

Impacto de la Responsabilidad Social Corporativa en la Información Financiera

SERGIO DEMETRIO POLO JIMÉNEZ¹

ELEAZAR VILLEGAS GONZÁLEZ²

ERIKA SELENE VARGAS MORENO³

RESUMEN

El presente trabajo de investigación, a través de análisis descriptivos, se analiza el nivel cumplimiento, de lo dispuesto por la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV) en materia de Responsabilidad Social Corporativa en México, en los años 2013 y 2014 de empresas que cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores (BMV), en relación a su tamaño (medido por el total de activos al 31 de diciembre de cada año) y al sector de pertenencia (de acuerdo a la clasificación de la Bolsa Mexicana de Valores). Los resultados análisis descriptivo, muestran que las disposiciones de responsabilidad social corporativa emitidas por la Comisión Nacional Bancaria y de Valores, aumentan la rentabilidad de las organizaciones y las convierten más atractivas en el mercado bursátil.

Palabras claves: Responsabilidad social corporativa, rentabilidad financiera, empresas industriales.

ABSTRACT

This research, through descriptive analysis, it analyzes the performance level of the provisions by the Comision Nacional Bancaria y de Valores (CNBV) on Corporate Social Responsibility in Mexico, in 2013 and 2014 They listed on the Bolsa Mexicana de Valores (BMV) in relation to its size (measured by total assets up to December 31 of each year) and membership business sector (according to the classification of the Bolsa Mexicana de Valores). The descriptive analysis results show that the provisions of corporate social responsibility issued by the Comisión Nacional Bancaria y de Valores, increase the profitability of organizations and make them more attractive in the stock market.

Keywords: Corporate Social Responsibility, financial returns, companies industrial.

¹ Profesor investigador de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.

² Profesor Investigador de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.

³ Profesor por asignatura de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.

INTRODUCCIÓN

Navarro y González (2006) han señalado que la responsabilidad social de las empresas presenta claras manifestaciones tanto en su dimensión interna como en su dimensión externa. En la dimensión interna se abre una vía para administrar el cambio y conciliar el desarrollo social con el aumento de la competitividad. Y en la dimensión externa se extiende hasta las comunidades locales e incluye, además de los trabajadores y accionistas, un amplio abanico de interlocutores: socios comerciales y proveedores, consumidores, autoridades públicas y ONG defensoras de los intereses de las comunidades locales y del medio ambiente.

Por otra parte, se han desarrollado una serie de estudios que tienen que ver con la competitividad (Porter, 2007, Porter 2008, González et al., 2008, Cordeiro, 2008) y la manera en que contribuye a que un país pueda transitar del subdesarrollo al desarrollo, y en general a la transformación de la estructura económica y social de un país, y de cómo aquellos países que son competitivos continuamente desarrollan nuevas ventajas competitivas implementando las estrategias adecuadas para la evolución del medio en que se desenvuelven.

1874

A través del presente proyecto de investigación se busca medir el valor que tiene la variable Responsabilidad Social Empresarial RSE y cómo ésta influye en la rentabilidad financiera de una empresa, al ser más rentable, por ende, es más competitiva.

OBJETIVO O PROPÓSITO

Identificar el nivel de influencia que mantienen las Prácticas de Responsabilidad Social Corporativa (medidas a través de índices de cumplimiento) en la rentabilidad financiera de las empresas mexicanas que cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores (BMV) en los años 2013 y 2014.

Estado del arte

Son escasos los estudios que buscan comparar el comportamiento de los resultados económico-financiero con la ejecución de prácticas societarias, su impacto en la sociedad, el ambiente y en la económica interna de las entidades. Destacan por su importancia los estudios realizados por Bakkali (2015) quien pretende realizar una aproximación a la situación actual de la Responsabilidad Social Corporativa RSC de las PYMES marroquíes, con base en un análisis descriptivo destaca que pese a que la participación del estado y el sector privado está en pleno crecimiento, en la realidad esta

participación queda limitada debido al reducido número de políticas sociales y medioambientales puestas en marcha por los poderes públicos y la casi ausencia de la participación de las micro y pequeñas empresas en el desarrollo de la RSC en el país.

Rodríguez (2015), estudia los reportes de buenas prácticas de RSC publicadas en los sitios web corporativos de 60 hospitales públicos de Cataluña y en un segundo momento, estudia los cuestionarios de 35 centros de las regiones sanitarias de esa zona, con el objeto de conocer y analizar las buenas prácticas de responsabilidad social corporativa de dichas entidades, así como identificar los elementos claves que permitan avanzar a un modelo común y universal de RSC en el sector salud. Los resultados de la aplicación del análisis descriptivo muestran que los hospitales analizados difunden y adoptan criterios de RSC en mayor o menor medida, pero se encuentran en una etapa inicial de incorporación e implementación de éstas prácticas, sin diferencias entre los distintos centros sanitarios de las diferentes regiones catalanas.

