

Responsabilidad Social Empresarial y cómo deben implementarla las empresas para que sean más competitivas

Corporate Social Responsibility and how companies should implement it to be more competitive

Lina María Andrade Restrepo

Corporación Universitaria Minuto de Dios - UNIMINUTO (Colombia)

landradere1@uniminuto.edu.co

María Alejandra Andrade Restrepo

Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD(Colombia)

maria.andrade@unad.edu.co

Resumen

Este artículo habla de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), la cual aparece como respuesta a la crisis social y ambiental, y de la preocupación de algunas empresas por subsanar estas crisis. La RSE en sí constituye una serie de leyes y normas aplicadas a las empresas, quienes buscan el bienestar económico, social y ambiental de una comunidad o un grupo de personas. El principal objetivo es entender de qué trata la RSE y cómo deben implementarla las empresas para que sean más competitivas. El artículo inicia definiendo qué es la RSE, tomando el punto de vista de diferentes autores. Luego establece cómo los grupos de interés o stakeholders influyen en las estrategias o políticas que realizan las empresas para implementar las leyes o normas. Finalmente, se indica cómo las empresas que implementan la RSE pueden llegar a ser competitivas.

Palabras claves: responsabilidad social empresarial, bienestar social y ambiental, grupos de interés, competitividad.

Clasificación JEL: M14

Recibido: 10 /06/2021

Aceptado: 03/03/2022

Abstract

This article talks about Corporate Social Responsibility (CSR), which appears as a response to the social and environmental crisis, and the concern of some companies to overcome these crises. CSR in itself it constitutes a series of laws and norms applied to the companies, those who seek the economic, social and environmental well-being of a community or a group of people. The main objective is to understand what CSR is about and how companies should implement it to be more competitive. The article begins by defining what CSR is, taking the point of view of different authors. Then it establishes how interest groups or stakeholders influence the strategies or policies that companies carry out to implement laws or regulations. Finally, it is indicated how the companies that implement CSR can become competitive.

Keywords: corporate social responsibility, social and environmental welfare, stakeholder, competitiveness.

JEL Classification: M14.

Received: 10 /06/2021

Accepted: 03/03/2022

1. Introducción

La Responsabilidad Social Empresarial (en adelante RSE) nace por el incremento de las crisis social y ambiental, además del creciente desinterés de las empresas por las consecuencias de estas crisis, y que muchas veces son ocasionadas por ellas. Por consiguiente, algunas empresas empezaron a tener mayor conciencia de lo que acontecía en el mundo y empezaron a desarrollar políticas y estrategias que buscaran minimizar o al menos apaciguar el efecto que ellas producen en el mundo.

Es así como, la RSE surge como una respuesta a un mundo cada vez más globalizado y al gran impacto que las empresas ejercen sobre la sociedad (Díaz de la Cruz, y Fernández Fernández, 2016). Entonces, ahora se debe mirar una manera de hacer negocios que den respuesta a las necesidades comerciales, pero también que busque beneficiar a las personas y comunidades que se ven afectadas por las empresas, creando un valor social y ambiental.

Teniendo en cuenta lo anterior, se desarrolla este artículo para entender de qué trata la Responsabilidad Social Empresarial y cómo deben implementarla las empresas para que sean más competitivas; se parte primero de hacer una breve revisión conceptual de RSE desde el punto de vista de algunos autores. Del mismo modo, se plantea la importancia de los grupos de interés o stakeholders, ya que influyen en las estrategias o políticas que realizan las empresas para implementar la RSE. Finalmente, se establece como las empresas pueden ser competitivas operando bajo la RSE.

2. ¿Qué es Responsabilidad Social Empresarial?

La RSE constituyen una serie de actividades por parte de empresarios con el fin de emprender acciones que beneficien a un territorio

o a una población. Muchas de estas actividades son obligaciones y están reglamentadas, pero algunas organizaciones solo buscan cumplir con esa norma. Sin embargo, el desarrollo de estas actividades debe ser desinteresadas y buscar el bienestar del personal involucrado. A continuación, se muestra cómo surgió la RSE y algunos conceptos para definirla.

Entre los años 30 y 40 se empezó a ver una preocupación en el mundo, debido a que las empresas estaban generando solo ganancias y contribuyendo solo a generar intereses individuales, sin pensar en las consecuencias de las actividades comerciales que ejercen. Por lo tanto, y de acuerdo con la dinámica mundial, se empieza a ver el interés por los trabajadores, la comunidad y del medio ambiente, entonces las empresas comienzan a percibir que deben obrar en pro de los intereses externos de las personas que afectan.

