

Análisis de los informes de responsabilidad social empresarial que influyen en la relación entre stakeholder y la calidad de la sociedad corporativa

Mariana E. Bustamante Chong¹, Cesar A. Bustamante Chong², Vanessa E. Caamaño Bustamante²

Universidad de Jipijapa, Ecuador.

¹ mariana.bustamante@unesum.edu.ec

² cesar.bustamante@unesum.edu.ec

³ vanesa.caamacho@unesum.edu.ec

Recibido sept. 2019 Aceptado ene. 2020

RESUMEN

El incremento de las solicitudes en las operaciones comerciales transparentes, llevan al aumento del número en informes de responsabilidad social empresarial, el presente trabajo plantea este análisis y la influencia en la relación entre stakeholder y la calidad de la sociedad corporativa: caso práctico la asociación abastecedora del mercado central del cantón Jipijapa, examinando su situación actual, e identificando los factores internos y externos, de cómo afectan a la asociación de alguna manera estos informes de responsabilidad social empresarial. Se aplicó encuesta al presidente de la asociación y al personal involucrado en informes de responsabilidad social empresarial, quienes suministraron información para la presente investigación, muestra de 220, resultado de la población de 515 clientes. Con los resultados logrados, se detectaron falencias en los informes de responsabilidad social empresarial, lo que les imposibilita aportar de manera eficiente en los procesos de la asociación, así como también la falta de como estos informes de responsabilidad social empresarial influyan en la relación entre stakeholder y la calidad de la sociedad corporativa dentro de la asociación. Finalmente, la asociación investigada, carece de informes de responsabilidad social empresarial no permitiendo administrarlos de manera eficaz y a la vez contribuir al cumplimiento de los objetivos estratégicos trazados.

PALABRAS CLAVE: Responsabilidad social corporativa; Partes interesadas; Informes de Responsabilidad Social empresarial

ABSTRACT

Analysis of corporate social responsibility reports that influence the relationship between stakeholder and the quality of the corporate society. The increase in requests for transparent business operations leads to an increase in the number of corporate social responsibility reports. This paper presents this analysis and the influence on the relationship between the stakeholder and the quality of the corporate society: a case study of the supplying association of the central market of the Jipijapa canton, examining its current situation, and identifying internal and external factors, of how these reports of corporate social responsibility affect the association in some way. A survey was applied to the president of the association and the personnel involved in corporate social responsibility reports, who provided information for the present investigation, sample of 220, result of the population of 515 clients. With the results achieved, failures were detected in the reports of corporate social responsibility, which makes it impossible for them to contribute efficiently to the association's processes, as well as the lack of how these corporate social responsibility reports influence the relationship between stakeholder and the quality of the corporate society within the association. Finally, the association investigated lacks corporate social responsibility reports, not allowing them to be managed effectively and at the same time contributing to the fulfillment of the strategic objectives set.

KEYWORDS. Corporate social responsibility; stakeholders; Corporate social responsibility reports

INTRODUCCIÓN

Cada vez son más las empresas que integran sus análisis de los informes de responsabilidad social empresarial anual y de contabilidad con el de sostenibilidad. Esta integración procede del cada vez mayor valor de conciencia que hay entre las empresas sobre el valor y la necesidad de presentar un informe que reporte su impacto ambiental y social junto con el desempeño financiero.

Las empresas en la actualidad han empezado a concientizar sus acciones enfocándose no solo en la generación de recursos económicos; sino también, la generación de bienestar social y ambiental (Martin, 2016).

Sin embargo, en los últimos años ha existido una controversia en determinar si las actividades en RSE influyen en su imagen corporativa (IC) (Marquina, 2015) y por ende en el rendimiento financiero (RF) (Miras, 2014)

La composición de los informes debe cumplir con varios contextos y describir el respaldo de una incorporación real y profunda de los procesos de la administración, conteniendo la trayectoria y las intervenciones para ser estimada probable, confidencial y concreta que manifiesta las necesidades de información de los grupos de interés.