De igual manera Flores (2015), ha pretendido determinar los factores de Responsabilidad Social que inciden en la gestión empresarial para el desarrollo social-educativo del Instituto Tecnológico Superior Cordillera delimitada por Miembros directivos, personal docente y administrativo, obteniendo una muestra por métodos estadísticos, según nivel de confianza y margen de error definidos. Los datos de los análisis descriptivos y estadísticos dan conocer que los miembros de la organización no están socializados acerca de las actividades de responsabilidad social que lleva a cabo la institución, es por esto que se debe realizar mayor publicidad a nivel externo e interno de estas acciones socialmente responsables que ejecuta la empresa.

Por su parte Mariño (2015), ha estudiado una muestra de 230 directivos/as de hoteles en España para determinar la relación entre la utilización de políticas de RSC y su influencia en el rendimiento por habitación disponible en los hoteles españoles (RevPAR). Los resultados han puesto de manifiesto que la RSC posee un papel discreto, pero significativo, para comprender el funcionamiento de las variables de marketing y el RevPAR, esto derivado del análisis descriptivo de datos.

En su estudio Martí (2015), ha podido comprobar que la divulgación de información no financiera es una práctica bastante común en las empresas de Alemania, situándose el país en las primeras posiciones a nivel mundial, reflejando que estas prácticas se llevan a cabo en mayor proporción en las multinacionales y grandes empresas del país. Además, es más frecuente que se realice en aquellas que pertenecen a sectores económicos más sensibles con mayor impacto en la sociedad. Concretamente, las que cotizan en el mercado de valores, suelen contratar este tipo de servicios en mayor proporción. Estos resultados derivan de las pruebas estadísticas descriptivas. Todo esto con el propósito de obtener una base de conocimientos acerca de la divulgación de información no financiera

por parte de las empresas, así como la verificación de dicha información de 418 informes de sostenibilidad entre 2009 y 2013.

Por otro lado, Martínez (2015), ha estudiado a las compañías de un sector tan conflictivo, desde la perspectiva sociológica, como lo es el sector del petróleo y de la electricidad, cómo éstas tienen implicaciones con los intereses sociales más allá de los medioambientales, y en qué medida les preocupa también este último aspecto, exponiendo las actuaciones de cuatro compañías españolas cotizadas (Repsol, Iberdrola, Solaria y Montebalito). A través de un estudio descriptivo, indica que existe una mayor responsabilidad sobre este tipo de actuaciones por parte de las no familiares (Repsol e Iberdrola) abordando no solo temas medioambientales, sino también mostrando preocupación por otras áreas sociales como la igualdad, la corrupción, prácticas éticas, derechos humanos y otras regulaciones referidas a los productos. En cambio, los resultados de las empresas familiares reflejan que el compromiso y las responsabilidades a tener en cuenta en materia RSC no se llevan de forma tan meticulosa, prestando menor atención que las empresas no familiares.

Por otra parte, Pinos (2015), ha evaluado la gestión de riesgos laborales en las prácticas de responsabilidad social corporativa de 671 informantes, pertenecientes a 112 organizaciones de diferentes características socio demográficas y laborales de Ecuador. El estudio descriptivo demostró una considerable falta de conocimiento sobre la integralidad de la Responsabilidad Social Corporativa, la importancia de la interrelación entre sus pilares fundamentales (contexto institucional, legitimidad y aspecto social) y la gestión de riesgos laborales como parte del aspecto social, en respuesta a lo que se procedió a la intervención con mejoramiento en las organizaciones intervenidas. En ese mismo contexto, Viteri *et al.* (2016), ha analizado el balance social como herramienta de gestión en la determinación de la responsabilidad social corporativa de la COAC, aplicando 400 encuestas a los socios de la cooperativa en forma personal y aleatoria en las 9 agencias de la entidad en la ciudad de Quito (entre los días 20 y 24 del mes de julio de 2015), quien tras un análisis descriptivo identificó que los perfiles de los grupos de interés de la Cooperativa y los socios, tienen como ocupación principal actividades vinculadas con servicios comunales, sociales y personales; comercio, restaurantes y hoteles; transporte, almacenamiento y comunicaciones; y, además, actividades no económicas (estudiantes, jubilados).

Gómez y Martínez (2016), han estudiado cómo se utilizan las nuevas formas de comunicación disponibles al alcance de cualquier organización (sin importar su tamaño u otros criterios), para dar a conocer su RSE, tomando como punto de partida su página web, de las cinco empresas minoristas punteras del mercado español (Interbrand, El Corte Inglés, Mango, Mercadona, Día), utilizando un análisis descriptivo, han determinado que las cinco empresas centran sus comunicaciones de responsabilidad social corporativa con ítems relacionados con lo social y ambiental, relegando toda

la información económica a apartados denominados “accionistas, inversiones” o similares. Este hecho desemboca en un “mala educación” del usuario, pues no concibe la esfera económica como el tercer vértice que conforma la RSC. La única excepción se ha identificado en el ítem “criterios de buen gobierno” en el que Zara y Dia sí lo comunican adecuadamente.

Madorran y García (2016), estudian la relación entre la responsabilidad social corporativa y sus resultados financieros en empresas españolas que cotizan en el IBEX 35 del periodo de 2003 al 2010, mediante una metodología de análisis descriptivo de datos de panel los resultados sugieren que la relación entre responsabilidad social y resultados no es tan obvia, al menos para el caso español.

