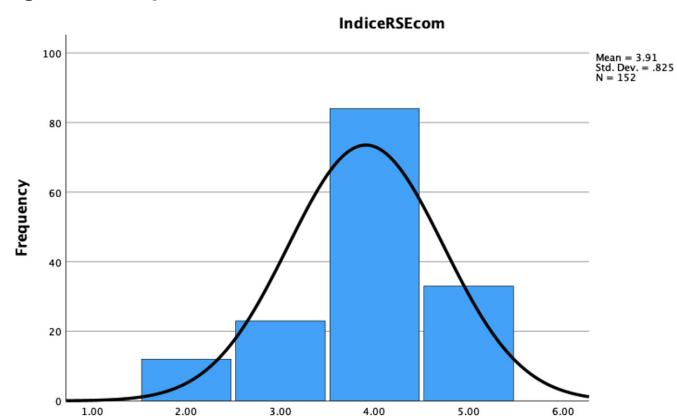
Figura 1. Histograma con la curva normal del Índice RSE Rentabilidad



Fuente: Elaboración propia mediante el Software IBM SPSS Statistics V.29

Figura 2. Histograma con la curva normal del Índice RSE Clientes

Fuente: Elaboración propia mediante el Software IBM SPSS Statistics V.29

Figura 4. Histograma con la curva normal del Índice RSE Comunidad

Fuente: Elaboración propia mediante el Software IBM SPSS Statistics V.29

Tabla 2. Matriz de correlaciones de Pearson entre las dimensiones de la RSE y la percepción de la rentabilidad.

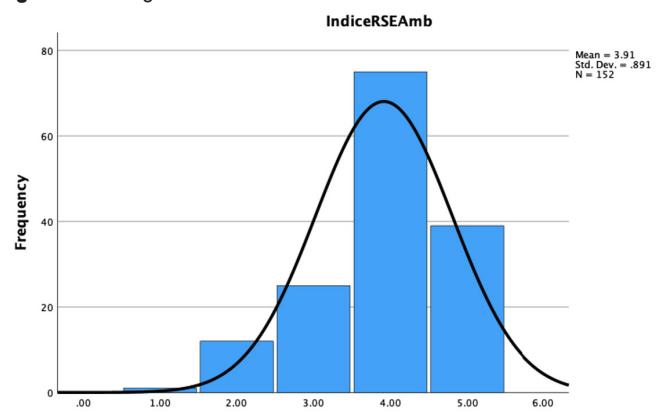
		Influencia RSE en Rentabilidad	Índice RSE Colaboradores	Índice RSE Ambiental	Índice RSE Comunidad	Índice RSE Clientes y Gobernanza
Correlación de Pearson	Influencia RSE en Rentabilidad	1,000	0,650*	0,693*	0,768*	0,785*
	Índice RSE Colaboradores	0,650	1,000	0,769	0,857	0,807
	Índice RSE Ambiental	0,693	0,769	1,000	0,845	0,846
	Índice RSE Comunidad	0,768	0,857	0,845	1,000	0,903
	Índice RSE Clientes y Gobernanza	0,785	0,807	0,846	0,903	1,000
Nivel de significancia (1 cola)	Influencia RSE en Rentabilidad	.	<0,001	<0,001	<0,001	<0,001
	Índice RSE Colaboradores	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	Índice RSE Ambiental	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	Índice RSE Comunidad	0,000	0,000	.	0,000	0,000
	Índice RSE Clientes y Gobernanza	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000

Fuente: Elaboración propia mediante el Software IBM SPSS Statistics V.29

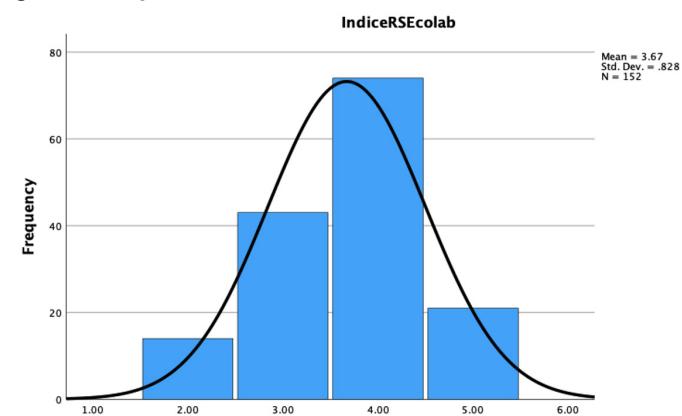
y Gobernanza ($r = 0,785$), seguida por Comunidad ($r = 0,768$), Ambiental ($r = 0,693$) y Colaboradores ($r = 0,650$), lo que evidencia relaciones de intensidad moderada a alta entre estas dimensiones y la percepción del desempeño económico (Tabla 2).

