

January 2018

Influencia de la responsabilidad social en el desempeño financiero del sector químico-farmacéutico

Carmen Paola Padilla-Lozano

Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, carmen.padilla@cu.ucsg.edu.ec

Danny Xavier Arévalo-Avecillas

Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, danny.arevalo@cu.ucsg.edu.ec

Nancy Ivonne Wong-Laborde

Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, nancy.wong@cu.ucsg.edu.ec

Follow this and additional works at: <https://ciencia.lasalle.edu.co/eq>

Citación recomendada

Padilla-Lozano, C. P., D.X. Arévalo-Avecillas, y N.I. Wong-Laborde (2018). Influencia de la responsabilidad social en el desempeño financiero del sector químico-farmacéutico. *Equidad y Desarrollo*, (32), 121-141. <https://doi.org/10.19052/ed.4366>

This Artículo de Investigación is brought to you for free and open access by the Revistas científicas at Ciencia Unisalle. It has been accepted for inclusion in *Equidad y Desarrollo* by an authorized editor of Ciencia Unisalle. For more information, please contact ciencia@lasalle.edu.co.

Influencia de la responsabilidad social en el desempeño financiero del sector químico-farmacéutico

Carmen Padilla-Lozano*

Danny Arévalo-Avecillas**

Nancy Wong-Laborde***

Resumen

El presente estudio aborda nuevas evidencias de la relación entre las prácticas de responsabilidad social (RS) y el desempeño financiero de empresas ecuatorianas del sector químico-farmacéutico. La investigación tiene un componente mixto, en el que se recogieron experiencias y opiniones de expertos en el sector a través de grupos focales y se realizaron encuestas a gerentes de 88 empresas de las ciudades de Quito y Guayaquil, Ecuador. Se utilizaron métodos de ponderación para determinar un índice de RS basado en tres pilares: a) económico, b) social y c) pilar ambiental, que expliquen el nivel de implementación de prácticas socialmente responsables. También se emplearon la estadística descriptiva y las técnicas de correlación. Entre los resultados se destaca la relación positiva entre las dimensiones económicas y ambientales de la RS con el rendimiento sobre el capital (ROE) y la dimensión social de la RS con el rendimiento sobre las ventas (ROS).

Palabras clave

Desempeño financiero, responsabilidad social, sector químico-farmacéutico

Clasificación JEL

L25, M14, L65

Cómo citar este artículo: Padilla-Lozano, C., Arévalo-Avecillas, D. y Wong-Laborde, N. (2018). Influencia de la responsabilidad social en el desempeño financiero del sector químico-farmacéutico. *Equidad y Desarrollo*, (32), 121-141. doi: <https://doi.org/10.19052/ed.4366>

Fecha de recepción: 23 de julio de 2017 • Fecha de aceptación: 3 de mayo de 2018

* Doctora en Administración Estratégica de Empresas. Directora del Instituto de Investigación e Innovación de Estudios Económicos y Empresariales. Profesora titular auxiliar de la Carrera de Negocios Internacionales de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Ecuador. Correo electrónico: carmen.padilla@cu.ucsg.edu.ec

** Profesor titular auxiliar de la Carrera de Administración de Empresas de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Ecuador. Correo electrónico: danny.arevalo@cu.ucsg.edu.ec

*** Decana y profesora titular principal de la Carrera de Administración de Empresas de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Ecuador. Correo electrónico: nancy.wong@cu.ucsg.edu.ec

Influence of social responsibility on the financial performance of the chemical-pharmaceutical sector

Abstract

This study addresses new evidence on the relationship between social responsibility (SR) practices and the financial performance of Ecuadorian companies from the chemical-pharmaceutical sector. The research has a mixed component, in which experiences and opinions were collected from experts in the sector through focus groups; similarly, surveys were conducted to managers of 88 companies in the cities of Quito and Guayaquil, Ecuador. Weighting methods were used to determine an SR index based on three pillars: a) economic, b) social and c) environmental dimensions, in order to explain the implementation level of socially responsible practices. Descriptive statistics and correlation techniques were used as well. The results highlight a positive relationship between the economic and environmental dimensions of SR and return on capital (ROC), as well as between the social dimension of SR and return on sales (ROS).

Keywords

Financial performance, social responsibility, chemical-pharmaceutical sector

Influência da responsabilidade social no desempenho financeiro do setor químico-farmacêutico

Resumo

O presente estudo aborda novas evidências da relação entre as práticas de responsabilidade social (RS) e o desempenho financeiro de empresas equatorianas do setor químico-farmacêutico. A pesquisa tem um componente misto, onde foram reunidas experiências e opiniões de especialistas neste setor através de grupos focais e se realizaram enquetes a gerentes de 88 empresas das cidades de Quito e Guayaquil, Equador. Foram utilizados métodos de ponderação para determinar um índice de RS baseado em três pilares: a) econômico, b) social e c) pilar ambiental, que expliquem o nível de implementação de práticas socialmente responsáveis. Também foram empregadas a estatística descritiva e as técnicas de correlação. Entre os resultados se destaca a relação positiva entre as dimensões econômicas e ambientais da RS com o rendimento sobre o capital (ROE) e a dimensão social da RS com o rendimento sobre as vendas (ROS).

Palavras chave

Desempenho financeiro, responsabilidade social, setor químico-farmacêutico

Introducción

123

En la actualidad, las personas tienen a su disposición más conocimiento y tecnología que nunca antes. Sin embargo, este hecho ha agudizado la brecha de la desigualdad social y la incertidumbre, y ha dado lugar a varias paradojas en el mundo, como la epidemia de obesidad en países desarrollados y el hambre en países en desarrollo, o más participación gubernamental en la regulación de mercados financieros y emisiones de gases de efecto invernadero, pero acompañado del aumento a gran escala de milicias, protestas y desobediencia civil (Lii y Lee, 2012; Margolis y Walsh, 2003).

