


Motivadores del Comportamiento Sostenible en Empresarios Mujeres y Hombres

Motivators of Sustainable Behavior in Women and Men Entrepreneurs

Lucero de Jesús Rodríguez-Jasso

Universidad Autónoma de Tamaulipas, México

lucero.rdzj@gmail.com

 <https://orcid.org/0000-0002-7475-7685>

Alan Francisco Rodríguez-Jasso

Universidad Autónoma de Tamaulipas, México

alan_rdz1@hotmail.com

 <https://orcid.org/0000-0001-9489-4874>

Recepción: 28 Febrero 2024

Aprobación: 27 Junio 2024



Acceso abierto diamante

Resumen

El objetivo del presente estudio consiste en analizar comparativamente la influencia del altruismo, la motivación intrínseca, y extrínseca como motivadores en el comportamiento sostenible de hombres y mujeres empresarios en México. La metodología es cuantitativa, descriptiva y causal, mediante ecuaciones estructurales y un análisis multigrupo en 522 individuos. Los resultados sugieren una influencia prioritaria del altruismo en mujeres y de una motivación intrínseca en hombres para un comportamiento sostenible; mientras que la motivación extrínseca influye negativamente en ambos casos. La originalidad de este estudio radica en el análisis del comportamiento sostenible desde una diversificación de subgrupos. Los hallazgos sugieren diferencias en los motivadores para un comportamiento sostenible entre hombres y mujeres. Las limitaciones radican en la interpretación de la escala intrínseca para cada subgrupo analizado; y en la exploración del concepto y alcance de la sostenibilidad en los individuos.

Palabras clave: Motivadores, Comportamiento Sostenible, Multigrupo, Hombres y Mujeres, Empresarios.

Abstract

The objective of this study is to comparatively analyze the influence of altruism, and intrinsic and extrinsic motivation as motivators in the sustainable behavior of male and female entrepreneurs in Mexico. The methodology is quantitative, descriptive, and causal, using structural equations and a multigroup analysis of 522 individuals. The results suggest a predominant influence of altruism in women and intrinsic motivation in men for sustainable behavior, while extrinsic motivation has a negative influence in both cases. The originality of this study lies in the analysis of sustainable behavior from a diversification of subgroups. The findings suggest differences in motivators for sustainable behavior between men and women. Limitations lie in the interpretation of the intrinsic scale for each subgroup analyzed; and in exploring the concept and scope of sustainability in individuals.

Keywords: Motivators, Sustainable Behavior, Multigroup, Men and Women, Entrepreneurs.

Introducción

La importancia del elemento conductual, especialmente en el sector privado, es un aspecto clave para la sostenibilidad, ya que involucra a una serie de acciones orientadas hacia la protección de los recursos tanto físicos como sociales de nuestro planeta, lo que permite atender las necesidades de las generaciones presentes sin descuidar a las generaciones futuras (De la Rosa, 2021; Hirsch, 2022). En este sentido, las empresas son consideradas como un actor preponderante en la creación de valor y desarrollo económico de cualquier nación, especialmente en los países en vías de desarrollo (Rodríguez et al., 2021; Song et al., 2019).

La evolución que ha tenido la sostenibilidad y las diferencias entre los distintos grupos sociales como lo son hombres y mujeres, principalmente en la toma de decisión hacia la generación de un desarrollo sostenible está condicionado a las motivaciones, perspectivas, ideas y participación que cada uno adopta desde su posición y rol en la comunidad (Contreras et al., 2020; Rodríguez et al., 2022d). La participación de las mujeres ha trascendido en la sociedad debido a la incesante búsqueda de una mejor calidad de vida, el deseo por una mayor equidad social, y en la forma en que éstas gestionan los recursos naturales, por lo que el impacto de sus actividades en el entorno empresarial puede modificar el contexto en el que se encuentran, convirtiéndose en un soporte clave para el medio ambiente y en un catalizador para el fortalecimiento económico de la región (Al-Qahtani et al., 2022).

La participación de las mujeres ha facilitado la adopción de un comportamiento sostenible, permitiendo mejorar el diseño de estrategias que faciliten la obtención de ventajas competitivas sin descuidar los aspectos sociales, económicos y ambientales de la empresa (Bloodhart & Swim, 2020). Diversos autores sugieren que las mujeres poseen una mayor consciencia del impacto de las actividades empresariales en la comunidad y en el contexto en el que se opera, por lo que tienden a desarrollar actividades que generen un beneficio social, evitando comportamientos antiéticos o inmorales, al buscar la estabilidad empresarial a largo plazo (Al-Qahtani et al., 2022; Fernández et al., 2021; Pan et al., 2020), a diferencia de los hombres quienes tienden a motivarse principalmente por objetivos económicos desde una perspectiva más a corto plazo (Al-Qahtani et al., 2022; Pan et al., 2020).

La concientización las mujeres ha permitido dar paso a la adopción y desarrollo de comportamientos sostenibles estratégicos, los cuales involucran acciones orientadas a la protección de los recursos sociales y físicos, al considerar en todo momento a las generaciones venideras, a la vez que se satisface a las generaciones presentes, adaptándose rápidamente a los cambios en el mercado, transitando desde una perspectiva de acción empresarial pasiva a una activa, a la vez que se considera la protección de los recursos del planeta (De Masi et al., 2021; Pan et al., 2020; Rodríguez et al., 2023b).

Diversos estudios sugieren que la particularidad de pensamiento entre hombres y mujeres influyen en el proceso de la toma de decisiones, impactando en el desempeño organizacional hacia la sostenibilidad y eficiencia empresarial (Disli et al., 2022; Gutiérrez et al., 2023; Uyar et al., 2020). El considerar la integración de políticas y prácticas empresariales con una orientación social y medioambiental distintas a las que usualmente abordan los hombres, puede resultar en mejores cursos de acción debido a los valores y experiencias, y a la capacidad de gestión con orientación sostenible que regularmente manejan las mujeres (Naciti, 2019).

En el estudio realizado por Coluccia et al. (2019) sugieren que aquellas empresas que tienen un alto índice de representación femenina en puestos orientados hacia la toma de decisión, consideran más relevantes las prácticas sostenibles tales como la divulgación de los reportes empresariales, y buscan un mejor desempeño corporativo, lo cual también ha sido explorado dentro del sector bancario con resultados similares (Matuszak et al., 2019; Zahid et al., 2020).

Por tal motivo, la relevancia que tiene el pensamiento del individuo en la conciencia social y ambiental en las empresas es alta, por lo que las acciones motivadas por la presencia de mujeres en puestos directivos pueden

involucrar a la implementación de prácticas sostenibles, tales como el diseño de estrategias para mitigar el cambio climático (Nuber & Velte, 2021), la utilización consciente del agua (García & Herrero, 2020), en el consumo y la producción responsable (Benjamin et al., 2020; Pandey & Hassan, 2020), la implementación de políticas energéticas (Presta et al., 2023), la mejora del desempeño financiero (Liu et al., 2014), la creación de ambientes laborales satisfactorios (Alvarez, 2022), la transparencia corporativa (Jaggi et al., 2021), la creación de alianzas estratégicas con organizaciones sostenibles (Graafland, 2020), por lo que se consideran como un pilar fundamental para la consecución de los objetivos de la Agenda 2030 (Pan et al., 2020).

La literatura sugiere que uno de los principales impulsores hacia la adopción de comportamientos sostenibles es el altruismo, el cual se concibe como el deseo de ayudar a los demás de manera voluntaria a pesar del interés propio, y el cual, al formar parte de las normas personales del individuo, llega a ser un componente esencial para el desarrollo de conductas responsables y éticas al motivar la implementación de acciones orientadas a reducir los impactos negativos del comportamiento humano, por lo que este impulsor permite promover la atención hacia los problemas sociales y ambientales, por lo que una persona con alto nivel de altruismo, tenderá a enfatizar más en las consecuencias de cada acción, y analizar los pros y los contras para dirigirse hacia la atención de una preocupación prosocial y proambiental (Magano et al., 2022; Pfattheicher et al., 2022; Say et al., 2021).

Si bien es cierto que, tanto hombres como mujeres han demostrado interés en el tema sostenible, diversos autores sugieren que las mujeres presentan una mayor orientación hacia esta perspectiva en comparación con los hombres, esto debido a que desempeñan un comportamiento más responsable en sus actividades diarias, en donde resultan de gran relevancia sus valores altruistas, los cuales se consideran como un componente fundamental para la generación de un comportamiento sostenible (Dickel & Eckard, 2020; Magano et al., 2022). Diversos autores señalan la importancia del altruismo como elemento primordial para la generación de una perspectiva ambiental (Chao et al., 2023; Kunttu et al., 2017), social (Lopes et al., 2021), y económica (Shao et al., 2021), al identificar de manera adicional que la diferencia entre hombres y mujeres llega a ser un motivador a considerar.

Por otro lado, la motivación extrínseca sugiere la búsqueda de beneficios tangibles como un reconocimiento social, una retribución monetaria, la obtención de prestigio, estatus social, entre otros, e impulsa al individuo hacia el aspecto económico de la sostenibilidad (Li et al., 2020). Sin embargo, esta motivación puede ser controversial de acuerdo con la orientación a corto o a largo plazo en que se establezca. Si se orienta a corto plazo, y al no existir un beneficio tangible, la continuidad del comportamiento tiende a desaparecer (Kacha & Ruggeri, 2018). Cuando la utilidad percibida o cuando el factor extrínseco es alto, la participación en las actividades sostenibles se incrementará, ya que los individuos tenderán a colaborar con el producto o servicio para la obtención de su bien tangible, lo cual, por otro lado, también puede influir en la disminución de la motivación intrínseca de los colaboradores (Li et al., 2020).

Los factores extrínsecos se vuelven más representativos para los hombres que para las mujeres, tal como lo sugieren LeFebvre y Huta (2021) y Good et al. (2022), ya que los hombres tienden a reaccionar de una forma más firme hacia este tipo de motivaciones para el desarrollo de un comportamiento sostenible, en donde los factores externos son considerados críticos para esta conducta debido a que tienden a enfocarse más en el nivel de logro de los objetivos planteados, tienen una perspectiva más orientada hacia la competitividad, e identifican que la presión social es un mayor estímulo para su involucramiento en la sostenibilidad.

Por otra parte, Löffler y Greitemeyer (2023) sugieren que las mujeres cuentan con una motivación más social que los hombres, y muestran un interés no tan marcado en los factores extrínsecos debido a la presencia de un yo relacional más destacado que los hombres, lo cual puede explicar la preferencia por los aspectos sociales.