Relaciones significativas:

Cuando una variable independiente presenta un coeficiente estadísticamente significativo en el modelo

Figura 3. Histograma con la curva normal del Índice RSE Ambiental

Fuente: Elaboración propia mediante el Software IBM SPSS Statistics V.29

Figura 5. Histograma con la curva normal del Índice RSE Colaboradores

Fuente: Elaboración propia mediante el Software IBM SPSS Statistics V.29

de regresión, puede afirmarse que existe evidencia de una asociación estadísticamente significativa entre dicha dimensión de la RSE y la percepción de la rentabilidad. No obstante, dado el carácter no experimental y correlacional del estudio, estos resultados no permiten establecer una relación de causalidad, sino únicamente identificar una relación de asociación lineal entre las variables analizadas. En otras palabras, la relación observada no responde al azar, sino que refleja un vínculo consistente entre las prácticas responsables y la valoración económica

Tabla 3. Coeficiente del modelo de regresión Lineal

Modelo	Coeficientes no estandarizados		Desviación Estándar	Beta	t	Sig.
	B					
(Constante)	0,839		0,207		4,048	<0,001
Índice RSE Colaboradores	-0,097		0,098	-0,098	-0,996	0,321
Índice RSE Ambiental	0,021		0,093	0,022	0,224	0,823
Índice RSE Comunidad	0,380		0,139	0,381	2,740	0,007
Índice RSE Clientes y Gobernanza	0,507		0,126	0,501	4,018	<0,001

Fuente: Elaboración propia mediante el Software IBM SPSS Statistics V.29

Tabla 4. Indicadores de colinealidad

Dimensión	Valor Propio (eigenvalue)	Índice de condición	Proporción de Varianza				
			(Constante)	Índice RSE Colaboradores	Índice RSE Ambiental	Índice RSE Comunidad	Índice RSE Clientes y Gobernanza
1	4,946	1,000	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2	0,032	12,437	0,97	0,02	0,03	0,01	0,01
3	0,01	20,819	0,00	0,60	0,43	0,00	0,02
4	0,007	26,475	0,03	0,25	0,54	0,12	0,34
5	0,004	36,631	0,01	0,12	0,00	0,87	0,64

Fuente: Elaboración propia mediante el Software IBM SPSS Statistics V.29

realizada por los colaboradores. En esta línea, distintos estudios han demostrado la existencia de una asociación positiva y significativa entre la RSE y el desempeño financiero, particularmente en aspectos como la reputación corporativa, la confianza de los inversionistas y la fidelización de los clientes (Ruiz Acosta et al., 2020; Galant y Cadez, 2017).

Relaciones no significativas:

Por el contrario, cuando una variable no alcanza el umbral de significancia ($p > 0,05$), se interpreta que no hay suficiente evidencia estadística para confirmar un efecto de esa dimensión de la RSE sobre la percepción de rentabilidad. Sin embargo, esto no implica que la variable carezca de valor estratégico o práctico, sino que en el contexto analizado su influencia no resultó concluyente.

Análisis de Regresión Lineal Múltiple

El modelo de regresión lineal múltiple estimado se expresó de la siguiente forma:

$$Y = 0,839 - 0,097X_1 + 0,021X_2 + 0,38X_3 + 0,507X_4$$

Los resultados del modelo indican que no todas las dimensiones de la Responsabilidad Social Empresarial influyen de igual manera en la percepción de la rentabilidad. En particular, la dimensión RSE orientada a la comunidad presenta un efecto positivo y estadísticamente significativo sobre la rentabilidad percibida ($\beta = 0,381$; $p = 0,007$). Asimismo, la dimensión vinculada a clientes y gobernanza

exhibe un impacto aún más pronunciado, constituyéndose en el predictor con mayor peso explicativo dentro del modelo ($\beta = 0,501$; $p < 0,001$).

