

Algunas reflexiones en torno al concepto de responsabilidad social empresarial

(Some thoughts on the concept of corporate social responsibility)

Petronila Constantino Mendoza¹. ✉ petraconstantino992@gmail.com  <https://orcid.org/0000-0001-8388-1381>

José Alberto Sánchez López¹. ✉ alberto_sanchez@itsescarcega.edu.mx  <https://orcid.org/0000-0003-0309-4041>

¹Tecnológico Nacional de México/ITS de Escárcega. Escárcega, México.

Resumen

Las empresas nacieron como consecuencia de la búsqueda de atender necesidades sociales. Desde sus orígenes, la esencia de las empresas es su capacidad de resolver problemas de su población objetivo. Ante esta realidad, la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) debería ser considerada fundamental en los países, empresas, familias e individuos, pues todas estas figuras en algún momento convergen en las empresas y se ven involucradas en acciones responsables o irresponsables socialmente. Por lo anterior, resulta interesante y es el objetivo de este trabajo reflexionar sobre los principales aspectos de la RSE, desde su concepto hasta las principales estrategias que realizan las empresas en la actualidad. Para lograr este trabajo se hizo uso de la metodología de una revisión documental, desde el enfoque cualitativo. Se consultaron textos científicos en revistas, libros, tesis y sitios web especializados. Se hizo uso de motores de búsqueda como Google académico, Researchgate, Scielo y Redalyc. Se encontró que existe interés y necesidad de difundir la importancia del conocimiento sobre la responsabilidad social de las empresas hacia los ciudadanos y que las empresas deben actuar en apego a los valores y la ética empresarial declarada en su constitución formal.

Palabras clave: responsabilidad social, ética, valores empresariales

Abstract

The companies were born as a result of the search to meet social needs. Since its origins, the essence of companies is their ability to solve problems for their target population. Given this reality, Corporate Social Responsibility (CSR) should be considered fundamental in countries, companies, families and individuals, since all these figures at some point converge in companies and are involved in socially responsible or irresponsible actions. Therefore, it is interesting and the objective of this work is to reflect on the main aspects of CSR, from its concept to the main strategies carried out by companies today. To achieve this work, the methodology of a documentary review was used, from the qualitative approach. Scientific texts were consulted in magazines, books, theses and specialized websites. Search engines such as Google academic, Researchgate, Scielo and Redalyc were used. It was found that there is interest and need to disseminate the importance of knowledge about the social responsibility of companies towards citizens and that companies must act in accordance with the values and business ethics declared in their formal constitution.

Keywords: social responsibility, ethics, business values

Introducción

El estudio de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es un tema que cada día cobra mayor importancia ante los efectos e impactos de las acciones del ser humano en su entorno. Se pide que el hombre sea más responsable con sus acciones, no solo en orden individual sino colectivo. Por eso, este tema debe ser abordado y practicado en las empresas, aun por pequeñas que estas sean. En consecuencia, de la responsabilidad social empresarial, aparte de cumplir con sus obligaciones jurídicas, las empresas deben tener visión estratégica con el fin de mantenerse y ser más productivas en el mercado, además cumplir con las regulaciones de las normativas medioambientales; esto genera en las empresas altos niveles productividad y otras ventajas.

Desafortunadamente, debido a los avances tecnológicos y el ritmo acelerado contemporáneo, es muy común que se olvide o se pierda el interés en temas de responsabilidad social. Muchas veces, por no tener una visión estratégica, en las empresas se producen errores graves en contra de la sociedad, lo cual conlleva a su cierre por no cumplir con los lineamientos ecológicos y éticos que en la actualidad son una obligación para que las mismas sigan funcionando. En materia de responsabilidad ambiental, a nivel mundial, los índices de contaminación han sido muy elevados; sin embargo, con el paso de los años se ha logrado un avance reduciendo las cifras mediante programas de cuidado y educación ambiental.

En este artículo se presenta una revisión de la evolución del concepto de la responsabilidad social corporativa (RSC) o responsabilidad social empresarial (RSE), el cual se considera un tema contemporáneo, que no pierde vigencia, por el contrario, cada día resulta más necesario que la sociedad se mantenga informada respecto a este tema. En particular se analiza la evolución del concepto presentando algunas de las principales obras que reportan cambios o diferencias en los elementos del concepto de RSC o RSE.

