



Impacto de prácticas empresariales sostenibles en rentabilidad económica y reputación empresarial: revisión de literatura actual

Impact of sustainable business practices on economic profitability and corporate reputation: a review of current literature

Alexandra G. Castrellón-Quiroz ¹, Diana Ng ²

¹Instituto Tecnológico de Costa Rica

²Universidad Tecnológica de Panamá, Facultad de Ingeniería Industrial

*Autor de correspondencia: a.castrellon.1@estudiantec.cr

RESUMEN. La elaboración de informes y la medición de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) suponen un desafío, dado que existen numerosas formas e indicadores que pueden utilizarse. El principal objetivo es demostrar que las prácticas de RSC inciden positivamente en la rentabilidad y la reputación de las empresas, alentando a las organizaciones a implementar estas estrategias. También busca identificar métricas útiles para medir dicho impacto, dada la falta de consenso en los indicadores utilizados para evaluar la RSC. La metodología utilizada fue la siguiente: Identificación del campo de estudio y período a analizar, selección de fuentes de información, realización de la búsqueda y depuración y análisis de resultados. También se utilizaron dos criterios de inclusión: (1) se llevó a cabo una investigación empírica para examinar la relación entre dos o más variables y (2) se buscó la relación entre las variables de prácticas sostenibles, rentabilidad y reputación. El 83% de los artículos revisados reporta una relación positiva entre la RSC y la rentabilidad financiera, mientras que solo un 7% indica resultados negativos. Las prácticas sostenibles generan beneficios directos, como mayor eficiencia en recursos, y beneficios indirectos, como mejora en la reputación corporativa. El Return on Assets (ROA) y el Return on Equity (ROE) fueron las métricas financieras más utilizadas para evaluar este impacto. Sin embargo, se señala la falta de uniformidad en los métodos de medición de la RSC, lo que dificulta la comparación entre estudios. Además, el greenwashing (prácticas engañosas sobre sostenibilidad) puede dañar la confianza en las iniciativas responsables.

Palabras clave. *Desarrollo sostenible, rentabilidad, reputación empresarial, responsabilidad social corporativa (RSC).*

ABSTRACT. The preparation of reports and the measurement of Corporate Social Responsibility (CSR) present a challenge, as there are numerous approaches and indicators that can be used. The main objective is to demonstrate that CSR practices have a positive impact on profitability and corporate reputation, encouraging organizations to implement these strategies. It also seeks to identify useful metrics to measure such impact, given the lack of consensus on the indicators used to evaluate CSR. The methodology followed was as follows: identification of the field of study and the period to be analyzed, selection of information sources, execution of the search and refinement of results, and analysis of the findings. Two inclusion criteria were also applied: (1) the study conducted empirical research to examine the relationship between two or more variables, and (2) it explored the relationship between variables such as sustainable practices, profitability, and reputation. Eighty-three percent of the reviewed articles report a positive relationship between CSR and financial profitability, while only 7% indicate negative results. Sustainable practices generate direct benefits, such as greater resource efficiency, and indirect benefits, such as improved corporate reputation. Return on Assets (ROA) and Return on Equity (ROE) were the most commonly used financial metrics to assess this impact. However, a lack of uniformity in CSR measurement methods was noted, making comparisons across studies challenging. Additionally, greenwashing (misleading sustainability practices) can undermine trust in responsible initiatives.

Keywords. *Sustainable development, profitability, corporate reputation, corporate social responsibility (CSR).*

Citación: A. Castrellón-Quiroz y D. Ng, "Impacto de prácticas empresariales sostenibles en rentabilidad económica y reputación empresarial: revisión de literatura actual", *Revista de I+D Tecnológico*, vol. 21, no. 2, pp. (0), 2025.

Tipo de artículo: Original. **Recibido:** 12 de marzo de 2025. **Recibido con correcciones:** 27 de mayo de 2025. **Aceptado:** 4 de Agosto de 2025.

DOI:

Copyright: 2025 A. Castrellón-Quiroz y D. Ng. This is an open access article under the CC BY-NC-SA 4.0 license (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>).

1. Introducción

Se tiene la percepción de que la responsabilidad social es un lujo reservado para las grandes empresas, aquellas que cuentan con suficientes recursos para "donar" dinero. En cambio, las pequeñas empresas o aquellas con menores utilidades no pueden permitirse invertir en la sociedad. Esto no implica que las pequeñas empresas no puedan ser rentables y, al mismo tiempo, contribuir positivamente a la sociedad. Existen muchas opiniones y estudios diversos sobre este tema. Anteriormente, se creía que solo las personas de alto poder adquisitivo podían invertir en sostenibilidad, ya que la tecnología era costosa y su disponibilidad limitada. Sin embargo, con el tiempo, tanto la tecnología como los procesos han evolucionado y se han vuelto cada vez más accesibles. A medida que más personas adoptan estas prácticas, su accesibilidad sigue aumentando, creando un círculo virtuoso de crecimiento y sostenibilidad. Por ello, es fundamental que todos se sumen y apoyen este proceso para maximizar su impacto positivo.

1.1 Responsabilidad Social Corporativa (RSC)

El término Responsabilidad Social Corporativa (RSC) comenzó a utilizarse en los años 50 [1] para describir las obligaciones éticas de los gerentes hacia la sociedad. A medida que surgieron problemas ambientales, provocados en gran parte por actividades empresariales, los movimientos ambientalistas ganaron fuerza a finales de los años 60 y principios de los 70 [2]. En respuesta, organizaciones internacionales, como las Naciones Unidas, instaron a las empresas a regular sus prácticas, lo que amplió el alcance de la RSC para incluir iniciativas a favor del medio ambiente. No fue sino hasta finales de los 90 e inicios de los 2000 cuando la sostenibilidad empezó a ser una prioridad en el sector empresarial [3]. Con el tiempo, esta regulación y enfoque en el "cómo" y "por qué" de sus actividades han convertido la adopción de prácticas sostenibles en un compromiso cada vez más común para los empresarios. Desde 2015, con la introducción de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), la demanda por procesos sostenibles y cuidado con el ambiente ha aumentado, siendo ahora una exigencia de la sociedad.

1.2 Relación entre la RSC y las finanzas de las empresas

La relación entre la RSC y el rendimiento económico de las empresas es un tema complejo y debatido. Si bien no hay un consenso absoluto en los resultados de los estudios realizados, la mayoría de las investigaciones apuntan hacia una relación positiva [4]. Al considerar la RSC, se identifican diversas ventajas que han emergido en los últimos años, como, por ejemplo, brinda acceso a nuevas oportunidades de negocio al abrir puertas a mercados y nichos de consumidores interesados en productos y servicios de empresas responsables. Además, mejora la eficiencia en el uso de recursos, ya que prácticas como la gestión ambiental permiten reducir el consumo de energía y materias primas, aumentando la rentabilidad y contribuye a la creación de valor a largo plazo, impulsando la sostenibilidad de la empresa y generando un impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente, lo cual beneficia a la empresa misma [4]. A pesar de los múltiples beneficios de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC), persiste cierta resistencia a su implementación.

La implementación de prácticas de RSC generalmente implica una inversión inicial, como en tecnologías limpias o programas sociales [4], lo que contribuye a la percepción de que los procesos sostenibles representan un costo elevado que podría afectar la rentabilidad. Esta preocupación es una de las principales entre los empresarios, sumada a la incertidumbre sobre la capacidad de medir si las iniciativas sostenibles realmente generan resultados positivos [5].