En contraste, las dimensiones orientadas a los colaboradores y ambiental no muestran efectos estadísticamente significativos sobre la percepción de la rentabilidad, dado que sus coeficientes no alcanzan niveles de significancia convencionales ($\beta = -0,098$; $p = 0,321$ y $\beta = 0,022$; $p = 0,823$, respectivamente). Estos resultados sugieren que, en el contexto analizado, dichas prácticas no son percibidas como determinantes directas del desempeño económico (Tabla 3).

Se evaluó la colinealidad entre los predictores del modelo. Los índices de condición oscilaron entre 12.43 y 36.63, superando en algunos casos el umbral de 30, lo que indica riesgo de colinealidad (Hair et al., 2019).

Las proporciones de varianza mostraron acumulación elevada en las dimensiones RSE Comunidad (0.87) y RSE Clientes y Gobernanza (0.64), lo que sugiere redundancia entre ambas.

En general, se identificó colinealidad moderada, focalizada en estos predictores, mientras que los demás índices se mantuvieron dentro de niveles aceptables (Tabla 4).

Se evidenció que el modelo explica aproximadamente el 63,8% de la varianza en la percepción de la influencia de la RSE sobre la rentabilidad ($R^2 = 0,638$). Este nivel de ajuste puede considerarse elevado en el ámbito de las

Tabla 5. Resumen del modelo de regresión lineal múltiple

R	R ²	R ² ajustado	Error es-tándar de la Estima-ción	Estadísticas de cambio					
				Cambio en R ²	Cambio en F	df1	df2	Sig. del cambio en F	Durbin - Watson
0,799	0,638	0,628	0,0257	0,638	64,672	4	147	<0,001	1,816

Fuente: Elaboración propia mediante el Software IBM SPSS Statistics V.29

ciencias sociales, donde los fenómenos analizados suelen estar influenciados por múltiples factores no observables, y valores de R^2 superiores al 0,50 son habitualmente interpretados como indicativos de una buena capacidad explicativa del modelo (Hair et al., 2019).

El estadístico $F = 64,672$, con un nivel de significancia $p < 0,001$, indica que el modelo de regresión es globalmente significativo, en el sentido de que el conjunto de variables independientes incluidas explica una proporción estadísticamente significativa de la variabilidad de la percepción de la rentabilidad. No obstante, este resultado no implica que todas las dimensiones de la RSE sean significativas de manera individual, sino que al menos una de ellas contribuye de forma relevante a la explicación del modelo. Asimismo, la presencia de multicolinealidad moderada entre algunas variables independientes puede afectar la significancia individual de los coeficientes, sin comprometer la significancia global del modelo, por lo que los resultados deben interpretarse con cautela.

El coeficiente de determinación ($R^2 = 0,638$) indica que el modelo de regresión presenta una capacidad explicativa considerable, en tanto el conjunto de dimensiones de la RSE incluidas permite explicar el 63,8% de la variabilidad observada en la percepción de la rentabilidad empresarial. En este sentido, el valor de R^2 refleja la bondad de ajuste del modelo, y no el grado de dispersión de la variable dependiente, el cual es captado por la varianza. No obstante, el modelo presenta una colinealidad moderada alta, por lo que este aspecto debe ser considerado para evitar posibles tergiversaciones en la interpretación individual de los coeficientes. En este sentido, para futuras investigaciones sería conveniente incorporar técnicas alternativas, como el análisis de componentes principales o métodos de regularización, con el fin de reducir este efecto y mejorar la robustez de los resultados.

El valor del estadístico Durbin-Watson se ubicó dentro del rango aceptable (1,5–2,5), cercano al valor de referencia 2, lo que indica la ausencia de autocorrelación significativa en los residuos. Este resultado respalda el cumplimiento del supuesto de independencia de los errores y aporta mayor solidez a la validez del modelo, está dentro del rango aceptable, lo que evidencia la ausencia de autocorrelación en los residuos y aporta solidez y confiabilidad a la validez del modelo (Tabla 5).