Materiales y métodos

Para el desarrollo de la investigación se plantea un estudio de tipo descriptivo (Gómez-Luna et al., 2014), con la metodología de la investigación documental (Hernández-Sampieri y Mendoza-Torres, 2018). Para realizar la colecta de datos se utilizaron motores de búsqueda tales como Google académico, Researchgate, Scielo y Redalyc. Y se obtuvo acceso a las bases de datos especializadas Ebscohost y Cengage learning. De los resultados obtenidos se filtraron por año, considerando especialmente aquellos textos publicados en los últimos 10 años.

Se utilizaron los términos claves “responsabilidad empresarial” “responsabilidad social” “ética empresarial” “responsabilidad corporativa” dando acceso a variedad de obras científicas; se leyó primero el resumen para identificar la información relevante y requerida. En caso de no encontrar lo necesario, los artículos no fueron considerados. Finalmente se logró revisar 33 textos completos, los cuales se presentan en el cuerpo del presente artículo.

Resultados

Durante la investigación desarrollada se detectó la importancia de que las empresas sean socialmente responsables para su superación, crecimiento y mantenimiento en el mercado. Siempre innovando para la mejora de sus productos o servicios y el bienestar común. Esta información permite identificar la importancia del desarrollo de nuevas estrategias empresariales satisfaciendo las necesidades de los usuarios o clientes (obteniendo un beneficio económico) sin olvidar el bienestar social (reconocimiento social).

Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

Antes de describir la responsabilidad social corporativa o empresarial se debe de tomar en cuenta la definición de empresa, la cual es una de los factores importantes en esta investigación, la cual “es una entidad que,

mediante la organización de elementos humanos, materiales, técnicos y financieros proporciona bienes o servicios a cambio de un precio que le permite la reposición de los recursos empleados y la consecución de unos objetivos determinados” (García, 2001).

Por naturaleza la empresa existe para atender necesidades de la sociedad, lo cual es su principal responsabilidad. Así, se destaca en todos los ámbitos las obligaciones de las empresas en especial “desde la sociedad se demanda a las empresas que asuman ciertas obligaciones que van más allá de la pura obtención de un beneficio económico” (Araque y Montero, 2006). Estas obligaciones son, definitivamente, las que se identifican en el concepto de responsabilidad social, que de tomarse en consideración contribuyen a un beneficio colectivo con el medio donde se desarrolla.

Todo proyecto de emprendimiento o desarrollo empresarial debe tener una adecuada estrategia de RSE, desde su planteamiento y diseño, debe ser “una empresa orientada estratégicamente en la búsqueda de generación de valor y creación de riqueza desde una perspectiva de gestión de largo plazo, en la búsqueda de un desarrollo sostenible” (Villagra, 2006). Así se puede obtener beneficios, no solo económicos. Es factible a tener resultados positivos aplicando su visión y estrategias de desarrollo.

Desde el inicio de la humanidad ha existido la administración con la designación de actividades dentro de una comunidad para un fin en común, el de la supervivencia. Actualmente el fin es el de la economía y maximización del crecimiento de las empresas. Respecto a las figuras administrativas o entes responsables de ejecutar la RSC, De Sebastian (2007), afirma que “la RSE es una responsabilidad personal de todos en la empresa (sobre todo, los directivos, a los que corresponde la coordinación de las acciones de los demás agentes) y también colectiva, de toda la organización, compartida por todos”. teniendo obligaciones y beneficios todos los involucrados para su mismo beneficio.

Así, en los motivos del interés de las

empresas, es notorio que se ha ido posicionando la idea de la RSE cada día con mayor fuerza en las empresas, esto debido al grave impacto en la sociedad, economía y medio ambiente. Al respecto, Sabogal (2008) menciona que

La RSE es percibida como un concepto nuevo que entra en las discusiones de los medios de carácter económico-empresarial y en los centros académicos dedicados a la administración y ciencias de la gestión: puede verse entonces como una nueva moda de la administración que busca llenar el espacio que dejó la anterior, o el invento de un gurú que busca posicionarse.

Los antecedentes históricos de la RSE se remontan a siglos pasados y se encuentran en los propios orígenes de las organizaciones que conjugaron capital y trabajo para generar riqueza y beneficio, aunque en el camino los abusos sobre los trabajadores hayan sido notorios (Fernandez, 2010).

