

**DIPLOMADO DE RELACIONES PÚBLICAS Y RESPONSABILIDAD SOCIAL
EMPRESARIAL**

**ENSAYO PRESENTADO COMO REQUISITO PARA OPTAR EL TÍTULO DE
COMUNICADOR SOCIAL PARA EL DESARROLLO**

PRESENTADO POR:

OSCAR LEONARDO SANTAMARÍA GÓMEZ

**UNIVERSIDAD DE PAMPLONA
COMUNICACIÓN SOCIAL PARA EL DESARROLLO
FACULTAD DE ARTES Y HUMANIDADES
SAN JOSE DE CÚCUTA**

2016

RESUMEN

En el siglo XXI la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) ha tomado fuerza en el ámbito corporativo. Las organizaciones han empleado este mecanismo acoplándolo a sus estrategias internas y externas para competir en el mercado con todos los estándares de calidad exigidos. Las compañías implementan planes estratégicos con base en los cambios socioeconómicos, que consideran una relación amable con el medio ambiente, pero no se han cumplido las mínimas exigencias instauradas por la ley. Se puede inferir que se debe replantear, fortalecer y diseñar tácticas que redunden en procesos de desarrollo sostenible.

En este documento, se analiza el compromiso social por parte de las organizaciones para con la comunidad, los avances oportunos en el ente privado o estatal; se ostentan los postulados de distintos autores especialistas en el área en torno al tema de gestión de prácticas de responsabilidad social empresarial y concluye con cuestionamientos a los reglamentos instaurados en Colombia en todo su contexto.

PALABRAS CLAVES: Responsabilidad social, medio ambiente, cambios socioeconómicos, sostenibilidad, plan estratégico.

ABSTRACT

In the 21st century, Corporate Social Responsibility (CSR) has been gaining momentum in the corporate sphere. Organizations have used this mechanism by linking it to their internal and external strategies to compete in the market with all the required quality standards. Companies implement strategic plans based on socio-economic changes, which consider a friendly relationship with the environment, but the minimum requirements established by law have not been met. It can be inferred that it is necessary to rethink, to strengthen and to design tactics that result in processes of sustainable development.

In this document, the social commitment by the organizations to the community is analyzed, the appropriate advances in the private or state entity; Are the postulates of different authors specialists in the area around the issue of management of corporate social responsibility practices and concludes with questions to the regulations established in Colombia in all its context.

KEYWORDS: Social responsibility, environment, socioeconomic changes, sustainability, strategic plan.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo refiere al tema de Responsabilidad Social Empresarial como influencia en procesos de decisión estratégica para el desarrollo sostenible, entendido como la contribución activa y voluntaria de las organizaciones para el cumplimiento de sus valores corporativos. Las organizaciones han considerado en sus objetivos y planes de trabajo, como necesidad hacia el reconocimiento e integración en sus gestiones, compromisos puntuales hacia la consolidación de empresas que atienden a las dinámicas corporativas modernas.

Así mismo se consideran los procesos que están llevando a cabo las empresas para disponer de los recursos naturales responsablemente, y el cumplimiento de las normas establecidas en sus políticas internas, donde son muchos los cuestionamientos puesto que la comunidad es la menos favorecida en los programas de RSE; no obstante, estas contribuciones conscientes en las organizaciones con relación a los procesos de crecimiento económico, deben atenderse como medidas fundamentadas en los valores éticos y el comportamiento humano, para alcanzar un progreso integral y productivo.

El propósito de este trabajo es adentrar al lector en las estrategias que se han empleado para el cumplimiento de la responsabilidad social corporativa, las concepciones de algunos especialistas en el tema, postulados críticos en la reglamentación colombiana; puesto que son oportunas para el desarrollo en la sociedad. “Satisfacer las necesidades del presente sin poner en peligro la capacidad de las generaciones futuras, para satisfacer sus propias necesidades” (Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad, 2006).

Responsabilidad Social Empresarial como Influencia en Procesos de Decisión Estratégica en las Organizaciones

En la actualidad, los procesos de integración mundial han exigido a los países una mayor capacidad de satisfacer las demandas de los ciudadanos sobre las consecuencias que le están causando al medio ambiente por la explotación de los recursos naturales sin la debida preservación; la responsabilidad social es esencial en cada una de las organizaciones para contrarrestar y medir esta problemática.