La motivación intrínseca, al igual que la motivación extrínseca, es otra fuente coadyuvante en el desarrollo de un comportamiento sostenible en las empresas, pero a diferencia de esta última, la motivación intrínseca se caracteriza en que los individuos actúan sin el beneficio aparente de un bien tangible, más bien, este

comportamiento proviene desde el interior del individuo, ya que esto puede representar sentimientos de felicidad, interés, e incluso de diversión, lo que permite promover la creatividad, el aprendizaje, así como la resolución de problemas, ya que los individuos tienden a estar más motivados en la resolución de retos, así como en el aprendizaje de nuevas habilidades (Bokman et al., 2021; Vuorio et al., 2017).

La motivación intrínseca permite que los individuos puedan interesarse más en los productos sostenibles debido al interés inherente en cada uno de ellos, pero también porque así lo consideran correcto, ya que al no adquirir dichos productos o servicios pueden tener un sentimiento de culpa o un pensamiento de que no realizan una actividad ética; por lo tanto, la motivación intrínseca se convierte en un predictor más fiable del comportamiento sostenible en donde se sugiere que las mujeres presentan una mayor orientación hacia esta perspectiva interna, tal como lo menciona (Pierli et al., 2022).

Diversos autores sugieren que las mujeres cuentan con una mayor inclinación hacia los aspectos sociales y éticos en comparación con los hombres, quienes muestran una mayor preferencia por los aspectos tangibles, por lo que las mujeres tienen una mayor posibilidad de presentar un comportamiento en pro de la sostenibilidad debido a su mayor interés por los aspectos sociales y éticos (Nadeem et al., 2020; Pullen & Vachhani, 2020). No obstante, dichos hallazgos contrastan con lo sugerido por Osei (2019), quien propone que no existen diferencias significativas entre hombres y mujeres en relación con los factores intrínsecos orientados hacia el comportamiento individual.

A pesar de lo sugerido por Osei (2019), la literatura sugiere que la relevancia de los motivadores intrínsecos para ambos tipos de individuos, orientados hacia un comportamiento sostenible, permiten promover un mayor compromiso en comparación con los motivadores extrínsecos (Ahmad et al., 2021), ya que los intrínsecos se encuentran ligados a los factores internos de las personas, lo que los convierte en un elemento esencial para el comportamiento orientado hacia la sostenibilidad (Ali et al., 2020; Kacha & Ruggeri, 2018). La importancia que tiene este tipo de motivación radica en que ésta se desprende desde el interior del individuo, quien al momento de implementar actividades motivadas por estos factores pueden considerar dicho comportamiento como gratificante y satisfactorio, en donde aunado a un estilo de liderazgo adecuado puede desembocar en un proceso transformacional que impacte en los valores, creencias, capacidades de cada uno de los colaboradores, al incrementar así su nivel de motivación para la implementación de actividades sostenibles tanto en las empresas como en su vida diaria (Li et al., 2020).

Por lo anterior, el objetivo de la presente investigación consiste en analizar de manera comparativa la influencia que tiene el altruismo, la motivación extrínseca, y la motivación intrínseca como motivadores del comportamiento sostenible en mujeres y hombres empresarios en México, desde el paradigma de la Teoría de la Acción Humana, la cual sugiere que para la búsqueda de soluciones apropiadas para un problema es necesario que el ser humano analice diversos elementos para identificar la mejor vía de acción (Pérez, 2022). Este proceso resolutivo involucra a una serie de acciones orientadas hacia la consecución de objetivos planteados, por lo que el individuo necesita identificar, de manera anticipada, las posibles soluciones a una situación en específico determinan el tipo y nivel de satisfacción provocados por cada alternativa planteada, y evalúan y establecen cuál es la mejor opción (Raza, 2023).

Como parte del proceso en la toma de decisiones, los valores constituyen un elemento fundamental que guían cada una de las etapas, por lo que éstos pueden definirse como las creencias relacionadas a un estado final del individuo, los cuales trascienden a situaciones específicas y guían en todo momento a las evaluaciones y elecciones, al influir en la conducta y llegar a ser una parte integral del ser, del actuar, y de la personalidad, por lo que se consideran como elementos normativos rectores que marcan el camino a seguir por el individuo (Hyun & Kyoung, 2019; Rodríguez et al., 2023a).

Una vez que las decisiones orientadas hacia la resolución de problemas se basan en los valores, la persona se encamina hacia el desarrollo de una acción en específico, la cual brindará satisfacción siempre y cuando la decisión genere los resultados previstos, ya sea de una manera visible hacia el exterior (extrínseco), o como un impacto no tan visible (intrínseco), por ejemplo, el simple proceso de participar en la toma de decisión, la

adquisición del conocimiento o aprendizaje, o bien, el desarrollo de habilidades y destrezas. Por lo tanto, en el momento de la evaluación de las alternativas, la consideración de los resultados intrínsecos y extrínsecos toman una alta pertinencia (Pérez, 2022; Rodríguez et al., 2022b).

La Teoría de la Acción Humana sugiere que se debe reflexionar y tomar en consideración también aquellas consecuencias generadas hacia los demás, es decir, el sentido trascendente de la acción (Pérez, 2022). Se menciona que éste se orienta hacia el análisis del impacto que tienen las acciones de un individuo sobre otras personas, ya que dicho efecto puede modificar las reglas en la toma de decisión y modificar por ende el comportamiento individual futuro (Martínez et al., 2016). Por lo tanto, las motivaciones extrínsecas (satisfacciones anticipadas), intrínsecas (aprendizajes al interior del individuo), y trascendentes (la generación de una influencia sobre otros) representan una visualización más completa e integral de las posibles consecuencias, en donde la falta de consideración de alguna o algunas de ellas puede derivar en una evaluación incompleta, por lo que los directores, gerentes, o cualquier otro tomador de decisión dentro de una organización deben evitar omisiones en este sentido, para visualizar los diferentes ángulos relevantes de la realidad (Argandoña, 2003).

Para la comprobación de hipótesis, se desarrolló un estudio cuantitativo, descriptivo y causal por medio de ecuaciones estructurales basado en mínimos cuadrados parciales (PLS-SEM), así como un análisis multigrupo en 522 empresarios de MiPyMES de los estados de Tamaulipas, Coahuila, Guanajuato, Querétaro y Yucatán. México, al ser considerada la segunda economía más importante de América Latina, sólo detrás de Brasil, y al ubicarse entre las quince economías más grandes del mundo (Banco Mundial, 2024), refleja la importancia y alcance de su participación en los distintos ámbitos, tanto económicos, sociales y ambientales, siendo el sector empresarial, un actor fundamental para lograr abordar con éxito los retos sostenibles representados por la Agenda 2030 (Rodríguez et al., 2021). Por lo anterior se sugieren las siguientes hipótesis de investigación:

H1: Existe una diferencia estadísticamente significativa en la influencia que genera el altruismo entre hombres y mujeres y el comportamiento sostenible empresarial.

H2: Existe una diferencia estadísticamente significativa en la influencia que genera la motivación extrínseca entre hombres y mujeres y el comportamiento sostenible empresarial.

H3: Existe una diferencia estadísticamente significativa en la influencia que genera la motivación intrínseca entre hombres y mujeres y el comportamiento sostenible empresarial.

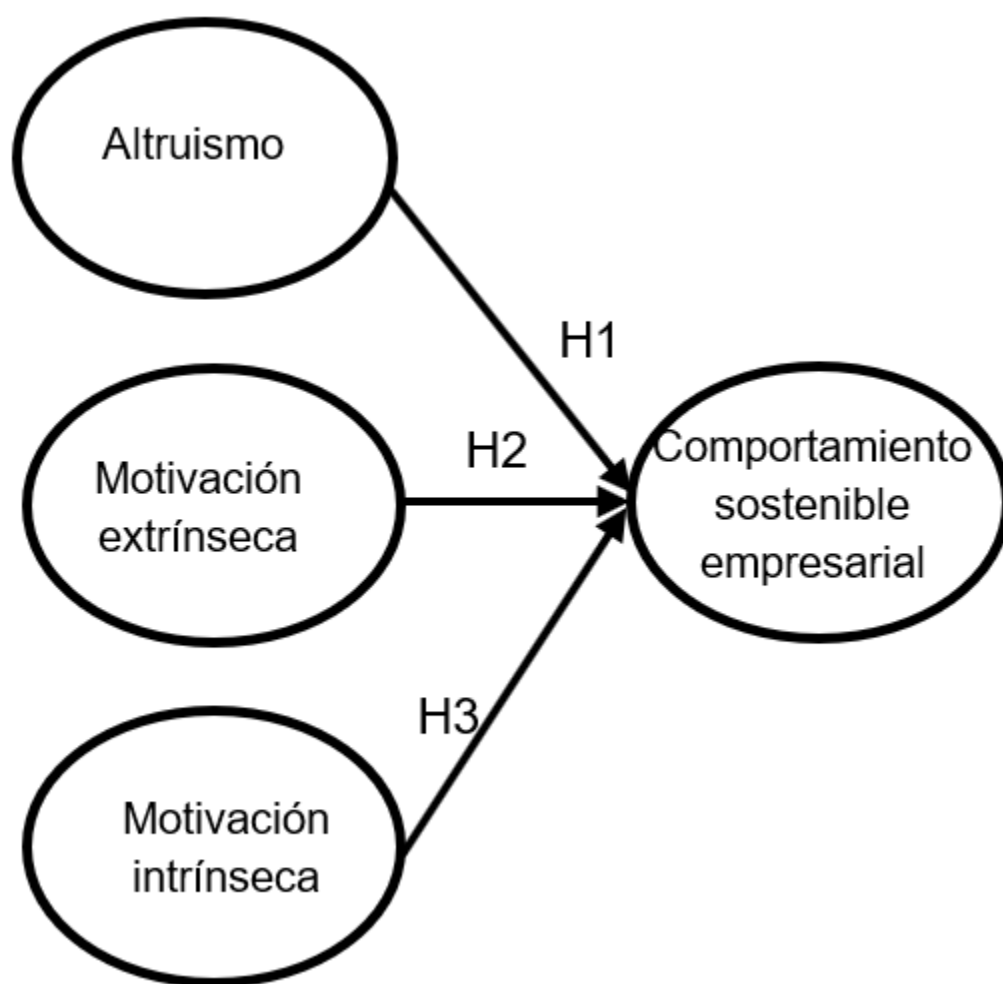


Figura 1. Modelo Conceptual

Fuente: Elaboración propia basada en los autores citados

Método

Al retomar el objetivo del presente estudio, el cual se orienta a realizar un análisis comparativo en la influencia del altruismo, de la motivación intrínseca, y de la motivación extrínseca como principales motivadores en el comportamiento sostenible de hombres y mujeres empresarios en México, la presente investigación se lleva a cabo a través de un análisis cuantitativo, descriptivo, no experimental, y transversal de índole causal, en donde a través del uso de ecuaciones estructurales basado en mínimos cuadrados parciales (PLS-SEM), se generan los resultados que permiten rechazar o dar soporte a las hipótesis planteadas.