La ausencia de una metodología unificada para medir el impacto de la RSC dificulta la comparación entre empresas y la evaluación de su rentabilidad [4]. Además, la falta de uniformidad en los criterios empleados por distintos índices de RSC complica aún más esta comparación, por lo que la elaboración de informes y la medición de la RSC representan un reto, ya que existen numerosos indicadores y enfoques que varían según el sector industrial y el país [6], lo cual dificulta la estandarización.

Otro desafío en la RSC es la posible manipulación de la información, ya que algunas empresas podrían emplearla como una estrategia de marketing para mejorar su imagen sin un compromiso real con la responsabilidad social [4], conocido como *greenwashing*, implica declaraciones de apoyo a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) sin cambios sustanciales, una práctica

que, según estudios, es común en muchas empresas hoy en día [7]. La falsa verificabilidad en la información de RSC facilita este tipo de prácticas y representa un riesgo considerable a largo plazo: una vez revelada la falta de compromiso auténtico, la reputación de la empresa puede deteriorarse gravemente, afectando su desempeño financiero. Incluso cuando las afirmaciones son solo parcialmente verídicas, el impacto sobre la percepción de sostenibilidad puede ser tan negativo como el de una falsedad completa, lo que enfatiza la importancia de la autenticidad y la integridad en las prácticas de RSC [8]. Además, esto perjudica a las empresas que realmente adoptan estas prácticas, ya que el escepticismo generado por el *greenwashing* reduce la confianza de las personas en la RSC, lo que podría desmotivar a otros a implementar cambios genuinos al dudar de los beneficios reales de estas acciones.

1.3 Reputación Empresarial (RE)

La reputación empresarial (RE) es un activo intangible [9] complejo de evaluar y controlar, que influye significativamente en los resultados de una empresa. Representa las emociones y percepciones que los grupos de interés tienen hacia la organización [10], y esta percepción puede verse afectada por una variedad de factores internos y externos, lo que dificulta su control y predicción. El *greenwashing* evidencia la importancia que las empresas otorgan a la RE.

Los inversores, uno de los principales grupos interesados, valoran las prácticas genuinas de RSC, ya que estas mejoran la imagen de la empresa y fortalecen la confianza en ella, traducéndose en una valoración más favorable en el mercado y en un atractivo creciente para la inversión [4].

1.4 Teorías Clave sobre Sostenibilidad y Rentabilidad

A lo largo del tiempo, diversas investigaciones han dado lugar al desarrollo de múltiples teorías que permiten comprender e interpretar con mayor profundidad los estudios sobre sostenibilidad y desempeño empresarial. Entre las más relevantes se encuentran:

Teoría del Triple Resultado (TBL): Esta teoría, también conocida como "people, profit, planet" (personas, ganancias, planeta), sugiere que debe existir un equilibrio óptimo entre estos tres aspectos [23]. Busca crear una perspectiva holística que evalúa el desempeño

de una empresa en estas tres áreas para lograr el éxito a largo plazo.

Teoría de los Stakeholders: Esta teoría sostiene que el éxito de cualquier empresa depende de la participación de sus partes interesadas (stakeholders), y, por lo tanto, es necesario asegurar que sus expectativas e intereses sean conocidos y tomados en cuenta por la gerencia [47]. Propone que las empresas que mantienen relaciones sólidas con sus stakeholders mejoran su reputación y, consecuentemente, su desempeño [38].

Teoría de Señalización (Signaling Theory): Esta teoría postula que las empresas emiten señales al mercado a través de la divulgación de información (por ejemplo, sobre prácticas de RSC) para reducir las asimetrías informativas entre directivos e inversores o acreedores [39]. Al proporcionar más información, las empresas pueden ser percibidas como menos riesgosas y más confiables, lo que puede resultar en un menor costo de capital y en una mayor disposición de los inversores a invertir [20].

Teoría de la Legitimidad: Se basa en la idea de un "contrato social" entre las empresas y la sociedad, donde las organizaciones se comprometen a realizar acciones deseadas por la sociedad [47]. Al alinearse con los valores y las normas de la sociedad, las empresas buscan justificar su existencia y asegurar su supervivencia y crecimiento [39].

Hipótesis de Porter: Sugiere que las regulaciones ambientales pueden impulsar la innovación y crear valor para las empresas. La investigación empírica apoya esta teoría [42], indicando que las empresas que adoptan prácticas más respetuosas con el medio ambiente pueden obtener una ventaja competitiva.

Teoría de la Compensación (Trade-off Theory): Propone una relación negativa entre las prácticas de desarrollo sostenible y el rendimiento financiero cuando los recursos de la empresa se dirigen a actividades sostenibles que son menos rentables [28].

1.5 Criterios ESG (environmental, social and governance)

La inversión socialmente responsable, que surgió en la década de 1950 con los primeros fondos éticos [4], ha mantenido un crecimiento constante. A nivel mundial, las inversiones sostenibles están en auge; en 2022, se invirtieron \$30.3 billones en activos sostenibles, y en mercados fuera de Estados Unidos, estos activos

crecieron un 20% desde 2020 [11], reflejando el interés creciente de los inversores en prácticas responsables.

ESG son las siglas en inglés para Ambiental, Social y Gobernanza (Environmental, Social and Governance). Es un marco de referencia que los inversores utilizan para evaluar el comportamiento corporativo y el rendimiento financiero futuro de una empresa [12]. Los tres factores básicos de ESG son los puntos clave a considerar en el proceso de análisis y toma de decisiones de inversión. Además, los factores ESG ayudan a medir la sostenibilidad y el impacto social de las actividades empresariales [4].

Las empresas con estrategias claras y desarrolladas con responsabilidad social están siendo mejor valoradas por los mercados. Además, los fondos de inversión más prestigiosos ya no invierten en empresas que no dispongan de memoria social y medioambiental [4].

La RSC no es una fórmula mágica para el éxito financiero, sino una estrategia a largo plazo que requiere un compromiso genuino de la empresa y una gestión adecuada para que pueda traducirse en beneficios económicos. Los casos de Enron y Comercial Mexicana, ambos con graves problemas financieros a pesar de contar con reportes de RSC positivos, demuestran que la RSC no es una garantía contra la mala gestión o el fraude [4], por lo que es crucial que las empresas aborden seriamente la integración de la sostenibilidad en sus procesos, especialmente dado el contexto actual de recursos limitados en nuestro mundo. En el entorno empresarial actual, la incapacidad para adaptarse a estos cambios puede dejar a las empresas expuestas a riesgos como aumentos de precios, volatilidad del mercado y presiones sociales [13].

El objetivo de este estudio es identificar cómo otros trabajos miden el impacto de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en la rentabilidad de las empresas. Para ello, este artículo realizará una revisión de la literatura académica sobre estudios empíricos que exploran la relación entre los indicadores de sostenibilidad, los indicadores financieros y, a su vez, la reputación empresarial.

Es importante aclarar algunos términos para evitar futuras confusiones. En muchas investigaciones se menciona la tasa de crecimiento sostenible (SGR), la cual no está relacionada con la sostenibilidad ambiental o social. La SGR se refiere a la tasa máxima a la que una empresa puede crecer de manera sostenida, es decir, a un

ritmo que puede mantener a largo plazo sin comprometer su estabilidad financiera ni requerir financiamiento adicional, evitando así un aumento en su nivel de endeudamiento [14]. En este estudio, al referirnos a la sostenibilidad empresarial, no se está haciendo referencia a la SGR. También, en muchos estudios, el crecimiento de la empresa se aborda de manera general, abarcando distintas dimensiones para medir este crecimiento. En esta investigación se centra específicamente en la dimensión financiera. Por último, los indicadores financieros se pueden dividir en dos categorías: indicadores de análisis de rentabilidad y los de análisis de riesgo. Ambos tipos proporcionan información valiosa sobre la empresa, aunque se enfocan en aspectos diferentes. Este estudio se centra únicamente en indicadores de rentabilidad, evitando agruparlos con los de riesgo bajo la categoría general de indicadores financieros.