DISCUSIÓN

Los resultados obtenidos a partir del modelo de regresión lineal múltiple aportan evidencia empírica relevante sobre la relación entre las prácticas de RSE y la percepción de la rentabilidad en empresas paraguayas, desde la

perspectiva de los colaboradores. En línea con el objetivo del estudio, los hallazgos confirman que no todas las dimensiones de la RSE se asocian de la misma manera con la percepción del desempeño económico, lo que refuerza la idea, ampliamente discutida en la literatura, de que se trata de una relación compleja, heterogénea y dependiente del contexto organizacional y sectorial.

En particular, las dimensiones de la RSE orientadas a la comunidad y a clientes y gobernanza mostraron asociaciones positivas y estadísticamente significativas con la percepción de rentabilidad. Estos resultados coinciden con lo planteado por Porter y Kramer (2011), en su enfoque de creación de valor compartido, según el cual las iniciativas sociales que fortalecen la legitimidad externa, la reputación corporativa y la confianza de los stakeholders pueden generar retornos económicos indirectos. Asimismo, se alinean con estudios previos que señalan que las prácticas de RSE con mayor visibilidad externa tienden a reflejarse con mayor claridad en indicadores de desempeño o en percepciones positivas sobre los resultados financieros (Margolis y Walsh, 2003; Galant y Cadez, 2017; Ruiz Acosta et al., 2020).

En este sentido, los resultados refuerzan la idea de que las acciones dirigidas a la comunidad y a los clientes son interpretadas por los colaboradores como generadoras de valor económico, posiblemente debido a su impacto en la imagen institucional, la fidelización de clientes y la consolidación de relaciones con actores clave del entorno. Este hallazgo es consistente con investigaciones realizadas en contextos emergentes, donde la legitimidad social y la reputación corporativa desempeñan un rol central en la sostenibilidad empresarial (Carroll, 1999; Orlitzky et al., 2003).

Por el contrario, las dimensiones ambiental y orientada a los colaboradores no mostraron asociaciones estadísticamente significativas con la percepción de la rentabilidad en el modelo estimado. Este resultado no es aislado en la literatura. Estudios como los de Nuswandari et al. (2019) y Valls Martínez (2019), también reportan efectos no significativos o débiles de determinadas prácticas de RSE interna sobre indicadores de desempeño financiero, especialmente cuando se analizan desde percepciones de corto plazo. Una posible explicación es que los beneficios derivados de estas prácticas; como la mejora del clima laboral, la reducción de riesgos ambientales o el cumplimiento normativo, suelen materializarse en horizontes temporales más largos y, por tanto, no siempre son percibidos de manera inmediata por los colaboradores.

Asimismo, diversos autores señalan que la visibilidad y



la comunicación de las prácticas de RSE desempeñan un rol clave en la forma en que estas son valoradas internamente. Feldman y Becherman (2014), sostienen que, cuando las iniciativas ambientales y laborales no se integran de manera explícita a la estrategia empresarial ni se comunican adecuadamente sus beneficios, su impacto tiende a diluirse en la percepción de los stakeholders internos. Esto podría explicar por qué, a pesar de su relevancia estratégica y ética, estas dimensiones no se asocian directamente con la percepción de rentabilidad en el presente estudio.

Desde esta perspectiva, los resultados sugieren que las empresas paraguayas enfrentan el desafío de articular mejor sus prácticas internas de RSE con mecanismos de medición y comunicación, de modo que los colaboradores puedan reconocer su contribución al desempeño organizacional. La incorporación de indicadores no financieros, métricas de sostenibilidad y sistemas de gestión participativa podría contribuir a visibilizar estos beneficios y a fortalecer la coherencia entre la estrategia económica y el compromiso social, tal como proponen De la Cuesta González (2003) y Ruiz Acosta et al. (2020). Adicionalmente, los hallazgos de este estudio aportan evidencia desde un contexto emergente y poco explorado, como el paraguayo, y desde la perspectiva interna de los colaboradores, un enfoque menos frecuente en la literatura, que ha privilegiado tradicionalmente el análisis de indicadores financieros objetivos. En este sentido, los resultados complementan investigaciones previas y refuerzan la necesidad de considerar las percepciones internas como un componente relevante en el análisis del vínculo entre RSE y desempeño empresarial.