Con la finalidad de generar las estimaciones pertinentes que permitan evaluar las relaciones entre las variables latentes y llevar a cabo el comparativo entre hombres y mujeres, se lleva a cabo en una primera instancia la valoración adecuada de los modelos de medida en su conformación de un primer (altruismo, motivación intrínseca, motivación extrínseca, ambiental, social, económica) y de un segundo orden (comportamiento sostenible empresarial) en sentido reflectivo-formativo, esto a través del método de dos etapas. Secuencialmente, se lleva a cabo la valoración de la invarianza en los modelos de medida, esto con la finalidad de establecer que los resultados generados se deben realmente a las diferencias entre grupos y no a las variaciones estructurales entre los modelos (Hair et al., 2017, 2018). Para lograr lo anterior, un Procedimiento de Invarianza de Medida de Modelos Compuestos (MICOM) y un análisis multigrupo son llevados a cabo (Hair et al., 2017, 2018; Larios, 2020). Finalmente, se desarrollan una serie de regresiones múltiples para

evaluar los modelos estructurales que permiten determinar las relaciones objeto de estudio. El software utilizado para todo lo anterior es el Smart PLS 4.

En relación con la unidad de análisis, ésta se encuentra compuesta por 522 empresarios de MiPyMES del sector comercio, manufactura, y servicios, de los cuales 268 son hombres y 254 son mujeres, pertenecientes a los Estados de Tamaulipas, Coahuila, Guanajuato, Querétaro, y Yucatán, y representar así al norte, centro, y sur de México. Las MiPyMES en su conjunto representan una de las principales fuentes para la sostenibilidad de un país, ya que a través de sus acciones son quienes más llegan a aportar hacia el bienestar social, ambiental, y económico de la región, esto al tener una presencia de más del 98% en el sector empresarial, al tener una mayor flexibilidad y adaptación a los cambios del entorno, y al tener un mayor contacto con las necesidades de la sociedad (Abisuga et al., 2021; Das et al., 2020).

De acuerdo con los últimos datos del Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE) perteneciente al Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), se identifican 606,016 MiPyMES en México, por lo que, a través de la fórmula de población finita, una muestra mínima de 288 se recomienda como adecuada (participación a favor $[p]=0.75$; participación en contra $[0.25]$; coeficiente de confianza $[z]=1.96$; error de estimación $[0.05]$) (Aguilar, 2005). A la par de lo anterior, la metodología de PLS establece una regla de diez para la determinación del tamaño de muestra, en donde el número mínimo de casos recomendados para analizar debe ser el número de paths del modelo multiplicado por diez (Hair et al., 2017), lo que da a un total de 30 casos como mínimo para el presente estudio, ya que son tres los paths que se manejan. Es así como, la muestra recopilada de 522 cumple los criterios de los dos métodos antes descritos.

Finalmente, para llevar a cabo el análisis multigrupo se recomienda que los grupos a evaluar sean de tamaños similares, y que estos tengan un mínimo de 54-80 observaciones (Hair et al., 2018), aspectos que cumplen las muestras a evaluar. El muestreo utilizado fue no probabilístico por conveniencia, esto por las limitaciones en la disponibilidad de tiempo que tuvieron los encuestados.

Por otro lado, en relación con el instrumento utilizado para la recopilación de datos, éste fue a través de un cuestionario electrónico autoadministrado a través de la aplicación de Google Forms en el año 2021. La cantidad de ítems utilizados para medir los diferentes constructos fueron 35 en total, de los cuales cinco midieron el altruismo, cinco la motivación extrínseca, y cinco la motivación intrínseca, mientras que el comportamiento sostenible empresarial se conformó por ocho ítems para ambiental, seis para social, y seis para económico. Todas las respuestas se obtuvieron al utilizar una escala Likert de cinco puntos (1= Totalmente en desacuerdo; 5= Totalmente de acuerdo). De manera adicional, se recopilaron cuatro datos sociodemográficos: edad, sexo, Estado de la República, y tamaño.

La validación del instrumento consistió en una validación de contenido, una validación por expertos, y una validación de constructos, para este último se llevó a cabo un estudio piloto con 137 MiPyMES, lo que brindó estimados adecuados para la conformación de las variables. La validez de contenido se llevó a cabo a través de una extensa revisión de la literatura, en donde se identificaron las medidas más representativas para cada constructo, al considerar como principal elemento los reportes de Kunttu et al. (2017), Vuorio et al. (2017), Rodríguez et al. (2022a), y Rodríguez et al. (2022b) para altruismo, motivación extrínseca, y motivación intrínseca; mientras que para el comportamiento sostenible empresarial, se tomaron en cuenta los resultados de la prueba piloto así como las aportaciones de Carro et al. (2017), Rodríguez et al. (2022a) y Rodríguez & Sánchez (2022c).

Resultados

Como resultado de los contextos considerados de análisis, se contó finalmente con la participación de 522 empresarios de cinco Estados diferentes de la República Mexicana (Tamaulipas, Coahuila, Querétaro, Guanajuato, Yucatán), quienes aportaron sus percepciones para el presente estudio. En un primer momento, se analizaron los datos sociodemográficos de los participantes, con la finalidad de generar un perfil que determine

las características distintivas de la muestra de análisis, y poder así conocer a quiénes pertenecen principalmente los resultados de investigación, es decir, a través de quiénes se analiza el comportamiento sostenible empresarial, el altruismo, la motivación extrínseca, y la motivación intrínseca.

Como parte de los resultados se tiene que, del total de los encuestados, la mayoría (60.7%) tiene una edad por debajo de los 40 años, en donde el rango más representativo pertenece a quienes tienen entre 31 a 40 años, es decir, adultos jóvenes. Lo anterior establece su importancia debido al análisis de los motivadores específicos que detonan el patrón de comportamiento en un cierto grupo de personas, en este caso, en los denominados millennials y centennials, de los cuales se menciona que poseen una mayor conciencia, receptividad, y actitud positiva respecto a los temas éticos, sociales, de mejoramiento en la calidad de vida, ambientales, y de responsabilidad social; así mismo, éstos son quienes forman parte de las tomas de decisión del planeta del hoy y del futuro (Jasrotia et al., 2023; Jiménez et al., 2023).

De manera adicional, se tiene una participación muy semejante entre hombres (51.3%) y mujeres (48.7%) lo que permitirá, por un lado, llevar a cabo en mejor medida el análisis comparativo; así mismo, queda representado el análisis desde una perspectiva equilibrada al tomar en cuenta las opiniones de ambos actores, aspecto que busca la Organización de las Naciones Unidas (2024). Por otro lado, el estudio abarca la zona norte, centro, y sur del país, en donde Yucatán presenta la mayor participación (29.1%) y Coahuila el menor porcentaje (14%); sin embargo, la zona norte en su conjunto (Tamaulipas y Coahuila) es quien proporcionó la mayor cantidad de respuestas (40.6%). Finalmente, y en coincidencia con lo expresado por Gamidullaeva et al. (2020) y Tsvetkova et al. (2020) respecto a la importancia de la MiPyMES para el tema sostenible debido a su alta representatividad en el ámbito empresarial, el presente estudio se conforma en su mayoría por microempresas (83.72%), lo que hace notar su relevancia como uno de los principales motores del país.

Posteriormente, se llevó a cabo un análisis factorial exploratorio (AFE) con la finalidad de evaluar la representatividad de todos los ítems para cada variable, para determinar su pertinencia en el análisis, y para establecer la validez de consistencia interna de las escalas propuestas. Para lograr lo anterior, se establece un modelo reflectivo y se aplica la técnica de máxima verosimilitud con Rotación Varimax para la construcción de los factores; se analizan los niveles de correlación, de los cuales se determinan a un nivel bajo (0.300 - 0.500), medio (0.500 - 0.700), y alto (0.700 - 0.900) de acuerdo con lo estipulado por Galván et al. (2019); así mismo, se evalúa el Alpha de Cronbach para establecer una confiabilidad de consistencia interna de las medidas, en donde valores superiores a 0.700 indican una explicación y representación satisfactoria por parte de cada conjunto de ítems (Cheah et al., 2019; Hair et al., 2019).

De manera complementaria, a través de la prueba de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) y del índice de esfericidad de Bartlett se indica la adecuación muestral y la interrelación entre los ítems, en donde valores superiores a 0.700 para el KMO e inferiores a 0.05 para la esfericidad de Bartlett, indican interrelaciones satisfactorias (Lloret et al., 2014); mientras tanto, la evaluación del valor de las cargas, la determinación del porcentaje de varianza total explicada, y la conformación de los factores, permiten determinar la mejor estructura para cada variable, por lo que cargas superiores a 0.500, una varianza acumulada de al menos el 50%, e ítems agrupados en un solo factor, son los que se consideraron como significativos (Hair et al., 2017; Lloret et al., 2014).