Para realizar la revisión sistemática, se definieron las siguientes preguntas de investigación:

- (1) ¿Cuáles son los principales resultados obtenidos de los estudios realizados sobre las prácticas sostenibles empresariales y su impacto en la rentabilidad?
- (2) ¿Cómo se mide la reputación empresarial en el contexto de la sostenibilidad?

2. Metodología

La metodología utilizada se basó en “Una propuesta metodológica para la realización de búsquedas sistemáticas de bibliografía” [15, 16]. El procedimiento aplicado fue el siguiente:

1. Identificación del campo de estudio y período a analizar.
2. Selección de las fuentes de información.
3. Realización de la búsqueda y depuración de los resultados.
4. Análisis de los resultados.

2.1 Identificación del campo de estudio y período a analizar.

El campo de estudio sobre el cual se realizó esta investigación es sobre las prácticas sostenibles que realizan las empresas y el impacto que dichas prácticas tienen sobre la empresa, específicamente en su rendimiento económico y su reputación empresarial. El objetivo es establecer el estado del arte de las investigaciones sobre la relación entre las prácticas

sostenibles, la rentabilidad y la reputación empresarial a través de un estudio bibliométrico de artículos científicos relacionados con el tema.

2.2 Selección de las fuentes de información

Para llevar a cabo la investigación se realizó una búsqueda en dos bases de datos electrónicas; Scopus y ScienceDirect. Se escogió Scopus porque es una base de datos bibliográfica de resúmenes y citas de artículos científicos de una amplia cobertura de disciplinas académicas con información actualizada y verificada. ScienceDirect se escogió para complementar la búsqueda hecha en Scopus, ya que los artículos se encuentran disponibles tan pronto se publican en la revista Elsevier, a diferencia de Scopus. Si bien existen otras bases de datos relevantes, como Web of Science, Google Scholar o EBSCOhost, estas fueron excluidas debido a que gran parte del contenido pertinente para esta investigación ya se encontraba indexado en Scopus. Se consideró que algunas de las alternativas presentaban solapamientos con Scopus o no contaban con un enfoque especializado en métricas de citación. Esta decisión permitió optimizar la eficiencia metodológica sin comprometer la exhaustividad del análisis. No obstante, se reconoce que la inclusión de estas bases podría enriquecer investigaciones futuras.

2.3 Realización de la búsqueda y depuración de los resultados

Un artículo científico se consideró elegible para ser incluido en este estudio si:

- Llevó a cabo una investigación empírica para examinar la relación entre dos o más variables.
- Se buscó la relación entre las variables de prácticas sostenibles, rentabilidad y reputación.

Las palabras claves utilizadas para realizar las búsquedas en Scopus y ScienceDirect fueron las siguientes: "corporate social responsibility" AND ("business reputation" OR "corporate reputation") AND "financial performance". Las búsquedas se realizaron en los títulos, resúmenes y palabras claves de las publicaciones.

En la búsqueda inicial se obtuvo un total de 92 publicaciones. Se procedió a restringir a solamente artículos científicos, debido a su mayor fiabilidad, actualización en la información y claridad. Se filtró los documentos con acceso abierto y, por último, se aplicaron los criterios de inclusión especificados, quedando un total de 30 artículos (Tabla 1). De estos 30 artículos, 16 se recuperaron de Scopus y 14 de

ScienceDirect. Las investigaciones empíricas pueden tener un enfoque cuantitativo, cualitativo o mixto. La Tabla 2 muestra la clasificación de los artículos seleccionados, destacando que la mayoría corresponde a estudios cuantitativos.

Esta investigación abarca como período de análisis todas las publicaciones disponibles hasta septiembre de 2024, momento en el que se finalizó la búsqueda sistemática de artículos científicos.

Tabla 1. Selección de artículos

Etapa	Cantidad de publicaciones recuperadas
Búsqueda Inicial en Scopus y ScienceDirect	92
Tipos de Publicación = Artículos científicos	84
Tipo de Acceso = Acceso abierto	44
Criterios de inclusión	30

Tabla 2. Clasificación de artículos

Tipo de estudio empírico	Cantidad de publicaciones recuperadas
Cuantitativo	28
Cualitativo	0
Mixto	2

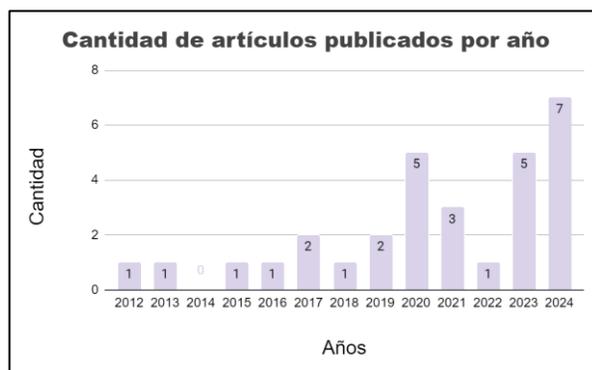
2.4 Análisis de los resultados.

El análisis se desarrollará en la siguiente parte a continuación.

3. Desarrollo y discusión

3.1 Distribución de artículos por año

Se observa un aumento en la cantidad de artículos publicados sobre la relación entre los indicadores financieros y la sostenibilidad a lo largo de los años, lo que confirma que este tema es cada vez más relevante y popular.



Gráfica 2. Cantidad de artículos por año.

3.2 Distribución de artículos por país

Se observa que la gran mayoría de los estudios sobre la relación entre sostenibilidad e indicadores financieros abarca múltiples países en lugar de centrarse en uno específico. Esto resulta lógico, ya que los resultados de investigaciones multinacionales tienen una aplicabilidad más amplia, permitiendo que los hallazgos sean generalizables a distintos contextos y economías. Además, al incluir diferentes países, se pueden identificar patrones comunes y contrastar variaciones culturales, económicas y regulatorias que enriquecen la comprensión del impacto de la sostenibilidad en los resultados financieros empresariales. Esta perspectiva global aumenta la validez y relevancia de los resultados, facilitando su adopción en diversas regiones.

De segundo lugar se encuentra Vietnam, con investigaciones realizadas particularmente en los años 2019 y 2020, la mayoría enfocadas en la industria textil. Esto se justifica por el hecho de que las empresas textiles vietnamitas contribuyen aproximadamente con el 15% del PIB del país [17], lo que explica el interés en integrar la sostenibilidad en esta industria.

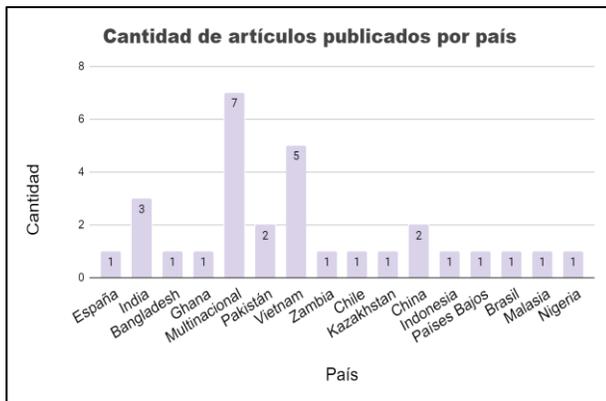


Gráfico 2. Cantidad de artículos por país

3.3 Distribución de artículos por industria

El 60% de los artículos analizados se centraron en estudios realizados en diversas industrias, abarcando múltiples sectores, en lugar de enfocarse en una industria específica. Este enfoque es particularmente valioso, ya que los hallazgos obtenidos tienen una aplicabilidad más generalizada, permitiendo que las recomendaciones y estrategias identificadas sean útiles para una variedad de sectores empresariales.