A pesar de que las actividades que desarrollaban las empresas beneficiaban a los trabajadores y la comunidad, todavía no existía un concepto claro o establecido de la RSE, fue a partir de los años 50 con Howard Rothmann Bowen que apareció el término de Responsabilidad Social Empresarial con la publicación del libro “Social Responsibilities of the Businessman” en 1953 (Chancay-Cedeño, 2016). De acuerdo con Bowen citado por Herrera Acosta, Vásquez Torres y Ochoa Ávil (2020), considera que el empresario está en la obligación “de adoptar políticas, y desarrollar decisiones, que acompañen líneas de acción deseables según los objetivos y valores de la sociedad” (p. 85).

En los años de los '70 todavía existían posturas que expresaban que las empresas únicamente debían existir para cumplir su función económica y poder generar mayores beneficios. Tal como lo sugería Friedman mencionado por Palacios Flórez (2020), quienes expresan que el autor “afirma que la única

responsabilidad de las empresas es más que la responsabilidad de generar utilidades para los accionistas y a su vez se concibe la empresa como un proyecto económico dirigido por un empresario” (p. 79-80).

En los años '90 toma fuerza la RSE por varias organizaciones como la Organización de las Naciones Unidas (ONU), la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) y que han expresado su preocupación por la generación de políticas, programas, planes, leyes, principios que consoliden la protección de los derechos humanos, el derecho de los trabajadores y la conservación del medio ambiente (Tinoco Cantillo, Arango Buelvas, Benavides, 2012). Aunque acogerse a estos principios es de manera voluntaria, fueron muchos países que se comprometieron a velar que las empresas se comportaran de una manera más ética pensando en la sociedad.

Ahora bien, pasando a definir la RSE, De la Cuesta y Martínez (2003) sostienen que constituye una serie de “obligaciones y compromisos, legales y éticos, nacionales e internacionales, con los grupos de interés, que se derivan de los impactos que la actividad y operaciones de las organizaciones producen en el ámbito social, laboral, medioambiental y de los derechos humanos” (p. 7). De modo que, la RSE toma vigencia a partir de su implantación de manera ética y moral, entonces “Se habla de la creación paulatina de una cadena de valor organizacional bajo conductas éticas, acciones responsables, pensamiento y actitudes proactivas que propongan una relación que fortalezcan los nexos inmersos en las relaciones con sus interlocutores” (Ramírez, Moctezuma y González, 2017, p. 54-55).

La RSE también establece que las empresas no solo deban cumplir con ciertas normas o leyes, sino que también generar un beneficio para la comunidad, tal como lo sugiere Correo

Jaramillo (2007) “Ser socialmente responsable no significa solamente cumplir plenamente las obligaciones jurídicas, sino también ir más allá de su cumplimiento invirtiendo más en el capital humano, el entorno y las relaciones con los interlocutores” (p. 94). Al respecto Brown Grossman (2010) afirma que “las empresas deben no sólo generar riquezas, producir bienes, ofrecer servicios de calidad, favorecer empleos, pagar impuestos y cumplir las leyes. La responsabilidad de las empresas es mucho más amplia, incluso más allá de las obligaciones jurídicas de cada país” (p. 101).

Todas las actividades derivadas de la RSE no solamente deben acatar la ley, debe ir más allá y lograr acciones éticas y responsables que no solo implique la actividad económica de la empresa (Córdoba, 2011). Es por esto por lo que la RSE “debe ir orientada coherentemente con los principios de la empresa y con el cumplimiento integral de la visión que se ha establecido tanto a nivel interno como a nivel externo” (Aguilera Castro, y Puerto Becerra, 2012, p. 6). De esta manera la “‘misión’ y ‘visión’ deben reflejar los principales fines empresariales y la posición adoptada por la empresa con respecto a sus grupos de interés, que será visible en sus políticas de RSE” (Díaz de la Cruz, y Fernández Fernández, 2016, p. 99). La RSE no solo cumple con las políticas internas que hay dentro de una empresa, también se orienta al desarrollo de estrategias que favorezcan al sector externo.