Es así como, a través de este primer análisis se obtuvieron seis factores con cargas superiores a 0.525 que representan una varianza total explicada del 69.70% (Tabla 1): ambiental, social, económica, altruismo, motivación extrínseca, motivación intrínseca, los cuales presentan niveles de correlación bajos, medios, y altos (mínimo: 0.443; máximo: 0.930); se obtiene un Alpha de Cronbach de 0.952 y un KMO de 0.936 estadísticamente significativo de acuerdo con el índice de esfericidad de Bartlett (significancia <0.05). Para lo anterior, se recomienda la eliminación de los ítems Ex5 y Soc1. Se menciona hasta el momento que se presenta un modelo de medida exploratorio con escalas válidas y confiables

Construto		Ítems	AFE		AFC										
			Varianza Explicada	Cargas	Completo				Hombres				Mujeres		
					Cargas	Alpha de Cronbach	CR	AVE	Cargas	Alpha de Cronbach	CR	AVE	Cargas	Alpha de Cronbach	CR
Ambiental	Amb1	4.37%	0.667	0.787	0.922	0.923	0.597	0.717	0.916	0.917	0.578	0.853	0.928	0.931	0.618
Correlación baja (0.443) a alta (0.826)	Amb2		0.666	0.814				0.748				0.869			
	Amb3		0.740	0.739				0.737				0.738			
	Amb4		0.758	0.744				0.780				0.716			
	Amb5		0.653	0.704				0.722				0.691			
	Amb6		0.683	0.770				0.77				0.782			
	Amb7		0.778	0.816				0.817				0.815			
	Amb8		0.676	0.798				0.785				0.808			
Social	Soc1	4.05%	-	0.659	0.904	0.912	0.624	0.676	0.898	0.904	0.604	0.651	0.910	0.919	0.644
Correlación media (0.628) a alta (0.821)	Soc2		0.627	0.786				0.756				0.815			
	Soc3		0.736	0.833				0.818				0.848			
	Soc4		0.798	0.824				0.807				0.837			
	Soc5		0.728	0.805				0.778				0.828			
	Soc6		0.619	0.82				0.817				0.82			
Económica	Eco1	4.20%	0.622	0.731	0.887	0.889	0.567	0.717	0.885	0.887	0.562	0.745	0.890	0.893	0.576
Correlación baja (0.490) a media (0.507)	Eco2		0.747	0.825				0.821				0.835			
	Eco3		0.639	0.731				0.746				0.717			

Tabla 1. Análisis Factorial Exploratorio y Análisis Factorial Confirmatorio

	Eco4		0.796	0.675				0.663				0.689			
	Eco5		0.662	0.776				0.803				0.756			
	Eco6		0.623	0.770				0.736				0.802			
Altruismo	A1	39.30%	0.846	0.947	0.954	0.955	0.805	0.887	0.939	0.940	0.755	0.984	0.965	0.967	0.848
Correlación alta (0.763 a 0.930)	A2		0.865	0.899				0.805				0.95			
	A3		0.710	0.886				0.921				0.886			
	A4		0.719	0.856				0.847				0.873			
	A5		0.736	0.896				0.879				0.906			
Motivación extrínseca	Ex1	12.68%	0.574	0.857	0.914	0.921	0.674	0.696	0.884	0.890	0.592	0.922	0.939	0.945	0.754
Correlación media (0.589) a alta (0.808)	Ex2		0.786	0.775				0.744				0.839			
	Ex3		0.809	0.774				0.837				0.793			
	Ex4		0.736	0.702				0.619				0.775			
	Ex5		-	0.972				0.916				0.992			
Motivación intrínseca	I1	5.08%	0.776	0.927	0.944	0.95	0.771	0.842	0.876	0.892	0.586	0.962	0.970	0.972	0.865
Correlación alta (0.700 a 0.873)	I2		0.788	0.908				0.782				0.963			
	I3		0.741	0.974				0.925				0.984			
	I4		0.709	0.784				0.638				0.856			
	I5		0.740	0.780				0.587				0.880			
Varianza Total Explicada		69.70%													
KMO, Esfericidad de Bartlett		0.936; sig. 0.000													
Alpha de Cronbach		0.952													

Fuente: Elaboración propia basada en Smart PLS 4

En un segundo paso, con la finalidad de confirmar los resultados del AFE, se llevó a cabo un análisis factorial confirmatorio (AFC) a través del software SmartPLS (Tabla 1), utilizando un bootstrapping de 5000 submuestras para los niveles de significancia. En este sentido, además de tomar en cuenta las cargas y el Alpha de Cronbach antes mencionados, se evalúa el índice de confiabilidad compuesta (CR) como una medida adicional para la confiabilidad, en donde valores superiores a 0.700 se consideran satisfactorios (Hair et al., 2017); la validez convergente a través de la varianza promedio extraída (AVE) para determinar una adecuada contribución de los ítems en la conformación de las variables al asociarse entre sí y al establecer su unidimensionalidad, en donde valores superiores a 0.500 se consideran como satisfactorios (Irfan & Hassan, 2019); y la validez discriminante para evaluar la representatividad única de cada variable frente a las demás, para esto, se utilizaron los criterios de Fornell-Larcker y del HTMT, en donde el primero busca que la raíz cuadrada del AVE de cada constructo resulte mayor a las correlaciones generadas con los demás constructos, mientras el segundo busca valores menores a 0.900 para considerarse como satisfactorios (Hair et al., 2017; Irfan & Hassan, 2019).

De acuerdo con los resultados presentados en la misma Tabla 1, se muestran niveles para el Alpha de Cronbach superiores al 0.700 para los seis constructos (ambiental, social, económica, altruismo, motivación extrínseca, motivación intrínseca) de todas las muestras (completa= de 0.887 a 0.954; hombres= de 0.884 a 0.939; mujeres= de 0.890 a 0.970), lo mismo resulta para el índice de confiabilidad compuesta (completa= de 0.889 a 0.955; hombres= de 0.887 a 0.940; mujeres= de 0.893 a 0.972), lo que establece niveles satisfactorios. Respecto al análisis de las cargas factoriales, se presentan valores para los seis constructos por encima del 0.500 (completa: >0.659; hombres: >0.587; mujeres: >0.651), considerándose como significativas. Con relación a la validez convergente, el AVE de las variables se mantiene por encima del 0.500 (completa= 0.567 a 0.805; hombres= 0.562 a 0.755; mujeres= 0.576 a 0.865), resultando satisfactorio. Finalmente, respecto a la validez

discriminante y según el criterio de Fornell-Larcker, la raíz cuadrada del AVE de cada constructo para todas las muestras resulta mayor a las correlaciones generadas con los demás constructos; mientras que los valores generados para el HTMT resultan menores al 0.85 en todos los casos (completa= 0.296 a 0.711; hombres= 0.163 a 0.652; mujeres= 0.345 a 0.821); por lo tanto, se determina la representatividad única de cada variable frente a las demás. Es así como, con base a lo anterior, se puede determinar a través del AFC que las escalas reflectivas presentadas en un primer orden cuentan con los valores adecuados para la explicación de los constructos, sin la recomendación de eliminar algún ítem.

Una vez analizado el modelo de medida de primer orden, es necesaria la evaluación del modelo de medida formativo de segundo orden para la variable latente comportamiento sostenible empresarial, para lo cual se utiliza el método de dos etapas. Este análisis es de gran relevancia para evaluar la conformación multidimensional de la variable mencionada, la cual se compone por tres constructos (ambiental, económica, social) para generar una variable de orden superior, así como para poder presentar un modelo más simplificado y con mayor claridad.

Como parte de los estimados a valorar se encuentra el análisis de multicolinealidad (VIF) para establecer la no correlación entre constructos; los pesos y significancias estadísticas para determinar la contribución relativa, es decir, la importancia de un cierto factor en la explicación de la variable latente cuando se encuentran presentes el resto de los factores; y las cargas y significancias estadísticas para determinar la contribución absoluta, es decir, determinar la importancia de un cierto factor en su relación única con la variable latente sin considerar al resto de factores presentes (Hair et al., 2019). Al respecto, los resultados (Tabla 2) no presentan problemas de multicolinealidad para ninguno de los constructos de las muestras analizadas (completa= 1.695 a 1.95; hombres= 1.579 a 1.784; mujeres= 1.804 a 2.209), ya que los valores del VIF se encuentran por debajo del 5 recomendado por (Hair et al., 2019). Lo anterior permite determinar que cada constructo (ambiental, económica, social) explica una varianza única, es decir, cada uno interpreta a una parte específica de la variable latente.

Por otro lado, en cuanto a la contribución relativa, es decir, en relación a los pesos de cada constructo para la conformación de la variable superior, se toma en consideración el esperable de 0.1 como valor aceptable (García & Martínez, 2019), por lo que los resultados para la muestra completa donde el factor social tiene valores altos (0.735) y el factor ambiental niveles moderados (0.362), ambos resultan ser significativos (<0.05), mientras que el factor económico presenta valores no satisfactorios (0.007) y no significativos (0.465); sin embargo, al analizar la contribución absoluta, las cargas de todos los constructos resultan por arriba del 0.500 recomendado por Hair et al. (2019) (ambiental= 0.823; económica= 0.634; social= 0.960) de manera significativa (<0.05), por lo tanto, con base en lo anterior se determina que, a pesar de la afectación que sufre el factor económico en su contribución (relativa) a la explicación del comportamiento sostenible empresarial cuando se encuentran presentes los otros dos factores social y ambiental, su importancia se mantiene por la contribución (absoluta) que aporta en su relación directa con la variable latente sin considerar algún otro factor, por lo que se presenta la importancia de mantener dicho constructo.

En cuanto a la submuestra de hombres, los pesos de los tres constructos se obtienen a un nivel bajo (económica= 0.160), moderado (ambiental= 0.320), y alto (social= 0.672); sin embargo, el factor económico resulta no ser significativo en su contribución relativa (0.215), por lo que el análisis de las contribuciones absolutas resulta de importancia, las cuales indican cargas satisfactorias (0.712 a 0.947) y significativas (<0.05) en todos los casos, por lo que al igual que en la muestra anterior, el factor económico establece la importancia de su contribución cuando se analiza una relación directa con la variable de comportamiento sostenible empresarial.

Finalmente, para la submuestra de mujeres, las contribuciones relativas obtenidas son muy semejantes a las de la muestra completa, es decir, los pesos generados son altos para el factor social (0.675) y moderados para el factor ambiental (0.453) en términos significativos, mientras que el factor económico no presenta valores satisfactorios (0.068) ni significativos (0.237); no obstante, las cargas para los tres constructos resultan por

encima del 0.626 de manera significativa (<0.05), lo que sugiere la relevancia del factor económico para la explicación de la variable latente en su contribución directa y absoluta. Es así como, en base a lo anterior, se establece la constitución multidimensional de la variable comportamiento sostenible empresarial a través de tres factores (ambiental, económica, y social).

Factor	Completa			Hombres			Mujeres		
	VIF	Peso	Carga	VIF	Peso	Carga	VIF	Peso	Carga
Ambiental	1.817	0.362*	0.823*	1.579	0.320*	0.782*	2.209	0.453*	0.884*
Social	1.950	0.735*	0.960*	1.784	0.672*	0.947*	2.186	0.675*	0.951*
Económica	1.695	0.007	0.634*	1.619	0.160	0.712*	1.804	0.068	0.626*

Tabla 2. Fiabilidad de Consistencia Interna de Comportamiento Sostenible Empresarial
Bootstrapping con 5,000 submuestras. (*) Resultados al 5% de nivel de significancia Fuente: Elaboración propia basada en Smart PLS 4

Una vez analizados los modelos de medida, se requiere del análisis del modelo estructural para la generación de los paths que determinarán la explicación de cada una de las variables exógenas en la variable endógena, así como también se requiere la generación del poder explicativo final para ésta última variable, es decir, para el comportamiento sostenible empresarial. En este sentido, se evalúa el

VIF estructural, los coeficientes paths, y el R^2

(Duarte & Amaro, 2018; Hair et al., 2011; Rodríguez, et al., 2022a).