Dado este creciente marco de paradojas en el mundo, y en la búsqueda de una economía ambientalmente más sostenible y socialmente más responsable, el papel de las empresas es decisivo. Por lo tanto, existe una relación mutua entre las entidades empresariales y la sociedad, y la interdependencia de la empresa y la sociedad puede ser beneficiosa tanto para las entidades empresariales como para la sociedad en su conjunto. De aquí surge la definición de la responsabilidad social (RS) como el conjunto de acciones corporativas voluntarias que las empresas deciden emprender para responder a los intereses de los *stakeholders* (Mackey, Mackey y Barney, 2007; Sandhu y Kapoor, 2010; Silberhorn y Warren, 2007). Por ello, para motivar a las empresas a desarrollar un comportamiento empresarial responsable, se ha argumentado que la práctica de este comportamiento, sumada a una inversión en el desempeño social corporativo, genera un ahorro de costos, diferenciación de productos y una legitimidad más firme (Tuppura, Arminen, Pätäri y Jantunen, 2016).

El criterio de medición multidimensional de la RS ha recibido una considerable atención tanto del mundo académico como del mundo empresarial (Paulík, Sobeková, Tykva y Cervinka, 2015). Battaglia et al. (2014) analizan la RS a través de tres pilares: económico, social y ambiental, además del efecto en las actividades de la empresa en la sociedad. Nelling y Webb (2009) incluye a clientes y empleados, así como factores ambientales, sociales y de comportamiento empresarial que abarcan un conjunto más amplio de partes interesadas en relación con las actividades de las empresas. Mridula y Preeti (2015) estudiaron la ética aplicada en los gobiernos, las empresas y los sistemas de valor.

La afectación de la reputación de las empresas a causa de la proliferación de residuos dañinos para el medio ambiente con consecuencias sociales duraderas se ha venido estudiando desde los años noventa (Colten, 1991). No obstante, en los

últimos años, se habla de una mayor preocupación de las empresas por el medio ambiente, de la mano con una creciente conciencia ecológica en las personas (Carroll y Shabana, 2010; Dahlsrud, 2008).

Uno de los objetivos primordiales que persiguen las empresas en la práctica de actividades socialmente responsables es la obtención de una reputación favorable a la RS, puesto que las firmas desean que el público las vea como empresas éticas y socialmente responsables (Lii y Lee, 2012). La investigación de corte académico, de igual modo, ha demostrado que una reputación positiva de la RS puede influir en el comportamiento del consumidor, las donaciones a las organizaciones sin fines de lucro apoyadas por corporaciones y el comportamiento de la ciudadanía (Lichtenstein, Drumwright y Braig, 2004; Lii y Lee, 2012). Birindelli, Ferretti, Intoni y Iannuzzi (2015) sostienen que los criterios asumidos por las empresas en materia de RS incrementan su reputación a través de reducción de riesgos y la previsión de efectos desastrosos para la sociedad. Finalmente, Du, Bhattacharya y Sen (2010) aclaran la importancia de estudios de la corrupción en las empresas y la necesidad progresiva de promover una cultura organizacional verde.

A raíz de estos antecedentes, el objetivo principal de la presente investigación consiste en ofrecer un aporte a la literatura al determinar la existencia de correlación entre un índice de RS, obtenido a partir de factores económicos, sociales y ambientales, y el desempeño financiero en el contexto de las compañías ecuatorianas del sector químico-farmacéutico.

Responsabilidad social y desempeño financiero en la industria

De acuerdo con los antecedentes, Ansof (1983) aparece como uno de los pioneros en establecer la relación entre la RS y el rendimiento de las empresas, articulando factores sociales y ambientales con la formulación estratégica. Du, Bhattacharya y Sen (2010) establecen que en el ámbito comercial si los clientes promueven los productos, se logra señalar una imagen positiva adecuada y supone un pago extra al precio que están dispuestos a pagar por productos socialmente responsables. Esto es evidencia de cómo el éxito de la RS es capaz de generar las fuentes de recursos de una empresa (Yoon, Gurhan-Canli y Schwarz, 2006).

La evidencia empírica sobre la asociación entre la RS y el desempeño financiero es diversa; sin embargo, es mixta (Nelling y Webb, 2009). Una de las principales

ambigüedades en los resultados se debe a las diferencias en la especificación de los modelos econométricos y la operacionalización de ambas variables (McWilliams y Siegel, 2000; Sharma y Henriques, 2005).

Los mecanismos a través de los cuales las prácticas de RS pueden afectar al desempeño financiero de la firma también pueden diferir entre industrias (Baird, Geylani y Roberts, 2012). En este contexto, Martínez y Frías (2015) concluyeron que existe una relación bidireccional entre RS y desempeño financiero al considerar como variable de control el tipo de industria. De esta forma se aduce que las empresas con mayor poder adquisitivo invierten más en RS. Específicamente, Tuppura et al. (2016) consideraron las industrias de vestimenta, energía y bosque, e identificaron diferencias en los resultados para cada sector. La sensibilidad de los *stakeholders* o la posibilidad ante las prácticas socialmente responsables de las empresas es otro factor que causa diferencias entre industrias (Tuppura et al., 2016). Mientras más compleja es la cadena de abastecimiento, más difícil es rastrear los orígenes del producto y, por ende, más complicado resulta para el consumidor realizar elecciones basadas en valores.

Otra de las razones que permiten explicar los resultados mixtos es el contexto sobre el cual se desarrolla o depende la RS. En este sentido, el cuidado del desempeño ambiental es fundamental en algunas industrias, mientras que el bienestar de los empleados o los impactos sociales son más relevantes en otras industrias. Por ello, en cuanto a las operaciones, Ellis (2009) encontró que las empresas que implementan mejoras en productividad, satisfacen a sus trabajadores, se ocupan de sus proveedores y atienden a sus grupos de interés tienden a reducir el uso de recursos, sus costos, e incrementan sus retornos netos. Lev, Petrovits y Radhakrishnan (2010) determinaron que las donaciones caritativas están asociadas con un crecimiento en las ventas de una organización. Roper y Parker (2013) se concentraron en los desechos, y con base en esto afirmaron que las empresas mejoran su desempeño financiero cuando invierten en varias acciones para eliminar o mitigar el efecto de los desechos.

Jo y Na (2012) analizaron que incluso empresas controversiales en sus acciones pueden reducir el riesgo, mejorar su imagen corporativa y su reputación mediante la ejecución de estrategias socialmente responsables. Con ello confirmaron la relación inversa entre la RS y el riesgo de firmas controversiales.