En la investigación realizada por Lizarzaburu y del Brio (2016), se analizó la relación entre la RSC, la reputación corporativa y la confianza del inversionista en el sector bancario peruano, sobre una muestra conformada por 16 bancos, seleccionando aquellas empresas bancarias que, en su conjunto, han tenido una participación por encima del 80% (Banco de Crédito del Perú, Banco Continental, Scotiabank Perú e Interbank). Tras un estudio descriptivo, se pudo identificar que las empresas bancarias peruanas han mejorado su reputación debido a su responsabilidad social. Esta mejora de reputación ha estado correlacionada con un fortalecimiento del valor de la empresa, de tal manera que el beneficio económico que representa la RSC ha superado los costos de ejecutar dichos planes.

Asimismo, del análisis de cada uno de los casos enmarcados en los planes de RSC, se desprendieron siete proposiciones clasificadas en tres relaciones (RSC y confianza del inversionista, RSC y reputación corporativa, y reputación corporativa y confianza del inversionista), sobre las cuales se buscará probar su veracidad o falsedad en futuras investigaciones con muestras más grandes.

De igual manera, Muñoz *et. al.* (2016), realizaron una revisión literaria sobre el valor que tiene la sostenibilidad empresarial, dentro de las principales potencias mundiales (14 países), quienes tras un análisis cualitativo, obtienen como resultado que si bien algunos países ya cuentan con políticas públicas vinculadas a la sostenibilidad, no se llevan a cabo de manera obligatoria, por lo que se hace necesario que día con día existan un mayor número de legislaciones entorno a estos temas y sobre todo, que en las economías mundiales sea una obligación empresarial el llevarlas cabo.

En México destacan los estudios realizados por Avedaño *et. al.* (2016), los cuales analizan la relación entre responsabilidad social y desempeño económico de las empresas mexicanas que participan en un programa voluntario ambiental, examinando a 41 empresas del sector bienes y servicios que se encuentran en el programa de auditoría ambiental de la procuraduría Federal de Protección al Ambiente e incluidas en el ranking de las 500 empresas más exitosas de México. A través de un análisis de regresión encontraron que la RSE sí determina el desempeño económico de las empresas, incluyendo el tamaño de éstas como moderadora, cabe señalar que la relación baja ligeramente el coeficiente, pero no de manera significativa.

METODOLOGÍA

Con el propósito de dar cumplimiento al objetivo de investigación, resulta conveniente acotar las características de este trabajo:

- El estudio de la responsabilidad social corporativa como factor explicativo de la rentabilidad en las empresas cotizadas en México es no experimental ya que se observan situaciones existentes tal y como se dan en su contexto, sin intervención o influencia directa y de manera sistemática y empírica (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).
- La metodología que se sigue es la investigación holística, proporcionando una representación lógica de las relaciones existentes entre el conocer y lo conocido (Pauli, 1996), enfocándose al cumplimiento del objetivo establecido en este proyecto.
- El diseño es de tipo longitudinal panel (Hernández, Fernández y Baptista, 2014) porque se han recopilado datos en un lapso de dos años (2013-2014) para realizar inferencias acerca de su evolución, sus causas (determinantes) y sus efectos (consecuencias) sobre una misma población (36 empresas mexicanas que cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores).
- El estudio es correlacional-causal (Hernández, Fernández y Baptista, 2014), ya que se calcula la correlación entre la responsabilidad social corporativa RSC calculada a través de un índice que se conforma de 4 dimensiones (1. calidad de vida en la empresa; 2. compromiso con la comunidad; 3. cuidados y preservación del medio Ambiente; 4. competitividad y relación con sus involucrados), y la razón financiera ROE, teniendo como variables de control el tamaño de las empresas (en función al monto de sus ventas), la región en que se ubican (norte y centro sur), así como el año (2013, 2014), con un nivel explicativo, proponiendo un sentido de entendimiento de las relaciones entre tales variables (ver Figura 4.1.).
- El enfoque es cuantitativo (Hernández, Fernández y Baptista, 2014) ya que la recolección de datos, a través de los informes financieros publicados por las 36 empresas mexicanas que cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores, brindan confiabilidad, validez y objetividad al ser cifras auditadas por firmas reconocidas a nivel nacional e internacional, y sirven para probar las correlaciones a través del análisis estadístico media aritmética empleando el programa SPSS.