Es así como, de acuerdo con los resultados obtenidos, no se establecen problemas de multicolinealidad para ninguna de las muestras analizadas (completa= 2.154 a 2.185; hombres= 1.433 a 1.645; mujeres= 2.866 a 3.328), es decir, cada variable latente tiene una representación única en cada uno de los modelos. Por otro lado, se establece que para las tres muestras hay una influencia positiva y significativa del altruismo en el comportamiento sostenible empresarial $A \rightarrow CSE$ (β

completa= 0.295, $p < 0.05$; β

hombres= 0.183, $p < 0.05$; β

mujeres= 0.471, $p < 0.05$); así mismo, se presenta una influencia positiva y significativa de la motivación intrínseca en el comportamiento sostenible empresarial $I \rightarrow CSE$ (β

completa= 0.402, $p < 0.05$; β

hombres= 0.433, $p < 0.05$; β

mujeres= 0.295, $p < 0.05$); mientras tanto, la motivación extrínseca presenta una influencia negativa y no significativa en su relación con la variable dependiente $Ex \rightarrow CSE$ (β

completa= -0.068, $p > 0.05$; β

hombres= -0.064, $p > 0.05$; β

mujeres= -0.072, $p > 0.05$).

Por otro lado, el poder explicativo R^2

para el comportamiento sostenible empresarial se cataloga a un nivel moderado (completa= 34.7%; mujeres= 45.1%) y débil (hombres= 25.7%), en donde la mayor explicación para el modelo la presenta la muestra de mujeres. Respecto al ajuste del modelo, éste se evalúa a través del SRMR, el cual resulta satisfactorio para todas las muestras (completo= 0.011; hombres= 0.017; mujeres= 0.011) de acuerdo con lo recomendado

(<0.08), por lo que la diferencia entre las matrices estimadas y las observadas no es tan amplia, por lo que los modelos presentados se pueden utilizar para explicar la teoría (García & Martínez, 2019; Hair et al., 2017).

Con relación a los modelos, en la Figura 2 se presenta en primera instancia el modelo estructural para la muestra completa, en donde se aprecia que el comportamiento sostenible empresarial queda explicado en un 34.7% a través de las variables de estudio, en donde la motivación intrínseca resulta ser la variable de mayor influencia en la explicación (0.402); mientras que el altruismo queda en un segundo lugar (0.295), y la motivación extrínseca (-0.068) más que incrementar, induce a una disminución en el comportamiento de análisis. Por otro lado, se presenta el modelo estructural para la muestra de hombres, en donde se aprecia que el comportamiento sostenible empresarial queda explicado en un 25.7% a través de las variables de estudio, en donde nuevamente la motivación intrínseca (0.433) resulta ser la variable de mayor influencia en la explicación; mientras que el altruismo (0.183) queda en un segundo lugar, y la motivación extrínseca (-0.064), al igual que en el modelo anterior, induce a una disminución en el comportamiento de análisis. Los resultados de esta muestra se asemejan en gran medida al resultado de la muestra completa; en donde la principal motivación para la generación del comportamiento radica desde el interior del individuo de una manera gratificante e inherente a éste (Li et al., 2020), y no tanto desde una motivación extrínseca como lo mencionan algunos autores (Good et al., 2022; LeFebvre & Huta, 2021).

Finalmente, se presenta el modelo estructural para la muestra de mujeres, en donde se aprecia que el comportamiento sostenible empresarial queda explicado en un 45.1% a través de las variables de estudio, es decir, es el modelo que brinda una mayor explicación de los tres. A diferencia de los anteriores, en este caso el altruismo (0.471) es la que resulta ser la variable de mayor influencia en la explicación, mientras que la motivación intrínseca (0.295) queda en un segundo lugar, y la motivación extrínseca (-0.072) genera una disminución en el comportamiento. Los resultados anteriores coinciden con lo dispuesto en la literatura donde se indica que las mujeres tienden a un mayor deseo por ayudar a otros y a una mayor concientización hacia los aspectos sociales, éticos, y hacia conductas responsables (Dickel & Eckard, 2020; Magano et al., 2022; Pfattheicher et al., 2022). Es así como, en términos generales y al tomar como base los resultados mencionados, implicaría un error considerar al comportamiento sostenible empresarial bajo los mismos términos tanto para las mujeres, como para los hombres, y bajo un panorama general, ya que las motivaciones incidentes en la generación del fenómeno se presentan en distintos niveles de importancia para cada grupo de personas.

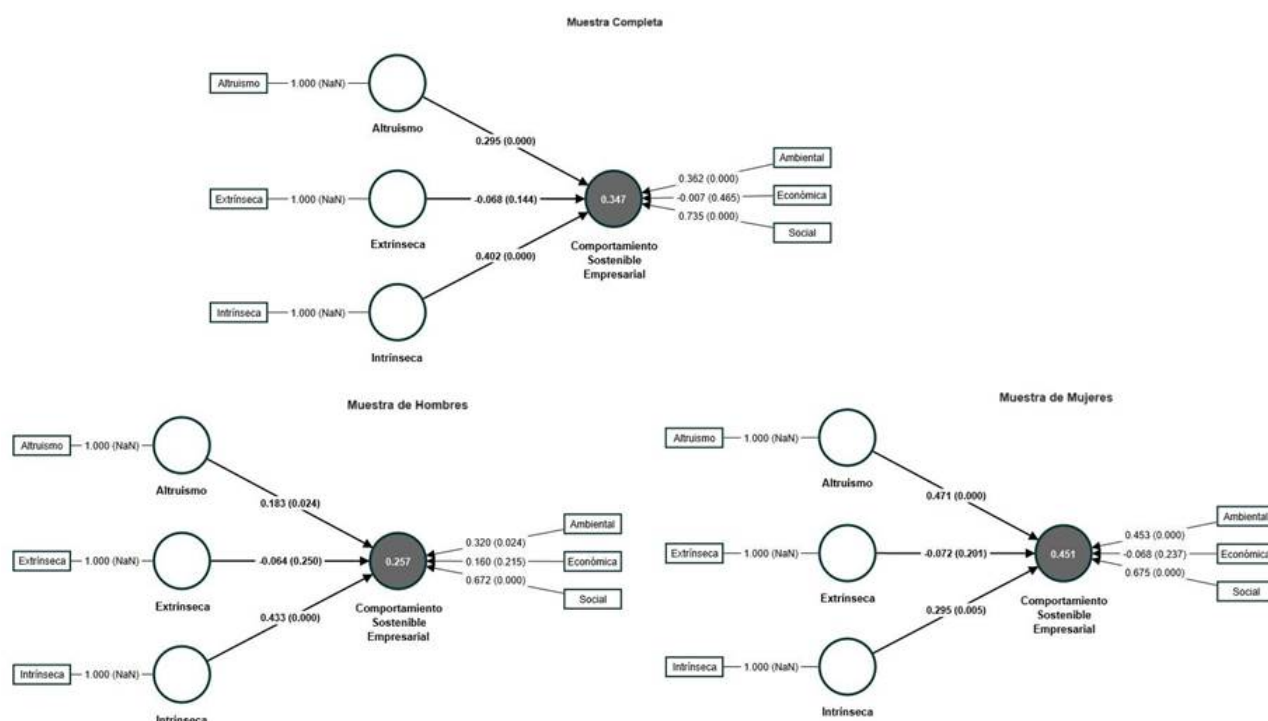


Figura 2. Modelos Estructurales

Fuente: Elaboración propia basada en Smart PLS4

Para dar continuidad al análisis y para poder brindar soporte a las hipótesis planteadas, se llevó a cabo en primera instancia una evaluación de la invarianza a través de un análisis de permutación MICOM, es decir, se buscó validar la existencia de una misma representatividad para las variables a través de las muestras analizadas, esto al presentar una equivalencia de los constructos entre los diferentes grupos, dicho de otro modo, se buscó establecer que las diferencias encontradas no son resultado de una comprensión distinta para los mismos ítems (Hair et al., 2017). Posteriormente, se llevó a cabo el análisis multigrupo, y se utilizó para esto un bootstrapping completo con sesgo corregido de una cola de 5000 submuestras.

Como parte de los resultados, en el análisis MICOM se obtuvo una medida parcial de invarianza, ya que la validación conceptual equitativa de las medidas (etapa 1) quedó establecida con la evaluación del modelo de medida de ambos grupos (hombres y mujeres), en donde todos los constructos son analizados a través de los mismos ítems y se realizó el mismo tratamiento de datos; así mismo, en la evaluación de la invarianza compositiva (etapa 2), la significancia de todos los factores resultaron satisfactorios (0.052 a 0.756) de acuerdo a lo recomendado (>0.05) para la homogeneidad de las medidas (Hair et al., 2017; Latif et al., 2022). A pesar de que no se logró una medida completa de invarianza debido a que en la revisión de igualdad de valores medios compuestos y varianzas no todos los factores alcanzaron una significancia >0.05 , la obtención de una medida parcial de invarianza es suficiente para continuar con el análisis multigrupo.

Posteriormente, al llevar a cabo el análisis multigrupo, los resultados permiten comparar los coeficientes y significancias generadas para ambos grupos, para determinar la presencia o no de invarianza (similitud entre los grupos). Con base en los resultados, se presenta una invarianza (β

hombres 0.000, valor p 0.288; β

mujeres 0.000, valor p 0.488) en la relación del altruismo y el comportamiento sostenible empresarial ($A \rightarrow CSE$), así como en la relación entre motivación extrínseca y el comportamiento sostenible empresarial ($Ex \rightarrow CSE$) (β

hombres 0.001, valor p 0.213; β

mujeres 0.001, valor p 0.166), mientras que la relación de la motivación intrínseca y el comportamiento sostenible empresarial ($I \rightarrow CSE$) no presenta una invarianza (χ^2/β

hombres 0.001, valor p 0.098; χ^2/β

mujeres 0.005, valor p 0.009), es decir, no se puede tener la certeza de que las diferencias encontradas entre los grupos se deben a las diferencias reales de opinión y no a las de interpretación, por lo que los resultados en este sentido deben tomarse con precaución.