Las prácticas empresariales que se consideran responsables también pueden arrojar relaciones negativas con respecto al desempeño financiero. La idea detrás de este argumento supone que las actividades de tipo social imponen costos

adicionales a las organizaciones, lo cual disminuye ganancias e intereses de los accionistas (Nelling y Webb, 2009). Justamente, Sadeghi Arabsalehi y Hamavandi (2016) determinaron que el desempeño social en cuanto a colaboradores y clientes provoca un impacto negativo en el retorno sobre activos (ROA), mientras que ninguna de las dimensiones de la RS afecta el retorno sobre el patrimonio (ROE).

También se han identificado otras investigaciones donde no existe una relación causal entre la RS y el desempeño financiero (McWilliams y Siegel, 2000). Schreck (2011) evidenció que el entorno en el que operan las empresas es ciertamente complejo y que por tanto no existe una relación simple entre estas dos variables.

Por último, varios estudios empíricos corroboran la correlación positiva entre la RS y el desempeño financiero. De esta forma concluyen que las inversiones en RS parecen beneficiar a las empresas (Dixon-Fowler et al., 2013; Flammer, 2013; Margolis y Walsh, 2003; Orlitzky, Schmidt y Rynes, 2003). Margolis, Elfenbein y Walsh (2007) en su análisis ratificaron una relación positiva entre la RS y el desempeño financiero. Esto, en concordancia con los hallazgos de Frynas y Yamahaki (2016), muestra que la inversión en RS trae beneficios tanto tangibles como intangibles. Entre los tangibles se encuentra la legitimidad de las ganancias de las corporaciones y de las fusiones para producir un modelo de empresa social. Por otro lado, los beneficios intangibles son el aumento de la moral y la productividad de los empleados, relaciones duraderas con los *stakeholders* y el desarrollo de nuevos recursos y capacidades relacionadas. Perrini, Russo, Tencati y Vurro (2011) hacen hincapié en que estos recursos intangibles, es decir, las prácticas de RS, median la relación, pero las inversiones en RS influyen positivamente en la acumulación de la base de recursos intangibles de una organización.

Incluso varias investigaciones han ido más allá de la relación entre ambas variables y han propuesto el estudio de la irresponsabilidad social empresarial (ISE) (Chatterji y Toffel, 2010; Lange y Washburn, 2012). Wang y Choi (2013) determinaron que la ISE sigue un enfoque neto en el que se resta la puntuación total de la RS; por ejemplo, una empresa puede recibir puntos por el compromiso de los empleados pero pierde puntos por falta de diversidad. De manera similar, Walker, Zhang y Yu (2016) evidenciaron que la RS guarda relación con un aumento significativo en el desempeño de la firma y que el aumento de la ISE guarda relación con una disminución únicamente de la rentabilidad.

A pesar de la necesidad de un consenso definitivo de la relación entre la RS y el desempeño de la forma, la literatura tiende a sugerir una relación positiva (Margolis y Walsh, 2003; Orlitzky, Schmidt y Rynes, 2003). No obstante, a ciencia

cierta, los beneficios que se obtienen bajo la inversión en prácticas socialmente responsables son: a) mejoras en la eficiencia, b) reducciones en los costos regulatorios, c) nuevo acceso a los mercados, d) mejora de la reputación de la empresa, e) reducción de la rotación de empleados, f) mayor satisfacción al cliente, y g) la capacidad de cobrar tarifas *premium* (Ambec y Lanoie, 2008; Bansal y Clelland, 2004; Galbreath, 2010; Miles y Covin, 2000).

127

Responsabilidad social en la industria químico-farmacéutica

La industria farmacéutica está entre los sectores más admirados y criticados de todos. Esto derivado del hecho de que la industria, por un lado, realiza procesos de investigación y desarrollo para la proporción de medicamentos y químicos para la cura de enfermedades potencialmente mortales, y, por otro, es incapaz de proporcionar cura a precios asequibles e inclusive dejando huellas desfavorables para el medio ambiente (Nussbaum, 2008). A pesar de esta postura crítica sobre sus prácticas, no se debe omitir el hecho de que su enfoque se centra en la investigación y el desarrollo con el único fin de aumentar el margen de las ganancias a favor de sus accionistas (Vargas y Marrugo, 2016).

A medida que las empresas del sector farmacéutico se enfrentan a los retos de un entorno global y en constante cambio, deben aumentar su convencimiento de que las estrategias socialmente responsables pueden tener un impacto muy favorable en la consecución de diversos objetivos a favor de la sociedad. Stankiewicz (2015) indica que es necesario recordar que el beneficio va más allá del punto de vista económico para este sector. Argumenta además que valores como la mejora de la reputación de la empresa, la mejora de la calidad de los productos y servicios, la mejora de las relaciones con los clientes y el aumento de la confianza son cada vez más apreciados por los directivos y *stakeholders*.

Una revisión de varios informes de empresas farmacéuticas sobre la RS revela avances en áreas clave que involucran cuestiones materiales, la reducción de la huella ambiental, como gases de efecto invernadero, energía, agua, entre otros, seguridad de los empleados, manejo seguro de medicamentos no utilizados, la participación activa de los empleados y la comunidad y el acceso a la medicina (Min, Desmoulins-Lebeault y Esposito, 2017).

Metodología

128

El presente estudio es de tipo no experimental, de corte transversal, de lógica deductiva y de enfoque mixto (Hernández, Fernández y Baptista, 2010). Este estudio tomó como referencia los instrumentos de la investigación realizada por Battaglia et al. (2014), que mide un índice de RS basado en tres pilares: económico, social y ambiental. Este instrumento fue validado por el autor y está enfocado en la teoría de las partes interesadas o *stakeholders*, en el que las empresas son sistemas abiertos que interactúan con un sistema más amplio, es decir, un entorno externo de referencia formado por las partes interesadas. Por esta razón, es posible obtener una mejor comprensión de cómo la RSC impacta en el rendimiento al abarcar la perspectiva de las partes interesadas. Además, el instrumento está diseñado para industrias que se caractericen por una cadena de suministro considerablemente segmentada y una tradición productiva.