En cuanto a la responsabilidad social corporativa, el índice se identificará como “Índice de Cumplimiento de Responsabilidad Social Corporativa (ICRSC)”, del cual se obtendrán índices por cada una de las dimensiones que la componen. (4). En virtud, de que las respuestas a los cuestionamientos del código y del informe de sustentabilidad recaen en un “Si” o en un “no”, la expresión del índice es la siguiente:

$$ICRSC = \sum RP(Si) / RP(Si) + RP(No)$$

Donde:

ICRSC= Índice Cumplimiento de Responsabilidad Social Corporativa

$RP(Si)$ = Respuestas cuyo valor es sí (aplican las empresas las prácticas de sustentabilidad)

$RP(No)$ = Respuestas cuyo valor es no (no aplican las empresas a las prácticas de sustentabilidad)

En segundo lugar, se obtienen índices de cumplimiento por cada una de las dimensiones de Responsabilidad Social Corporativa, cuya expresión es la siguiente:

$$ICDIM = \sum RPDIM(Si) / RPDIM(Si) + RPDIM(No)$$

Donde:

ICDIM = Índice de Cumplimiento de Dimensión

$RPDIM(Si)$ = Respuestas cuyo valor es si (aplican las empresas las prácticas de sustentabilidad)

$RPDIM(No)$ = Respuestas cuyo valor es no (no aplican las empresas las prácticas de sustentabilidad)

Asimismo, para el cálculo de la rentabilidad financiera y siguiendo la literatura previa (Hoje & Martno, 2012), ésta se determina a través de la razón financiera del mismo nombre (ROE).

Razón de Rentabilidad Financiera

$$ROE = \frac{\text{Ingresos Netos}}{\text{Capital contable}}$$

MUESTRA

Para realizar el estudio se tomaron datos financieros provenientes de 36 reportes anuales de sustentabilidad correspondientes a empresas del sector industrial que cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores por los años 2013 y 2014, las cuales se enlistan en la Tabla 1.

Tabla 1. Listado de empresas mexicanas del sector industrial sujetas a estudio

LOGO	NOMBRE DE LA EMPRESA	LOGO	NOMBRE DE LA EMPRESA
	ACCEL, S.A.B. DE C.V.		GRUPO GICSA, S.A.B. DE C.V.
	GRUPO AEROMÉXICO, S.A.B. DE C.V.		GRUPO GICSA, S.A.B. DE C.V.
	GRUPO ROTOPLAS, S.A.B. DE C.V.		GRUPO SANBORNS, S.A.B. DE C.V.
	ALFA, S.A.B. DE C.V.		CONSORCIO HOGAR, S.A.B. DE C.V.
	CONSORCIO ARA, S.A.B. DE C.V.		CONSORCIO HOGAR, S.A.B. DE C.V.
	CONSORCIO ARISTOS, S.A.B. DE C.V.		EMPRESA ICA, S.A.B. DE C.V.
	GRUPO AEROPUERTARIO DEL SURESTE, S.A.B. DE C.V.		IMPULSADORA DEL DESARROLLO Y EL EMPLEO N AMERICA LATINA, S.A.B. DE C.V.
	CORPOVAEL, S.A.B. DE C.V.		GRUPO KUO, S.A.B. DE C.V.
	INTERNACIONAL DE CERAMICA, S.A.B. DE C.V.		OHL MEXICO, S.A.B. DE C.V.
	DINE, S.A.B. DE C.V.		GRUPO AEROPORTUARIO DEL CENTRO NORTE, S.A.B. DE C.V.
	GRUPO AEROPUERTARIO DEL PACIFICO, S.A.B. DE C.V.		PROMOTORA AMBIENTAL, S.A.B. DE C.V.
	GRUPO CARSO, S.A.B. DE C.V.		PROMOTORA Y OPERADORA DE

			INFRAESTRUCTURA, S.A.B. DE C.V.
	SARE HOLDING, S.A.B. DE C.V.		URBI DESARROLLO URBANOS, S.A.B. DE C.V
	GRUPO TMM, S.A.		CORPORACION INMOBILIARIA VESTA, S.A.B. DE C.V.
	CONTROLADORA VUELA COMPAÑÍA DE AVIACIÓN, S.A.B. DE C.V.		

Fuente: Elaboración propia.

