

**ÉTICA Y RESPONSABILIDAD
SOCIAL EMPRESARIAL:
¿RELACIÓN VIRTUOSA?**

Autor: Oscar Pereira
oscarpereiramarquez@gmail.com

RESUMEN

Este ensayo busca sustentar la relación que se presenta en las organizaciones, en la cual los principios éticos, son la columna vertebral para establecer las relaciones de todo el espectro empresarial y gerencial. Los dos elementos centrales considerados para este ensayo son la ética y la responsabilidad social empresarial. Se trata de explicar la importancia que se da a la ética y a la moral dentro de las organizaciones y cómo estratégicamente, pueden servir de apoyo a la responsabilidad social empresarial, sirviendo de base al éxito que se generaría en las empresas a través del valor que le imprime el gerente a la labor desempeñada como líder en el desarrollo de las metas y objetivos propuestos en correspondencia con los cambios que se generan en la sociedad. La línea de investigación del Doctorado en Gerencia Avanzada de la Universidad “Fermín Toro”, donde se enmarca este ensayo, es la denominada Responsabilidad Social de la Empresa, Calidad de Vida y Bienestar en la Sociedad de la Información, y está contenida en el temario de la Ética Empresarial y Valores en la era informacional.

Ética, responsabilidad, social, empresarial

PALABRAS CLAVE

Ética,
responsabilidad,
social, empresarial

ETHICS AND CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY: VIRTUOUS RELATIONSHIP?

Author: Oscar Pereira
oscarpereiramarquez@gmail.com

ABSTRACT

This essay seeks to support the relationship that occurs in organizations, in which ethical principles are the backbone to establish relationships across the business and managerial spectrum. The two central elements considered for this essay are ethics and corporate social responsibility. It is about explaining the importance given to ethics and morals within organizations and how strategically, they can support corporate social responsibility, serving as a basis for the success that would be generated in companies through the value that it the manager prints the work performed as a leader in the development of the proposed goals and objectives in correspondence with the changes that are generated in society. The research line of the Doctorate in Advanced Management at the University "Fermín Toro", where this essay is framed, is called Corporate Social Responsibility, Quality of Life and Well-being in the Information Society, and is framed in the agenda of Business Ethics and Values in the informational era.

KEYWORDS: Ethics, responsibility, social, business

«En mi opinión las empresas exitosas del futuro serán aquellas que decidan alinear los valores de la empresa con los valores personales de sus empleados. Los mejores talentos quieren hacer un trabajo que contribuya a la sociedad, con una empresa cuyos valores compartan, donde sus acciones cuenten y sus opiniones importen»-

Jeroen van der Veer, CEO of Shell

INTRODUCCIÓN

Actualmente, no es suficiente, que los propósitos, principios y objetivos estén enfocados a beneficiar la empresa a cualquier costo y sin considerar el impacto que las estrategias implementadas y las acciones llevadas a cabo puedan causar. Este pensamiento es un poco cerrado, si se está perjudicando el entorno en el que vivimos y a largo plazo el daño provocado será irreparable. Sobre esto encontramos que Acuña y col. (2014) indica que “la nueva tendencia es implementar estrategias enfocadas en la sostenibilidad del entorno mediante la Responsabilidad Social Empresarial”.

Cuando se refiere a las relaciones organizacionales o empresariales, con la actuación profesional, cada individuo tiene su propio patrón de principios, por ello se

hace necesario que cada uno haga su propia reflexión, referente a los temas de ética, moral, responsabilidad social empresarial, entre otros, y en cuanto modo de compatibilizar los comportamientos con los principios corporativos, el código de conducta y ética empresarial, los objetivos estratégicos, las normas internas de las compañías y la legislación aplicable.

Es fundamental tratar de ubicar la importancia de la ética en las organizaciones, ya que para ser más competitiva y adaptarse a los entornos actuales, estas deben asumir con criterios éticos/morales, las responsabilidades de sus actos, decisiones y negocios y así ser vistos por los clientes (internos y externos), como organizaciones confiables, serias y sobre todo éticas, y mucho más con el punto de la Responsabilidad Social Empresarial.