Dado que cada pilar tiene un puntaje específico, se realizó un *focus group* con un panel de expertos de la industria químico-farmacéutica para determinar la ponderación de los ítems de cada pilar, de acuerdo con las características de esta industria. Con base en esta metodología, cada experto dio su punto de vista de cada dimensión y realizó una ponderación según su experiencia y conocimiento. De este modo, a cada área se le asignó un peso relativo dependiendo del pilar al que pertenece: a) RE1-efectos económicos en la comunidad: 15%; b) RE2-productos: 15%; c) RE3-gestión de la RS: 10%; d) RS1-personal: 15%; e) RS2-clientes: 15%; f) política social: 10%, y g) RA1-política ambiental: 20%, para así totalizar un 100%. Por lo tanto, la fórmula para la obtención del índice de RS se detalla a continuación:

$$\begin{aligned} \text{Índice RSE} = & RS1 * 0,15 + RS2 * 0,15 + RS3 * 0,1 + RS1 * 0,15 + RS2 \\ & * 0,15 + RS3 * 0,1 + RA1 * 0,2 \end{aligned} \quad (1)$$

Se consideraron, además, los indicadores de rendimiento sobre capital (ROE) y el rendimiento sobre las ventas (ROS) para la medición del desempeño financiero, en concordancia con lo sugerido por los expertos y la literatura (Battaglia et al., 2014; Jangu et al., 2007).

Para la recolección de información, en la instancia cuantitativa se realizó un modelo de encuesta mediante un cuestionario con ítems evaluados con una escala Likert 1-5 puntos (Likert, 1932). Estas se recogieron durante el último trimestre

de 2016 y se siguió un muestreo aleatorio simple. En Quito y Guayaquil existen 320 empresas activas pertenecientes al sector químico-farmacéutico. Se utilizó la fórmula para el cálculo de la muestra a partir de una población finita, de lo cual se obtuvo un total de 154 empresas a las que se les envió la encuesta. Estas encuestas fueron dirigidas a dueños y gerentes generales de cada organización. El estudio alcanzó una muestra final de 88 cuestionarios válidos.

Como técnicas de análisis de datos se aplicaron estudios de correlación de Pearson para determinar la relación lineal de las variables y su nivel de significancia estadística (Lind, Marchal y Wathen, 2012), dado un nivel de confianza de 95 % (Malhotra, 2008).

Resultados

En este apartado se exhiben los resultados obtenidos por cada uno de los tres pilares de la RS: a) responsabilidad económica, b) responsabilidad social y c) responsabilidad medioambiental. En un último análisis se determinó la relación entre RS y desempeño financiero.

Responsabilidad económica

El pilar de responsabilidad económica está compuesto de tres dimensiones: impactos económicos en la comunidad, productos y gestión de RS, todos tres exhibidos en la tabla 1. La primera dimensión presenta valores similares relativamente cercanos a la media, tanto en el impacto de las inversiones en el bienestar público como en la influencia de las firmas en el crecimiento educacional y en el sistema educativo (2,59 y 2,68, respectivamente). Los promedios destacan acciones de mediano impacto que las empresas han adoptado en términos económicos para la comunidad. En la actualidad, las empresas del sector han implementado ciertas estrategias que involucran la participación activa del personal en charlas, y ha promovido aspectos como las consecuencias de la automedicación y el fomento de la medicina preventiva. Todas estas acciones han sido debidamente planificadas y registradas.

Tabla 1. Estadística descriptiva del pilar responsabilidad económica

		Media	Desv. Est.	N
RE1-Impactos económicos en la comunidad	Impacto de las inversiones en el bienestar público	2,59	0,62	88
	Influencia en el crecimiento educacional y en el sistema educativo	2,68	0,74	88
RE2-Productos	Adecuación del precio	3,08	0,73	88
	Productos socialmente responsables	2,94	1,00	88
RE3-Gestión de la RS	Documentos y registros sobre RS	3,49	0,63	88
	Establecimiento de objetivos y estrategias de RS	2,69	1,11	88

Fuente: elaboración propia.

En cuanto a los productos, los resultados muestran un mejor desempeño con respecto a la dimensión anterior en temas relacionados con la adecuación al precio, con una media de 3,08. Es conocido que la industria químico-farmacéutica es constantemente criticada por tolerar precios excesivos de los medicamentos e insumos que salvan vidas, salvaguardando en primer lugar beneficios corporativos. No obstante, Chang (2006) establece cinco razones comúnmente sostenidas por las empresas de este sector: a) las compañías farmacéuticas producen drogas que salvan vidas a un costo de producción relativamente bajo, y esto los mantiene moralmente responsables para ayudar a aquellos en necesidad; b) debido a que se benefician bastante del apoyo gubernamental y público, como en los casos de protección de patentes o en la investigación universitaria, están en el deber de apoyar al público que lo necesita; c) estas empresas pueden compartir sus derechos de propiedad intelectual sobre productos que pueden salvar vidas en economías en vías de desarrollo, lo que permite a los países producir genéricamente estos medicamentos, sin afectar sus productos con fines de lucro; d) la no exigencia de los procedimientos del mundo occidental, además de la no restricción en el acceso a los medicamentos basados en sus derechos de propiedad intelectual, y e) las compañías farmacéuticas producen consistentemente mayores márgenes de ganancia que cualquier otra, y por lo tanto tienen el deber moral de ayudar a aquellos que tienen menos. Continuando con la tendencia de las empresas de suministrar productos ecoamigables, el ítem *productos socialmente responsables* arroja resultados por encima de la media.

Se destacan, además, otras iniciativas adoptadas por las empresas del sector para la comercialización de productos socialmente responsables. Entre las normativas del Instituto Ecuatoriano de Normalización (INEN) se encuentra la inclusión de una ficha de información de producto en la caja de los medicamentos, así sean importados. En su afán de ahorrar costos, tiempo, mano de obra y, sobre todo, reducir la huella de carbono, estas organizaciones insertaron un código de respuesta rápida (QR) en las cajas, que a su vez dirigía al usuario a la página oficial de la empresa con todas las especificaciones técnicas del producto.

Por último, el tercer pilar que trata de la gestión de la RS presenta mejores promedios, específicamente en el ítem *documentos y registros sobre RS*. Este valor de 3,49 evidencia el importante esfuerzo de las firmas de llevar la documentación adecuada de prácticas socialmente responsables. No obstante, observando con detenimiento el promedio de 2,69 en el establecimiento de objetivos y estrategias de RS más la desviación estándar, se aprecia que varias empresas aún no han podido formalizar los procesos organizacionales encaminados a la ejecución de prácticas socialmente responsables.