Según García Fernández (2009), en su libro “Responsabilidad social corporativa”, menciona que para empezar hablar de RSE, primero se debe conocer los cinco puntos preliminares con el propósito de alcanzar un alto grado de compromiso en las organizaciones:

- **Valores y principios éticos:** Alude como una empresa emplea los principios en sus procesos y objetivos planteados. Ayuda notoriamente a la hora de tomar decisiones importantes en la parte interna, puesto que las críticas son respetadas y asumidas.
- **Condiciones de ambiente de trabajo y empleo:** Se refiere a los beneficios que se les otorga a los empleados, para su crecimiento personal y profesional para así generar un adecuado clima organizacional. La motivación se emplea para poder cumplir las metas de la compañía.
- **Apoyo a la comunidad:** Las acciones enfocadas a contribuir a la sociedad, como en campañas, donativos, productos y servicios, entre otras, pensando en el crecimiento económico.
- **Protección del medio ambiente:** Trabajar directamente con la comunidad para lograr los objetivos medioambientales como valor compartido.

- *Marketing* responsable: Es importante que los consumidores conozcan de antemano los productos, su composición y prácticas comerciales.

Respecto a los principios éticos de la RSE que plantea el teórico, las asociaciones aún están a tiempo de contrarrestar las problemáticas de sostenibilidad, fomentando prácticas de Responsabilidad Social y construyendo relaciones con el público por encima de su finalidad social. Dichas relaciones son de aspecto serio y estratégico de negocio, puesto que su posición en el mercado mejoraría notoriamente.

Sen (1997) citado por Kliksberg (2005) en su libro “Mas ética, más desarrollo” asevera que “Los valores éticos de los empresarios y los profesionales de un país (y otros actores sociales clave) son parte de sus recursos productivos.” Partiendo desde este punto de vista, la responsabilidad no requiere sólo la ética propia de todas personas que conforman las empresas, también acciones planificadas, comportamientos transparentes y participativos, más allá de las intenciones.

Para empezar a ser socialmente responsables deben gestionar los recursos necesarios para establecer un plan de sostenibilidad sólido e innovador, que incluya objetivos sociales, económicos y ambientales factibles, esto redundaría a que la reputación de la empresa se fortalezca en la colectividad.

La necesidad de cada empresa por conseguir nuevo capital de inversión, convenios con los gobernantes, para estar posicionadas y lograr una buena demanda en el mercado, dio cabida para que surgiera la responsabilidad social como elemento estratégico. La orientación estratégica busca un ajustado acoplamiento e integración de los medios con los que cuentan las organizaciones para lograr sus fines. (Aguilera ,2010). Hoy día hacemos parte de la aldea global,

por esta razón, todo trabajo que realicemos en este ámbito, tendrá consecuencias tanto en la localidad, como en contextos lejanos.

Por consiguiente, las empresas buscan directamente beneficiarse aumentando sus ingresos a cualquier costo, es ahí donde la responsabilidad social no se prioriza en estas organizaciones o muchas de estas desconocen en su totalidad, los acuerdos y el código de ética planteado en cada una de ellas. Las empresas pueden generar utilidades a cualquier precio, pero su nivel ético baja notoriamente, por esta razón deben reorientarse a generar utilidad económica y de impacto social para el bienestar no solo de sus colaboradores sino también de la comunidad en general.

“Entendemos por responsabilidad social, el conjunto de obligaciones inherentes a al desempeño de una función de esta naturaleza, aún no reconocidas por el ordenamiento jurídico, pero cuya fuerza vinculante procede de la íntima convicción por parte de los grupos sociales de que su incumplimiento constituye o puede constituir un grave atentado a la interpretación más adecuada de la norma de cultura”. (Solano Fleta, L., 1998: 245)

Procurar imponer a través de las políticas establecidas o llevar a cabo actividades para cumplir la reglamentación, no debería considerarse como manifestación de responsabilidad social. La empresa mostrará un buen discernimiento organizacional cuando independientemente de la norma, encamine acciones que provean al esparcimiento, bienestar y progreso de quienes hacen vida laboral en ella y de aquellos que están presentes en el medio. Referirse a la categorización de empresa socialmente responsable se ha convertido en un requisito necesario para competir en los distintos mercados y alcanzar los reconocimientos propuestos.