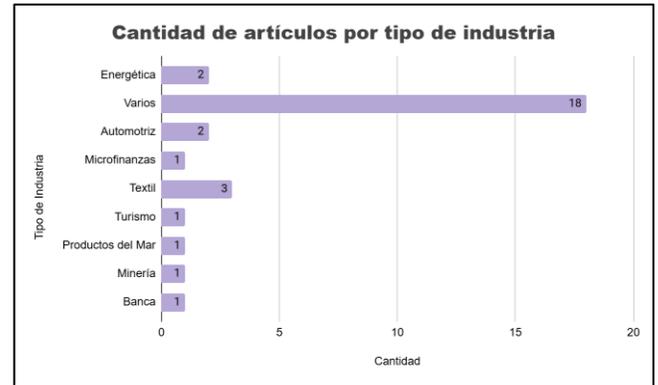
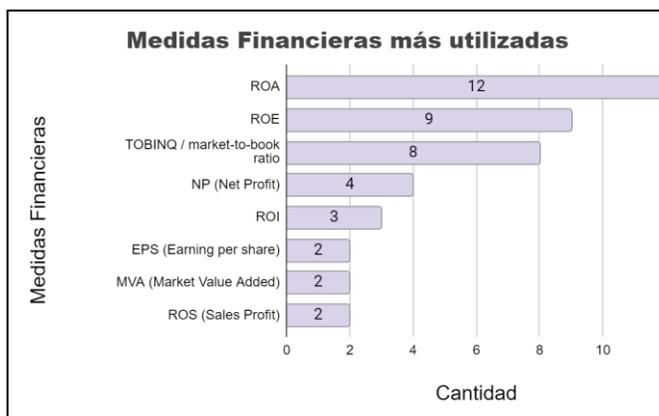


Gráfico 3. Cantidad de artículos por industria

3.4 Medidas financieras utilizadas en los estudios

Los artículos analizados utilizan una gran variedad de métricas financieras para evaluar el desempeño de las empresas y su relación con las RSC. Esta diversidad refleja la falta de un consenso general sobre cuál es la métrica más adecuada para medir la rentabilidad empresarial de manera uniforme.

En los artículos revisados se utilizaron las siguientes medidas financieras: ROA (Return on Assets), ROE (Return on Equity), TABIN's Q, NP (Net Profit), ROI (Return on Investment), EPS (Earning per share), MVA (Market Value Added), ROS (Return on Sales), Total factor productivity (TFP), LEV (Leverage), Current Ratio y ratio PEG (Price/Earnings to Growth ratio), sales, assets turnover, ROCE (Return on Capital Employed), EBIT (Earnings Before Interest and Taxes), Enterprise Value to EBITDA (EV/EBITDA), EBITDA (Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation, and Amortization). Beta coefficient, dividen yield, stock price, EVA, RET, Quick Ratio, Operating Cycle, Debt to Tangible Assets Ratio, Rentabilidad anual de las acciones (RA). En el Anexo 1 se presenta la tabla completa con las medidas utilizadas en los artículos analizados.



Gráfica 4. Medidas financieras más utilizadas

D. M. Awadzie et al. [18] utilizó como medida financiera para su investigación la percepción del desempeño financiero dada por el CEO. Me parece un poco arriesgado pero diferente. Considero que la medida no puede ser 100% objetiva, aunque el autor sustenta su uso en el artículo. En algunos artículos [19, 20] no fue posible determinar qué variables financieras se utilizaron, ya que fueron incluidas en un cuestionario que no está disponible en el documento y no se encontró su origen tras realizar una búsqueda.

El ROA, seguida del ROE, son las medidas financieras más utilizadas en las investigaciones que examinan la relación entre la RSC y el desempeño financiero de las empresas. El ROA, o rendimiento sobre los activos, es un indicador que mide la eficiencia con la que una empresa utiliza sus activos para generar ganancias [21]. No tiene en cuenta como se financia el negocio, es decir, si se utiliza deuda o capital propio, y se enfoca en la utilidad operativa neta. El ROE, o rendimiento sobre el capital, mide la rentabilidad obtenida por los accionistas de una empresa [21]. A diferencia del ROA, ROE si toma en cuenta el financiamiento a través de la deuda y calcula la ganancia de los accionistas en relación a su inversión en la empresa. Según un estudio [22], el ROA y el ROE explican cerca del 70% de la varianza en un análisis factorial, lo que indica su fuerte capacidad para capturar la variación en el desempeño financiero. También, varios investigadores prefieren utilizar el ROA debido a su menor sensibilidad al nivel de endeudamiento de las empresas [22]. Esto se refleja claramente en los resultados de esta investigación, donde el ROA se posiciona como el indicador financiero más utilizado, superando al ROE.

3.5 Medidas de RSC utilizadas en los estudios

Los artículos mencionan diversas medidas para evaluar la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en las empresas. Se observan índices y escalas, como RepTrak®, desarrollado por el Reputation Institute [22], como una herramienta comúnmente utilizada para medir la RSC. Esta herramienta evalúa tres facetas de la RSC: ciudadanía, gobernanza y lugar de trabajo. Escalas de reputación de Moskowitz: J. García-Madariaga et al. [35] utiliza las "escalas de reputación de Moskowitz" para clasificar a las empresas en según sus prácticas de RSC. Este enfoque se ha utilizado en investigaciones previas. El Índice Global de RSC [39] es elaborado a partir de la base de datos EIRIS. Este índice abarca aspectos como el medio ambiente, los derechos humanos, las relaciones con los stakeholders y las características del consejo de administración. Los valores de cada ítem en el índice van de -3 a 3, y las empresas con un valor superior a 0 se consideran socialmente responsables.

Otro método utilizado son el análisis de redes sociales. M. Jara-Bertín et al. [33] utiliza un análisis de contenido para identificar las dimensiones de la RSC que las empresas chilenas comunican a través de diferentes medios, incluyendo redes sociales. Se analizan las dimensiones social, ética, medioambiental y de colaboradores. S. Bose et al. [38] utiliza la base de datos Refinitiv ESG para analizar la divulgación de información sobre los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) por parte de las empresas.

La utilización de base de datos externas es otro método utilizado, por ejemplo, la base de datos KLD [18], que ha sido ampliamente utilizada en investigaciones sobre RSC o la base de datos CSMAR [40] para obtener información sobre las tasas de crecimiento sostenible de las empresas.

3.6 Resultados obtenidos sobre las prácticas sostenibles empresariales y su impacto en la rentabilidad

El 83 % de los artículos revisados, equivalente a 25 estudios, concluyen que existe una relación positiva entre los indicadores financieros y la sostenibilidad empresarial. La mayoría de estos estudios se realizaron en Asia, destacando Vietnam con cinco artículos [17, 28, 29, 30, 31], seguido de India con dos [24, 25] y China con otros dos [37, 40]. Además, cinco artículos provienen de otros países asiáticos [19, 20, 27, 34, 41]. También se

identificaron tres estudios en países africanos [18, 32, 43], uno en Europa [23], uno en América Latina [33] y seis investigaciones de carácter multinacional [22, 26, 35, 36, 38, 39].

Un 10%, equivalente a 3 artículos [45, 46, 47], presentaron resultados no concluyentes, y un 7%, equivalente a 2 artículos [43, 44], identificaron una relación negativa entre los indicadores financieros y la responsabilidad empresarial (Gráfica 5).