Responsabilidad social

El segundo pilar corresponde a las actividades que llevan a una empresa a ser responsable socialmente. Incluye dimensiones como los trabajadores, los clientes y las políticas sociales. Con respecto a la primera dimensión, los valores se encuentran muy por encima de la media, particularmente un 3,4 para el entrenamiento y desarrollo, 3,38 para satisfacción de trabajadores y 3,35 para tasa de rotación, lo que denota acciones positivas adoptadas en relación con la calidad del trabajo percibida por los colaboradores. Similarmente, los ítems de satisfacción de clientes y reclamos y quejas presentan ambos un promedio de 3,35. En síntesis, la satisfacción del personal resulta ser un factor primordial para la satisfacción del cliente; y por medio de ellos, se puede lograr sostenibilidad, además de mayores ingresos de la empresa (Margolis et al., 2007) (tabla 2).

Tabla 2. Estadística descriptiva del pilar responsabilidad social

		Media	Desv. Est.	N
RS1-Trabajadores	Satisfacción de trabajadores	3,38	0,88	88
	Tasa de rotación	3,35	0,84	88
	Entrenamiento y desarrollo	3,40	0,85	88
RS2-Clientes	Satisfacción de clientes	3,35	0,87	88
	Reclamos y quejas	3,35	0,90	88
RS3-Política social	Código de ética	3,41	0,92	88
	Auditoría social	1,97	0,86	88
	Oportunidades iguales y derechos humanos	3,32	0,74	88
	Políticas y procedimientos de anticorrupción	1,99	0,90	88
	Actividades filantrópicas	3,35	0,92	88

Fuente: elaboración propia.

La tercera dimensión de este pilar corresponde a las políticas sociales desarrolladas por las empresas que presentan resultados diversos. Por un lado, variables como el código de ética, oportunidades iguales y derechos humanos y actividades filantrópicas exhiben promedios por encima de 3. Esto demuestra los resultados positivos de las empresas en materia de regulaciones enfocadas en la igualdad de oportunidades, como la contratación de diversidad de género y de personas con discapacidad. Así mismo, la mayoría de empresas tienen un código de ética que resume los lineamientos morales y éticos integrados a la estrategia empresarial, que promueve la comunicación, el diálogo y la transparencia para distinguir el cumplimiento (hacer lo que es legal) de lo que es ético (correcto). Con respecto a actividades de filantropía, es común que las empresas entreguen una retribución monetaria dirigida a la comunidad, sin el debido compromiso de trabajar a favor de la sociedad.

Por otro lado, los promedios de las variables *auditoría social* y *políticas y procedimientos de anticorrupción* se encuentran por debajo de la media: 1,97 y 1,99, respectivamente. Esto evidencia que existe una limitada tendencia de auditar procesos de tipo social a pesar de las actividades realizadas en beneficio de la comunidad. Además de esto, las iniciativas contra la corrupción aún están distantes de conseguir los resultados esperados en este sector. Este sector ha sido muy observado en este sentido, a través de la persecución de fabricantes de productos

químicos y específicamente farmacéuticos de uso comercial no ético e ilegal, entre otros esquemas para ganar cuota de mercado con medicamentos recetados. El problema se ahonda más cuando estos productos sin regulaciones salen al mercado, lo que puede provocar grandes afectaciones a las comunidades.

Responsabilidad medioambiental

Este último pilar se centra en las variables nivel de financiación de proyectos orientados al medio ambiente y el nivel de compromiso con políticas medioambientales. Los resultados indican que ambas variables alcanzaron promedios de 2,43 y 2,72, respectivamente (tabla 3). Se aprecia que existe mayor compromiso por las empresas del sector en crear políticas medioambientales que por la inversión que conlleva la ejecución de estos proyectos. No obstante, existe la predisposición de estas empresas en adoptar medidas acerca de la administración de sus residuos y emisiones, que mitiguen el efecto negativo de sus procesos sobre el medio ambiente. Los gerentes encuestados mostraron además que el patrocinio de estas iniciativas aún supone procesos difíciles y costosos; sin embargo, existe el compromiso por su ejecución. Es válido acotar que no existen regulaciones o leyes claras acerca de la medición de la huella de carbono que pueden generar las firmas, como sí existen en países desarrollados. Únicamente las empresas con ISO 14.000 son aquellas que enfocan sus procesos con indicadores y estándares ambientales.

Tabla 3. Estadística descriptiva del pilar responsabilidad ambiental

		Media	Desv. Est.	N
RAI-Políticas medioambientales	Nivel de financiación de proyectos orientados al medio ambiente	2,43	0,97	88
	Nivel de compromiso con políticas medioambientales	2,72	1,11	88

Fuente: elaboración propia.

Índice de responsabilidad social en empresas del sector

134

La tabla 4 exhibe el cálculo de un índice de responsabilidad económica, social y ambiental, además de un índice de RS general, de acuerdo con la fórmula descrita en la sección de metodología. El análisis se ha realizado tanto para pequeñas y medianas empresas (pymes) como para empresas grandes del sector. En total, se contabilizaron 62 pymes y 26 empresas grandes.

Tabla 4. Cálculo de un índice de responsabilidad económica, social y ambiental

		Media general	Media pymes	Media e. grande
Responsabilidad económica	RE1-Impactos económicos en la comunidad	2,64 (0,6004)	2,32 (0,3632)	3,38 (0,3258)
	RE2-Productos	3,01 (0,6387)	2,90 (0,5926)	3,27 (0,6816)
	RE3-Gestión de la RS	3,09 (0,7371)	2,77 (0,5257)	3,87 (0,5755)
Responsabilidad social	RS1-Trabajadores	3,38 (0,8036)	3,01 (0,6095)	4,24 (0,4766)
	RS2-Clientes	3,35 (0,8515)	2,98 (0,6618)	4,25 (0,5148)
	RS3-Política social	2,81 (0,6891)	2,47 (0,4898)	3,62 (0,3196)
Responsabilidad ambiental	RA1-Políticas medioambientales	2,57 (0,9394)	2,06 (0,5130)	3,81 (0,4261)
	Índice de RS	2,96 (0,5864)	2,62 (0,2525)	3,78 (0,2157)

Nota: N para pymes es de 62 y para empresas grandes es de 26. Valores en paréntesis corresponden a la desviación estándar de la media.

Fuente: elaboración propia.