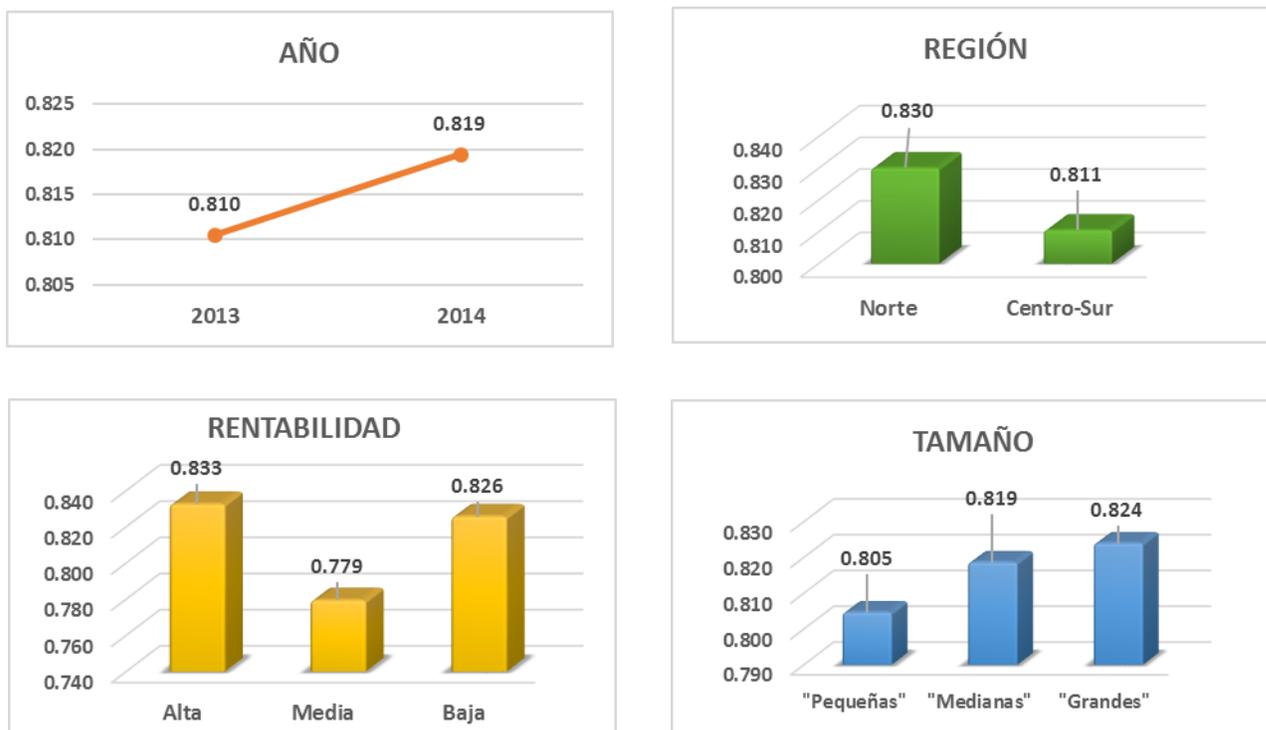
RESULTADOS

Se llevó a cabo el análisis descriptivo (media aritmética) de cada uno de los constructos del instrumento de autodiagnóstico de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) que se ha aplicado a los reportes de sustentabilidad que presentan las empresas del sector industrial que cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores (BMV) en los años 2013 y 2014.

Posteriormente se analizó el comportamiento por cada una de las dimensiones del instrumento (calidad de vida, compromiso con la comunidad, cuidado y preservación del medio ambiente y competitividad y relación con sus involucrados) de los años 2013 y 2014, region (norte y centro- sur), tamaño empresarial y la rentabilidad financiera.

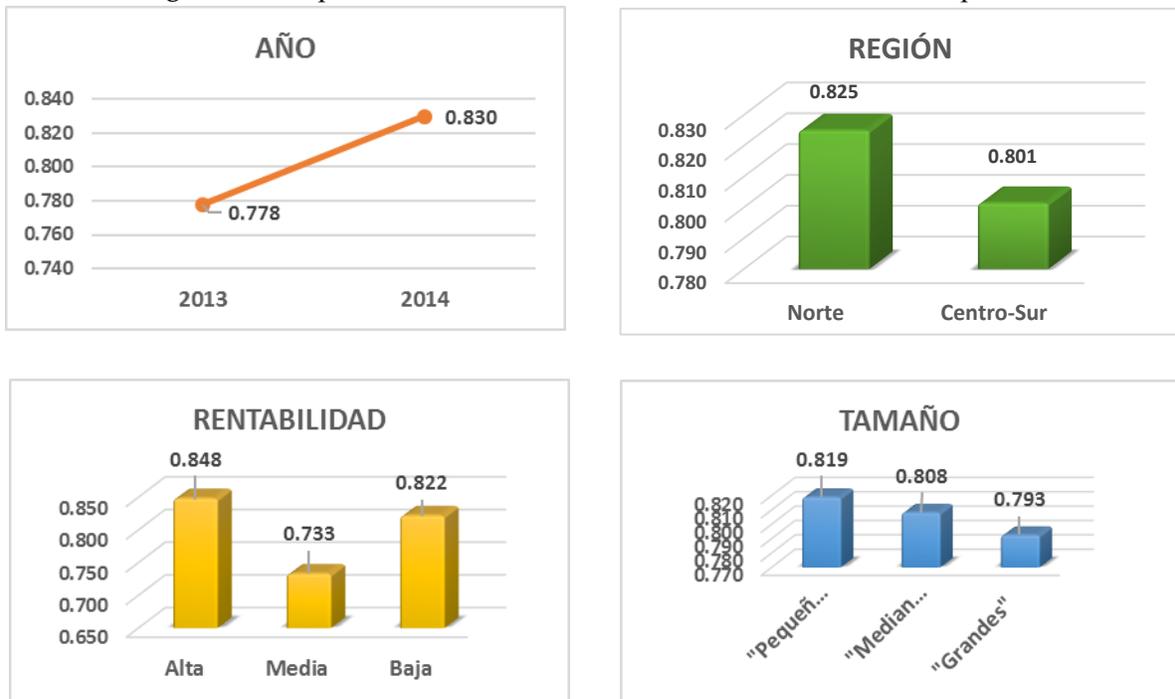
Los resultados obtenidos del análisis descriptivo del índice general de Responsabilidad Social Corporativa (figura 1) muestran que existe una mayor adhesión a las prácticas societarias en el año 2014, las empresas ubicadas en la región norte, respecto al tamaño destacan las compañías clasificadas como grandes, así como aquellas que presentan una alta rentabilidad. Sin embargo, en el 2013, las empresas de la zona geográfica centro- sur, las consideradas pequeñas y de rentabilidad media son las que presentan un menor apego a las medidas emitidas por la CNBV