Estos informes deben presentarse cuantitativamente en forma anual, a través de valores absolutos y de indicadores. Lo que regularmente se difunde como resumen de objetivos y resultados no es un balance al estilo habitual, es una referencia de hechos generales no medidos ni con objetivos proporcionados y notificados de esfuerzos en el campo social.

Para muchos autores responsabilidad social corporativa (RSC) y la responsabilidad social empresarial (RSE) representan lo mismo, otros opinan que entre estos conceptos existen algunas discrepancias que es preciso tener en cuenta, sobre todo al instante de establecer cuál es la trascendencia de los compromisos sociales que conciernen a cualquier empresa o corporación.

Es por esto que es preciso realizar algunas puntualidades que permitan ver visiblemente cuales son los conocimientos de quienes defienden una diversidad de alcances en torno a este contexto.

Se consideran que los conceptos de RSE y RSC se diferencian a partir de determinados matices que se traducen principalmente en el hecho de que en la primera denominación se excluyen a los Stakeholders (corporaciones), mientras que en la segunda incluye solo a los Stakeholders (cualquier persona o entidad que es afectada por las actividades de una organización) considerados como un elemento esencial en la planificación estratégica de negocios, por ejemplo, los trabajadores de una organización, sus accionistas, las asociaciones de vecinos, sindicatos, organizaciones civiles y gubernamentales, etc.

Además de ser la RSE un concepto más adecuado a las PYMES (Pequeñas y medianas empresas), pues el calificativo "corporativa" hace referencia a las grandes compañías, mientras que "empresarial" integra no sólo a éstas sino también a las pequeñas y medianas entidades.

Se considera también que, para darle un carácter globalizador al concepto, la mejor alternativa sería denominarlo "Responsabilidad Social Empresarial y Corporativa" (RSEC) para incluir las prioridades de Stakeholders y Stakeholders en todo tipo de empresas, independientemente del tamaño y de si cotizan o no.

Cualquiera que sea la denominación, lo cierto es que la RSE o Corporativa es un proceso que debe redundar en una práctica empresarial que satisfaga preocupaciones sociales y medioambientales con una dirección interior-exterior y donde intervienen sujetos activos y pasivos. En otras palabras, es un proceso, según el cual, el sujeto activo (empresa) ofrece una información a los sujetos pasivos (internos y externos), de forma que éstos evalúen los esfuerzos presentes y futuros de aquéllos para proteger a la sociedad en general de las posibles incidencias de las actividades productivas de la empresa.

A partir de la desconfianza en la divulgación de la información surgió la Iniciativa de Informes Globales (GRI) 1997-2001 que desarrollaron prácticas para confeccionar y auditar un Balance Social (Lizcano, 2017). A partir del análisis de las diferentes memorias de sostenibilidad podemos identificar que la mayoría de empresas elaboran sus memorias con base en el Global Reporting Initiative (Hernández, 2016). Esta memoria mantiene tres actualizaciones siendo la G4 la más actual, publicada en el año 2013.

La influencia de la divulgación de prácticas socialmente responsables afecta en el comportamiento del consumidor hacia una actitud positiva sobre la imagen y la lealtad a la marca (Lizarzaburu, 2016)

La implementación del plan de RSE en Salfacorp se ha dado como parte de su estrategia de negocios y alineación con sus principios, generando beneficios en cada uno de sus stakeholders. Uno de sus principales objetivos estratégicos es mejorar la vida de las personas, lo cual se ha aplicado para clientes, empleados y toda su cadena de valor. Francisco Javier Garcés, Gerente General de Salfcorp, señaló en una entrevista para la USEC, que el

valor más importante que debe primar en su cultura organizacional, es la preocupación por las personas (USEC, 08 de Mayo de 2014). El plan de RSE en la compañía se ha visto materializado en acciones concretas en varios frentes como capacitación de trabajadores, salud ocupacional, prevención de riesgos, planes de acción en la comunidad, proyectos sustentables y protección al medioambiente. Su desafío está en mantener todos los frentes como áreas críticas de negocios y formar a los líderes futuros para que mantengan la filosofía y valores de la empresa.