La RSE en adelante tiene una postura con vista hacia la comunidad, y no solo por sus empleados, también se empieza a ver una preocupación por las personas que las organizaciones directa o indirectamente influyen. Entonces se vislumbra que muchas empresas que aplican la RSE son más competitivas y productivas, desarrollan actividades en beneficio de las personas y generan actividades que afectan de manera positivas a la población (Herrera Acosta, Vásquez Torres, y Ochoa Ávila, 2020).

Teniendo en cuenta lo anterior, se percibe un interés de las empresas por la comunidad, una preocupación por las personas y por mejorar su contexto social y ambiental. Ramírez, Moctezuma, y González (2017) sostienen que la RSE “es la respuesta comercial ante la necesidad de un desarrollo sostenible que proteja el medio ambiente y a las comunidades sin descuidar los temas económicos; permite ganar tanto legitimidad como aceptación social” (p. 55). Más no se trata tan sólo de “Integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores” (Correa Jaramillo, 2007, p. 94), sino también que las empresas impacten “a los actores de la organización tales como los empleados, inversionistas, clientes y demás grupos de interés; se considera que la lógica de la RSE es ser consecuente con el actuar y la forma de ejercer las actividades comerciales” (Quintero-Arango, 2017, p. 149).

De acuerdo con García (2008) la RSE “implica la necesidad y obligación de las empresas e instituciones que desarrollan algún tipo de actividad económica, de mantener una conducta respetuosa de la legalidad, la ética, la moral y el medio ambiente” (p. 3). Para Aguilar (2008) las actividades de RSE “son iniciativas de carácter voluntario y que por lo tanto deben superar los requerimientos legales y normativos; involucra una sostenibilidad que comprende tres elementos: el económico, el social y el ambiental; implica responsabilidad total para con todas las partes” (p.189).

Aunque, la práctica de la RSE “exige de los empresarios una capacidad de adaptación y flexibilidad impresionante al propiciar nuevas estrategias comerciales y de producción en pro del mundo y la preservación del mismo” (Pérez Espinoza, Espinoza Carrión, y Peralta Mocha, 2016, p. 170). De modo que este tipo de prácticas “están en proceso de convertirse en un componente fundamental del moderno ma-

nagement empresarial, asociada a una concepción estratégica del mismo que transformaría y permearía tanto la estructura organizacional de las empresas, como su vinculación con el entorno social y natural” (Solís González, 2008, p. 228).

De lo expuesto se infiere que la preocupación por las empresas no solo se ve reflejada hacia fuera, también buscan un interés en ellas mismas y las personas que están inmersas dentro de la organización. Estas entidades tienen “relaciones con la sociedad que van más allá de las económicas reconociendo los grupos de interés tanto por dentro como por fuera de la empresa, aplicando la justicia como aspecto fundamental en la ejecución de los negocios” (Orozco, Acevedo, y Acevedo, 2014, p. 199). La RSE “puede partir de una actitud consciente y responsable que asumen las organizaciones hacia el bienestar común” (Aguilera Castro, y Puerto Becerra, 2012, p. 4).

La RSE debe implicar un beneficio mutuo, no solo para la empresa, por el contrario, también se debe involucrar a todos los actores, es decir, que las actividades económicas generadas por las empresas, aparte de cumplir con la función económica constituyan tareas en pro de la población interna y externa de una empresa. No solo se debe favorecer a los empleados, también es necesario que se involucre a la sociedad creando impacto laboral, social y ambiental.

Desde el punto de vista colaborativo, sobresale el concepto de valor compartido, el cual expresa que las actividades de las empresas no deben ir en una sola vía, deben ir por dos vías, beneficiando a la empresa y a la comunidad. De acuerdo con Porter y Kramer, que mencionan el principio del valor compartido, el cual “involucra crear valor económico de una manera que también cree valor para la sociedad al abordar sus necesidades y desafíos. Las empresas deben reconectar su éxito

de negocios con el progreso social” (Porter, y Kramer, 2011, p. 3). Entonces, las empresas son cada vez más competitivas a partir de la inversión en la sociedad (Porter, y Kramer, 2006).

En consecuencia, las empresas no solo se encargan de tener su “función económica, sino además una función social y ambiental, que se valora en diversos aspectos tales como la calidad de vida laboral, el respeto y protección a los recursos ambientales, el beneficio a la comunidad, la comercialización y marketing responsables” (García, 2007, p. 3). Adicionalmente, una “empresa socialmente responsable contribuye al desarrollo y superación de las comunidades en donde opera y tiene intereses comerciales. Esta relación debe estar basada en una contribución y responsabilidad compartida” (Brown Grosman, 2010, p. 106).