El alto porcentaje de correlaciones positivas encontrado en los estudios revisados sugiere que las prácticas sostenibles están teniendo un impacto favorable en la rentabilidad empresarial. Aunque los estudios se realizaron en diferentes regiones del mundo, los resultados evidencian una tendencia positiva y consistente en la relación entre sostenibilidad y desempeño financiero.

A pesar de que la mayoría de los estudios incluidos en esta revisión muestran una relación positiva entre sostenibilidad y desempeño financiero, es importante profundizar en las investigaciones con resultados no concluyentes o negativos. Esta observación, también respaldada por estudios previos [47], pone de manifiesto la complejidad inherente a la medición del impacto de la sostenibilidad en el ámbito empresarial, debido a su naturaleza multidimensional y en muchos casos subjetiva.

Entre los artículos revisados, solo dos presentaron una relación negativa entre sostenibilidad y rentabilidad. Uno de ellos, realizado en Indonesia [44], evidenció que el bajo nivel de madurez del mercado en términos de sostenibilidad, junto con factores como los altos costos de inversión y oportunidad, la presión de los stakeholders por resultados a corto plazo, la ambigüedad en las métricas ESG y el riesgo de greenwashing, podrían explicar esta asociación negativa. El segundo estudio [43], desarrollado en India, no encontró una relación estadísticamente significativa entre la reputación corporativa y el desempeño financiero. Este resultado puede deberse a que la reputación se construye a largo plazo, y los beneficios financieros derivados de la RSC podrían no manifestarse inmediatamente. Además, el enfoque en empresas altamente reputadas limita la generalización de los hallazgos.

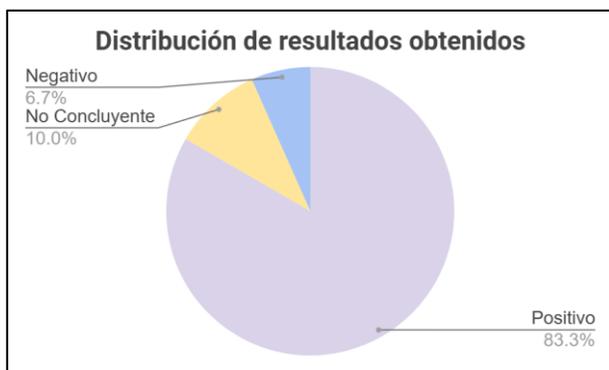
El estudio que presentó resultados mixtos fue el realizado en Asia con empresas no financieras de siete países [45]. Este identificó efectos diferenciados según el país y la variable financiera analizada, destacando que en

muchos casos, como China o Malasia, los altos niveles de apalancamiento y la priorización del valor de mercado se asociaron con una menor integración de los ODS. Además, la falta de regulación estricta, el uso de datos autoinformados y el carácter simbólico de muchas acciones de sostenibilidad explican la falta de consistencia en los resultados.

También se identificaron dos estudios con hallazgos no concluyentes. El primero, centrado en la industria de bienes de consumo masivo [46], no logró establecer una relación clara entre innovación sostenible y éxito comercial, debido a limitaciones metodológicas como la ausencia de efectos no lineales, un periodo de análisis corto y la imposibilidad de captar percepciones del consumidor. El segundo [47], realizado en Brasil, en los sectores energético y bancario, no halló diferencias significativas en indicadores contables entre empresas sostenibles y no sostenibles. El corto periodo de análisis, el uso de medidas contables y la falta de control por sector podrían haber influido en la falta de resultados claros.

Al analizar en conjunto estos casos, se identifican factores comunes que podrían explicar los pocos resultados negativos o no concluyentes. Entre los más relevantes están los factores contextuales, como el nivel de desarrollo económico y el entorno regulatorio. En economías emergentes como Indonesia o India, las empresas suelen enfrentar mayores restricciones de recursos y menor presión institucional para implementar prácticas sostenibles, lo que puede llevarlas a priorizar la rentabilidad a corto plazo. Asimismo, ciertas características sectoriales, como el tipo de industria o el tamaño de la empresa, también afectan la forma en que la sostenibilidad se implementa y percibe.

Por otro lado, también influyen factores metodológicos. Muchos estudios utilizan periodos de análisis relativamente cortos, lo que dificulta capturar los beneficios a largo plazo de la sostenibilidad. Además, la medición de las variables sigue siendo un desafío, ya que no existe consenso sobre qué indicadores utilizar ni cómo hacerlo. El uso de datos autoinformados puede introducir sesgos, y la elección entre métricas contables o de mercado influye directamente en los resultados.



Gráfica 5. Distribución de resultados obtenidos

Entre los resultados positivos obtenidos, se observa que no todos tuvieron un impacto directo, sino que algunos se lograron a través de factores intermedios que, en última instancia, influyeron en los indicadores de rentabilidad. Tomando en cuenta esto, los resultados pueden clasificarse en dos categorías: directos, cuando las prácticas sostenibles impactaron directamente en los indicadores financieros utilizados, e indirectos, cuando las prácticas sostenibles no afectaron directamente los indicadores financieros, sino que su influencia se manifestó a través de otros factores, que a su vez impactó los resultados financieros.

En el estudio realizado por T. T. Le et al. [17] muestra que las actividades de gestión de la cadena de suministro (SCM) tienen un fuerte impacto directo en el rendimiento financiero, con un nivel de impacto de 0,471 y un nivel de significancia del 1%, debido a que las actividades de SCM, como la reducción de los gastos de transporte, pueden aumentar directamente el rendimiento financiero. M. Jara-Bertín et al. [33] demuestran que la implementación de estrategias de divulgación de información voluntaria sobre prácticas de RSC tiene un impacto positivo directo en el rendimiento financiero, específicamente, la dimensión ética y social de la RSC, que influye positivamente en el rendimiento financiero. También se encuentra en la investigación de P. K. Aspal et al. [24] que la divulgación de información sobre RSC tiene una influencia positiva, directa y significativa en el desempeño financiero de las empresas, medido a través del retorno sobre el patrimonio (ROE) y el retorno sobre los activos (ROA). Esto implica que la transparencia en la divulgación de prácticas de RSC puede mejorar la rentabilidad de las empresas.

Al analizar en detalle los componentes de ESG (ambientales, sociales y de gobernanza), se observó que su impacto en el desempeño financiero de las empresas arroja resultados mixtos. Se destaca la importancia de la

dimensión social desde el inicio del concepto de RSC [33], argumentando que cualquier práctica en este ámbito tiene un efecto directo en la comunidad y contribuye al valor de marca, la reputación y el reconocimiento público de la empresa. Los estudios de Callan y Thomas (2009) y Simpson y Kohers (2002), citados en el artículo, encontraron una relación positiva entre la responsabilidad social y el rendimiento de la empresa. Se resalta la importancia de la dimensión ética, especialmente después de escándalos corporativos que han generado desconfianza en el mercado. También se subraya la importancia de fortalecer las relaciones con los stakeholders, especialmente los colaboradores, para el éxito de la empresa. Se argumenta que una relación transparente con los colaboradores aumenta la legitimidad de las acciones de RSC y mejora la eficiencia empresarial.

Z. Lin [40] indica que la dimensión de gobernanza (G) tiene un impacto positivo en la tasa de crecimiento sostenible (SGR). Se sugiere que las empresas deben enfocarse en mejorar el desempeño de la gobernanza para aumentar su competitividad a largo plazo.