El término inglés stakeholder existe hace medio siglo, aproximadamente. Durante este periodo ha habido múltiples definiciones. Un stakeholder es aquel individuo o grupo que puede afectar o verse afectado por el logro de objetivos de una firma.

Stakeholders.- Basados en que la RSE está dirigida por las personas como medio y fin para la realización de actividades se refiere a todos aquellos individuos con los que la empresa se relaciona o afecta y debe enfocar su interés en su bienestar y su sostenibilidad, directorio, accionistas, empleados, socios /clientes proveedores, agentes sociales, comunidad (Moreno, 2015)

Y también se los considera como los grupos que son vitales para la supervivencia y el éxito de la organización, de tal manera que son individuos o grupos que realizan inversiones específicas en la compañía y asume riesgos, para la supervivencia y el éxito a largo plazo de la organización. Y como “una organización que, mediante la producción de bienes y servicios, desea satisfacer las necesidades de los diferentes grupos que la integran y de los cuales depende para su supervivencia”.

La importancia que ha experimentado la Responsabilidad Social, con la aparición de informes en distintos países en estos últimos años, se encuentra en los escándalos financieros surgidos en los medios de comunicación, debidos al falseamiento de los datos financieros de empresas bien situadas en el ranking de reputación empresarial, ocultando así su verdadera situación, caso por ejemplo de Enron y WorldCom, implicando además en el fraude a la empresa auditora Andersen por ocultar dicho fraude, o más recientemente el caso Parmalat, lo que ha desembocado en una pérdida de la confianza en las empresas por parte de la sociedad.

Según (Jizi, 2014) “El estudio sugiere que la dualidad CEO es positiva y significativamente relacionada con la RSE divulgación por los bancos estadounidenses”. Sin embargo, el estudio no es capaz de establecer las razones de esta relación positiva.

El estudio sugiere que la estructura del consejo directivo ejerce una influencia significativa en las prácticas de RSC. Así, se obtiene evidencia que confirma el impacto positivo de la independencia del consejo en la promoción de prácticas de RSC en general, y de aquellas relacionadas con cuestiones sociales. (Martínez-Ferrero, 2015)

En su búsqueda de nuevos caminos para ayudar a los profesionales a cumplir con las exigencias impuestas por el nuevo contexto económico y social, los investigadores han centrado recientemente su atención en el estudio de los beneficios de la denominada comunicación de RSC.

La comunicación de RSC se refiere a la divulgación de información por parte de las empresas de aquellas actividades llevadas a cabo y que demuestran la inclusión de compromisos económicos, sociales y medioambientales en las operaciones comerciales de las empresas, así como en las relaciones con los grupos de interés.

Es necesario tomar acciones correctas, éticas y transparentes de tal forma que ninguna acción innecesaria o desatinada contamine el ambiente laboral, concibiendo una mala predisposición del trabajador, generando malos resultados y baja productividad para el negocio. Tomando las decisiones acertadas, los trabajadores trabajarán en un ambiente óptimo de trabajo, desarrollando buenas y mejores ideas, alta predisposición para el trabajo y resolución de problemas, inclusive tendrán más respeto hacia la cabeza o líder (Lindo, 2014)

Por último, existe el área medioambiental y sostenible, en el que las decisiones de la entidad deben ir dirigidas a ofrecer productos y servicios a aquellos clientes que tengan en cuenta el impacto social y medioambiental de sus actuaciones. Aquí entrarían desde los productos de inversión socialmente responsable, ya explicada con anterioridad, hasta productos de ahorro como los fondos éticos o Ética y RSC.

(Bellostas Pérez-Grueso, 2014) también reflejan el carácter dual de este tipo de fondos. “A través de los filtros éticos y la política de relaciones con las empresas en cartera, los fondos éticos y solidarios fomentan el desarrollo

de empresas socialmente responsables. Mediante la inversión en beneficio de la comunidad consiguen favorecer la financiación de colectivos que podrían tener dificultades de acceso a recursos financieros”.