Finalmente, para la comprobación de hipótesis (Tabla 3) se toman como base los resultados anteriores, por lo que establece un soporte para la H1 (Existe una diferencia estadísticamente significativa en la influencia que genera el altruismo entre hombres y mujeres y el comportamiento sostenible empresarial), debido a que se presenta una diferencia entre la muestra de hombres y la muestra de mujeres de 0.288 en el efecto que ejerce el altruismo sobre el comportamiento sostenible empresarial, la cual es estadísticamente significativa (<0.05); mientras tanto, la H3 (Existe una diferencia estadísticamente significativa en la influencia que genera la motivación intrínseca entre hombres y mujeres y el comportamiento sostenible empresarial) se considera con un soporte parcial ya que, si bien es cierto se establece la presencia de una diferencia entre la muestra de hombres y la muestra de mujeres de 0.138 en la influencia que tiene la motivación intrínseca en el comportamiento sostenible empresarial, y esta es de manera significativa (<0.05), los resultados del análisis multigrupo arrojan una no invarianza, por lo que los resultados deben tomarse con cautela. Por otra parte, la H2 (Existe una diferencia estadísticamente significativa en la influencia que genera la motivación extrínseca entre hombres y mujeres y el comportamiento sostenible empresarial) no puede ser soportada ya que, a pesar de existir una diferencia entre las muestras antes mencionadas (0.008) en relación con la influencia de la motivación extrínseca hacia el comportamiento sostenible empresarial, estos valores que se obtienen no son estadísticamente significativos.

Variable	Coeficiente Path			Valor p^*		¿Invarianza?	Soporte a hipótesis
	Hombres	Mujeres	Diferencia	Hombres	Mujeres		
H1: Altruismo \rightarrow CSE	0.183	0.471	0.288	0.000	0.000	Sí	Sí
H2: Motivación extrínseca \rightarrow CSE	-0.064	-0.072	0.008	0.250	0.201	Sí	No
H3: Motivación intrínseca \rightarrow CSE	0.433	0.295	0.138	0.000	0.000	No	Parcial

Tabla 3. Comprobación de Hipótesis

(*) Bootstrapping con 5000 submuestras Fuente: Elaboración propia basada en Smart PLS 4

Discusión

Una mayor preocupación y concientización hacia la adopción de productos y servicios sostenibles por parte de los consumidores de hoy en día, ha hecho que cada vez más empresas tengan en consideración la sostenibilidad como parte de sus actividades empresariales, lo que las convierte en uno de los principales motores para el cambio social, ambiental, y económico que se requiere en la actualidad (Magano et al., 2022). Este nuevo enfoque de negocio no solo pretende coadyuvar hacia el progreso económico de los países, sino que también busca presentarse como un aliado para enfrentar los desafíos medioambientales, a la par que busca promover una sanidad social y productiva (Bastian et al., 2019; Song et al., 2019).

Los cambios de mentalidad que se requieren para la búsqueda de las mejores vías de acción ante las situaciones complejas, tal como el caso de la sostenibilidad empresarial, involucran a una serie de factores que inciden en el individuo para el análisis de los diferentes escenarios que permitan identificar la mejor solución

(Ernst Van Aken & Berends, 2018; Pérez, 2022). Dentro de estos factores, los valores o motivaciones se constituyen como uno de los elementos que guían las elecciones y acciones de las personas, esto al realizar una evaluación de la situación con base en las creencias anticipadas sobre los resultados posibles a cada toma de decisión, lo que incluye a las decisiones de negocios (Hyun & Kyoung, 2019; Rodríguez et al., 2023a).

Aunado a lo anterior, se ha logrado identificar una diferencia en el actuar de hombres y mujeres derivado de sus principales preocupaciones, lo que resulta relevante para la orientación de los emprendimientos o de las gestiones empresariales llevados a cabo por cada uno de ellos, así mismo, resalta la importancia de las necesidades particulares que cada uno presenta para el fomento de un modelo de negocio sostenible (Al-Qahtani et al., 2022; Fernández et al., 2021; Pan et al., 2020).

Al tomar como base lo anterior, la presente investigación estableció como objetivo de estudio el análisis comparativo en la influencia del altruismo, de la motivación intrínseca, y de la motivación extrínseca como principales motivadores en el comportamiento sostenible de hombres y mujeres empresarios en México. Para lograr lo anterior, se analizó la literatura existente en relación con el tema, y se identificó a la Teoría de la Acción Humana en las Organizaciones como principal fundamento teórico que marca la pauta para la orientación del fenómeno de estudio y para la óptica motivacional y conductual del individuo; así mismo, la revisión de estudios previos permitió complementar la óptica empírica para comparar y contrastar de manera anticipada las diferencias entre hombres y mujeres.

Es así como, con base en los resultados obtenidos, se presenta una disparidad en el nivel de influencia del altruismo, de la motivación intrínseca, y de la motivación extrínseca en el comportamiento sostenible de hombres y mujeres empresarios, con lo que se explica a un nivel bajo (25.7% - hombres) y moderado (45.1% - mujeres) la variable dependiente de manera respectiva, es decir, el modelo se presenta más fortalecido para el caso de las mujeres, lo que implica una mayor propensión por parte de estas para la generación de dichas conductas a través de las variables analizadas. Lo anterior coincide con lo propuesto por Naciti (2019) y Coluccia et al. (2019), al determinar que la sostenibilidad empresarial debe analizarse desde una perspectiva más fragmentada y no como un todo, para lograr identificar más detalladamente los impulsores para un comportamiento sostenible de acuerdo con la persona de quien se trate.

Este hallazgo es muy revelador ya que, por un lado, trasciende la necesidad de diferenciar la temática en subgrupos (hombres y mujeres) y determina la importancia de los elementos de análisis para cada uno; por otro lado, implica una mayor complejidad para abordar este contexto, ya que no solo involucra la necesidad de considerar un equilibrio para el concepto sostenible (económico, social, ambiental), sino que también conlleva el desglosar aún más la temática de acuerdo a las partes involucradas.

Por otro lado, en relación a los motivadores en específico para cada subgrupo, se presenta una mayor influencia del altruismo para las mujeres a un nivel moderado (0.471), mientras que los hombres presentan una baja influencia por parte de este elemento (0.183), lo que coincide con lo propuesto por Magano et al. (2022) al mencionar que las mujeres presentan una mayor orientación hacia el altruismo en comparación con los hombres, y lo que permite dar soporte a la H1 (Existe una diferencia estadísticamente significativa en la influencia que genera el altruismo entre hombres y mujeres y el comportamiento sostenible empresarial).

De manera secuencial, se indica que los hombres resultan con niveles más altos de motivación intrínseca (0.433) en comparación con las mujeres (0.295), lo que contrasta con lo sugerido por Löffler & Greitemeyer (2023) al mencionar que son las mujeres quienes presentan un mayor interés por el aspecto intrínseco, y se alinea más hacia los resultados previos de Osei (2019) que sugiere que los hombres también llegan a presentar una motivación intrínseca fortalecida, ya que se vincula con los factores internos de todo individuo.

No obstante lo anterior, estos últimos resultados deben tomarse con cautela, ya que la prueba de invarianza no establece la certeza de que las diferencias encontradas para este elemento en particular se deben propiamente a la perspectiva de cada subgrupo, sino que pudo haber intervenido un efecto de interpretación del constructo, por lo que la H3 (Existe una diferencia estadísticamente significativa en la influencia que genera la motivación intrínseca entre hombres y mujeres y el comportamiento sostenible empresarial) se

soporta parcialmente; sin embargo, esto representa a su vez un área de oportunidad y un reforzamiento en el interés de analizar el contexto sostenible desde un enfoque más detallado y fragmentado, ya que las escalas de medida usualmente utilizadas no marcan una distinción por subgrupos, lo que puede incidir en la obtención de resultados no tan precisos para las distintas muestras, y lo que puede limitar en la generación de estrategias apropiadas de acuerdo a las necesidades particulares de cada grupo de personas.

Finalmente, con relación a la motivación extrínseca, para ambos subgrupos (hombres y mujeres) los resultados son en sentido negativo, es decir, en una explicación multivariante del comportamiento sostenible para la muestra en cuestión, éste elemento resta a la aportación brindada, lo que concuerda con la explicación brindada por Kacha & Ruggeri (2018) al mencionar que si este tipo de incentivos externos se orientan hacia un corto plazo, entonces la continuidad del comportamiento sostenible se puede ver afectada, por lo que la H2 (Existe una diferencia estadísticamente significativa en la influencia que genera la motivación extrínseca entre hombres y mujeres y el comportamiento sostenible empresarial) no puede ser soportada. En este sentido, sería de interés profundizar en el término de duración, ya sea a corto o a largo plazo, a través del cual los individuos conciben el tema de la sostenibilidad y la obtención de sus beneficios, para determinar si esto es un aspecto que influye en el resultado obtenido.

Se sugiere que las próximas investigaciones relacionadas al comportamiento sostenible brinden análisis detallados por subgrupos, lo que sirva para contrastar los presentes resultados; así mismo, se invita a desarrollar una actualización en la escala de medida para la motivación intrínseca, la cual pueda generar una invarianza por subgrupos entre hombres y mujeres; y por último, pero no menos importante, se incentiva a profundizar en el análisis de la conceptualización que tienen los individuos sobre la sostenibilidad, con la finalidad de identificar si contemplan y buscan la obtención de beneficios solamente a corto plazo (de manera inmediata), o bien, si la búsqueda del resultado lo consideran tanto a corto como a largo término, lo que permita alinear la perspectiva de su pensamiento con la definición que establece la Organización de las Naciones Unidas, (2024) respecto al desarrollo sostenible.

Contribuciones de los autores: Conceptualización, Lucero Rodríguez, Alan Rodríguez; Curación de dato, Lucero Rodríguez; Análisis formal, Lucero Rodríguez, Alan Rodríguez; Investigación, Lucero Rodríguez, Alan Rodríguez; Metodología, Lucero Rodríguez, Alan Rodríguez; Validación, Lucero Rodríguez; Visualización, Lucero Rodríguez, Alan Rodríguez; Redacción de borrador original, Lucero Rodríguez, Alan Rodríguez; Redacción de revisión y edición, Lucero Rodríguez, Alan Rodríguez

Financiamiento

Se agradece al Sistema Nacional de Investigadoras e Investigadores - CONAHCYT por su apoyo financiero para la realización de la presente investigación.