Sobre esto podemos tomar que según Campoverde (2014), “lo que se quiere, es mostrar que, las prácticas éticas son rentables a diferencia de la corrupción y que, en el ámbito empresarial actual, la Ética y la Responsabilidad Social Empresarial” se han convertido en un eje principal y neurálgico en su proyección ante la comunidad. Expresamente se cree, que una empresa u organización que no esté convencida en invertir y crear, en Responsabilidad Social Empresarial, en estos tiempos actuales, está destinada a salir de la competencia ante la sociedad y en consecuencia perder espacios reales de mercado, en esto Evans (2010) indica que:

El concepto de la responsabilidad social empresarial debe entenderse como parte de un proceso de transformación evolutivo que el mundo empresarial ha tenido que llevar a cabo para pasar de sociedad industrial antigua, a una más actual, globalizada y responsable, consciente y comprometida con la conservación del medio

ambiente y de la sociedad en su conjunto (p.12).

DESARROLLO ARGUMENTATIVO

La Responsabilidad Social Empresarial

La RSE, es la contribución al desarrollo humano sostenible, a través del compromiso y la confianza de la empresa hacia sus empleados y las familias de éstos, y fundamentados en principios éticos, a la sociedad en general y para la comunidad local, en pos de mejorar el capital social y la calidad de vida de toda la comunidad. El objetivo principal de la responsabilidad social empresarial es que el impacto positivo que causan estas prácticas en la sociedad se traduzca en una mayor competitividad y sostenibilidad para las empresas. Así, ser responsable socialmente, generará automáticamente más productividad, puesto que una mejora en las condiciones para los trabajadores optimizará también su eficacia.

Según Martínez (2014), "la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), es un concepto que durante los últimos años ha cambiado la forma de como las empresas hacen negocios y también lo que los consumidores esperan de las compañías". En este tiempo, han surgido organizaciones que entienden perfectamente, cómo pueden beneficiarse de la RSE, mientras que otras todavía no han logrado alinear sus objetivos de negocios con sus acciones responsables.

Antelo y Robaina (2015) sostienen que "la responsabilidad social empresarial es el compromiso continuo de contribuir al desarrollo económico sostenible, mejorando la calidad de vida de los empleados y sus familias, así como la de la comunidad local y de la sociedad en general" (p.59). Una empresa socialmente responsable es aquella cuyos directivos y propietarios son conscientes del efecto que las operaciones de la organización pueden ocasionar al interior y al exterior de la compañía. A esto, Henríquez y Orestes (2015), agregan

que "la RSE no pretende que los integrantes de una organización actúen éticamente, sino que la compañía promueva este valor y lo haga propio de su cultura organizacional". (p.18), esto permite reafirmar lo importante y fundamental sobre la actuación ética de los integrantes de una organización y el asimilar los principios que se encierran en ese concepto.

En esta línea se debe señalar, que la RSE no solo está enfocada en la generación de valor agregado o a la obtención de mejores resultados financieros, sino que adicionalmente compromete en su atmósfera a actores internos como los trabajadores (en toda su extensión), colaboradores y accionistas, y actores externos como clientes, proveedores y distribuidores, considera que el rendimiento económico permite a una empresa crecer, la gestión de sus procesos y su transparencia le permiten sostenibilidad, es decir, existencia en el tiempo.

Así también, Torassa (2010), menciona que la responsabilidad social no es una carga o un costo

hundido para una empresa, sino que es un verdadero factor esencial de supervivencia: aquellas firmas que descuidan este aspecto, corren serios riesgos de perder su legitimidad social y, por tanto, el papel económico que detentan. De la misma manera, Dahlsrud (2008) define la responsabilidad social empresarial como un conjunto de políticas que las empresas deciden adoptar libre y voluntariamente con la finalidad de contribuir de forma adecuada a la sociedad, contribuye con la conservación del medio ambiente y mantiene relaciones beneficiosas con determinados grupos de interés.

En consecuencia, todos aquellos aspectos que se incorporan en la definición de Visión, Misión, Objetivos, y resto de componentes que constituyen el marco moral y de acción, de una organización, deben ser contemplados en la interacción con la RSE de la empresa u organización, siendo esta una herramienta de ventajas en la calidad de sus trabajadores. Con esta actividad se puede crear lazos y lograr un buen clima laboral, cosa que es

muy importante en la producción, en consecuencia, si los empleados se sienten a gusto en su trabajo, los resultados serán positivos, y por derivada, la acción de la empresa será considerada siempre de alto valor positivo, en cuanto a todos aquellos principios que la puedan hacer de una credibilidad y reputación valiosa ante la sociedad.