La Asociación de abastecedores del mercado central del cantón Jipijapa está formada por 150 personas, se encuentra localizada en el Km 1 ½ en la vía a Puerto Cayo del cantón Jipijapa, su fortaleza radica en el sentido de pertenencia y la organización de carácter gremial, se reúnen con regularidad para tratar los temas referentes al apoyo institucional que reciben de varias organizaciones, especialmente del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Jipijapa, y de la Universidad Estatal del Sur de Manabí, sus representantes gozan de liderazgo y aceptación entre las bases, sin embargo, de esto tiene una limitada experiencia en actividades productivas asociativas.

El principal objetivo de esta investigación es hacer un estudio minucioso y analizar las falencias en las que incurre el departamento financiero, en los análisis de los informes de responsabilidad social empresarial y que influyen en la relación entre stakeholder y la calidad de la sociedad corporativa, y elaborar un modelo que permita desarrollar conocimientos, habilidades y técnicas, para contribuir en la correcta definición de elementos y procedimientos claves en el diseño del modelo, lo que es importante para toda empresa ya que mejora su productividad.

La problemática de la presente investigación se basa en que actualmente la economía moderna y el papel de la corporación en dicha sociedad, así como también en el concepto de la sostenibilidad y la responsabilidad social corporativa (RSC), tienen un papel especial en las organizaciones, siendo éstas estimuladas por las partes interesadas para que adopten un comportamiento social más holístico entre la necesidad de rentabilidad y la de contribuir a la comunidad local, así como también la equidad social y la protección del medio ambiente, logrando un gran interés público e iniciativas para las empresas enmarcadas en este contexto, y que la asociación de abastecedores del mercado central del cantón Jipijapa, tiene deficiencias.

Las partes interesadas, especialmente los inversores y compradores, han aumentado sus solicitudes de transparencia, así como también sus operaciones de negocios. En consecuencia, hay un aumento en el número de informes de RSE publicados por compañías de todo el mundo junto con sus estados financieros (llamados informes integrados). Aun así, la cantidad y calidad de estos informes varían, siendo influenciadas no solo por el contexto político, social y cultural (incluido el legado histórico, la cultura, contexto y entorno legislativo) sino que también la influencia de las características de la empresa (industria, tamaño, rentabilidad, mecanismos de gobierno corporativo, partes interesadas, presiones y estructura de propiedad).

No obstante, en la asociación abastecedora del mercado central del cantón Jipijapa se preguntan si las actividades sociales, así como la transparencia, llevan al desarrollo de una nueva forma de información: informes no financieros o de responsabilidad social corporativa (RSC), ya que estos informes van más allá de los informes financieros existentes, proporcionando una visión de las actividades sociales corporativas de las organizaciones orientadas hacia el bienestar de las diferentes partes interesadas, teniendo en cuenta sus diferentes necesidades económicas, sociales y ambientales.

METODOLOGÍA

La metodología mixta fue aplicada para la realización de esta investigación, en la que se consideró analizar el vínculo entre la orientación de las partes interesadas corporativas y la calidad de la RSE. Se usaron los informes de la asociación abastecedora del mercado central del cantón Jipijapa, para el análisis del nivel actual de los informes de RSE, cuyo objetivo era examinar cuidadosamente si existe un vínculo positivo entre lo que se está comunicando a través de informes y la orientación de los mismos para realizar una evaluación de los datos relevantes.

Cada grupo de partes interesadas, a saber, los accionistas, proveedores, empleados, comunidad local y clientes fueron analizados a través de los elementos del índice de orientación de las partes interesadas basándose en la información de los informes de la asociación abastecedora del mercado central del cantón Jipijapa.

La población que se consideró en esta investigación fueron los 515 clientes que mantiene la asociación abastecedora del mercado central del cantón Jipijapa y de los cuales se extrajo una muestra.