Figura 1. Comportamiento del Índice General de Responsabilidad Social Corporativa



El comportamiento de la dimensión de “Calidad de Vida en la Empresa” en la figura 2, muestra que son las compañías pequeñas de la región norte y presentan una rentabilidad alta, las que poseen un mayor cumplimiento de calidad de vida en el 2014. Por el contrario, son las empresas grandes, ubicadas en la zona del centro-sur y con una rentabilidad media, las que en 2013 no se apegaron a las prácticas de dicha dimensión, nos permitiría suponer que por cercanía a la frontera dichas empresas adoptan la cultura norte americana.

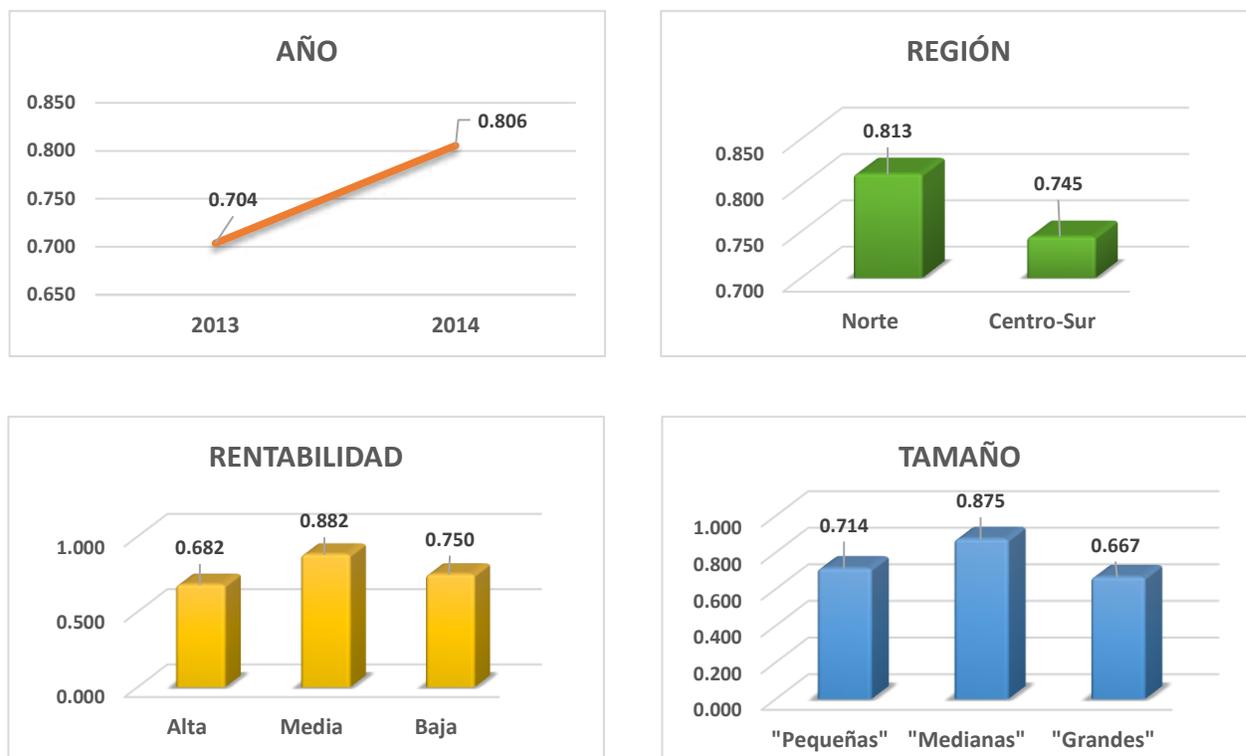
Figura 2. Comportamiento de la dimensión “Calidad de vida en la empresa”.



Fuente: Elaboración propia.

Respecto a la dimensión “Compromiso con la Comunidad” muestra en la figura 3 que las empresas grandes, ubicadas en el centro- sur y con una rentabilidad alta presentan mayor adhesión a las prácticas con la sociedad en 2014. Por el contrario, en 2013 las empresas pequeñas del norte y con baja rentabilidad son las que presentan una menor adhesión a dichas prácticas.