“Las decisiones de empresa no pueden considerarse solamente decisiones privadas, pues afectan la calidad de vida de terceras personas (afectados), ajenas a la racionalidad estrictamente

económica o comercial (empresas-socios-cliente-consumidor)” Navarro García, F., 2012: 54). Según el autor, las empresas no deben enfocarse a ser independientes en su accionar; también tiene que tener en cuenta el factor integral y los principios morales en sus decisiones tanto internas como externas, para alcanzar los estándares de calidad en el entorno social, es por esto que algunas se ven delimitadas al no lograr su metas definidas.

“La actividad de la dirección estratégica se relaciona con el establecimiento de objetivos y metas para la organización y con el sostenimiento de una serie de relaciones entre la organización y el ambiente, para así lograr sus objetivos, la congruencia con las capacidades de la organización y su sensibilidad a las demandas del entorno”. Ansoff (1997, p. 259) citado en algunos artículos de direccionamiento estratégico.

Las estrategias planteadas teniendo en cuenta los valores corporativos, enfocarán a las organizaciones a ser socialmente responsables con el medio ambiente en todo su contexto, por lo tanto permitirá medir el alcance de sus propósitos.

En la actualidad, la humanidad ya no desconoce los problemas ambientales. Con el paso de los años han experimentado sensibilidad por la naturaleza; razón por la cual, compromete aún más a las empresas para que empleen programas de (RSC), así mismo las acciones se ven reflejadas a todo el público, pues en años anteriores la sociedad le restaba importancia y no interiorizaban las dificultades que se estaban presentando debido a la irresponsabilidad por parte de las grandes multinacionales, pero gracias a las tecnológicas de la información y comunicación (TIC), la búsqueda circula con libertad propia y por medio de estas se genera un gran impacto en el entorno universal.

Sin embargo para que una empresa sea socialmente responsable, debe establecer un manual de identidad corporativa estructurado (presentación de la marca, normas de construcción de la identidad, comunicación interna y externa, etc.), y manejar de manera apropiada su imagen empresarial bajo las políticas internas de calidad instituidas, por ejemplo: Promover la participación, garantizar los derechos de los colaboradores, mejorar el desempeño personal, publicidad de descuentos internos y a familiares, integraciones, etc.). La empresa debe vender lo que apuntan en sus objetivos y ser legítima en su accionar.

“Un instrumento específico de evaluación de la imagen corporativa de una entidad, a partir de la revisión orientada de las políticas de la empresa que más influencia tienen en dicha imagen”. (Villafañe, J., 1999: 46)

Para que contribuyan a la responsabilidad social empresarial, deben plantear iniciativas, crear nuevos modelos de negocio, pensando en el entorno medioambiental para el desarrollo sostenible. El economista y autor de esta cita aclara la separación de los objetivos socioeconómicos, en todo su contexto con relación en la sociedad y organizaciones:

“...una corporación es una persona artificial y en este sentido puede tener responsabilidades artificiales, pero no puede decirse que las asociaciones deban acatar a estas responsabilidades, incluso en este sentido vago. El primer paso hacia la claridad es preguntar precisamente qué es lo que implica, y para quién” (Friedman, 1970).

No obstante, las empresas tienden a mejorar la calidad en su producción, a ofrecer una buena atención a sus clientes, manejar una buena ética a la hora de contratar el personal con una remuneración significativa, esto no sería una práctica de RSE, puesto que favorece solo a la parte interna, solo estarían encaminadas a cumplir los compromisos comerciales y legales.

Las relaciones sociales que construyen las empresas en sus prácticas de inclusión, contribuyen al crecimiento económico, sociocultural; cabe recordar que los ingresos son esenciales para su sostenimiento, pero no hay que olvidar el impacto que estas producen en el ambiente, puesto que la misma competencia impone que se busquen otras alternativas para atraer a nuevos públicos, restándole importancia al manejo honesto de sus ideales.

En sus escritos, Darling afirmaba “Cada individuo debe tener un interés en el futuro de su país. Los individuos deberían tener la oportunidad de contribuir, y poder llegar a hacer lo mejor que puedan alcanzar para ellos mismos y sus familias. Poseer tal interés es bueno tanto para el individuo como para la sociedad”

Los resultados favorables se verán a mediano o largo plazo, siempre y cuando las empresas empleen tácticas de consolidación en el mercado, así obtendrán ingresos satisfactorios, mayor inversión, además de la colaboración por parte de las instituciones públicas se verá cada vez más reflejada, teniendo en cuenta los objetivos y las políticas estipuladas. Por lo tanto tienen que definir las metas, las estrategias a ejecutar y sus capacidades de negocio.