No obstante, los resultados deben interpretarse teniendo en cuenta las limitaciones del estudio, particularmente el tamaño de la muestra y la concentración en empresas adheridas al Pacto Global, lo que restringe la generalización de los hallazgos. Futuros estudios podrían ampliar la muestra, incorporar empresas no adheridas a iniciativas internacionales de sostenibilidad, realizar análisis longitudinales y combinar metodologías cuantitativas y cualitativas, con el fin de profundizar en los mecanismos a través de los cuales la RSE influye directa o indirectamente en el desempeño económico.

En conjunto, esta investigación refuerza la evidencia de que la relación RSE y rentabilidad no es uniforme, sino que depende de la naturaleza de las prácticas implementadas, su visibilidad, su horizonte temporal y el contexto en el que se desarrollan. Estos resultados contribuyen al debate académico al destacar la importancia de analizar la RSE de manera desagregada y contextualizada, evitando interpretaciones simplistas o generalizaciones sobre su impacto económico.

CONCLUSIÓN

El presente estudio tuvo como objetivo analizar la influencia de las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en la percepción de rentabilidad de las empresas paraguayas, desde la perspectiva de sus colaboradores. A partir de los

resultados obtenidos, se concluye que dicho objetivo fue alcanzado, permitiendo identificar diferencias claras en el impacto de las distintas dimensiones de la RSE sobre la percepción del desempeño económico.

Los hallazgos empíricos evidencian que las prácticas de RSE orientadas a la comunidad y aquellas vinculadas a clientes y gobernanza ejercen un efecto positivo y estadísticamente significativo sobre la percepción de rentabilidad. En particular, la dimensión clientes y gobernanza presentó el mayor poder explicativo del modelo, lo que sugiere que las acciones relacionadas con la transparencia, la rendición de cuentas, el cumplimiento normativo y la relación con los clientes son percibidas por los colaboradores como generadoras de valor económico tangible. De este modo, se confirma la hipótesis de que las iniciativas de RSE con mayor visibilidad externa tienden a asociarse de manera más directa con resultados económicos positivos.

En contraste, las dimensiones ambiental y orientada a los colaboradores no mostraron efectos estadísticamente significativos en el modelo estimado. Sin embargo, este resultado no debe interpretarse como una falta de relevancia de dichas prácticas, sino como una posible manifestación de su menor visibilidad inmediata o de la naturaleza de sus beneficios, los cuales suelen materializarse en el mediano y largo plazo. Este hallazgo resulta coherente con la literatura previa, que señala que los impactos ambientales y laborales de la RSE no siempre se reflejan de forma directa en la percepción de rentabilidad en el corto plazo.

Desde el punto de vista metodológico, el modelo de regresión lineal múltiple explicó el 63,8% de la varianza en la percepción de la influencia de la RSE sobre la rentabilidad, lo que representa un nivel de ajuste elevado para estudios en ciencias sociales. Asimismo, el estadístico F confirmó la significancia global del modelo y el valor del estadístico Durbin-Watson evidenció la ausencia de autocorrelación en los residuos, aportando solidez y confiabilidad a los resultados. No obstante, se identificó la presencia de colinealidad moderada entre algunas dimensiones, lo que sugiere cautela en la interpretación individual de los coeficientes.

En términos prácticos, los resultados destacan la necesidad de que las empresas paraguayas fortalezcan la comunicación estratégica de sus iniciativas internas de RSE, integrando métricas no financieras y mecanismos de participación que permitan visibilizar el valor económico, estratégico y ético de todas las dimensiones de la RSE. De igual manera, se recomienda que las organizaciones adopten enfoques integrales que eviten priorizar exclusivamente las prácticas externas en detrimento de aquellas orientadas al medio ambiente y a los colaboradores.

Finalmente, este estudio presenta algunas limitaciones, relacionadas principalmente con el tamaño de la muestra y con la focalización en empresas adheridas al Pacto Global, lo que restringe la generalización de los resultados.