Con el transcurso del tiempo ha cobrado mayor interés el aspecto económico en las empresas es por ello la preocupación social por brindar mejores productos que generen mejoras hacia la salud y calidad, no solo en la empresa sino en la sociedad en la que se encuentra inmersa.

Sin embargo, la RSE no debe ser considerada solo como una moda o tendencia, más bien debe ser aceptada como un estilo de gestión organizacional, que lleve a la eficiencia y al éxito a las empresas en un ambiente externo rebasado de turbulencias y cambios tecnológicos acelerados.

Respecto a la naturaleza y origen de la RSE, se identifica que esta se basa en diferentes ámbitos que preocupan el mejoramiento social, cultural, filosófico, ético, tecnológico, ambiental y económico.

Para dirigir una organización, se debe tener el nivel de conocimiento suficiente de los elementos relacionados con su operatividad; pues, “la experiencia muestra que la RSC no se vive en la mayoría de las empresas por desconocimiento de su gestión y que muchos empresarios creen que supone un gasto, cuando en realidad se trata de una inversión” (Palacios et al., 2014).

Lo anterior puede representar la respuesta a muchas expectativas positivas medioambientales y sociales que no han sido materializadas simplemente por el hecho de no tener suficiente información o por la notable pérdida de interés por la responsabilidad social empresarial.

Se origina alrededor del quehacer empresarial, pero la gran diversidad de ámbitos del conocimiento que rodean a este concepto, ha reanudado en diferentes aproximaciones al mismo desde diversas corrientes de pensamiento económico, político, social o filosófico (De la Cuesta y Cueto, 2017).

Para entender el concepto de RSE es importante reconocer que desde el propio concepto de “empresa” se puede identificar la importancia de esta en la sociedad, “ya que la empresa es el motor propulsor del desarrollo económico de los países; así como la familia es la célula de la sociedad, la empresa es la célula de la actividad económica” (Munch, 2019). Lo anterior recuerda que en la empresa se encuentran involucrados los valores éticos y ambientales para el buen funcionamiento y desarrollo de las innovaciones en beneficio de la comunidad donde se desarrollan.

La empresa se encuentra ligada desde su nacimiento a la sociedad, se puede decir que nace de ella, y para ella. En la actualidad estas empresas encuentran nuevas fuentes para su desarrollo, y en el proceso de búsqueda de esas estrategias se destaca el valor tan importante de la información.

Por lo anterior, se considera que la RSE seguirá cobrando importancia cada vez más en la operación de las empresas y con las debidas medidas que implica el funcionamiento de las mismas, con sus pro y contras, se podrán obtener mejoras para el beneficio del usuario de los servicios o productos.

En todos los países es preocupante el tema de la responsabilidad social empresarial, sin embargo, a medida de los últimos años, poco a poco se han implementado acciones estratégicas basadas en la RSE, mismas que son promovidas desde los propios gobiernos.

La RSE es un estilo de vida, presente en cualquier época o situación que enfrente

el mundo, por ejemplo, resulta interesante reflexionar sobre si ¿existió RSE durante la pandemia?. Al respecto, Valencia et al (2023) señalan que aun durante la pandemia, cuando el problema era muy agudo en todo el mundo, la RSE no fue muy contundente, pues es necesaria “una revolución cultural que necesita de tiempo y sensibilización de tal forma que se puedan respetar sus normas”.

Una forma de mejorar las acciones de RSE es mediante la Norma ISO 26000, la cual ayuda a las organizaciones gestionar los impactos de sus decisiones y actividades en la sociedad y el medio ambiente, a través de un comportamiento transparente y ético. Sin embargo, aunque dicha norma se enfoque a mejorar los indicadores de las condiciones ambientales y de los grupos de interés, al no ser obligatoria la certificación, se deben implementar acciones específicas como “charlas o capacitaciones, incentivando a los empresarios para mejorar el beneficio de la empresa”. (Navas et al., 2023)

Finalmente, las políticas formales que proponen los gobiernos deben permear en todos los niveles: gobierno, empresas, familias y personas. Así se podrán obtener beneficios de la implementación de la misma y promoviendo el desarrollo empresarial, pero considerando siempre como premisa la responsabilidad social empresarial.