Muestra

Esta muestra se la obtuvo del total de clientes de la asociación abastecedora del mercado central del cantón Jipijapa, y con la siguiente fórmula se la calculó:

$$n = \frac{Z^2 (P * Q) (N)}{(e^2)(N) + (Z^2)(P * Q)}$$

n = tamaño de la muestra

n = Tamaño de la muestra

P*Q = 0,25

Z² = Margen de confiabilidad. (1,96)

e = Error admisible (0,05)

N = Tamaño de la población (515)

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,25) (515)}{(0,05^2)(515) + (1,96^2)(0,25)} = \frac{(3,84)(0,25) (515)}{(0,0025)(515) + (3,84)(0,25)}$$

$$n = \frac{495}{1,29 + 0,96} = \frac{495}{2,25} = 220$$

220 fueron los clientes encuestados.

Esta investigación hace un análisis descriptivo y estadístico, ya que ésta permite desde organizar la recolección de datos hasta su elaboración, análisis e interpretación.

El estudio se encuentra dentro del paradigma cuantitativo y cualitativo ya que, los datos que se obtengan en la presente investigación, sirven para los análisis empíricos que se desarrollan en el proceso de construcción del conocimiento.

Análisis de los datos

Encuestas a los clientes de la asociación abastecedora del mercado central del cantón Jipijapa.

1.- ¿Conoce usted que es informes de responsabilidad social empresarial?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Definitivamente sí	40	18%
Probablemente sí	150	68%
Indeciso	10	5%
Probablemente no	15	7%
Definitivamente no	5	2%
Total	220	100%

Tabla 1: ¿Qué es informes de responsabilidad social empresarial? Respuestas de clientes de la asociación abastecedora del mercado central del cantón Jipijapa

Esta interrogante pone de manifiesto que, aunque el mayor porcentaje representa probablemente sí, el 18% es el definitivamente sí, por lo que no es significativo los clientes que tienen conocimiento de los informes de responsabilidad social empresarial.

“El documento de investigación analiza 50 entidades bancarias europeas, y han logrado identificar que el comportamiento en términos de responsabilidad comercial o externa, es decir, sobre sus clientes, productos y

servicios, se encuentra influenciado por la visión general y el posicionamiento de la entidad bancaria en RSC, incluyendo sus prácticas de responsabilidad interna y de buen gobierno". Según (Olit, 2014)

2.- Los conocimientos de stakeholder ¿Dónde los adquirió?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Estudios superiores	40	18%
Capacitaciones	130	59%
Leyendo	10	5%
Internet	20	9%
Otros eventos	0	0%
No tiene conocimientos	20	9%
Total	220	100%

Tabla 2: ¿Dónde adquirió los conocimientos de stakeholder? Según respuestas de personas de la asociación abastecedora del mercado central del cantón Jipijapa

De lo anterior se puede expresar que una gran número de encuestados tienen conocimientos adquiridos sólidos de lo que es stakeholder.

Los *stakeholders* se estructuran en dos tipos:

- Partícipes directos: son los que participan de forma activa en la empresa efectuando inversiones y asumiendo riesgos...Ejemplo: directivos, acreedores, trabajadores.
- Partícipes indirectos: se ven afectados por los efectos externos, como, por ejemplo: el entorno, medioambiente...

Como recoge la propia entidad en su página web, se financian "empresas, entidades y proyectos que aportan un valor añadido en el campo social, medioambiental y cultural, gracias al apoyo de ahorradores e inversores que optan por el impulso de empresas socialmente responsables y por la construcción de una sociedad más humana y sostenible". Se establecen además los siguientes objetivos como su filosofía de gestión: "contribuir a una sociedad que fomente la calidad de vida y se centre en la dignidad humana, facilitar a personas, empresas y organizaciones un uso responsable del dinero y fomentar con ello un desarrollo sostenible y proporcionar a sus clientes productos financieros sostenibles y un servicio de calidad" (España, 2014)