Como resultado se puede decir que la RSE son unas leyes y normas que deben cumplir las empresas bajo ciertos criterios nacionales e internacionales que se han establecido en procura del bienestar de la sociedad, una comunidad o un grupo de personas. De igual modo, la RSE se compone de actividades que realizan las empresas de manera ética, responsable y con la capacidad moral para generar estrategias políticas, económicas y ambientales, que ayuden tanto a actores internos y externos, logrando aplicar un valor compartido.

3. Los stakeholders como determinantes de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

Como se vio anteriormente, la RSE muchas veces está determinada por lo que demandan algunos actores que están involucrados con las empresas, estos actores o stakeholders reclaman ciertas actividades que los beneficien. En consecuencia, las empresas se ven en la obligación de realizar “políticas y estrategias que les permitan crecer y consolidarse. Las estrategias que involucran la Responsabilidad Social están

al orden del día y surgen, entonces, como una expresión manifiesta de las nuevas exigencias de los grupos de interés (stakeholders)” (Aguilera Castro y Puerto Becerra, 2012, p. 3).

La RSE “involucra una sostenibilidad que comprende tres elementos: el económico, el social y el ambiental; implica responsabilidad total para con todas las partes interesadas o stakeholders de la empresa” (Aguilar, 2008, p.189). Algunos autores como Freeman (2012) o Fernández (2014) sugieren que los stakeholders constituyen un grupo o una serie de personas que se ven afectadas por las actividades de las empresas, pero que también pueden afectar a la empresa.

El desarrollo de la RSE provoca en las empresas una serie de cambios no solamente productivos y comerciales, también en las relaciones que tienen las empresas con los demás involucrados tanto de manera interna como externa de la empresa (Solís González, 2008). De esta manera la RSE debe considerar “las expectativas de las partes interesadas (stakeholders), demostrando el respeto por los valores éticos, por la gente, por las comunidades, por el medio ambiente, y contribuyendo, de esta manera, con la construcción del bien común” (Aguilera Castro y Puerto Becerra, 2012, p. 6).

Toda organización que opera bajo la RSE no desarrolla “sus actividades de forma aislada, sino que lo hacen dentro de un ecosistema del cual participan un sinnúmero de actores, tanto internos como externos a la organización” (Pérez Espinoza, Espinoza Carrión, y Peralta Mocha, 2016, p. 173). Por lo cual, estas organizaciones actúan con el fin de proteger el medio ambiente y la calidad de vida de los grupos interesados y también de los que están a su alrededor (García, 2007, p. 3).

A partir de la RSE las empresas deben demostrar “un comportamiento que se relacione con su desempeño, con una gestión integral

desde afuera; es decir, la apreciación que se genere por parte de los grupos de interés frente a las organizaciones que conforman este sector” (Quintero-Arango, 2017, p. 148). Las empresas deben tener un compromiso con los stakeholders, deben “mantener un diálogo genuino que manifieste los valores de una institución con respecto a la comunidad, invirtiendo en ella e impulsando una relación recíproca entre esta y la organización” (Correa Jaramillo, 2007, p. 95).

La aplicabilidad de la RSE “va más allá. Es una continua relación con la sociedad a todos los niveles. Es un proceso que involucra a todos sus stakeholders y debe formar parte de la planeación estratégica de las empresas que la desarrollan.” (Sarmiento del Valle, 2011, p. 7). Así mismo “es necesario también que exista un diálogo constante, abierto y honesto con los grupos de interés (stakeholders) de la empresa. Cuando la empresa trabaja en equipo con todos los agentes involucrados, alcanza un nuevo nivel de competitividad” (Orozco, Acevedo, y Acevedo, 2014, p. 200).

Los stakeholders constituyen una parte importante para toda empresa que aplica la Responsabilidad Social Empresarial. Si realmente quiere aplicar una RSE de manera correcta, debe considerar la opinión de estos agentes tanto internos como externos, y no solo su opinión también involucrarlos en todo proceso o estrategia que quiera implementar para que se dé un escenario propicio y beneficios a todos los involucrados en la RSE.