Necesidad de estrategias de responsabilidad social

Ante la necesidad de mejorar y encontrar nuevas estrategias de RSE ha llevado al ser humano a buscar alternativas para atender las necesidades sociales; sin embargo, el tema de la responsabilidad empresarial es todavía una consideración secundaria en las empresas latinoamericanas (Correa et al., 2004). La RSE propone una mezcla del desarrollo en varios sentidos (económico, social y ambiental). Las acciones de RSE actuales en las empresas suelen ser “en efecto, con la visión del desarrollo propuesta desde las perspectivas de la sustentabilidad, se establecen objetivos e interdependencias complejas entre el crecimiento económico, el desarrollo social y

la protección del medio ambiente” (Perdiguero y García, 2005).

Una empresa está legalmente, emocionalmente y éticamente obligada a cumplir con responsabilidades dentro y fuera de la empresa valorando el trabajo de sus empleados.

“Si nosotros podemos ganar diez, bueno que se nos paguen los diez, si nosotros podemos ganar cien, que nos paguen los cien, eso se llama trabajar en forma digna” (Fernández, 2007).

Respetando sus códigos laborales le da un incremento de valor a la empresa pues sus trabajadores cumplen de forma colaborativa y responden a las nuevas exigencias de la entidad satisfactoriamente.

Una de las responsabilidades de las empresas es la ambiental. Si bien nos enfocamos directamente en las responsabilidades ambientales no debemos de olvidar la responsabilidad social en beneficio de la comunidad o medio donde se desarrollan estas en todos sus sentidos.

En articular los esfuerzos de estos tres poderes- el político, el económico y el cívico- reside la piedra filosofal de los nuevos tiempos, y en hacerlo atendiendo inteligentemente a las bases, desde el empoderamiento de quienes, por ser los afectados, deberían ser los auténticos protagonistas (Cortina, 2009).

Sin embargo, los beneficios de ello son muy notorios; los pequeños cambios en un mundo cambiante son grandes logros para los dueños de la micro y grandes empresas con deseos de superación y visión de mejoramiento (Vives y Peinado, 2011).

Los tiempos cambiantes que vivimos exigen más cada día, por ello “la crisis económica se está convirtiendo en una auténtica prueba de fuego para medir la verdadera relevancia de la política de responsabilidad social de las compañías y el grado de inserción real en sus estrategias empresariales” (Sáenz y Galán, 2012). Lo anterior las obliga a la búsqueda de estrategias sociales para la obtención de benéficos y demanda de sus productos en el mercado.

Los enfoques basados en la responsabilidad

empresarial tienen muchos aspectos de interés de este estudio “el nuevo enfoque estratégico de RSE de las organizaciones coadyuva a la mejora de nuestras sociedades cada vez más globalizadas” (Navarro, 2012). Manifestando de esta forma la preocupación por desarrollar técnicas de producción en mejoramiento de productos y marketing.

Una forma de presentar la información sobre los actos de RSE es mediante los informes de responsabilidad social y/o de sostenibilidad que recogen anualmente la actividad tanto interna como externa de la empresa (Camacho et al., 2013). Siendo esto la base fundamental para el buen desarrollo y funcionamiento del mismo.

Respecto al término RSE, este ha evolucionado y se puede interpretar de diferentes formas según el lugar en el que se describa. Como hemos señalado, el término RSC se caracteriza por ser: Diacrónico y dinámico, se encuentra en constante evolución en el tiempo; y también cambia según la realidad social (cultural y religiosa) y económica del lugar donde se define y aplica, así como en la medida en que los conocimientos técnicos y científicos avanzan (Peribañez Blasco et al., 2016). Todas las empresas abordan la RSE en diferentes sentidos, depende del tamaño, el enfoque o giro a la que pertenece cada una.

En busca de prosperidad económica y ambiental, las empresas y gobierno trabajan en conjunto para dar a conocer este tema que, aunque es muy necesario, no ha tenido la importancia requerida.

Respecto a las necesidades de RSE, para Villa et al., (2021), son varias, entre ellas “necesidad de inclusión social, reducción de la pobreza, creación de valor más allá del financiero, actividad empresarial en entornos de conflicto, violencia y corrupción”. También, para Rengifo & Sánchez (2022), las necesidades de actuar con RSE se deben a “la preocupación por la naturaleza, evaluando el papel de las grandes organizaciones en el deterioro del ecosistema” Ante estas necesidades, diferentes gobiernos han intentado hacer frente con estrategias diversas.

En México, una de las estrategias ha sido la

creación del CEMEFI (Centro Mexicano para la Filantropía) que reconoce a las empresas socialmente responsables por su destacada participación en responsabilidad social.