3.- ¿Conoce usted si se ha implementado informes de responsabilidad social empresarial que influyen en la relación entre stakeholder y la calidad de la sociedad corporativa en esta asociación?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Definitivamente sí	40	18%
Probablemente sí	50	23%
Indeciso	36	16%
Probablemente no	74	34%
Definitivamente no	20	9%
Total	220	100%

Tabla 3: Implementación de procesos de informes de responsabilidad social empresarial que influyen en la relación entre stakeholder y la calidad de la sociedad corporativa según el presidente de la asociación de abastecedores del mercado central Cantón Jipijapa.

Lo antes plasmado refleja que una gran mayoría de personas encuestadas tienen claro que no se ha implementado ningún proceso de informes de responsabilidad social empresarial que influyen en la relación entre stakeholder y la calidad de la sociedad corporativa

Para (J., 2015) "La responsabilidad social corporativa en una economía global implica alinear las actividades de una empresa con las expectativas sociales, económicas y ambientales de sus grupos de interés"

4.- ¿Qué tanto cree usted que los informes de responsabilidad social empresarial que influyen en la relación entre stakeholder y la calidad de la sociedad corporativa en los procesos administrativos de asociación de abastecedores del mercado central?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Mucho	40	18%
Medianamente	50	23%
Poco	110	50%
Nada	20	9%
Total	220	100%

Tabla 4: los informes de responsabilidad social empresarial que influyen en la relación entre stakeholder y la calidad de la sociedad corporativa fortalece los procesos administrativos según respuestas del persona de la asociación de abastecedores del mercado central

El resultado antes indicado muestra que los encuestados en su mayoría piensan que no hay fortalecimiento en los informes de responsabilidad social empresarial que influyen en la relación entre stakeholder y la calidad de la sociedad corporativa en los procesos administrativos de asociación de abastecedores del mercado central.

En definitiva, el modelo de los stakeholders se basa en dos corrientes ideológicas. Por un lado, se puede entender a las entidades como una coalición de intereses de los distintos grupos (internos y externos) que posibilitan su actividad. Por otro lado, las entidades deben estar concienciadas éticamente por los impactos (efectos económicos, sociales y medioambientales) de su actividad. La confluencia de ambas ideas pone de relieve la insuficiencia del modelo de empresa unitaria orientada a sus accionistas y supone las bases de la RSC moderna.

CONCLUSIÓN

El artículo expone interesantes resultados sobre como las organizaciones deben demostrar que sus actividades comerciales crean el menor nivel posible sobre el nivel de externalidades negativas a las comunes.

Por otro lado, los resultados de anteriores estudios empíricos analíticos demuestran que integrar una perspectiva social con negocios centrales y utilizando estrategias correctas pueden ayudar a mejorar el desempeño financiero y crear valor para los accionistas, de tal manera que, bajo estas presiones, las organizaciones también están emitiendo cada vez más informes de RSE, independientemente o como parte de sus informes financieros, para proporcionar información sobre sus prácticas comerciales y actividades relacionadas con diversos temas ambientales, sociales y económicos.

El trabajo de investigación realizado para la sociedad de abastecedores del mercado central cantón Jipijapa, es importante porque al efectuar el reporte de RSE es una forma de mayor transparencia que implica proporcionar información relevante, oportuna a todos los usuarios interesados con el fin de optimizar la comprensión y la toma de decisiones garantizando un negocio transparente y eficiente.

Este artículo proporciona un análisis del impacto y nivel de la influencia en la calidad de los informes del RSE, ya que analiza la orientación de las partes interesadas corporativas, en base de informes del RSC, de tal manera que, empleados y accionistas demuestran tener impacto en la calidad de dichos informes. Por su parte es importante destacar que, pese a ser un estudio realizado de manera general a nivel empresarial, sin considerar que cada organización tiene características diferentes de acuerdo a su campo podría ser más interesante el poder entender porque la investigación analizó solo un vínculo causal directo entre las variables dependientes e independientes. De esta manera, se descuidó la influencia de otras variables en la RSE. Cabe recalcar que sería interesante cuestionarse porque se hace comparación entre lo que por ejemplo, los resultados muestran que tiene un papel importante en el intercambio de información y los informes de RSE, pero al mismo tiempo, los resultados implican diferencias en la adaptación de la asociación de abastecedores del mercado central cantón Jipijapa, lo que puede afectar a los informes de RSE.