Es fundamental constituir la estructura y el clima organizacional apropiado, motivar y liderar al equipo de trabajo que la conforma, para la implementación y así consolidar con eficiencia las políticas de área, buscando siempre aprovechar de manera responsable los recursos e insumos disponibles.

Hay un problema que se ha venido acrecentando en las organizaciones pequeñas, medianas, y es la capacidad del gerente a la hora de desempeñar su trabajo, donde asume otros compromisos en el área de finanzas, de sistemas, de mercadeo y ventas, entre otras, que no son propios de su cargo, es ahí donde se ve reflejada la falta de inversión para contratar profesionales

o conformar otras dependencias especializadas en el desarrollo del plan de trabajo, esto hace que la reputación y el mal manejo de la organización quede expuesto a la competencia y a sus clientes, lo que significaría la pérdida de ingresos y alianzas externas.

La responsabilidad social Empresarial corresponde también a la contribución de proteger el medio ambiente, donde se proyectan diferentes medidas para el desarrollo sostenibles y el uso consecuente de recursos naturales, trabajando mancomunadamente con la comunidad, con el propósito de lograr un impacto positivo y reducir la problemática que se presentan, puesto que el actuar de cada empresa es trabajar en pro de la sociedad, que son los que contribuyen a su sostenimiento y crecimiento.

¿Es necesario implementar estrategias orientadas a la RSC en esta aldea global? es un tema que corresponde a todos, pues cada día se van incrementando las problemáticas medioambientales por los malos manejos de los recursos naturales por parte de las compañías; pero esto no estaría sucediendo si hubiera un mayor control y trabajo ético en su gestión social por parte del estado.

Según Carroll (1991) en el libro "La pirámide de la responsabilidad social corporativa: hacia la Gestión moral de las partes interesadas de la organización", mencionado por Cancino y Morales (2008) subraya que es posible diferenciar cuatro tipos de acciones en responsabilidad social que formalizan las empresas y son los siguientes: Responsabilidades económicas, legales, éticas y filantrópicas, donde resalta que se deben llevar buenas gestiones rentables, cumplir con los estándares de calidad, implementar el factor moral en sus principios para beneficio de la sociedad.

Después de las consideraciones anteriores, Lantos (2001) citado por Cancino y Morales (2008) en su artículo de “Responsabilidad Social Empresarial”, profundiza cuatro puntos importantes donde se deben manejar con el compromiso pleno a la hora de aplicarlas en las acciones de RSE:

- **Visión de generación de ganancias como fin único:** Se relaciona en el ámbito económico de la responsabilidad social empresarial, pero es controversial puesto que las empresas operan bajo los estatutos actuales. Solo se beneficiarían las empresas sin importar los daños que causen en la sociedad.
- **Visión de generación de ganancias en un ámbito limitado:** Esta visión económica emplea dos objetivos claros: cumplir con las leyes estipuladas y las normas impuestas en el lugar que operan.
- **Visión de bienestar social:** Nos dice que las empresas deben ser conscientes del daño que pueden causar en el entorno. La ética se maneja de manera responsable, estableciendo relaciones con los grupos de interés.
- **Visión de empresa al servicio de la comunidad:** Se piensa más en el público, donde la generosidad juega un papel importante y el capital se emplea de manera eficaz para el beneficio de las personas ya sean en capacitaciones, campañas u otras acciones sociales que aporten al desarrollo.

Evidentemente se pueden plantear diversas actividades en los programas de Responsabilidad Social Empresarial, para beneficio mutuo o individual de cada organización, cabe aclarar que las acciones legales que imponen cada gobierno están encaminadas a la obligación mas no retribuyen al sentido de pertenencia la cual los empleados y gerentes deberían estar dispuestos a ofrecer al público en su máxima expresión.

Es crucial acompañar en los procesos a los diferentes grupos de interés, darle cumplimiento a los elementos claves del Pacto Global de las Naciones Unidas, “el respeto a la protección de los derechos humanos, condescender la libertad y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva, la eliminación de todas las formas de trabajo forzado, la eliminación del trabajo infantil, la discriminación en las organizaciones, corrupción, apoyar el abordaje precautorio de los retos ambientalistas, llevar a cabo iniciativas para promover mayor responsabilidad ambiental, el desarrollo y difusión de tecnologías amigables al medio ambiente.”