Los valores éticos entorno a las empresas

Los valores de una empresa son el pilar de la construcción y sustentabilidad aplicándolo con el ejemplo, desde sus dueños y personal que labora dentro de cada una de las áreas de la misma. La ética empresarial es la aplicación de los valores morales y los principios éticos al ámbito específico de la empresa. De todas sus acciones debe rendir cuentas a la sociedad (Martínez, 2011).

No es suficiente que las empresas sean socialmente responsables, la evolución y demanda de esta implica que tengan un estándar de valores éticos, los cuales se interpretan con frecuencia “como manifestaciones de una nueva ética empresarial que amplía el sentido y la función de las corporaciones económicas, más allá de la persecución del puro beneficio económico, para contribuir también, a la satisfacción de algunas necesidades públicas” (Galan y Saenz, 2012).

La responsabilidad social representa una dinámica emergente en el mundo empresarial actual. Surge de la concienciación, cada vez más clara, de los inevitables impactos que la actividad económica-empresarial, o mejor aún, a la totalidad de las organizaciones que realizan alguna actividad, cualquiera que ésta fuere, con un impacto social o medioambiente (Camacho et al., 2013).

El comportamiento ético de la dirección puede tener una regulación externa a partir de reglas o de logros de resultados. Pero el verdadero resguardo de una conducta ética requiere que el directivo haya forjado valores a través de sus experiencias y que actué de acuerdo a ellos (Gilli, 2013).

Los valores son la base fundamental de cualquier sociedad “La responsabilidad social corporativa gira en torno a dos valores: contribuir al bien común y hacerlo de forma que implica ir más allá de lo exigible” (ASE, 2015) obteniendo resultados satisfactorios económicos, sociales y ambientales, del lugar

donde se desarrolla el mismo.

Cada empresa cuenta con su propia definición de valores éticos para la sustentabilidad y progreso de sus proyectos; y por ende en la aplicación de ellos obtiene mejor servicio y ganancias. La ética de las empresas y sociedad siempre va ir de la mano con los valores dentro de las empresas con responsabilidad teniendo su enfoque bien definido. Se considera que “una de las competencias fundamentales de las organizaciones modernas, es su capacidad de construir relaciones estables y de mutua confianza con su entorno interno y externo, como condición previa para el logro de objetivos sostenibles” (Wulf, 2018).

Se ha evolucionado en el análisis sobre los valores éticos, por eso ahora se habla de “dirección por valores”, el cual es un modelo que propone una gerencia basada en los valores organizacionales clasificados en los ejes ético-social, económico y desarrollo emocional. (Gaete Quezada, 2020)

Siendo estos valores que representen directamente a la empresa con sus acciones en pro de las necesidades de una o varias problemáticas de su entorno.

Desde siempre han existido los valores, ética laboral y profesional para el buen funcionamiento de una sociedad responsable, recayendo mayores responsabilidades en los que dirigen las empresas.

También, en estudios contemporáneos se habla de “Employer branding”. De acuerdo con Crespo et al. (2022) “la propuesta de valor para el empleado (PVE; en inglés Employee Value Proposition o EVP) ha adquirido en el área de dirección de personas una importancia inusitada en el contexto empresarial actual”.

No se pueden resolver problemas con la falta del comportamiento ético, siendo socialmente irresponsables las empresas que no cuentan con un código de ética o una declaración y puesta en práctica de un catálogo de valores institucionales.

Conclusiones

En el presente artículo, se presentó un análisis bibliográfico sobre algunos aspectos relevantes relacionados con el concepto de Responsabilidad Social Empresarial, los cuales fueron abordados desde una perspectiva general tanto para empresas como para individuos.

Respecto a la evolución del concepto, se puede concluir que actualmente se sigue debatiendo sobre los elementos del concepto y que existe aún un proceso para identificar las diferencias entre las posturas de los especialistas.

Conocer aspectos relevantes del tema de la Responsabilidad Social Empresarial, es un área extensa a la cual cada vez más se le está dando mayor importancia ya que en la actualidad las empresas están preocupadas por mejorar sus productos y servicios para el bienestar social.

También es importante concluir que las empresas deben estar bien constituidas y contar con códigos de ética dentro y fuera de la misma, para que sean responsables en todos los ámbitos. Cada empresa socialmente responsable cuenta con sus propios valores para ser atractiva para otros posibles inversionistas, para el crecimiento, desarrollo y sustentabilidad de su corporación; tomando en cuenta aspectos de los cuales es responsable, tales como el cuidado ambiental.