Finalmente, por los resultados obtenidos, se manifiesta la necesidad de efectuar una actualización periódica de datos relativos a la temática, el enfoque superaría esta limitación y proporcionaría una mejor comprensión de las relaciones causales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Bellostas Pérez-Gruoso, A. J. (2014). Situación actual de los fondos éticos y solidarios. Una perspectiva Comparada. . *Boletín económico de ICE*, 3057, 57-69.
2. España, T. B. (2014). Informe anual 2014. Consultado el 14 de Febrero de 2016, en < <https://www.triodos.es/media/40764/informe-anual-2014.pdf>> , > .
3. Hernández, F. &. (2016). Análisis del Efecto de la Responsabilidad Social Empresarial en los Resultados Empresariales de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (Mipymes). . *Hernández, F. & Sánchez, J. (2016). Análisis del Efecto de la Responsabilidad Social Empresarial en los Resultados Empresariales de las Micro, PeJournal Globalization, Competitiveness & Governability,, 10 (1), 110-123.*
4. J., L. E. (2015). Corporate Social Responsibility Review. *Corporate Ownership & Control*. 13(1).
5. Jizi, M. I. (2014). Corporate governance and corporate social responsibility disclosure: evidence from the US banking sector. *Jizi, M. I., Salama, A., Dixon, R., & Stratling, R. (2014). Corporate governance and corporate social Journal of Business Ethics,, 125(4), 601-615.*
6. Lindo, D. (2014). Mismanagement: work environment pollution. *Supervision*, 15-18.
7. Lizarzaburu, E. &. (2016). Responsabilidad Social Corporativa y Reputación Corporativa en el sector financiero de países en desarrollo. . *Journal Globalization, Competitiveness & Governability , 10 (1), 42-65. .*
8. Lizcano, J. (2017). Tendencias en responsabilidad social corporativa. *Prisacom,, 1-3.*
9. Marquina, P. &. (2015). Impacto de la responsabilidad social empresarial en el comportamiento de compra y disposición a pagar de consumidores bogotanos. . *Estudios gerenciales, 31, 373-382.*
10. Martin, P. &. (2016). Corporate social responsibility in family SMEs: A comparative study. . *European Journal of Family Business, 6 (1), 21-31.*
11. Martínez-Ferrero, J. V.-C.-B.-S. (2015). Martínez-Ferrero, J., Vaquero-Cacho, L. A., Cuadrado- El gobierno corporativo y la responsabilidad social corporativa en el sector bancario: el papel del consejo de administración. . *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa.*
12. Miras, M. C. (2014). Responsabilidad social corporativa y rendimiento financiero un Meta- Análisis. . *Spanish Journal of Finance and Accounting , , 43 (2), 193-215.*
13. Moreno, R. (2015). Los Stakeholders y la Responsabilidad Social Corporativa. . *Madrid, E: Ed. No 4 CYAN, Proyectos Editoriales S.A. Recuperado de <http://www.iimv.org/iimv-wp-1-0/resources/uploads/2015/03/Capitulo-13-.pdf> , Capitulo-13-.pdf .*
14. Olit, B. F.-2.-2. (2014). Evaluación de impactos ambientales y sociales del negocio de banca comercial en Europa durante el periodo 2006-2010. . *Estudios de economía aplicada, 32(2), 5-26.*
15. USEC. (08 de Mayo de 2014). Obtenido de <http://www.usec.cl/> Obtenido de <http://www.usec.cl/>. Obtenido de <http://www.usec.cl/>.