Las dimensiones y ámbitos estratégicos de la responsabilidad social

Para conocer plenamente todo lo que encierra este concepto tan amplio, como lo es la responsabilidad social, es importante destacar las seis dimensiones que la conforman. Mediante estas se puede realizar un análisis y aplicabilidad más integral hacia la organización. Las personas y las sociedades en las cuales interactúan tienen diferentes niveles de responsabilidades, las mismas se pueden agrupar y definir de acuerdo con lo planteado por Ulla (2003); y posteriormente Lacruz (2005) quienes plantean la división de las dimensiones en tres grupos: internas,

medio ambientales y externas. En ellas están contenidas las seis mencionadas que se explican a continuación:

La primera dimensión es la *económica interna*, esta hace referencia al hecho de que se espera que la empresa sea sustentable económicamente en el tiempo, es decir, que genere utilidades y se mantenga a flote en el mercado. Esta dimensión prioriza la generación y distribución del valor agregado no solo de acuerdo con las condiciones del mercado, sino que también se considere la equidad y la justicia entre accionistas y colaboradores (Lacruz, ob.cit.).

La segunda dimensión es la *económica externa* que principalmente apela a la participación activa de la definición e implantación de planes económicos para su país o región. Dentro de esta dimensión se considera el aporte impositivo de las organizaciones a las instituciones públicas, así también como la generación y distribución de servicios y bienes que son útiles y rentables

para la comunidad dañada de dichos recursos (Lacruz, ob.cit.).

En la dimensión *social interna* los proveedores, directivos, inversionistas y colaboradores comparten y subsidian la responsabilidad que tienen para con una buena calidad de vida, excelentes condiciones de trabajo y el pleno desarrollo de todos en lo que respecta a competencias y habilidades profesionales (Lacruz, ob.cit.).

La cuarta dimensión es la *sociocultural y política externa* que resume la aportación y la realización de acciones adecuadas para preservar y mejorar el mercado en el cual se desarrolla la organización, la comunidad que la rodea y los recursos que utiliza, donde no solamente se requiere de apoyo económico, sino también de apoyo con recursos y tiempo (Ulla, ob.cit.).

En la dimensión *ecológica interna*, se implica la absoluta responsabilidad sobre cualquier tipo de daño ambiental que ocasiona la organización, por la realización de sus procesos productivos, productos terminados o subproductos derivados,

por tanto, incluye la prevención y reparación de los mismos ya sean causados o llegados a causar (Lacruz, ob.cit.).

Por último, la dimensión *ecológica externa*, son todas aquellas acciones que realizan las organizaciones para la preservación general del medio ambiente, independientemente de los recursos que utiliza, sus niveles de contaminación o el territorio en el cual se encuentra (Lacruz, ob.cit.).

Cajiga (2013), afirma que una vez que se tenga claro lo que encierra cada una de las dimensiones de la responsabilidad social, se puede establecer las estrategias que las empresas llevan a cabo, ya que, a través de estas acciones concretas dentro de su entorno, su mercado y contexto se pueden asociar con otros actores que comparten los mismos intereses o estrategias ambientalmente responsables, que garantice sostenibilidad a mediano o largo plazo.

La Responsabilidad Social Empresarial reconoce cuatro líneas o

ámbitos estratégicos de aplicabilidad que son las siguientes:

- Ética y gobernabilidad empresarial,
- Calidad de vida en la empresa (dimensión social del trabajo),
- Vinculación y compromiso con la comunidad y su desarrollo,
- Cuidado y preservación del medioambiente.

Todas las dimensiones y ámbitos estratégicos explicados requieren de una aplicación muy planificada y organizada dentro de las organizaciones, de tal manera que la visión y misión, así como sus objetivos y principios, de la organización se alinean a todo nivel, con el cuidado y preservación de los recursos, el medio ambiente y la comunidad.

La Ética

La ética se puede expresar como, la rama de la filosofía que estudia lo correcto o equivocado del comportamiento humano, la moral, la virtud, el deber, la felicidad y el buen vivir. Además, tiene como centro de atención las acciones humanas y aquellos aspectos de las mismas que se relacionan con el bien, la virtud, el

deber, la felicidad y la vida realizada. La ética, pues, estudia la moral y determina cómo deben actuar los miembros de una sociedad. Por lo tanto, se la define como la ciencia del comportamiento moral.