4. La competitividad de las empresas bajo la RSE

Las empresas que trabajan bajo la RSE no se olvidan de su principal actividad económica, por consiguiente, deben coexistir con las políticas y estrategias que implementan en beneficio de la comunidad, como resultado las empresas están percibiendo la RSE como “como la transferencia de valor agregado a la sociedad; valor

que se espera que en el mediano o largo plazo se convierta en fuente de ventaja competitiva, evidentemente, si así lo advierte oportunamente la organización” (Aguilera Castro y Puerto Becerra, 2012, p. 3).

Es necesario recalcar que “los cambios del mercado, de los consumidores, la contaminación, la escasez de recursos y materias primas favorecen la búsqueda de nuevas maneras para preservar lo que actualmente tienen las empresas en la realización de sus operaciones comerciales” (Pérez Espinoza, Espinoza Carrión, y Peralta Mocha, 2016, p. 170). Cabe señalar que las empresas aceptan “que el crecimiento empresarial es producto de un conocimiento exhaustivo del entorno en el que opera la empresa y de las oportunidades de negocio que éste ofrece en cuanto al manejo y conservación del medio ambiente” (Aguilera Castro y Puerto Becerra, 2012, p. 4).

Ramírez, Moctezuma, y González (2017) afirman que “a través de los años se ha comprobado que una política de RSE alineada con las metas estratégicas y la cultura interna de la empresa tiene como resultado el mejoramiento de su desempeño financiero, la reducción de costos operativos” (Ramírez, Moctezuma, y González, 2017, p. 57). Ahora bien, las organizaciones deben ser “capaces de mostrar una mejora en la redistribución de los beneficios que ella genera hacia el ambiente local (global) para así avalar una actividad sostenible en todo sentido y que se encuentre enmarcada exclusivamente en la parte económica” (Agudelo de Bedout, 2009, p. 5).

Según Aguilera Castro y Puerto Becerra (2012) “se construyen relaciones de beneficio recíproco entre los objetivos empresariales y los intereses colectivos de la sociedad. No obstante, la organización se sirve de estas relaciones para impulsar su crecimiento y garantizar la sostenibilidad integral del negocio” (p. 5). Es por esto por lo que, cuando se actúa de ma-

nera “consciente y comprometida de mejora continua, medida y consistente que permite a la empresa ser más competitiva no a costa de, sino respetando y promoviendo el desarrollo pleno de las personas, de las comunidades en que opera y del entorno” (León, 2008, p. 85).

Una cosa que se debe de dejar claro es que las empresas que aplican la RSE no les genera una disminución en sus ingresos. Algunas empresas piensan que el involucrarles en esta serie de políticas van a ver disminuidas sus ganancias, lo cual no es cierto. Deben poder combinar la generación de capital con el bienestar social y ambiental de la sociedad, lo importante es que no dejen de lado el interés económico por el cual fueron creadas. Además, aplicar la RSE les genera una serie de beneficios que, aunque no se discuten en este artículo, debido a que existe mucha literatura al respecto, son variados y buenos para estas empresas.

Las empresas que implementan la RSE se vuelven más competitivas, porque siempre están buscando estrategias para crear valor no solo de manera interna, sino también externa. En donde se involucra a todo el personal de cada empresa y también a las personas que se ven afectadas. Son estrategias que buscan generar mayor incursión en los mercados y además, pensando en el interés de la comunidad.

5. Conclusiones

La Responsabilidad Social Empresarial es una práctica que deben hacer las empresas, no de manera obligada al cumplir leyes y normas, sino con el compromiso ético y moral de efectuar estrategias políticas, económicas y ambientales, que beneficien no solo a la empresa, sino también a la comunidad.

Es necesario que cuando las empresas ejerzan la Responsabilidad Social Empresarial tengan en cuenta los distintos actores que operan en el mercado (clientes, proveedores,

trabajadores), puesto que son ellos los que están involucrados en el desarrollo de política, al recibir directamente los efectos de la Responsabilidad Social Empresarial.

Cuando las empresas aplican la Responsabilidad Social Empresarial deben pensar también en su objeto social, su actividad económica, no deben enmarcarse en el logro del bienestar de la comunidad por encima de su interés económico, porque si no la empresa no sería competitiva. Por lo tanto, debe operar bajo los dos esquemas, una empresa sostenible, rentable y eficiente y que genere beneficios a la sociedad.