Se destaca la labor altruista o labor social de las empresas hacia la comunidad, teniendo claramente la visión y objetivo de beneficiar a su entorno en el cual se desarrollan. Con esto se puede mantener la aceptación y colaboración de su personal y ciudadanía en general; además lograr una competencia exitosa con las demás empresas motivándolas a seguir su ejemplo responsable.

Las empresas son unidades económico sociales con el fin monetario de obtener ganancias, y cada día se demuestra que para que puedan seguir funcionando las instancias correspondientes les exigen mayores lineamientos de ser empresas consolidadas y

responsables, motivo por el cual tienen que desarrollar estrategias de RSE y competitividad a nivel estatal, nacional e internacional. La falta de interés y conocimiento han sido factores para la desaparición de muchas empresas que no cuentan con las normas establecidas para su funcionamiento, o que no incluyen entre sus acciones, estrategias responsables con su ambiente externo.

Por último, la RSE es un tema contemporáneo y amplio en muchos países preocupados por su mejora dentro del mercado para la supervivencia de sus empresas y colaboradores. Por lo anterior, se implantan estrategias cada vez más consolidadas para alcanzar resultados a largo plazo, siendo un reto económico y laboral implementándolo en sus áreas de trabajo, familia y sociedad.

Referencias bibliográficas

- Aragónés, P. (1998). *Empresa y medios de comunicación*. Ediciones Gestión. <https://www.casadellibro.com/libro-empresa-y-medios-de-comunicacion/9788480882408/603153>
- Araque, R. A., y Montero, M. J. (2006). *La responsabilidad social de la empresa a debate* (Vol. 64). Barcelona: Icaria. <https://acortar.link/uyqPbL>
- ASE. (2015). *Responsabilidad social corporativa: empresarios y directivos cristianos ante el desarrollo sostenible*. España: SCHEDAS.
- Camacho, I., Fernández, J. L., González, R., y Miralles, J. (2013). *Ética y responsabilidad empresarial* (2 ed.). Bilbao: Desclée de Brouwer. <https://books.google.com.mx/books?id=QOAelgEACAAJ&dq=ETICA+Y+RESPONSABILIDAD+EMPRESARIAL+2013&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiph9XX-ffeAhWLRfKkHeCnACAQ6wEIKTAA>
- Correa, M. E., Flynn, S., y Amit, A. (2004). *Responsabilidad social corporativa en América Latina: Una visión empresarial*. Santiago de Chile: CEPAL. <https://doi.org/LC/L2104-P>