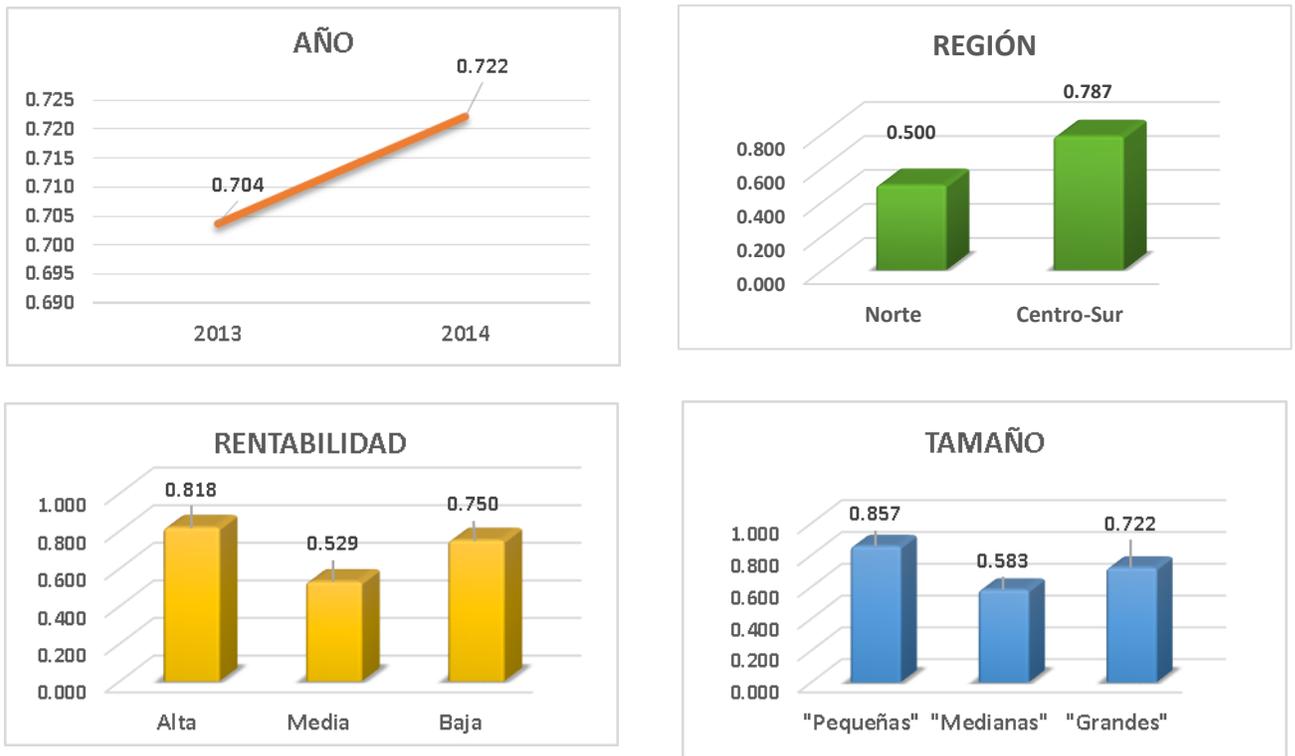
Figura 3. Comportamiento de la dimensión “Compromiso con la comunidad”.



Fuente: Elaboración propia.

En cuestión de “Cuidado y preservación del Medio Ambiente”, las empresas que mayor adopción presentaron son las de la zona centro-sur, de rentabilidad baja consideradas grandes en 2014. Por lo contrario, las empresas del norte, de rentabilidad media y consideradas pequeñas son las que menor apego a los lineamientos de responsabilidad mostraron en 2013 como lo muestra la figura 4.

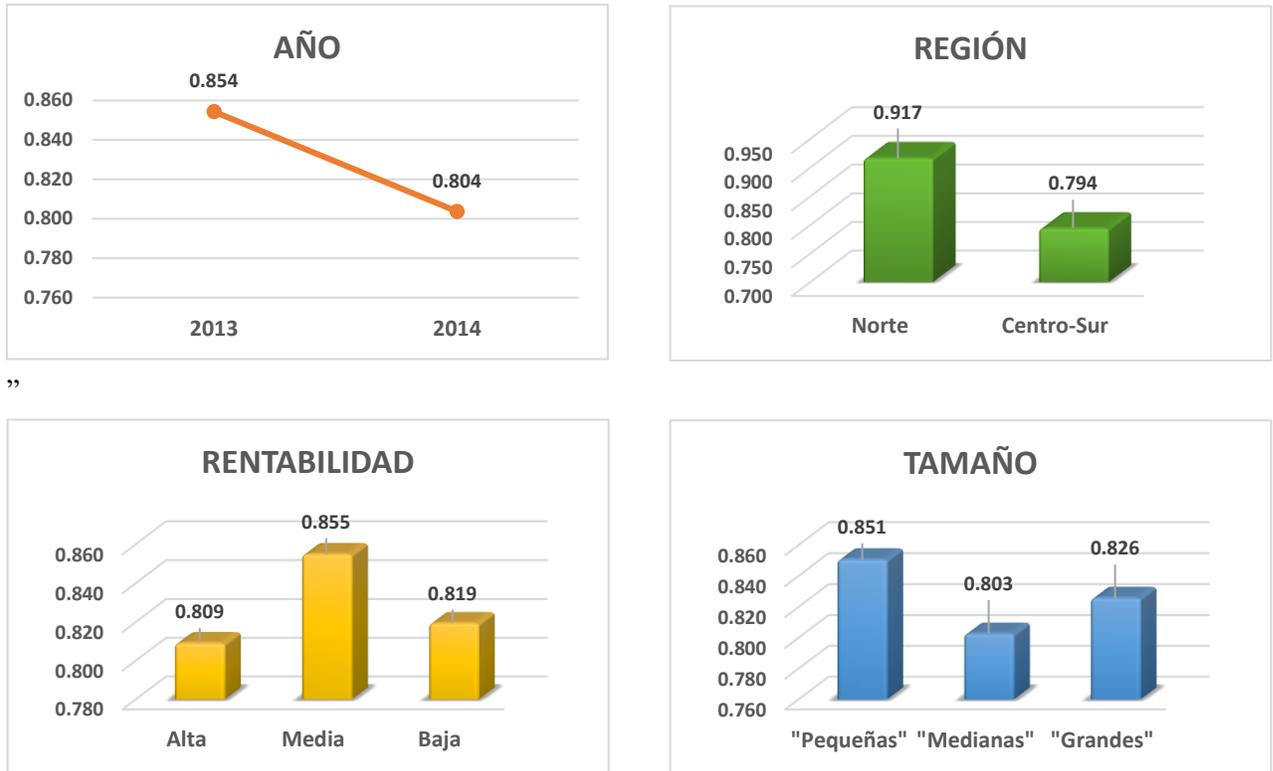
Figura 4. Comportamiento de la dimensión “Cuidado y preservación del medio ambiente”.