6. Referencias

- Agudelo de Bedout, S. (2009). Responsabilidad Social Empresarial, Una mirada desde Colombia. *Revista de Negocios Internacionales*. Vol. 2. No. 1. Pp. 3-11
- Aguilar, J. S. (2008). Aproximación y cuestionamientos al concepto responsabilidad social empresarial. *Revista de la Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, 16(1), 179-195.
- Aguilera Castro, A y Puerto Becerra, D. (2012). Crecimiento empresarial basado en la Responsabilidad Social. *Pensamiento y Gestión*, (32), 1-26.
- Brown Grossman, F. (2010). Los principios de la responsabilidad social empresarial. *Revista Economía Informa*, 363, 102-106. Universidad Nacional Autónoma de México.
- Chancay-Cedeño, A. B. (2016). Responsabilidad social corporativa: historia y problemas para su estudio. *Revista Científica FIPCAEC* (Fomento de la investigación y publicación en Ciencias Administrativas, Económicas y Contables). Polo de Capacitación, Investigación y Publicación (POCAIP), 1(1), 39-50.
- Córdoba, S. O. (2011). La Comunicación en la gestión de la Responsabilidad Social Empresarial. *Correspondencias y Análisis*, (1), 137-156.
- Correa Jaramillo, J. G. (2007). Evolución histórica de los conceptos de responsabilidad social empresarial y balance social. *Semestre económico*, 10(20), 87-102.

- De la Cuesta González, M., y Martínez, C. V. (2003). Responsabilidad social de la empresa. Concepto, medición y desarrollo en España. *Boletín económico de ICE*, (2755), 7-19.
- Díaz de la Cruz, C., y Fernández Fernández, J. L. (2016). Marco conceptual de la ética y la responsabilidad social empresarial: un enfoque antropológico y estratégico. *Revista empresa y humanismo*. Vol XIX, 2, 69-118.
- Fernández, M. J. R. (2014). Responsabilidad Social Empresarial: su contribución al desarrollo sostenible. *eXtoikos*, (15), 49-57.
- Freeman, R. E. (2012). La gestión empresarial basada en los stakeholders y la reputación. En *Valores y ética para el siglo XXI*, pp. 389-409.
- García, A. A. (2007). Responsabilidad social empresarial. Su contribución al desarrollo sostenible. *Revista futuros*, 5, 17.
- Herrera Acosta, J. F., Vásquez Torres, M. D. C., y Ochoa Ávila, E. (2020). La evolución de la responsabilidad social empresarial a través de las teorías organizacionales. *Revista Científica Visión de Futuro*, (2), 81-100.
- León, F. (2008). La percepción de la responsabilidad social empresarial por parte del consumidor. *Visión gerencial*, (1), 83-95.
- Orozco, Y. V. D., Acevedo, M. D. L. M. C., y Acevedo, J. A. R. (2014). Responsabilidad Social Empresarial: Teorías, índices, estándares y certificaciones. *Cuadernos de administración*, 29(50), 196-206.
- Palacios Flórez, A. K. (2020). Responsabilidad social empresarial: evolución e importancia dentro de las organizaciones. *Revista Colombiana de Contabilidad*, 8(15), 75-85.
- Pérez Espinoza, M. J., Espinoza Carrión, C., y Peralta Mocha, B. (2016). La responsabilidad social empresarial y su enfoque ambiental: una visión sostenible a futuro. *Revista Universidad y Sociedad*, 8(3), 169-178.
- Porter, M. E., y Kramer, M. R. (2011). *La creación del valor compartido* (Traducción al español). *Harvard Business Review*, 89(1/2), 62-77.
- Porter, M. E., y Kramer, M. R. (2006). Estrategia y sociedad. *Harvard business review*, 84(12), 42-56.
- Quintero-Arango, L. F. (2017). Responsabilidad social empresarial en las empresas del sector minorista. *Clío América*, 11(22), 146-159.
- Ramírez, Y., Moctezuma, P., y González, O. (2017). Importancia de la responsabilidad social en la formación de los futuros profesionales. Universidad Veracruzana. 53 – 65.
- Sarmiento del Valle, S. (2011). La Responsabilidad Social Empresarial: gestión estratégica para la supervivencia de las empresas. *Dimensión empresarial*, 9(2), 6-15.
- Solís González, J. L. (2008). Responsabilidad social empresarial: un enfoque alternativo. *Análisis económico*, 23(53), 227-252.
- Tinoco Cantillo, U. A., Arango Buelvas, L. J., y Benavides, O. (2012). Evolución, aproximación al concepto y teorías de responsabilidad social empresarial. *Revista Panorama Económico*. (20), 189-220,