A las organizaciones les corresponde en lo más mínimo apoyar a la conservación y protección del medio ambiente, teniendo un control garante y responsable de los recursos naturales empleados en sus procesos de industrialización, puesto que es un punto a favor en el desarrollo económico, así se gestionarían las inversiones pertinentes para trascender a nuevos mercados, lograr el respaldo de las comunidades, del ente estatal en licitaciones y proyectos, recuperando así las inversiones tanto de entidades nacionales como internacionales. Todo esto favorece a las metas de la organización.

Por consiguiente, a nivel interno, un buen clima en las organizaciones conduce al sentido de pertenencia de los colaboradores, retribuyendo a la organización, la disposición honesta a la hora de laborar, sin olvidar que las empresas deben aceptar los esquemas legales y socioculturales donde llevan a cabo sus actividades.

Condiciones de la responsabilidad social empresarial en Colombia

En Colombia las limitaciones en las reglamentaciones instauradas, les resta importancia a la hora de cumplir con el plan de RSE, este es un punto en contra a la promoción de la buena imagen y calidad del ser de las empresas del país. Hay que medir los alcances que puede acarrear la legislación en los procesos de desarrollo sostenible.

“Aun cuando las firmas locales tengan una estrecha relación con firmas multinacionales los códigos vigentes en RSE se extenderán a su cadena de suministros y por lo tanto se requiere que los socios locales cumplan dichos estándares” (Haslam 2004).

Este pensamiento expresa que el gobierno nacional debe intervenir y darle solución a estas reticencias, proponiendo convenios que se controlen bajo unos esquemas obligatorios de observación, para la intervención efectiva de lo inmoral.

Los cuestionamientos de Agudelo de Bedout (2009) en los escritos sobre la “Responsabilidad social empresarial, una mirada desde Colombia” en su revista de negocios internacionales, menciona que en Colombia la legislación de la RSE se estableció bajo el marco de la ley N° 051-07, en las que se encuentra varias condiciones y limitaciones que deben llevar a cabo los programas de responsabilidad:

- Es una ley que promueve una baja extensión y poco conocimiento de la responsabilidad social empresarial.
- El desarrollo de informes anuales debe contemplar otros mecanismos adicionales de observación, donde se evalué el proceso.

- Hay ciertas limitaciones a la hora de involucrar distintos actores en las dinámicas sociales, en muchos de los casos, son selectivos para conseguir tal fin.
- Los controles de regulación en las prácticas de RSE, no quedan bien estructurados.
- “La Ley establece asimetrías que atentan contra la libertad de oportunidades en el mercado” (Enciso, 2008 Diario La República).
- La participación política en recursos, ha sido limitada, por lo tanto no existe un conocimiento práctico de dichas acciones.

Las actividades de responsabilidad social empresarial deben ser verificables en todo su contexto para así evaluar el impacto que causan en la sociedad, en muchos de los casos, se han presentado abusos por parte de los empresarios incumplimiento sus políticas institucionales, de manera que no permite que los productos de nuestro país sobresalgan en el mercado internacional. Las firmas nacionales y multinacionales deben tener un compromiso ético en nuestro territorio nacional, y generar sostenibilidad a la organización y a la sociedad.

Hay que considerar que los beneficios que se buscan a través de las prácticas de responsabilidad social empresarial en el ámbito local – global, son significativos, y como el cuidado de los recursos naturales y los procesos renovables, ayudan a la economía de un país; cabe resaltar que la rentabilidad no se limita en la parte financiera, sino en intereses particulares.

La responsabilidad social es un tema que compromete a todos los sectores (organizaciones público - privadas, instituciones oficiales y la ciudadanía en general) donde la parte legislativa debe ser entendida desde el punto de vista racional y consciente de la sostenibilidad futura en la economía mundial.

CONCLUSIÓN

Es importante señalar que al emplear estas prácticas de responsabilidad social empresarial para el desarrollo sostenible, enfocan a las organizaciones hacia un posicionamiento y un incremento notable de su productividad, puesto que se recupera la confianza permitiendo que otros inversionistas contribuyan al cumplimiento de sus logros.