Referencias

- Abisuga, O., Kumar, S., & Muchie, M. (2021). SMEs in Sustainable Development: Their Role in Poverty Reduction and Employment Generation in Sub-Saharan Africa. *African Journal of Science, Technology, Innovation and Development*, 12(4), 405–419. <https://doi.org/10.1080/20421338.2019.1656428>
- Aguilar, S. (2005). Fórmulas para el Cálculo de la Muestra en Investigaciones de Salud. *Salud En Tabasco*, 11(1–2), 333–338. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=48711206>
- Ahmad, N., Ahmed, F., Ying, M., & Mehmood, S. (2021). The Interplay of Green Servant Leadership, Self-efficacy, and Intrinsic Motivation in Predicting Employees' Pro-Environmental Behavior. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 28(4), 1171–1184. <https://doi.org/10.1002/csr.2115>
- Al-Qahtani, M., Zguir, M., Ari, I., & Koç, M. (2022). Female Entrepreneurship for Sustainable Economy and Development—Challenges, Drivers, and Suggested Policies for Resource-Rich Countries. *Sustainability*, 14(20), 13412. <https://doi.org/10.3390/su142013412>
- Ali, F., Ashfaq, M., Begum, S., & Ali, A. (2020). How “Green” Thinking and Altruism Translate into Purchasing Intentions for Electronics Products: The Intrinsic-Extrinsic Motivation Mechanism. *Sustainable Production and Consumption*, 24, 281–291. <https://doi.org/10.1016/j.spc.2020.07.013>
- Alvarez, G. (2022). Liderazgo Transformacional y Engagement Laboral: El rol de la Mujer Líder. *Gestión y Estrategia*, 62, 9–19. <https://doi.org/10.24275/uam/azc/dcsh/gye/2022n62/Alvarez>
- Argandoña, A. (2003). Fostering Values in Organizations. *Journal of Business Ethics*, 41(1–2), 15–28. <https://doi.org/10.1023/A:1024164210743>
- Banco Mundial. (2024). *México: Panorama General. Grupo Banco Mundial*. <https://www.bancomundial.org/es/country/mexico/overview#:~:text=La economía mexicana creció 3.2,rebote posterior a la pandemia>
- Bastian, B., Metcalfe, B., & Zali, M. (2019). Gender Inequality: Entrepreneurship Development in the MENA Region. *Sustainability (Switzerland)*, 11(22), 1–26. <https://doi.org/10.3390/su11226472>
- Benjamin, S., Mansi, M., & Pandey, R. (2020). Board Gender Composition, Board Independence and Sustainable Supply Chain Responsibility. *Accounting & Finance*, 60(4), 3305–3339. <https://doi.org/10.1111/acfi.12532>
- Bloodhart, B., & Swim, J. (2020). Sustainability and Consumption: What is Gender Got to do with it? *Journal of Social Issues*, 76(1), 1–13. <https://doi.org/10.1111/josi.12370>
- Bokman, F., Andersson, H., Sorqvist, P., & Ahonen-Jonnarth, U. (2021). The Psychology of Balancing Gains and Losses for Self and the Environment: Evidence from a Carbon Emission versus Travel Time Tradeoff Task. *Journal of Environment Psychology*, 74, 101574. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2021.101574>
- Carro, J., Reyes, B., Rosano, G., Garnica, J., & Pérez, B. (2017). Modelo de Desarrollo Sustentable para la Industria de Recubrimientos Cerámicos. *Revista Internacional de Contaminación Ambiental*, 33(1), 131–139. <https://doi.org/10.20937/RICA.2017.33.01.12>
- Chao, C., Yu, T., & Yu, T. (2023). Understanding the Factors Influencing Recycling Behavior in College Students: The Role of Interpersonal Altruism and Environmental Concern. *Journal of Sustainability in Higher Education*, 24(5), 969–985. <https://doi.org/10.1108/IJSHE-07-2020-0232>

- Cheah, J., Ting, H., Ramayah, T., Memon, M., Cham, T., & Ciavolino, E. (2019). A Comparison of five Reflective-Formative Estimation Approaches: Reconsideration and Recommendations for Tourism Research. *Quality & Quantity*, 53(3), 1421–1458. <https://doi.org/10.1007/s11135-018-0821-7>
- Coluccia, D., Fontana, S., & Solimene, S. (2019). The Presence of Female Director on Board. An Empirical Investigation about its Effect on CSR. In *Advances in Gender and Cultural Research in Business and Economics* (pp. 151–165). Springer Nature.
- Contreras, P., Vargas, E., Cruz, G., & Serrano, R. (2020). Emprendimientos Femeninos: De lo Económico a lo Sustentable. *Revista Espacios*, 41(31), 225–237. <https://www.revistaespacios.com/a20v41n31/20413118.html>
- Das, M., Rangarajan, K., & Dutta, G. (2020). Corporate Sustainability in SMEs: An Asian Perspective. *Journal of Asia Business Studies*, 14(1), 109–138. <https://doi.org/10.1108/JABS-10-2017-0176>
- De la Rosa, M. (2021). El Enfoque de Sostenibilidad en las Teorías Organizacionales. *Trascender, Contabilidad y Gestión*, 6(17), 87–102. <https://doi.org/10.36791/tcg.v0i17.102>
- De Masi, S., Slomka, A., Becagli, C., & Paci, A. (2021). Toward Sustainable Corporate Behavior: The Effect of the Critical Mass of Female Directors on Environmental, Social, and Governance Disclosure. *Business Strategy and the Environment*, 30(4), 1865–1878. <https://doi.org/10.1002/bse.2721>
- Dickel, P., & Eckard, G. (2020). Who Wants to be a Social Entrepreneur? The Role of Gender and Sustainability Orientation. *Journal of Small Business Management*, 59(1), 196–218. <https://doi.org/10.1080/00472778.2019.1704489>
- Disli, M., Yilmaz, M., & Mohamed, F. (2022). Board Characteristics and Sustainability Performance: Empirical Evidence from Emerging Markets. *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, 13(4), 929–952. <https://doi.org/10.1108/SAMPJ-09-2020-0313>
- Duarte, P., & Amaro, S. (2018). Methods for Modelling Reflective-Formative Second Order Constructs in PLS: An Application to Online Travel Shopping. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 9(3), 295–313. <https://doi.org/10.1108/JHTT-09-2017-0092>
- Ernst Van Aken, J., & Berends, H. (2018). *Problem Solving in Organizations. A Methodological Handbook for Business and Management Students* (1st ed.). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/9781108236164>
- Fernández, M. B., García, M., & Patier, C. (2021). Women Sustainable Entrepreneurship: Review and Research Agenda. *Sustainability*, 13, 2047. <https://doi.org/10.3390/su13212047>
- Galván, E., Rodríguez, L., & Sánchez, M. (2019). Validación de la Escala de Valoración de Intraemprendimiento EVI en la Industria del Software de la Zona Norte de México. In *Nuevas Perspectivas del Emprendimiento en México* (pp. 15–38). Colofón.
- Gamidullaeva, L., Vasin, S., & Wise, N. (2020). Increasing Small. and Medium-Enterprise Contribution to Local and Regional Economic Growth by Assessing the Institutional Environment. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 27(2), 259–280. <https://doi.org/10.1108/JSBED-07-2019-0219>
- García, C., & Herrero, B. (2020). Do Board Characteristics Affect Environmental Performance? A Study of EU Firms. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(1), 74–94. <https://doi.org/10.1002/csr.1775>
- García, J., & Martínez, M. (2019). Environmental Performance and Green Culture: The Mediating Effect of Green Innovation. An Application to the Automotive Industry. *Sustainability*, 11(18), 4874. <https://doi.org/10.3390/su11184874>

- Good, V., Hughes, D., Kirca, A., & McGrath, S. (2022). A Self-Determination Theory-Based Meta Analysis on the Differential Effects of Intrinsic and Extrinsic Motivation on Salesperson Performance. *Journal of the Academy of Marketing Sciences*, 50, 586–614. <https://doi.org/10.1007/s11747-021-00827-6>
- Graafland, J. (2020). Women in Management and Sustainable Development of SMEs: Do Relational Environment Management Instruments Matter? *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(5), 2320–2328. <https://doi.org/10.1002/csr.1966>
- Gutiérrez, M., Gallego, C., & Fernández, Y. (2023). Commitment to Sustainability in Large European Banks and its Relationship with Board Gender Diversity: A 2030 Agenda Perspective. *Journal of Management & Organization*, 1–27. <https://doi.org/10.1017/jmo.2022.94>
- Hair, J., Hult, G., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. SAGE Publications, Inc.
- Hair, J., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a Silver Bullet. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(2), 139–152. <https://doi.org/10.2753/MTP1069-6679190202>
- Hair, J., Risher, J., Sarstedt, M., & Ringle, C. (2019). When to Use and How to Report the Results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Hair, J., Sarstedt, M., Ringle, C., & Gudergan, S. (2018). *Advanced Issues in Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. SAGE Publications, Inc.
- Hirsch, A. (2022). La Importancia de las Éticas Aplicadas para la Sostenibilidad y la Responsabilidad Social. *Responsibility and Sustainability. Socioeconomic, Political and Legal Issues*, 7(1), 3–10. <https://doi.org/10.5281/zenodo.6576674>
- Hyun, S., & Kyoung, Y. (2019). The Roles of Values and Social Norm on Personal Norms and Pro-Environmentally Friendly Apparel Product Purchasing Behavior: The Mediating Role of Personal Norms. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 51, 83–90. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.05.023>
- Irfan, M., & Hassan, M. (2019). The Effect of Project Governance and Sustainability on Project Success of the Public Sector Organizations in Pakistan. *Journal of Social Science and Humanities*, 27, 177–198. https://www.researchgate.net/publication/332753636_The_Effect_of_Project_Governance_and_Sustainability_on_Project_Success_of_the_Public_Sector_Organizations_in_Pakistan
- Jaggi, B., Allini, A., Ginesti, G., & Macchioni, R. (2021). Determinants of Corporate Corruption Disclosure: Evidence Based on EU Listed Firms. *Meditari Accountancy Research*, 29(1), 21–38. <https://doi.org/10.1108/MEDAR-11-2019-0616>
- Jasrotia, S., Darda, P., & Pandey, S. (2023). Changing Values of Millennials and Centennials Towards Responsible Consumption and Sustainable Society. *Society and Business Review*, 18(2), 244–263. <https://doi.org/10.1108/SBR-01-2022-0013>
- Jiménez, D. L., Miraval, G. A., & Montes, J. (2023). Paradigma de Consumo de las Generaciones Baby Boomers, X y Millennials: Análisis desde la Sostenibilidad Ambiental. *Equidad y Desarrollo*, 42, e1569. <https://doi.org/10.19052/eq.vol1.iss42.8>
- Kacha, O., & Ruggeri, K. (2018). Nudging Intrinsic Motivation in Environmental Risk And Social Policy. *Journal of Risk Research*, 22(5), 581–592. <https://doi.org/10.1080/13669877.2018.1459799>
- Kunttu, A., Puumalainen, K., & Fellnhofer, K. (2017). Socially Oriented Entrepreneurial Goals and Intentions: The Role Values and Knowledge. *Journal for International Business and Entrepreneurship Development*, 10(4), 337–361. <https://doi.org/10.1504/JIBED.2018.10005610>