En consecuencia, se sugiere que futuras investigaciones amplíen el análisis a otros sectores empresariales, incorporen enfoques longitudinales y utilicen técnicas estadísticas alternativas tales como; el análisis de componentes principales o métodos de regularización, con el fin de profundizar en la comprensión del impacto de la RSE sobre el desempeño empresarial y fortalecer la robustez de los hallazgos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alonso Almeida, M. M., Maimon, F., & Llach, J. (2015). Difusión de las memorias de sostenibilidad en Latinoamérica: análisis territorial y sectorial. *Estudios Gerenciales*, 31(134), 139–149. <https://doi.org/10.1016/j.estger.2015.01.002>
- Argandoña, A. (2007). Responsabilidad Social de la empresa: ¿Qué modelo económico? ¿Qué modelo de empresa? IESE Business School, Universidad de Navarra, 5–9. <https://www.iese.edu/media/research/pdfs/DI-0709.pdf>
- Azqueta, D. (2002). Introducción a la economía ambiental. McGraw-Hill. <https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w25735w/LIBROEconomiaAmbiental.pdf>
- Becerra, K., & Gómez, E. (2011). ¿Cómo calcular los Costos Medioambientales? Caso: Empresa Gráfica de Cienfuegos. Visión de Futuro. https://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1668-87082011000200001
- Bermúdez Y., M.A.A. (2018). Medición de la responsabilidad social empresarial: caso en pequeñas empresas latinoamericanas. *Ingeniería Industrial*, 39(3). ISSN 1815-5936. [http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S1815-59362018000300315&script=sci_abstract](http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S1815-59362018000300315&script=sci_abstracthttp://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S1815-59362018000300315&script=sci_abstract)
- Campos Velarde, A. M., Gutiérrez Gutiérrez, A. L., Mercado Arango, I., Ochavano Aguero, J. D., Quiroz Saavedra, V. E., Moscoso Cuaresma, J. R., & Azabache Morán, C. A. (2025). The impact of business internationalisation on Corporate Social Responsibility: A study of Peruvian manufacturing firms. *Sustainability*, 17(11), 4748. <https://doi.org/10.3390/su17114748>
- Carroll, A. (1999). Corporate Social Responsibility: Evolution of a Definitional Construct. *Business & Society*, 38(3), 268-295. <https://doi.org/10.1177/000765039903800303>
- Costa, J., & Fonseca, J. P. (2022). The impact of Corporate Social Responsibility and innovative strategies on financial performance. *Risks*, 10(5), 103. <https://doi.org/10.3390/risks10050103>
- De la Cuesta González, M. (2003). Responsabilidad social de la empresa: concepto, medición y desarrollo en España. Editorial Civitas. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=301530>
- De Oliveira, M. M. (2013). El desempeño económico financiero y responsabilidad social corporativa. *Contaduría y Administración*, 58(131), 167–193. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0186-10422013000100007
- Estévez, R. (2020, noviembre 15). Huella ecológica. EcoInteligencia. <https://www.ecointeligencia.com/2011/03/que-es-la-huella-ecologica/>
- Feldman, M., & Becherman, N. (2014). La competitividad y la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) como estrategia de negocios en las PYMEs de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA) [Tesis de licenciatura, Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales]. UCES. Recuperado de <https://dspace.uces.edu.ar/handle/123456789/2415>
- Galant, A., & Cadez, S. (2017). Corporate social responsibility and financial performance relationship: A review of measurement approaches. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 30(1), 676–693. <https://doi.org/10.1080/1331677X.2017.1313122>
- Galopin, G. (2003). Sostenibilidad y desarrollo sostenible: Un enfoque sistémico. CEPAL. <https://www.cepal.org/es/publicaciones/5763-sostenibilidad-desarrollo-sostenible-un-enfoque-sistematico>
- García-Marzá, D. (2006). La responsabilidad social de la empresa: una aproximación desde la ética empresarial. Universitat Jaume I. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2471546.pdf>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). Multivariate data analysis (8th ed.). Cengage Learning.
- Hernández Sampieri Roberto, (2014) "METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION", McGRAW-HILL, 6ta Edición.
- International Organization for Standardization. (2010). ISO 26000:2010 Guidance on social responsibility. ISO <https://www.iso.org/standard/42546.html>
- Lima Bandeira, M., & López Parra, M. (2012). Alianza para el desarrollo: Iniciativas de reducción de la pobreza eficientes y sostenibles a través de una cooperación innovadora entre ONG, personas, sector público y universidades del Ecuador. Fundación Codespa.
- Margolis, J. D., & Walsh, J. P. (2003). Misery loves companies: Rethinking social initiatives by business. *Administrative Science Quarterly*, 48(2), 268–305. <https://doi.org/10.2307/3556659>
- Valls Martínez, M. (2019). Rentabilidad, responsabilidad social empresarial y género en la sanidad privada española. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 168(1), 111–128. <https://doi.org/10.5477/cis/reis.168.111>
- Moneva, J. (2005). Información sobre Responsabilidad Social Corporativa: Situación y tendencias. *Asturiana de Economía*, 43, 67–84. <http://www.>