El índice de RS alcanzado por la muestra general alcanza un promedio de 2,96 puntos, lo que evidencia una aplicabilidad media en principios de responsabilidad social del sector. Se destaca que las variables que más aportan al promedio general son los trabajadores, los clientes y la gestión de RS, es decir, las áreas más desarrolladas por las empresas en materia social (3,38; 3,35 y 3,09 respectivamente). Por otro lado, los criterios de políticas medioambientales, los impactos económicos en la comunidad y la política social se ubican por debajo de la media, lo que indica que son las iniciativas menos desarrolladas y que requieren mayor atención (2,57, 2,64 y 2,81, respectivamente).

Con respecto al tamaño de las empresas, las grandes corporaciones muestran un promedio de 3,78 puntos, lo que pone de manifiesto que su capacidad adquisitiva les permite generar mayores iniciativas relacionadas con ámbitos sociales y ambientales. De igual modo, las empresas pequeñas y medianas alcanzaron un promedio de 2,62 puntos, lo que se representa en las mejoras en áreas relacionadas con la satisfacción de trabajadores y clientes.

Correlaciones de responsabilidad social y desempeño financiero

La tabla 5 presenta el análisis de correlación de Pearson (CP) entre el índice de RS y los indicadores financieros seleccionados, con un nivel de significancia de 1; 5 y 10%. A primera vista, se aprecia que todos los resultados muestran una relación positiva entre los diferentes indicadores de RS con el ROE y ROS. Con un nivel de significancia del 5%, el índice de RS presenta mayor influencia en el ROS, lo que muestra que la aplicación de prácticas socialmente responsables permite generar mayores ingresos para las firmas. Se comprueba además que cada pilar (económico, social y ambiental) guarda una importante relación con el índice de RS, lo que evidencia que explican gran parte de la información de la RS en las empresas del sector.

Tabla 5. Correlaciones del índice de responsabilidad social sobre indicadores financieros

		Índice RS	ROE	ROS
Índice RS	CP	1,000	0,184*	0,268**
	Sig.	-	0,086	0,012
	N	88	88	88
Responsabilidad económica	CP	0,839***	0,253**	0,074
	Sig.	0,000	0,018	0,494
	N	88	88	88
Responsabilidad social	CP	0,884***	0,080	0,393***
	Sig.	0	0,458	0,000
	N	88	88	88
Responsabilidad ambiental	CP	0,829***	0,187*	0,120
	Sig.	0,000	0,081	0,264
	N	88	88	88

CP: correlación de Pearson.

***, **, * es significativa en el nivel de 1 %, 5 % y 10 %, respectivamente.

Fuente: elaboración propia.

Analizando detenidamente el ROE, los pilares de responsabilidad económica y responsabilidad ambiental arrojan valores significativos de relación al 5 y al 10 %, respectivamente. Esto sugiere que, en la medida que las empresas generan nuevos productos con mínima o nula afectación al medio ambiente y a la comunidad, a su vez que siguen estrategias que mitigan efectos reversos para el ecosistema, mejoran aspectos de reputación e imagen corporativa, lo que trae consigo mejoras en los ingresos con respecto al capital de la firma.

El pilar de responsabilidad social influye positivamente en un aumento del retorno sobre las ventas, a diferencia de los demás pilares. Esto corrobora estudios que afirman que, a medida que se conocen las necesidades de los trabajadores, se genera mayor productividad en la organización y, por ende, existe un mejor trato a los clientes (Ellis, 2009). Los aspectos de política social también están inmersos dentro de este pilar, lo que asegura que las empresas que generan códigos de ética que garantizan la igualdad de derechos y plasman políticas claras de cero tolerancia ante acciones corruptivas provocan mayor lealtad en los trabajadores, junto con un aumento en la productividad empresarial. En este apartado se destaca que las

empresas del sector han ido más allá de la capacitación técnica y profesional a los trabajadores. En la actualidad, se enfocan más en la capacitación humana y de integración, con base en la premisa de que si no existe diferenciación en cuanto al trato, la alimentación, entre otros, a largo plazo genera compromiso con la organización y por consiguiente productividad y mejor relación con los clientes.

Conclusiones

La influencia de la RS en el desempeño empresarial se ha convertido en un campo de estudio amplio, con relevantes implicaciones prácticas, sobre todo para sectores muy criticados por su accionar lucrativo con huellas negativas para el medio ambiente. Los resultados del estudio evidencian la relación positiva entre las prácticas de RS y los indicadores financieros ROE y ROS, en empresas del sector químico-farmacéutico. Los pilares económico y ambiental guardan una relación positiva con respecto al ROE, mientras que el pilar de responsabilidad social influye significativamente en el ROS.

Del análisis y la discusión de resultados, se ha llegado a varias conclusiones de cómo las firmas de este sector sustentan sus prácticas de RS a través de los índices planteados en el estudio: a) el sector químico-farmacéutico ha prestado mayor atención a la satisfacción de sus trabajadores a través de programas que promueven la formación humana y de integración, más allá de una mera capacitación técnica, que incluye un trato igualitario sin distinción de puestos jerárquicos. De esta manera, se crea compromiso por parte de los colaboradores, que a su vez son quienes generan mejores relaciones con los clientes; de esta forma se verifica la relación entre aspectos sociales con el aumento de ingresos; b) a pesar de que no existen leyes claras que promuevan la medición de su huella de carbono como se hace en países desarrollados, las empresas del sector han mostrado avances en materia de cuidado del medio ambiente; de esta forma, a través de la implementación de normas como la ISO 14.000, estas firmas han dirigido sus esfuerzos en la ejecución de procesos que consideren estándares ambientales; desde esta perspectiva, mejoran sus niveles de reputación e incrementan su valor en el mercado; c) en su afán de aportar a la comunidad, las empresas de este sector han adoptado ciertas iniciativas donde se destinan un grupo de personas por departamentos para que generen aportes a la sociedad a través de charlas que promuevan la no automedicación con sus consecuencias, además de la importancia de la medicina preventiva,

todas debidamente planificadas y registradas; de este modo, las organizaciones han buscado solventar sus actividades enfocadas en prácticas de RS, considerando los impactos económicos en la comunidad; d) en materia de política social, los resultados sugieren que el panorama dista de ser idóneo, pues a pesar de que existen códigos de ética y regulaciones que fomentan una participación igualitaria de la sociedad, no existen políticas claras contra acciones de corrupción ni una auditoría social adecuada.