Según Prado (1997), “La ética es la disciplina filosófica que estudia la moral, la conducta y las obligaciones del hombre ante sus semejantes”, entonces, la ética estudia qué es un acto moral, cómo se justifica racionalmente un sistema moral, y cómo se ha de aplicar posteriormente a nivel individual y a nivel social. En la vida cotidiana constituye una reflexión sobre el hecho moral, es decir busca las razones que justifican la adopción de un sistema moral u otro.

De esta manera, la ética trata de orientar la acción del hombre no sólo para lograr alguna meta particular, sino considerando toda la realidad, orientando el logro de la realización integral del ser humano. Así pues, el gerente que es un individuo de naturaleza racional y está compuesta de un cuerpo sensible semejante a los animales, y de un principio constitutivo inmaterial o espiritual, actúa de

diversas formas mientras pueda regir su acción.

Según, lo afirma Savater (1999), la actividad empresarial tiene posibilidades éticas como cualquier otra actividad de interés público. Para el mencionado autor, el empresario tiene una función social y la honradez y el respeto a su propia deontología son los instrumentos más eficaces con los que cuenta. Plantea que en el marco empresarial es necesario luchar contra la superstición de que un empresario honrado es ineficaz.

Siguiendo el mismo orden de ideas, Cortina (2003), plantea que la ética empresarial o de los negocios se centra en la concepción de la empresa como organización económica y como institución social. En este sentido, Guédez (2002), considera que la ética empresarial persigue asegurar la honestidad como expresión de un concepto integral del buen negocio. Asimismo, todo gerente sabe que debe hacer el bien y evitar el mal. A partir de esta máxima, es capaz de deducir una serie de normas fundamentales como las de no robar, ni mentirles a las personas, entre

otras. Estas normas se reducen a ser dueño de sí mismo, es decir, no convertirse en juguete de las pasiones, no dañando a las demás personas, y esto incluye el saberse alineado con la misión, visión y valores de la organización que representa, sin que éstas vayan en contra de sus creencias y sistema de valores.

Relacionando Ética con Responsabilidad Social Empresarial

La ética y la RSE son conceptos que la sociedad ha aplicado en su actuar desde tiempos atrás, y han sido introducidos en las organizaciones desde que han sido conceptualizadas por sus creadores. Desde el punto de vista de las organizaciones, la ética tiene que ver con la axiología, o sea con los valores que son reflejados en la cultura empresarial como normas y principios, y que tienen como fin alcanzar una mayor armonía con la sociedad para permitir una mejor adaptación a todos los entornos en pro de respetar los derechos de la sociedad y los valores que ésta comparte. Para profesar la ética

dentro de las organizaciones, las empresas crean sus códigos de ética con la finalidad de combatir la corrupción, el engaño y el mal comportamiento de sus integrantes, que no solamente permea al interior, sino que trasciende al exterior de las organizaciones.

En este sentido, la OIT (Organización Internacional del Trabajo) define la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), como “el conjunto de acciones que toman las empresas para que sus actividades tengan repercusiones positivas en la sociedad y reafirman los principios y valores por los que se rigen, tanto en procesos internos como externos”. Por lo tanto, la responsabilidad social es una forma de hacer negocios que toma en cuenta efectos sociales, ambientales y económicos de la acción empresarial, integrando en ella el respeto por los valores éticos que inciden en las personas, las comunidades y el medio ambiente. Finalmente, ambos conceptos se resumen en el actuar de las personas, pues una empresa gestiona éticamente cuando los individuos que

la crean y que en ella colaboran, lo hacen dentro de sus propios valores y principios de conducta, los cuales son el reflejo de lo que se recibe en las familias, las escuelas y que son acordes al entorno social.

La correlación que existe entre las diferentes variables de la responsabilidad social empresarial, miden distintas interrelaciones entre variables como reputación corporativa, competencia, aprendizaje, eficiencia y desempeño financiero. A partir de lo planteado anteriormente, Valenzuela, Jara y Villegas (2015), proponen que todos los aspectos relacionados a iniciativas de RSE, tienen al final una repercusión en la reputación corporativa y en el desempeño financiero, se afectan así variables como el crecimiento en ventas, la participación de mercados y el rendimiento de las acciones, posicionamiento de la marca y el rendimiento financiero de los clientes. Los beneficios que una empresa puede obtener por la institución de prácticas y políticas de responsabilidad social pueden ser innumerables, tanto en aspectos

internos como la satisfacción del personal, además en aspectos externos a la empresa como en el correcto posicionamiento de la marca.