- revistaasturianaadeeconomia.org/raepdf/34/MONEVA.pdf
- Navarro, C. (2016). La Responsabilidad Social Empresarial: Teorías que Fundamentan su Aplicabilidad en Venezuela. Universidad de los Andes. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=553056828011>
- Nuswandari, C., Sunarto, S., Jannah, A., & Ikromudin, I. M. (2019). Corporate social responsibility. In Proceedings of the 2nd International Conference on Banking, Accounting, Management and Economics (ICOBAME) (pp. 98–106). <https://www.atlantis-press.com/proceedings/icobame-18/125911544>
- Olcese Santonja, A. (2008). Manual de la empresa responsable y sostenible. McGraw-Hill.
- Orlitzky, M., Schmidt, F. L., & Rynes, S. L. (2003). Corporate social and financial performance: A meta-analysis. *Organization Studies*, 24(3), 403–441. <https://doi.org/10.1177/0170840603024003910>
- Pacto Global de las Naciones Unidas. (2020). <https://www.unglobalcompact.org/>
- Pacto Global Paraguay. (2020). <https://pactoglobal.org.py/>
- Peña, J., et al (2016). Responsabilidad Social Empresarial: Evolución e instrumento de medición. *Revista Saberse Unucuses*, 1(4), 25–26.
- Plasencia, J. (2018). Modelos para evaluar la sostenibilidad de las organizaciones. *Estudios Gerenciales*, 34(148), 63–73. <https://doi.org/10.18046/j.estger.2018.146.2662>
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2011). Creating shared value. *Harvard Business Review*, 89(1/2), 62–77. <https://www.communitylivingbc.ca/wp-content/uploads/2018/05/Creating-Shared-Value.pdf>
- Puentes López, A., & Gutiérrez, M. L. (2018). Medición de la responsabilidad social empresarial: una revisión de la literatura (2010-2017). <https://doi.org/10.14349/sumneg/2018.v9.n20.a9>
- Reyno, M. (2006). Responsabilidad Social Empresarial (RSE) como ventaja competitiva [Tesis de Maestría, Universidad Técnica Federico Santa María]. https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w25357w/Responsabilidad_Social_Em.pdf
- Romero, N. P. (2002). Implicaciones financieras de la gestión del medio ambiente para las empresas y para el mercado de capitales. *Revista Galega de Economía*, 11(1), 113–130. <https://www.redalyc.org/pdf/391/39111217.pdf>
- Ruiz Acosta, L. E., Camargo Mayorga, D. A., & Muñoz Murcia, N. M. (2020). Relación entre responsabilidad social empresarial y rentabilidad: una revisión de literatura. *Encuentros*, 18(2), 34–47. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7772902>
- Saá Loor, J. L., Vasco Gualotuña, C. A., Holovaty, M., &
- Donoso Vargas, D. J. (2020). La Responsabilidad Social Empresarial y sus indicadores. *Recimundo*, 4(1), 366–378. <https://www.recimundo.com/~recimund/index.php/es/article/view/762/1158>
- Solari, E. (2018). Lo que dice la academia sobre los efectos de la aplicación de prácticas de RSE. *Ciencias Administrativas*, 12. <https://doi.org/10.24215/23143738e026>