Como futuras líneas de investigación, se recomienda la aplicación del modelo en distintos sectores y determinar cómo las organizaciones hacen frente a diversos problemas de tipo social y ambiental desde su campo de acción. También se deben realizar estudios que consideren otro tipo de información como índices de satisfacción de trabajadores y clientes, certificaciones, normativas y estándares aplicados, así como políticas y procedimientos seguidos por las empresas.

Agradecimientos

A la RED Iberoamericana de Investigadores de Emprendimiento Social y Codesarrollo (Riberesco), red a la cual pertenecen los autores de la presente investigación y que gracias al trabajo en conjunto se ha podido cristalizar esta investigación. También al apoyo por parte de la institución académica Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

Referencias

Ambec, S. y Lanoine, P. (2008). Does it pay to be green? A systematic overview. *Academy of Management Perspectives*, 22(4), 45-62. doi: <https://doi.org/10.5465/amp.2008.35590353>

Ansoff, H. (1983). Societal strategy for the business firm. *Advances in Strategic Management*, 1, 3-29.

Baird, P., Geylani, P. y Roberts, J. (2012). Corporate social and financial performance re-examined: industry effects in a linear mixed model analysis. *Journal of Business Ethics*,

109(3), 367-388. doi: <https://doi.org/10.1007/s10551-011-1135-z>

Bansal, P. y Clelland, I. (2004). Talking trash: legitimacy, impression management, and unsystematic risk in the context of the natural environment. *Academy of Management Journal*, 47(1), 93-103. doi: <https://doi.org/10.5465/20159562>

Battaglia, M., Testa, L., Bianchi, L., Iraldo, F. y Frey, M. (2014). Corporate social responsibility and competitiveness within SMEs of the

fashion industry: evidence from Italy and France. *Sustainability*, 6(2), 872-893. doi: <https://doi.org/10.3390/su6020872>

Birindelli, G., Ferretti, P., Intoni, M. y Iannuzzi, A. (2015). On the drivers of corporate social responsibility in banks: evidence from an ethical rating model. *Journal of Management & Governance*, 109(3), 303-340. doi: <https://doi.org/10.1007/s10997-013-9262-9>

Carroll, A. y Shabana, K. (2010). The business case for corporate social responsibility: a review of concepts, research and practice. *International Journal of Management Reviews*, 12(1), 85-105. doi: <https://doi.org/10.1111/j.1468-2370.2009.00275.x>

Chang, L. (2006). Who's in the business of saving lives? *Journal of Medicine and Philosophy*, 31(5), 461-482. doi: <https://doi.org/10.1080/03605310600912667>

Chatterji, A. y Toffel, M. (2010). How firms respond to being rated? *Strategic Management Journal*, 31(9), 917-945. doi: <https://doi.org/10.1002/smj.840>

Colten, C. (1991). Historical perspective on industrial wastes and groundwater contamination. *Geographical Review*, 81(2), 215-228. doi: <https://doi.org/10.2307/215985>

Dahlsrud, A. (2008). How corporate social responsibility is defined: an analysis of 37 definitions. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 15(1), 1-13. doi: <https://doi.org/10.1002/csr.132>

Dixon-Fowler, H., Slater, D., Johnson, J., Ellstrand, A. y Romi, A. (2013). Beyond 'does it pay to be green?' A meta-analysis on moderators of the CEP-CFP relationship. *Journal of Business Ethics*, 112(2), 353-366. doi: <https://doi.org/10.1007/s10551-012-1268-8>

Du, S., Bhattacharya, C. y Sen, S. (2010). Maximizing business returns to corporate social responsibility (CSR): The role of CSR communication. *International Journal of Ma-*

agement Reviews, 12(1), 8-19. doi: <https://doi.org/10.1111/j.1468-2370.2009.00276.x>

Ellis, A. (2009). The impact of corporate social responsibility on employee attitudes and behaviours. *Academy of Management Proceedings*, (1), 1-6. doi: <https://doi.org/10.5465/ambpp.2009.44251836>

Flammer, C. (2013). Does corporate social responsibility lead to superior financial performance? A regression discontinuity approach. *Management Science*, 61(11), 2549-2568. doi: <https://doi.org/10.1287/mnsc.2014.2038>

Frynas, J. y Yamahaki, C. (2016). Corporate social responsibility: review and roadmap of theoretical perspectives. *Business Ethics: An European Review*, 25(3), 258-285. doi: <https://doi.org/10.1111/beer.12115>

Galbreath, J. (2010). How does corporate social responsibility benefit firms? Evidence from Australia. *European Business Review*, 22(4), 411-431. doi: <https://doi.org/10.1108/09555341011056186>

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación científica*. México: McGraw-Hill.

Janggu, T., Joseph, C. y Madi, N. (2007). The current state of corporate social responsibility among industrial companies in Malaysia. *Social Responsibility Journal*, 3(3), 9-18. doi: <https://doi.org/10.1108/1747110710835536>

Jo, H. y Na, H. (2012). Does CSR reduce firm risk? evidence from controversial industry sectors. *Journal of Business Ethics*, 110(4), 441-456. doi: [10.1007/s10551-012-1492-2](https://doi.org/10.1007/s10551-012-1492-2)

Lange, D. y Washburn, N. (2012). Understanding attributions of corporate social irresponsibility. *Academy of Management Review*, 37(2), 300-326. doi: <https://doi.org/10.5465/amr.2010.0522>

Lev, B., Petrovits, C. y Radhakrishnan, S. (2010). Is doing good good for you? How corpo-