La RSE, es la responsabilidad de una empresa o corporación con respecto a las consecuencias de su accionar en lo social y con el medio ambiente, considerando las acciones, decisiones y actividades, tanto dentro como fuera del negocio. La medición de los efectos se genera por medio de un comportamiento transparente y ético, entendiendo lo ético como el acto que no genera beneficios negativos para un tercero para generar un beneficio propio. El objetivo de las acciones de RSE es contribuir con la estabilidad, con la fortaleza y la armonía de la sociedad, por lo que es necesario identificar cuáles son los objetivos y los valores de la comunidad para alinearse con ellos y generar valor tanto social como medioambiental.

POSTURA CONCLUSIVA

Las organizaciones modernas que quieren tener éxito en sus

operaciones comerciales deben tener como prioridad la consideración de la responsabilidad social empresarial dentro de su gestión, no solamente como un aspecto muchas veces exigido por las leyes de los países, sino como una conciencia transparente del impacto que causa cada industria al medio ambiente, a los recursos y a la sociedad en general. La nueva tendencia es implementar estrategias enfocadas en la sostenibilidad del entorno mediante la Responsabilidad Social y sé que, con el paso del tiempo, muchas más empresas adoptarán esta filosofía. La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es la acción voluntaria que ejecuta una entidad para hacer parte de sus actividades diarias el cuidado del medioambiente, el desarrollo social y desarrollo sostenible.

La relación biyectiva entre los contenidos que constituyen a la ética y todos sus preceptos, son y tienen una importancia fundamental en los alcances de la RSE tornándose como un eje de acción, que hace que se convierta en una obligación, consistiendo en todas aquellas

acciones orientadas al desarrollo sostenible, y priorizando aspectos como la ética y la justicia.

En consecuencia, se pudiera decir que, a mayor arraigo e internalizado estén los principios que constituyen a la Ética, - entendiendo que los principios éticos son declaraciones propias del ser humano, que apoyan su necesidad de desarrollo y felicidad, los principios son universales y se los puede apreciar en la mayoría de las doctrinas y religiones a lo largo de la historia de la humanidad, entre ellos se pueden citar, justicia, libertad, responsabilidad, honestidad y respeto -, pues la influencia de modo positivo en la RSE será de beneficio exponencial, por tales razones, internalizar la ética en una organización, fijarla como un principio fundamental de la misma y emplearla en conjunto a una estrategia de RSE, hace que esa combinación sea de beneficio empresarial, ya que los participantes o integrantes de esta relación, tendrán más beneficios que pérdidas, de manera global, visto que una empresa que fundamente sus

estrategias, en valores éticos, difícilmente, pueda sufrir consecuencias negativas de acción.

Es importante recalcar que las empresas pueden desempeñar un papel muy importante en la vida de las personas, no solo como proveedoras de empleo y de riqueza, sino como agente de desarrollo en las comunidades en la que están insertas. Los principios éticos empresariales vinculan las razones del ser o existir de una organización con la forma en que esta desempeña su función en la sociedad, integrando valores como honestidad, confianza, respeto y justicia. A pesar de que estos valores deben practicarse en las empresas, no siempre son considerados para la toma de decisiones (Soto y Cárdenas, 2007).

Los principios éticos están en la base de las empresas que destacan por sus buenos resultados. La ética no es solo un tema para especialistas, es parte viva de la realidad empresarial y una necesidad para todos sus miembros. partiendo del hecho que es en la ética donde deben centrarse lo esfuerzos para alcanzar los objetivos

gerenciales, los cuales guían el camino hacia la consecución de los organizacionales. Muchas grandes empresas son conscientes de ello y han tratado de aprovechar las expectativas que genera la RSE para obtener ventajas competitivas y mantener las relaciones entre los diferentes grupos de interés. Finalmente, las contribuciones que provienen del sector empresarial, específicamente de las ganancias corporativas que se utilizan para apoyar al sector civil y sin fines de lucro, han dejado de ser una actividad autónoma confiada a una fundación y forma parte, cada vez más, de las estrategias que contribuyen a realizar el objeto social de la empresa.