Sin embargo, aquellas gestiones empresariales socialmente responsables pueden considerarse como el inicio de un nuevo elemento para el sistema social y económico de inversión-beneficio en este nuevo siglo; sujetadas a medidas establecidas para el cumplimiento obligatorio. La responsabilidad social se ha venido implementando en las políticas públicas por parte del Estado, debido a ello las empresas deberán incluir y aprender de la RSE en un contexto de dificultades económicas.

Para estar al margen de la competitividad, las organizaciones deben aunar esfuerzos para el cumplimiento de sus estrategias con iniciativas concretas, estas implicarían que sean protagonistas y garantes de la innovación en un modelo de desarrollo, y una nueva forma de hacer empresa y alcanzar los estándares de ser socialmente responsables.

REFERENCIAS

- Ansoff, I. H. (1997). *La dirección estratégica en la práctica empresarial* (2a Ed.). México: Pearson.
- Aguilera, A. (2010). Direccionamiento Estratégico y Crecimiento Empresarial: Algunas reflexiones en torno a su relación. *Revista Pensamiento y Gestión*, 28, 85-106. Recuperado de <http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/view/1020/641>
- Agudelo de Bedout, S. (2009). *Revista de negocios internacionales*, Vol. 2. No. 1. Pp. 3-11. Recuperado de <http://publicaciones.eafit.edu.co/index.php/rni/article/view/302/305>
- Carroll, A.B. (1991). "The pyramid of corporate social responsibility: toward the moral management of organizational stakeholders". *Business Horizons*, July/August, pp. 39-48.
- Cancino, C., Morales, M. (2008). Universidad de Chile, Facultad de Economía y Negocios. *Responsabilidad Social Empresarial*, Primera Edición, 000-000, 14-15. Recuperado de https://www.researchgate.net/profile/Christian_Cancino/publication/43650508_RESPONSABILIDAD_SOCIAL_EMPRESARIAL/links/53f1a1f50cf23733e815be14.pdf
- DARLING: «A Political Perspective», in G. Kelly / D. Kelly / A. Gamble (eds.), *Stakeholder capitalism*, op. cit., 10. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2471547.pdf>
- Diario La República. 2008. Survey Colombia, Diario La República.
- Friedman, C. (1970). "The social responsibility of business is to increase its profits". *Times Magazine*, September 13th, New York.

García, F. (2009). Libro de Responsabilidad Social Corporativa. Editorial Club Universitario.

Recuperado de

https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=295vqLhaTioC&oi=fnd&pg=PA9&dq=+ventajas+de+la+responsabilidad+social+y+medio+ambiente+libro&ots=y-WIaK_1ni&sig=mwDEPMnhzrq1SApp6nA19UuwL1s#v=onepage&q&f=false

Global Reporting Initiative, GRI (2006). Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad

V. 3.0. Disponible en Global Reporting Initiative: <https://www.globalreporting.org>
http://www.cyta.com.ar/biblioteca/bddoc/bdlibros/334_gri.pdf

González, R. y Jaen, M. (2007). Responsabilidad social empresarial: ¿Llegó para quedarse?

Venezuela. Ediciones Iesa.

Haslam, Paul Alexander. 2004. The “Animal Spirits” of Development, How Is Corporate Social Responsibility Faring in Latin America? Revista Futuros, 6(2).

Kliksberg, Bernardo (2005). Libro: Más ética más desarrollo. Cuarta edición. Buenos Aires. Editorial Temas.

Lantos, G. (2001), “The Boundaries of Strategic Corporate Social Responsibility”, Journal of Consumer Marketing, Vol. 18 NO.7, pp. 595-630.

Navarro (2012) Libro: Responsabilidad Social Corporativa: Teoría y práctica. Segunda Edición. Madrid. Editorial Esic, (Pag.54).

SOLANO FLETA, L., 1988, Tratado de relaciones públicas. Tomo 1, Parte general. Universidad Complutense. Madrid. Recuperado de

<http://www.icono14.net/ojs/index.php/icono14/article/view/319/196>

VILLAFANE, J., 1999, La gestión profesional de la imagen corporativa. Pirámide. Madrid.

Recuperado de <http://www.icono14.net/ojs/index.php/icono14/article/view/319/196>

Organización de las Naciones Unidas, (1999) Diez principios del pacto global. Recuperado de <http://www.pactoglobal-colombia.org/index.php/sobre-pacto-global/los-diez-principios>