- Larios, E. (2020). Comportamiento de Compra ante el Covid-19: Estudio Transversal Latinoamericano desde un Enfoque del Marketing Sanitario. *Horizonte Sanitario*, 20(1), 105–120. <https://doi.org/10.19136/hs.a20n1.3967>
- Latif, K., Tariq, R., Muneeb, D., Sahibzada, U., & Amad, S. (2022). University Social Responsibility and Performance: The Role of Service Quality, Reputation, Student Satisfaction and Trust. *Journal of Marketing for Higher Education*, 1–25. <https://doi.org/10.1080/08841241.2022.2139791>
- LeFebvre, A., & Huta, V. (2021). Age And Gender Differences in Eudaimonic, Hedonic, And Extrinsic Motivations. *Journal of Happiness Studies*, 22, 2299–2321. <https://doi.org/10.1007/s10902-020-00319-4>
- Li, W., Ahmed, T., Xuhui, W., Maitio, Q., Ullah, A., & Ahmed, N. (2020). Unlocking Employees' Green Creativity: The Effects of Green Transformational Leadership, Green Intrinsic, And Extrinsic Motivation. *Journal of Cleaner Production*, 255, 120229. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.120229>
- Liu, Y., Wei, Z., & Xie, F. (2014). Do Women Directors Improve Firm Performance in China? *Journal of Corporate Finance*, 28, 169–184. <https://doi.org/10.1016/j.jcorpfin.2013.11.016>
- Lloret, S., Ferreres, A., Hernández, A., & Tomás, I. (2014). El Análisis Factorial Exploratorio de los Ítems: Una Guía Práctica, Revisada y Actualizada. *Anales de Psicología*, 30(3), 1151–1169. <https://doi.org/10.6018/analesps.30.3.199361>
- Löffler, C., & Greitemeyer, T. (2023). Are Women the More Empathetic Gender? The Effect of Gender Role Expectations. *Current Psychology*, 42, 220–231. <https://doi.org/10.1007/s12144-020-01260-8>
- Lopes, L., Costa, D., & Cruz, F. (2021). Circular Economy Engagement: Altruism, Status, and Cultural Orientation as Drivers for Sustainable Consumption. *Sustainable Production and Consumption*, 27, 523–533. <https://doi.org/10.1016/j.spc.2021.01.019>
- Magano, J., Au-Yong-oliveira, M., Ferreira, B., & Leite, Â. (2022). A Cross-Sectional Study on Ethical Buyer Behavior towards Cruelty-Free Cosmetics: What Consequences for Female Leadership Practices? *Sustainability (Switzerland)*, 14(13), 1–15. <https://doi.org/10.3390/su14137786>
- Martínez, R., Ruiz, P., Linuesa, J., & Blázquez, J. (2016). Consumer Participation in Co-creation: An Enlightening Model of Causes and Effects Based on Ethical Values and Transcendent Motives. *Front. Psychol. Sec. Organizational Psychology*, 7, 1–17. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2016.00793>
- Matuszak, L., Rozanska, E., & Macuda, M. (2019). The Impact of Corporate Governance Characteristics on Banks' Corporate Social Responsibility Disclosure: Evidence from Poland. *Journal of Accounting and Emerging Economies*, 9(1), 75–102. <https://doi.org/10.1108/JAEE-04-2017-0040>
- Naciti, V. (2019). Corporate Governance and Board of Directors: The Effect of a Board Composition on Firm Sustainability Performance. *Journal of Cleaner Production*, 237, 117727. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.117727>
- Nadeem, M., Bahadar, S., Ali, A., & Iqbal, U. (2020). Are Women Eco-Friendly? Board Gender Diversity and Environmental Innovation. *Business Strategy and the Environment*, 29(8), 3146–3161. <https://doi.org/10.1002/bse.2563>
- Nuber, C., & Velte, P. (2021). Board Gender Diversity and Carbon Emissions: European Evidence on Curvilinear Relationships And Critical Mass. *Business Strategy and the Environment*, 30(4), 1958–1992. <https://doi.org/10.1002/bse.2727>
- Organización de las Naciones Unidas (ONU). (2024). *Las Mujeres y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)*. <https://www.unwomen.org/es/news/in-focus/women-and-the-sdgs>

- Osei, K. (2019). Understanding Consumer Motivations in Online Social Brand Engagement Participation: Implications for Retailers. *International Journal of Retail and Distribution Management*, 47(5), 511–529. <https://doi.org/10.1108/IJRDM-08-2018-0151>
- Pan, C., Guo, H., Jiang, Y., Wang, H., & Qi, W. (2020). The Double Effects of Female Executives' Participation on Corporate Sustainable Competitive Advantage Through Unethical Environmental Behavior and Proactive Environmental Strategy. *Business Strategy and the Environment*, 29(6), 2324–2337. <https://doi.org/10.1002/bse.2505>
- Pandey, J., & Hassan, Y. (2020). Effect Of Board and Firm Level Characteristics on the Product Responsibility Ratings Of Firms From Emerging Markets. *Benchmarking: An International Journal*, 27(4), 1433–1454. <https://doi.org/10.1108/BIJ-10-2019-0471>
- Pérez, J. (2022). *Teoría de la Acción Humana en las Organizaciones. La Acción Personal*. Ediciones RIALP, S.A.
- Pfattheicher, S., Asbjorn, Y., & Thielmann, I. (2022). Prosocial Behavior and Altruism: A Review of Concepts and Definitions. *Current Opinion in Psychology*, 44, 124–129. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2021.08.021>
- Pierli, G., Murmura, F., & Palazzi, F. (2022). Women And Leadership: How Do Women Leaders Contribute to Companies' Sustainable Choices? *Front. Sustain. Sec. Sustainable Organizations*, 3. <https://doi.org/10.3389/frsus.2022.930116>
- Presta, D., Salazar, N., Delgadillo, L., Hernández, H., & Álvarez, M. (2023). Sustainable Development in The Colombian Post-Conflict. The Impact of Renewable Energies in Coffee-Growing Women. *Sustainability*, 15(2), 1618. <https://doi.org/10.3390/su15021618>
- Pullen, A., & Vachhani, S. (2020). Feminist ethics and women leaders: From difference to intracorporeally. *Journal of Business Ethics*, 173, 233–243. <https://doi.org/10.1007/s10551-020-04526-0>
- Raza, S. (2023). Max Weber and Charles Taylor: On Normative Aspects of A Theory Of Human Action. *Journal of Classical Sociology*, 23(1), 97–136. <https://doi.org/10.1177/1468795X221080770>
- Rivas-Tovar L. A. (2024). Normas Apa 7a Edición: Estructura,Citas y Referencias. Instituto Politécnico Nacional. https://www.researchgate.net/publication/357046089_NORMAS_APA_7_EDICION_ESTRUCTURA_CITAS_Y_REFERENCIAS
- Rodríguez, A., Rodríguez, L., & Briseño, A. (2022d). Corporate Social Responsibility in the COVID Era. An Exploratory Literature Review. In M. Sanchez & M. Saavedra (Eds.), *Research in Administrative Sciences Under COVID-19* (1st ed., p. 177). Emerald Group Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/978-1-80262-297-320221011>
- Rodríguez, A., Briseño, A., & Zorrilla, A. (2021). El Impacto de la Planificación Estratégica Climática en el Desempeño del Carbono: Un Examen Empírico de las Empresas Mexicanas que Cotizan en Bolsa. *UCJC Business and Society Review (Formerly Known as Universia Business Review)*, 18(3), 52–125. <https://journals.ucjc.edu/ubr/article/view/4296>
- Rodríguez, A., García, F., & Briseño, A. (2023b). Corporate Governance and Climate Change: Policy, Innovation, Strategies, and Legitimacy. *Ciencia Ergo-Sum*, 31. <https://doi.org/10.30878/ces.v31n0a5>
- Rodríguez, A., Rodríguez, L., Sánchez, M., & Delgado, J. (2023a). Propuesta y Validación de Instrumento de Medición del Comportamiento Climático en las Universidades. *Acta Universitaria*, 33, 1–23. <https://doi.org/10.15174/au.2023.3775>
- Rodríguez, L., Galván, O., & Sánchez, M. (2022a). Validación de la Escala de Comportamiento Sostenible en las MiPyMES de Tamaulipas. *Acta Universitaria*, 32, e3141. <https://doi.org/10.15174.au.2022.3141>

- Rodríguez, L., & Sánchez, M. (2022c). Competencias de Emprendimiento para un Comportamiento Sostenible en las MiPyMES de Tamaulipas, México. *Revista Visión Gerencial*, 21(1), 106–135. <http://erevistas.saber.ula.ve/visiongerencial>
- Rodríguez, L., Sánchez, M., Galván, O., Akhtar, N., & Ali, S. (2022b). Sustainable Entrepreneurial Intention and the Role of Altruism and the Ability to Innovate: A Case of Students in Tamaulipas. *Cogent Social Sciences*, 8(1), 2095743–2095764. <https://doi.org/10.1080/23311886.2022.2095743>
- Say, A., Shan, R., & Chen, C. (2021). Altruism and Social Utility in Consumer Sharing Behavior. *Journal of Consumer Behavior*, 20(6), 1562–1574. <https://doi.org/10.1002/cb.1967>
- Shao, J., Mahmood, A., & Han, H. (2021). Unleashing The Potential Role of CSR and Altruistic Values to Foster Pro-Environmental Behavior by Hotel Employees. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(24), 13327. <https://doi.org/10.3390/ijerph182413327>
- Song, R., Xu, H., & Cai, L. (2019). Academic Collaboration in Entrepreneurship Research from 2009 to 2018: A Multilevel Collaboration Network Analysis. *Sustainability*, 11, 5172. <https://doi.org/10.3390/su11195172>
- Tsvetkova, D., Bengtsson, E., & Durst, S. (2020). Maintaining Sustainable Practices in SMEs: Insights from Sweden. *Sustainability*, 12(24), 10242. <https://doi.org/10.3390/su122410242>
- Uyar, A., Kilic, M., Koseoglu, M., Kuzey, C., & Karaman, A. (2020). The Link among Board Characteristics, Corporate Social Responsibility Performance, and Financial Performance: Evidence from the Hospitality and Tourism Industry. *Tourism Management Perspectives*, 35(7), 100714. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100714>
- Vuorio, A., Puumalainen, K., & Fellnhofer, K. (2017). Drivers of Entrepreneurial Intentions in Sustainable Entrepreneurship. *International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research*, 24(2), 359–381. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-03-2016-0097>
- Zahid, M., Ur, H., Ali, W., Khan, M., Alharthi, M., Imran, Q., & Jan, A. (2020). Boardroom Gender Diversity: Implications for Corporate Sustainability Disclosure in Malaysia. *Journal of Cleaner Production*, 224, 118683. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.118683>