- Cortina, A. (2009). *Ética de la empresa: No solo Responsabilidad Social*. Janeiro: JSTOR.
- Crespo, J., Fondevila, J., y Marqués, J. (2022). Employer branding y propuesta de valor al empleado en códigos éticos: estudio de caso. *Innovar*, 32(83). http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-50512022000100051
- De la Cuesta, M., y Cueto, C. (2017). La Administracion Publica de la Responsabilidad Social Corporativa. En C. C. Cedillo, y M. M. De la Cuesta Gonzalez, *La Administracion Publica de la Responsabilidad Social Corporativa* (p. 140). UNED.
- De sebastián, L. (2007). Responsabilidad social de la empresa. *Documentación social*, 146, 236. <https://acortar.link/sVLVzd>
- Fernández, M. (Julio de 2007). "En defensa de la fuente de trabajo": demandas y prácticas de movilización en una empresa. *Avá. Revista de Antropología*, (11). <https://www.redalyc.org/pdf/1690/169014141003.pdf>
- Fernandez, G. R. (2010). Responsabilidad Social Corporativa. En R. F. Garcia, *Responsabilidad Corporativa* (p. 408). Editorial Club Universitario.
- Gaete Quezada, R. (2020). Dirección por valores y responsabilidad social en universidades estatales chilenas. *Revista Digital de Investigación en Docencia Universitaria*, 14(1). http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S2223-25162020000100004&script=sci_arttext
- Galan, J., y Saenz, A. (2012). La responsabilidad Social Corporativa. En A. S. Jose Igancio Galan, *La responsabilidad Social Corporativa* (p. 222). ESPAÑA: Ediciones Universal Salamanca.
- García, J. D. (2001). *Prácticas de la Gestión Empresarial* (1 ed.). madrid: Mc Graw Hill. <https://www.urbe.edu/UDWLibrary/InfoBook.do?id=8798>
- Gilli, J. J. (2013). *Ética y empresa*. Buenos Aires, Argentina: Ediciones Granica. <https://acortar.link/c1WYcp>
- Gómez-Luna, E., Fernando-Navas, D., Aponte-Mayor, G., y Betancourt-Buitrago, L. A. (2014). Metodología para la revisión bibliográfica y la gestión de información de temas científicos, a través de su estructuración y sistematización. *Dyna*, 81(184), 158-163. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=49630405022>
- Hernández-Sampieri, R., y Mendoza-Torres, C. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Mexico: Mc Graw Hill.
- Lafuente, A., Viñuales, V., Pueyo, R., y Llaría, J. (2003). *Responsabilidad Social Corporativa y Políticas Públicas*. España: ECODES.
- Martinez, H. (2011). Responsabilidad social y ética empresarial. En H. Martínez Herrera, *Responsabilidad social y ética empresarial* (p. 214). Colombia, Bogotá: Ecoe ediciones.
- Munch, L. (2019). *Administracion Gestion Organizacion Enfoques y Procesos Administrativos*. Mexico: Pearson Educacion Mexico.
- Navarro, F. (2012). *Responsabilidad Social Corporativa: Teoría y práctica* (2012 ed., Vol. 2). madrid: ESIC. Retrieved 02 NOVIEMBRE 2012, from <https://acortar.link/KEdVjB>
- Navas, W., Casa, N., y Chisag, G. (2023). La responsabilidad social empresarial medida por la Norma ISO 26000. Caso de estudio. *Revista de investigación SIGMA*. <https://journal.espe.edu.ec/ojs/index.php/Sigma/article/view/2928>
- Palacios, B., García del Junco, J., y Espasandín, F. (2014). *Manual práctico de responsabilidad social corporativa*. ESPAÑA: Piramide.
- Perdiguero, T. G., y García, A. (2005). *La responsabilidad social de las empresas y los nuevos desafíos de la gestión empresarial*. Valencia: Universitat de Valencia. <https://acortar.link/N42tj0>
- Peribañez Blasco, E., Sanchez Garcia, V. E., y Cano Linares, M. A. (2016). Responsabilidad Social Corporativa. En E. Peribañez Blasco, V. E. Sanchez Garcia, y M. A. Cano Linares, *Responsabilidad*

- Social Corporativa* (p. 236). Madrid: Dykinson.
- Rengifo, C., y Sánchez, S. (2022). *Responsabilidad social empresarial y desarrollo sostenible: reflexiones desde la ética aplicada*. Universidad Privada del Norte, Administración y Negocios Internacionales. Perú: Universidad Privada del Norte. <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/30899/RENGIF~1.PDF?sequence=2&isAllowed=y>
- Sabogal, J. (2008). *Aproximación y cuestionamientos al concepto responsabilidad social empresarial*. España: Universidad Militar Nueva Granada.
- Sáenz, A., y Galán, J. I. (2012). *Reflexiones sobre la responsabilidad social corporativa en el siglo XXI* (1 ed.). España: Universidad de Salamanca. <https://acortar.link/cBYfN3>
- Valencia, K., Velázquez, J., y Villegas, E. (2023). ¿Existió Responsabilidad Social Empresarial durante la pandemia? Una visión de estudiantes de licenciatura. *VinculaTégica EFAN*, 9(1). <https://vinculategica.uanl.mx/index.php/v/article/view/200/337>
- Villa, L., Perdomo, J., y Pedraza, C. (2021). Responsabilidad social empresarial en empresas de la industria colombiana: una aproximación comprensiva. *Revista venezolana de gerencia*, 26(95). <https://www.redalyc.org/journal/290/29069613027/29069613027.pdf>
- Villagra, N. (2006). *La Comunicación de la Responsabilidad Social Corporativa*. Madrid: Univ Pontifica Comillas. <https://acortar.link/WKyA9p>
- Vives, A., y peinado, E. (2011). *La responsabilidad social de la empresa en américa latina*. Washington, D.C.: Cumpetere.
- Wulf, E. (2018). *Responsabilidad Social Empresarial: un desafío corporativo*. Chile: Universidad de la Serena.