Fuente: Elaboración propia.

El comportamiento que presenta la dimensión de “Competitividad y relación con sus involucrados” en la figura 5, muestra que existe un mayor apego a esta practica en 2013, dentro de las empresas de la region norte con una rentabiidad media, que se clasifiquen como empresas pequeñas. En contraste en el año 2014 son las empresas del centro- sur con una rentabilidad alta y clasificadas como empresas de tamaño medio las que muestran un menor apego a esta practica.

Figura 5. Comportamiento de la dimensión “Competitividad y relación con sus involucrados



”

CONCLUSIONES

La responsabilidad social corporativa (RSC) abarcan grandes aspectos importantes tales como la calidad de vida en la empresa, el medio ambiente, el mejoramiento de la sociedad y la sana competitividad en el mercado no solo de México sino en todo el mundo y así generar derechos y obligaciones por un bien común, por lo tanto se ha originado que hoy en día las empresas sean cada vez más conscientes de la importancia de incorporar las preocupaciones sociales, laborales, medioambientales y de derechos humanos, como parte de su estrategia de negocio.

Para lograr este cometido, la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV) emite disposiciones a través de la Bolsa Mexicana de Valores (BMV), para que las empresas que implementen y lleven a cabo prácticas socialmente responsables puedan ser mayormente competitivas ante diferentes mercados internacionales.

A pesar de ello los resultados nos permiten presumir que en general las empresas no cumplen o no tienen un gran apego a este tipo de disposiciones, ya que todavía no está regulado como un requisito de carácter obligatorio para cotizar en el mercado Mexicano, por lo cual sugerimos que la CNBV debería endurecer la aplicación de prácticas de responsabilidad social a través de una disposición legal y sancionando a las organizaciones que realmente no están contribuyendo al cumplimiento total para la aplicación de dichas prácticas y así hacer que nuestras empresas sean más atractivas ante inversionistas y lograr el crecimiento económico de nuestro país.

REFERENCIAS

- Arcelia, M. d. (2016). *Responsabilidad social y desempeño economico en empresas del sector de bienes y servicios en Mexico* .
- Bakkali, A. (2015). *Responsabilidad social corporativa: analisis del caso de Marruecos*. 35.
- Flores, J. & Ogliastrri, E. (2015). *El argumento empresarial de la RSE: 9 casos de america latina y el caribe*.
- Gomez Nieto , B. & Martinez Domingez , R. (2016). *Los valores eticos en la responsabilidad social corporativa*.
- Lizarzaburu, E. & del Brio, J. (2016). *Responsabilidad social corporativa reputacion corporativa en el sector financiero de paises en desarrollo*.
- Madorran, C. & Garcia, T. (2016). *Responsabilidad social y desempeño financiero: El caso español*.
- Mariño Romero, J. (2015). *La responsabilidad social corporativa (RSC) en el sector hotelero: propuesta de una medida del desempeño a traves de variables de marketing*.
- Mariño, A. (2015). *Responsabilidad social empresarial (RSE) como respuesta de al gran empresa colombiana* .
- Marti Noguera, J. (2015). *Responsabilidad social universitaria: accion aplicada de valoracion del bienestar psicologico en personas adultas mayores institucionalizadas*.
- Martinez Mendez, R. (2015). *Responsabilidad Social Empresarial en las Pequeñas Empresas Constructoras de Puebla, Mexico*.
- Muñoz Bautista, E. (2016). *Estrategias para implementar la responsabilidad social en empresas manufactureras exportadoras e impulsar el desarrollo regional*.
- Pino, A. (2016). *Modelo de responsabilidad social organizacional en la gestion publica* .
- Rodriguez del Bosque, I. (2015). *Estado de la comunicacion de la responsabilidad social corporativa en el sector hotelero español*.
- Viteri, j. & Jacome, M. (2016). *La responsabilidad social como modelo de gestion empresarial*.