- rate charitable contributions enhance revenue growth. *Strategic Management Journal*, 31(1), 82-200.
- Lichtenstein, D., Drumwright, M. y Braig, B. (2004). The effect of corporate social responsibility on customer donations to corporate-supported nonprofits. *Journal of Marketing*, 68(4), 16-32. doi: <https://doi.org/10.1509/jmkg.68.4.16.42726>
- Lii, Y. y Lee, M. (2012). Doing right leads to doing well: when the type of CSR and reputation interact to affect consumer evaluations of the firm. *Journal of Business Ethics*, 105(1), 69-81. doi: <https://doi.org/10.1007/s10551-011-0948-0>
- Likert, R. (1932). *A technique for the measurement of attitudes*. Nueva York: The Science Press.
- Lind, D., Marchal, W. y Wathen, S. (2012). *Estadística aplicada a los negocios y la economía*. México: McGraw-Hill Interamericana.
- Mackey, A., Mackey, T. y Barney, J. (2007). Corporate social responsibility and firm performance: investor preferences and corporate strategies. *Academy of Management Review*, 32(3), 817-835. doi: <https://doi.org/10.5465/amr.2007.25275676>
- Malhorta, N. (2008). *Investigación de mercados* (5.ª ed.). México: Pearson.
- Margolis, J. y Walsh, J. (2003). Misery loves companies: rethinking social initiatives by business. *Administrative Science Quarterly*, 48(2), 268-305. doi: <https://doi.org/10.2307/3556659>
- Margolis, J., Elfenbein, H. y Walsh, J. (2007). *Does it pay to be good? A meta-analysis and redirection of research on the relationship between corporate social and financial performance*. Recuperado de https://sites.hks.harvard.edu/m-rcbg/papers/seminars/margolis_november_07.pdf
- Martínez, J. y Frías, J. (2015). Relationship between sustainable development and financial performance: international empirical research. *Business Strategy and the Environment*, 24(1), 20-39. doi: <https://doi.org/10.1002/bse.1803>
- McWilliams, A. y Siegel, D. (2000). Corporate social responsibility and financial performance: correlation or misspecification? *Strategic Management Journal*, 21, 603-609. doi: [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1097-0266\(200005\)21:5<603::AID-SMJ101>3.0.CO;2-3](https://doi.org/10.1002/(SICI)1097-0266(200005)21:5<603::AID-SMJ101>3.0.CO;2-3)
- Miles, M. y Covin, J. (2000). Environmental marketing: a source of reputational, competitive, and financial advantage. *Journal of Business Ethics*, 23(3), 299-311. doi: <https://doi.org/10.1023/A:1006214509281>
- Min, M., Desmoulins-Lebeault, F. y Esposito, M. (2017). Should pharmaceutical companies engage in corporate social responsibility? *Journal of Management Development*, 36(1), 58-70. doi: <https://doi.org/10.1108/JMD-09-2014-0103>
- Mridula, G. y Preeti, R. (2014). Business ethics and corporate social responsibility-Is there a dividing line? *Procedia Economics and Finance*, 11, 49-59. doi: [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(14\)00175-0](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(14)00175-0)
- Nelling, E. y Webb, E. (2009). Corporate social responsibility and financial performance: the 'virtuous circle' revisited. *Review of Quantitative Finance and Accounting*, 32(2), 197-209. doi: <https://doi.org/10.1007/s11156-008-0090-y>
- Nussbaum, K. (2008). Ethical corporate social responsibility (CSR) and the pharmaceutical industry: a happy couple? *Journal of Medical Marketing*, 9(1), 67-76. doi: <https://doi.org/10.1057/jmm.2008.33>
- Orlitzky, M., Schmidt, F. y Rynes, S. (2003). Corporate social and financial performance: a meta-analysis. *Organization Studies*, 24(3), 403-441. doi: <https://doi.org/10.1177/0170840603024003910>

- Paulfk, J., Sobeková, M., Tykva, T. y Cervinka, M. (2015). Application of the CSR measuring model in commercial bank in relation to their financial performance. *Economics and Sociology*, 8(4), 65-81. doi:10.14254/2071-789X.2015/8-4/5
- Perrini, F., Russo, A., Tencati, A. y Vurro, C. (2011). Deconstructing the relationship between corporate social and financial performance. *Journal of Business Ethics*, 102, 59-76. doi: https://doi.org/10.1007/s10551-011-1194-1
- Roper, S. y Parker, C. (2013). Doing well by doing good: a quantitative investigation of the litter effect. *Journal of Business Ethics*, 66(11), 2262-2268. doi: https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2012.02.018
- Sadeghi, G., Arabsalehi, M. y Hamavandi, M. (2016). Impact of corporate social performance on financial performance of manufacturing companies (IMC) listed on the Tehrab Stock Exchange. *International Journal of Law and Management*, 58(6), 634-659. doi: https://doi.org/10.1108/IJLMA-06-2015-0029
- Sandhu, M. y Kapoor, S. (2010). Stakeholders' perceptions of corporate social responsibility: empirical evidences from Iran. *International Journal of Business Research*, 17(2), 47-80.
- Schreck, P. (2011). Reviewing the business case for corporate social responsibility: new evidence and analysis. *Journal of Business Ethics*, 103, 167-188. doi: https://doi.org/10.1007/s10551-011-0867-0
- Sharma, S. y Henriques, I. (2005). Stakeholder influences on sustainability practices in the Canadian forest products industry. *Strategic Management Journal*, 26(2), 159-180. doi: https://doi.org/10.1002/smj.439
- Silberhorn, D. y Warren, R. (2007). Defining corporate social responsibility. *European Business Review*, 19(5), 352-372. doi: https://doi.org/10.1108/09555340710818950
- Stankiewicz, A. (2015). Ethical code and whistleblowing as CSR tools in pharmaceutical companies. *Social Responsibility of Organizations*, (387), 158-169.
- Tuppura, A., Arminen, H., Pätäri, S. y Jantunen, A. (2016). Corporate social and financial performance in different industry contexts: the chicken or the egg? *Social Responsibility Journal*, 12(4), 672-686. doi:10.1108/SRJ-12-2015-0181
- Vargas, I. y Marrugo, L. (2016). Responsabilidad social empresarial, inclusión y discapacidad: Análisis desde las buenas prácticas en la industria farmacéutica. *Revista de Derecho, Comunicación y Nuevas Tecnologías*, 15, 2-23. doi: https://doi.org/10.15425/redecom.15.2016.02
- Walker, K., Zhang, Z. y Yu, B. (2016). The angel-halo effect: how increases in corporate social responsibility and irresponsibility relate to firm performance. *European Business Review*, 28(6), 709-722. doi:10.1108/EBR-11-2015-0139
- Wang, H. y Choi, J. (2013). A new look at the corporate social-financial performance relationship: the moderating roles of temporal and interdomain consistency in corporate social performance. *Journal of Management*, 39(2), 416-441. doi: https://doi.org/10.1177/0149206310375850
- Yoon, Y., Gurhan-Canli, Z. y Schwarz, N. (2006). The effect of corporate social responsibility (CSR) activities on companies with bad reputations. *Journal of Consumer Psychology*, 16(2), 377-390. doi: https://doi.org/10.1207/s15327663jcp1604_9