Se encuentra una relación negativa entre la divulgación de prácticas de RSE en el ámbito ambiental y el market-to-book ratio (MTB) [33]. Se sugiere que los inversionistas pueden percibir estas prácticas como obligatorias y no como un indicador de un compromiso genuino con la sostenibilidad. En línea con esta perspectiva, Z. Lin, en su investigación [40] también encuentra que la dimensión ambiental (E) tiene un impacto negativo en la SGR. Se argumenta que un enfoque excesivo en el desempeño ambiental puede perjudicar el crecimiento de la empresa si no se cuenta con financiamiento externo o subsidios.

Esta dinámica puede explicarse, en parte, por la percepción del mercado de que las iniciativas ambientales responden a presiones regulatorias o a problemas ya existentes, más que a una estrategia voluntaria de valor. Esta interpretación reduce el reconocimiento positivo por parte de los inversionistas y, en algunos casos, puede afectar negativamente la reputación y el crecimiento empresarial [22, 33].

Además, los altos costos de implementación de prácticas ambientales, como la adopción de la ISO 14001, tecnologías limpias o sistemas de tratamiento de residuos [44], representan una barrera significativa, sobre todo a corto plazo [32]. Desde una perspectiva neoclásica [42], estos gastos pueden disminuir la rentabilidad, desviar recursos de proyectos más rentables y limitar la capacidad de innovación.

También se observan fallas en la ejecución de estrategias ambientales y casos de oportunismo gerencial [32]. Algunas empresas recurren al greenwashing, priorizando la imagen sobre acciones reales, lo que reduce la eficiencia operativa y la credibilidad. En otros casos, los informes ambientales se elaboran solo para cumplir formalidades, sin integrarse en la estrategia corporativa.

También, la ausencia de incentivos gubernamentales [40] y apoyo financiero limita la viabilidad de estas inversiones, sobre todo en economías en desarrollo y en PyMES. Ante prioridades sociales más urgentes, las iniciativas ambientales quedan relegadas. Por ello, diversos estudios destacan la necesidad de subsidios, incentivos fiscales y políticas públicas que promuevan el compromiso ambiental empresarial y compensen sus costos iniciales [32, 40].

3.7 Factores mediadores entre la RSC y el rendimiento financiero

Múltiples estudios demuestran la mediación de la reputación corporativa. Se establece que la reputación corporativa actúa como un mediador positivo entre la RSC y el rendimiento financiero. La RSC impulsa la reputación de una empresa, y esta reputación mejorada, a su vez, tiene un impacto positivo en su desempeño general. La investigación de H. S. T. Pham et al. [36] concluye que la reputación corporativa desempeña un papel mediador clave en la relación entre la divulgación de información sobre RSC y el rendimiento financiero, al fortalecer la reputación de la empresa y, en consecuencia, mejorar su desempeño financiero. Este hallazgo está respaldado por otros estudios [35, 39], que destacan cómo la RSC genera confianza entre los inversores, atrae talento y fideliza a los clientes, contribuyendo significativamente a la rentabilidad empresarial.

Evidencia adicional confirma que, en contextos diversos como Australia, Irán y Taiwán, la reputación corporativa actúa como mediador total o parcial de esta relación, donde la capacidad de gestión de la reputación modera la efectividad de la RSC para construir una imagen positiva y mejorar los resultados financieros [43]. Además, la reputación influye en aspectos clave como la elección de proveedores y la calidad de los insumos, asegurando cadenas de suministro confiables y rentables [33]. Por otro lado, el uso del test de Sobel en la investigación [22] refuerza la significancia de este mediador, demostrando que la reputación es un canal

crucial a través del cual la RSC genera beneficios financieros.

La reputación empresarial es considerada un recurso intangible, por lo que existen diferentes métodos para medir este dato. En las investigaciones revisadas se utilizaron diferentes métodos de medición. La primera que se puede encontrar es el uso de índices y ranking. Se menciona el ranking de reputación en la red de Everis y Mercados 21 [43], el cual recopila datos de fuentes web para analizar y calificar la reputación de las empresas. Otro índice o ranking utilizado es el World's Most Admired Companies Ranking (Fortune) [22, 43, 35, 36] que evalúa la reputación corporativa a través de encuestas dirigidas a ejecutivos, directores externos y analistas de valores, quienes califican atributos específicos de empresas dentro de su mismo sector o industria. Asimismo, se menciona el RepTrack España [35], desarrollado por el Reputation Institute, una organización reconocida internacionalmente por su especialización en la medición y gestión de la reputación corporativa. Estas herramientas ofrecen enfoques diversos y robustos para evaluar la percepción de las empresas en diferentes mercados y contextos.

Por otro lado, M. Jara-Bertín et al. [33] utiliza el crecimiento de las ventas respecto al año anterior como una variable que aproxima la reputación corporativa, bajo el supuesto de que una mejor reputación se traduce en un aumento de las ventas. También se encuentra el uso de las "escalas de reputación de Moskowitz" [18, 34] para cuantificar la Responsabilidad Social Corporativa (RSC). Se categoriza a las empresas como "destacadas", "mencionadas honorablemente" o "peores" en función de sus prácticas de RSC, según las categorías establecidas por Moskowitz. Por último, P. Choongo [32] define la reputación corporativa como los juicios colectivos que los observadores hacen de una empresa a lo largo del tiempo, basándose en la evaluación de sus impactos financieros, sociales y ambientales.

La investigación realizada por M. I. Sindhu et al. [20] donde indica que la innovación actúa como un factor mediador en la relación entre la RSC y el rendimiento financiero. Según los autores, la RSC fomenta la innovación, que a su vez tiene un efecto positivo en el rendimiento financiero. Señalan que las empresas que implementan actividades de RSC tienen una mayor probabilidad de desarrollar productos y procesos innovadores, lo que contribuye significativamente a su rendimiento financiero. El estudio respalda esta relación citando investigaciones previas que demuestran cómo la adopción de prácticas de RSC estimula la innovación, la

cual actúa como un puente hacia mejores resultados financieros. Y. Li & A. Lin [37] concluyen en su investigación que la financiación verde impulsa las actividades de I+D, lo que a su vez mejora las capacidades de innovación y los resultados financieros de las empresas.

P. K. Aspal et al. [24] resalta que el capital humano tiene un impacto positivo y significativo en el ROA. Aunque no se menciona explícitamente la RSC, se puede deducir que las empresas que adoptan buenas prácticas de RSC suelen invertir más en el desarrollo de su capital humano, lo cual contribuye a mejorar su rentabilidad. Por otro lado, otra investigación [33] señala que la implementación de estrategias de RSC dirigidas a los colaboradores, como distribuidores e intermediarios, está relacionada de manera positiva y significativa con el crecimiento de las ventas, considerado una medida aproximada de la reputación corporativa. Este hallazgo sugiere que una relación más transparente y sólida con los colaboradores no solo fortalece la reputación de la empresa, sino que también mejora su desempeño en el mercado.

4. Conclusiones

Esta revisión sobre la sostenibilidad y su impacto en la rentabilidad y la reputación empresarial evidencia que la adopción de prácticas sostenibles no solo es positiva, sino también esencial para las empresas modernas. La sostenibilidad no solo contribuye a una mayor rentabilidad, sino que también fomenta la confianza entre las partes interesadas, lo que a su vez mejora significativamente la reputación corporativa. Aunque el análisis de los indicadores de riesgo queda como una tarea pendiente para investigaciones futuras, los hallazgos resaltan la relevancia de integrar la sostenibilidad en las estrategias empresariales.

Diversas evaluaciones sobre reputación empresarial coinciden en que la responsabilidad social constituye un atributo clave en su construcción. Se ha evidenciado que un mayor nivel de compromiso con la responsabilidad social se asocia consistentemente con una mejor percepción de la reputación empresarial, lo que refuerza la importancia estratégica de integrar estas prácticas de forma auténtica y coherente dentro de la gestión organizacional.