El ámbito de los negocios se basa en valores morales: la confianza, la libre competencia, la justicia en los contratos, entre otros, y justamente, quien le da el valor, son normalmente los clientes, tanto internos como externos. Cuando una empresa hace esfuerzos de todo tipo para tener una buena imagen, no solo le interesa la imagen de eficacia, también la de confianza y honradez. Una empresa

no es nada en el mercado si la gente no confía en ella, ya que debe generar la confianza, no sólo por sus productos y la calidad con que los pueden ofrecer, sino también, por el buen accionar hacia la sociedad.

REFERENCIAS

- Acuña, L., Araque, J., Rosero, O., Rubio, G. Y Uribe, M. (2014). **Responsabilidad Social Empresarial: Una Mirada Desde la Teoría y la Praxis Empresarial**. Ibagué: Universidad del Tolima.
- Antelo, Y., y Robaina, D. (2015). **Análisis de la Responsabilidad Social Empresarial Basado en un Modelo de Lógica Difusa Compensatoria**. Ingeniería Industrial, 36(1), pp. 58-69. Disponible en: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-59362015000100007&lng=es&tlng=es Fecha de consulta: 10/08/2020
- Campoverde, F. (2014). **Ética como Fundamento de la Responsabilidad Social Empresarial**. Recuperado el 11 de agosto de 2020, de <http://www.gestiopolis.com/etica-como-fundamento-de-laresponsabilidad-social-empresarial/>
- Cajiga, J. (2013). **El Concepto de Responsabilidad Social Empresarial**. México: CEMEFI.
- Cortina, A. (2003) **Pluralismo Moral. Ética de Mínimos y Ética de Máximos**. Disponible en <http://www.filosofia.uchile.cl/cedea/Documentos/texto7.doc> Fecha de consulta 09/08/2020
- Dahlsrud, A. (2008). **How Corporate Social Responsibility is Defined: An Analysis of 37 Definitions**. Corporate Social Responsibility and Environmental Management, 15, pp. 1-13. Disponible en: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/csr.132/full>
- Evans, A. (2010). **Una respuesta a la Acción Social, de la Rentabilidad a la responsabilidad social empresarial**. Revista Ciencias Estratégicas, 18 (23), pp. 11-15. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3631293.pdf>
- Guédez, V. (2002). **La Ética Gerencial. Instrumentos Estratégicos que facilitan decisiones correctas**. Colección Temas Gerenciales. Caracas. Editorial Planeta Venezolana S.A.
- Henríquez R., Oreste R. (2015). **Implicancias de una Responsabilidad Social Empresarial sustentable/interventions of corporate social responsibility**. Revista Gestión de las Nilda Avellán, Silvia Altamarino, Mónica Revista ECA Sinergia. Facultad de Ciencias Administrativas y

Económicas. U.T.M. junio 2018 Vol. 9 N° 1 Personas y Tecnología, 8(23), 12.

Lacruz, F. (2005). **La Empresa Ambientalmente Responsable: Una Visión De Futuro**. Economía, 21, pp. 39-58. Disponible en: http://www.redalyc.org/pdf/1956/Resumenes/Resumen_195617349003_1.pdf

Martínez, Y. (2014). La Responsabilidad Social Empresarial. Disponible en <https://www.eoi.es/blogs/mintecon/2014/04/07/la-responsabilidad-social-empresarial-rse/> Fecha de consulta 09/10/2020

Prado, J.G. (1997). **Psicología. Cuarto Grado de Educación Secundaria**. Lima Perú.

Savater, F. (1991). **Ética para Amador**. Ariel. Barcelona. España.

Soto, E. y Cárdenas, J. (2007). **Ética en las Organizaciones**. México. McGraw Hill.

Torassa, S. (2010). **Más Allá de la Teoría: Responsabilidad Social Empresarial en Casos Prácticos**. INCAE Business Review, 1 (11), pp. 1-7.

Ulla, L. (2003). **RSE y Desarrollo Sustentable**. Ponencia presentada por el Instituto Argentino de Responsabilidad Social. Disponible en: <http://www.iarse.org>

Valenzuela, L., Jara, M., & Villegas, F. (2015). **Prácticas de**

Responsabilidad Social, Reputación Corporativa Y Desempeño Financiero. Revista de Administración de Empresas, 55(3), 329-344.