El impacto de los componentes ESG (ambientales, sociales y de gobernanza) en el desempeño empresarial es mixto. Las dimensiones social y de gobernanza tienden a influir positivamente en la rentabilidad, mientras que la dimensión ambiental puede generar

efectos adversos si no se gestiona de forma adecuada. Esto resalta la necesidad de considerar tanto el contexto específico de cada empresa como la percepción de los stakeholders al evaluar sus prácticas ESG. La relación entre responsabilidad social corporativa (RSC), rentabilidad y reputación corporativa es compleja y está condicionada por factores como el sector, el tamaño de la empresa y el contexto económico. Los resultados de los estudios revisados reflejan las particularidades de sus metodologías y entornos de análisis, por lo que no deben generalizarse sin atender a estas variables. Un impacto negativo asociado a la dimensión ambiental no implica que estas prácticas sean intrínsecamente perjudiciales; más bien, evidencia la importancia de alinear el entorno institucional, los incentivos, la autenticidad de las iniciativas y la eficiencia en la asignación de recursos. Solo bajo estas condiciones es posible transformar las estrategias ambientales en verdaderos impulsores de valor económico sostenible a largo plazo.

AGRADECIMIENTOS

A los profesores, la Dra. Ingrid Varela Benavides y el Dr. Tomas Jesús Guzmán Hernández por sus consejos y retroalimentación.

CONFLICTO DE INTERESES

Los autores declaran no tener algún conflicto de interés.

CONTRIBUCIÓN Y APROBACIÓN DE LOS AUTORES

AC: Conceptualización, investigación, metodología, redacción, preparación, corrección del artículo.

DN: Conceptualización, metodología, supervisión, corrección del artículo.

Todos los autores afirmamos que se leyó y aprobó la versión final de este artículo.

REFERENCIAS

- [1] Barroso, P. (2023). Historia de la Responsabilidad Social Corporativa. Inyon Social. <https://www.inyon.social/es/publicaciones/20-historia-responsabilidad-social-corporativa>
- [2] Ulloa, A. (2002). Pensando verde: El surgimiento y desarrollo de la conciencia ambiental global. Universidad Nacional de Colombia. <https://repositorio.unal.edu.co/bitstream/handle/unal/57002/958818102X.capitulo10.pdf>
- [3] Sánchez Sumelzo, N. (2012). La sostenibilidad en el sector empresarial: Importancia de los distintos grupos de interés en el proceso de cambio a sostenibilidad en el sector empresarial [Master's

thesis, Universitat Politècnica de Catalunya]. <http://hdl.handle.net/2099.1/18820>

[4] Saavedra García, M. L. (2011). La Responsabilidad Social Empresarial y las finanzas. *Cuadernos de Administración*, 27(46), 39–54. <https://doi.org/10.25100/cdea.v27i46.143>

[5] SAP. (2022). La sostenibilidad en la agencia del liderazgo latinoamericano. <https://news.sap.com/latinamerica/files/2022/04/04/Sustainability-Study-II-Main-Report-SPA.pdf>

[6] Strandberg, L. (2010). Cuadernos de la Cátedra "la Caixa" de Responsabilidad Social de la Empresa y Gobierno Corporativo. IESE Business School. <https://www.iese.edu/media/research/pdfs/ST-0322.pdf>

[7] Fernando, A. G., Sivakumaran, B., & Suganthi, L. (2014). Nature of green advertisements in India: Are they greenwashed? *Asian Journal of Communication*, 24(3), 222–241. <https://doi.org/10.1080/01292986.2014.885537>

[8] de Jong, M. D. T., Huluba, G., & Beldad, A. D. (2020). Different shades of greenwashing: Consumers' reactions to environmental lies, half-lies, and organizations taking credit for following legal obligations. *Journal of Business and Technical Communication*, 34(1), 38-76. <https://doi.org/10.1177/1050651919874105>

[9] ESE Business School, Universidad de los Andes. (2023, February 2). Reputación corporativa: Su importancia real. <https://ese.cl/ese/blog/reputacion-corporativa-su-importancia-real/>

[10] Martínez León, I., & Olmedo Cifuentes, I. (2009). La medición de la reputación empresarial: Problemática y propuesta. [https://doi.org/10.1016/S1135-2523\(12\)60093-8](https://doi.org/10.1016/S1135-2523(12)60093-8)

[11] Global Sustainable Investment Alliance. (2022). Global Sustainable Investment Review 2022. <https://www.gsi-alliance.org/wp-content/uploads/2023/12/GSIA-Report-2022.pdf>

[12] Li, T.-T., Wang, K., Sueyoshi, T., & Wang, D. D. (2021). ESG: Research progress and future prospects. *Sustainability*, 13(21), 11663. <https://doi.org/10.3390/su132111663>

[13] Haanaes, K., Michael, D., Jurgens, J., & Rangan, S. (2013). Making sustainability profitable. *Harvard Business Review*. <https://hbr.org/2013/03/making-sustainability-profitable>

[14] DataRails. (n.d.). Sustainable Growth Rate (SGR). <https://www.datarails.com/finance-glossary/sustainable-growth-rate-sgr/>

[15] Medina-López, C., Marín-García, J., & Alfalla-Luque, R. (2010). Una propuesta metodológica para la realización de búsquedas sistemáticas de bibliografía. *WPOM-Working Papers on Operations Management, 1*(2), [Pages]. <https://doi.org/10.4995/wpom.v1i2.786>

[16] Ng, L., Lambán, M., Hernández, M., & Royo, J. (2020). Overall Equipment Effectiveness: Systematic Literature Review and Overview of Different Approaches. *Applied Sciences*, 10(18), 6469. <https://doi.org/10.3390/app10186469>

[17] Le, T. T., Nguyen, T. A., Phan, T. T. H., Tran, M. D., Phung, X. T., Tran, T. T., & Giao, K. N. (2019). Impact of corporate social responsibility on supply chain management and financial performance in Vietnamese garment and textile firms. *Uncertain Supply Chain Management*, 7(4), [Pages]. <https://doi.org/10.5267/j.uscm.2019.4.002>

[18] Awadzie, D. M., Garr, D. K., Attah-Botchwey, E., Sarpong, K. K., & Marfo, M. (2023). Does corporate social responsibility promote the financial performance of the telecom industry in Ghana? *Cogent Business & Management*, 10(1), 2184743. <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2184743>

[19] Zhang, J., Hossain, G. M. S., Badiuzzaman, Rahman, M. S., & Hasan, N. (2023). Does corporate reputation play a mediating role in the association between manufacturing companies' corporate social responsibility (CSR) and financial performance? *Green Finance*, 5(2), 1-20. <https://doi.org/10.3934/GF.2023010>

[20] Sindhu, M. I., Windijarto, Wong, W. K., & Maswadi, L. (2024). Implications of corporate social responsibility on the financial and non-financial performance of the banking sector: A moderated and mediated mechanism. *Heliyon*, 10(9), e30557. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e30557>

[21] Bravo, S. (2023). Análisis de rentabilidad económica y financiera [Undergraduate thesis, Universidad Privada del Norte]. <http://hdl.handle.net/20.500.12640/2941>

[22] Lee, Y., & Hu, J. (2018). Integrated approaches for business sustainability: The perspective of corporate social responsibility. *Sustainability*, 10(7), 2318. <https://doi.org/10.3390/su10072318>

[23] Mattera, M., & Soto, F. (2023). Dodging the bullet: Overcoming the financial impact of Ukraine armed conflict with sustainable business strategies and environmental approaches. *Journal of Risk Finance*, 24(5), 565-582. <https://doi.org/10.1108/JRF-04-2022-0092>

[24] Aspal, P. K., Singh, M., & Jeet, V. (2023). Empirical relationship between corporate social responsibility disclosures and financial performance: The impact of firm's intangible resources. *Journal of Governance and Regulation*, 12(4), 200-215. <https://doi.org/10.22495/jgrv12i4siart17>

[25] Bashir, M. (2022). Corporate social responsibility and financial performance - the role of corporate reputation, advertising and competition. *PSU Research Review*, 6(3), 185-200. <https://doi.org/10.1108/PRR-10-2021-0059>

[26] Kludacz-Alessandri, M., & Cygańska, M. (2021). Corporate social responsibility and financial performance among energy sector companies. *Energies*, 14(19), 6068. <https://doi.org/10.3390/en14196068>

[27] Hussain, R. I., Bashir, S., & Hussain, S. (2020). Financial sustainability and corporate social responsibility under mediating effect of operational self-sustainability. *Frontiers in Psychology*, 11, 550029. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.550029>

[28] Phan, T. T. H., Tran, H. X., Le, T. T., Nguyen, N., Pervan, S., & Tran, M. D. (2020). The relationship between sustainable

development practices and financial performance: A case study of textile firms in Vietnam. *Sustainability*, 12(15), 5930. <https://doi.org/10.3390/su12155930>

[29] Vu, T. L., Nguyen, N. T., Nguyen, X. H., Nguyen, Q. H., & Nguyen, H. L. (2020). Corporate social responsibility, employee commitment, reputation, government support and financial performance in Vietnam's export textile enterprises. *Accounting*, 6(7), 1275-1282. <https://doi.org/10.5267/j.ac.2020.7.015>

[30] Nguyen, T. T. H., Pham, T. T. H., Than, T. T., Tran, T. K. L., & Nguyen, T. H. L. (2020). The role of corporate social responsibilities in tourism and hospitality: The case of Vietnam. *Management Science Letters*, 10(8), 1781-1788. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2020.2.002>

[31] Vu, T. H., Tran, H. L., Le, T. T., & Nguyen, H. A. (2019). The effect of corporate social responsibility on performance in Nam Dinh seafood enterprises. *Management Science Letters*, 9(11), 1787-1796. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.8.005>

[32] Choongo, P. (2017). A longitudinal study of the impact of corporate social responsibility on firm performance in SMEs in Zambia. *Sustainability*, 9(8), 1300. <https://doi.org/10.3390/su9081300>

[33] Jara-Bertín, M., López-Iturriaga, F., & Torres, A. (2015). Prácticas de responsabilidad social, reputación corporativa y desempeño financiero. *Revista de Administração de Empresas*, 55(3), 329-344. <https://doi.org/10.1590/S0034-759020150308>

[34] Katenova, M., & Qudrat-Ullah, H. (2024). Corporate social responsibility and firm performance: Case of Kazakhstan. *Sustainability*, 16(5), 2008. <https://doi.org/10.3390/su16052008>

[35] García-Madariaga, J., & Rodríguez-Rivera, F. (2017). Corporate social responsibility, customer satisfaction, corporate reputation, and firms' market value: Evidence from the automobile industry. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 25(2), 200-215. <https://doi.org/10.1177/0894486514539004>

[36] Pham, H. S. T., & Tran, H. T. (2020). CSR disclosure and firm performance: The mediating role of corporate reputation and moderating role of CEO integrity. *Journal of Business Research*, 120, 127-136. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.08.002>

[37] Li, Y., & Lin, A. (2024). Assessing the impact of green finance on financial performance in Chinese eco-friendly enterprises. *Heliyon*, 10(8), e29075. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e29075>

[38] Bose, S., Khan, H. Z., & Bakshi, S. (2024). Determinants and consequences of sustainable development goals disclosure: International evidence. *Journal of Cleaner Production*, 434, 140021. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2023.140021>

[39] Martínez, J. (2014). Consecuencias de las prácticas de sostenibilidad en el coste de capital y en la reputación corporativa. *Revista Colombiana de Administración*, 29(2), 45-60. <https://doi.org/10.1016/j.rcsar.2013.08.008>

[40] Lin, Z. (2024). Does ESG performance indicate corporate economic sustainability? Evidence based on the sustainable growth rate. *Borsa Istanbul Review*, 24(2), 350-360. <https://doi.org/10.1016/j.bir.2024.02.010>

[41] Wan Mohammad, W. M., & Wasiuzzaman, S. (2021). Environmental, social and governance (ESG) disclosure, competitive advantage and performance of firms in Malaysia. *Cleaner Environmental Systems*, 2, 100015. <https://doi.org/10.1016/j.cesys.2021.100015>

[42] Salihi, A. A., Ibrahim, H., & Baharudin, D. M. (2023). Environmental governance as a driver of green innovation capacity and firm value creation. *Innovation and Green Development*, 2(3), 100110. <https://doi.org/10.1016/j.igd.2023.100110>

[43] Pradhan, S. (2016). Impact of corporate social responsibility intensity on corporate reputation and financial performance of Indian firms. *Business: Theory and Practice*, 17(4), 316-324. <https://doi.org/10.3846/btp.17.11123>

[44] Nareswaria, N., Tarczyńska-Luniewska, M., & Al Hashfi, R. U. (2023). Analysis of environmental, social, and governance performance in Indonesia: Role of ESG on corporate performance. *Procedia Computer Science*, 225, 1200-1209. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2023.10.164>

[45] Al-ahdal, W. M., Muhmad, S. N., Farhan, N. H. S., Almaqtari, F. A., Mhawish, A., & Hashim, H. A. (2024). Unveiling the impact of firm-characteristics on sustainable development goals disclosure: A cross-country study on non-financial companies in Asia. *Borsa Istanbul Review*, 24(3), 500-512. <https://doi.org/10.1016/j.bir.2024.05.003>

[46] Van Doorn, J., Risselada, H., & Verhoef, P. C. (2021). Does sustainability sell? The impact of sustainability claims on the success of national brands' new product introductions. *Journal of Business Research*, 137, 161-170. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.08.032>

[47] Silva, T., Casa, S., Cornacchione, E., & Garcia, S. (2012). Are sustainable companies less risky and more profitable? *Revista de Administração*, 47(3), 358-369. <https://doi.org/10.5700/rausp1050>

ANEXOS

Anexo 1. Tabla resumen de las medidas financieras utilizadas en cada artículo y su porcentaje de aparición.

Nombre de la medida	Cantidad de artículos	Porcentaje (%)
ROA	12	40%
ROE	9	30%
TOBINQ / Market-to-book ratio	8	27%
NP (Net Profit)	4	13%
ROI	3	10%
EPS (Earning per share)	2	7%
MVA (Market Value Added)	2	7%
ROS (Sales Profit)	2	7%
Total factor productivity (TFP)	1	3%
LEV (Leverage)	1	3%
Current Ratio CR = Current assets/Current liabilities	1	3%
ratio PEG (Price/Earnings to Growth ratio)	1	3%
Sales (units)	1	3%
assets turnover	1	3%
ROCE (Return on Capital Employed)	1	3%
EBIT (Earnings Before Interest and Taxes)	1	3%
Enterprise Value to EBITDA (EV/EBITDA)	1	3%
EBITDA (Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation, and Amortization)	1	3%
Beta coefficient	1	3%
Dividen yield	1	3%
Stock price	1	3%
EVA	1	3%
RET	1	3%

Quick Ratio	1	3%
Operating Cycle	1	3%
Debt to Tangible Assets Ratio	1	3%
Rentabilidad anual de las acciones (RA)	1	3%