

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y ÉTICA EN LAS ORGANIZACIONES CON MIRA A LA SOSTENIBILIDAD

Vera Lucía Steiner

Universidade de Caxias do Sul

vlsteine@ucs.br

Resumen

El tema de la responsabilidad social empresarial ha sido discutido con mayor intensidad en las últimas décadas y se intensificó con Rio+20. A través de acciones ESG, que en Brasil se tradujo como RSE - Responsabilidad Social Empresarial, las organizaciones pueden volverse sostenibles a través de acciones voluntarias en relación con el medio ambiente y el lugar donde se insertan, aportando una valorización de la mano de obra local, mitigando los impactos de su instalación. y encontrar los mejores indicadores para su autoevaluación en materia de sostenibilidad. El problema de esta investigación es analizar cómo las organizaciones deben actuar responsablemente con ética y transparencia para buscar la sustentabilidad. Así, el objetivo general de este estudio es analizar si la empresa turística que adopta la Responsabilidad Ambiental, Social y de Gobierno (ESG) o traducida a Responsabilidad Social Corporativa o Empresarial, utilizando la ética empresarial puede alcanzar la sostenibilidad. La metodología utilizada para el logro de los objetivos es bibliográfica y descriptiva con carácter exploratorio, con un enfoque cualitativo. La relevancia de esta investigación radica sin duda en que las empresas necesitan superar el concepto reduccionista de desarrollo económico e insertarse en una interacción con el medio ambiente de forma ética, y ambos conceptos buscan un fin común: la preservación de la naturaleza para las generaciones futuras. Además, la sustentabilidad debe ser pluridimensional, abarcando aspectos sociales, éticos, jurídico-políticos, económicos y ambientales. Como resultado de la investigación se puede extraer que la responsabilidad social empresarial en las organizaciones del sector turístico es algo que se difundirá mucho, pero es fundamental que las acciones estén guiadas por la ética, ya sea en proyectos, políticas internas y externas, para que esta preocupación no sea algo pasajero, pero de hoja perenne.

Palabras clave: Responsabilidad social empresarial. Prácticas voluntarias. Ética de negocios. Sostenibilidad.

Cita recomendada: Steiner, V. L. (2021). Responsabilidad social empresarial y ética en las organizaciones con mira en la sustentabilidad. *Revista Gestión Turística*, (38), 64-94. ISSN 0717-1811.

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AND ETHICS IN ORGANIZATIONS WITH A VIEW TO SUSTAINABILITY

Vera Lucia Steiner

Universidade de Caxias do Sul

vlsteine@ucs.br

Abstract

The topic of corporate social responsibility has been discussed with greater intensity in recent decades and intensified with Rio+20. Through ESG actions, which in Brazil was translated as CSR - Corporate Social Responsibility, organizations can become sustainable through voluntary actions in relation to the environment and the place where they are inserted, bringing a valorization of local labor, mitigating the impacts of their installation. and find the best indicators for their self-assessment in terms of sustainability. The problem of this research is to analyze how organizations should act responsibly with ethics and transparency to seek sustainability. Thus, the general objective of this study is to analyze if the tourism company that adopts Environmental, Social and Governance Responsibility (ESG) or translated to Corporate Social or Business Responsibility, using business ethics can achieve sustainability. The methodology used to achieve the objectives is bibliographic and descriptive with an exploratory nature, with a qualitative approach. The relevance of this research undoubtedly lies in the fact that companies need to overcome the reductionist concept of economic development and insert themselves into an interaction with the environment in an ethical manner, and both concepts seek a common goal: the preservation of nature for future generations. In addition, sustainability must be multidimensional, encompassing social, ethical, legal-political, economic and environmental aspects. As a result of the research, it can be extracted that corporate social responsibility in tourism organizations is something that will spread a lot, but it is essential that actions are guided by ethics, whether in projects, internal and external policies, so that this concern is not something fleeting, but evergreen.

Keywords: Corporate social responsibility. Voluntary practices. Business ethics. Sustainability.

Recommended cite: Steiner, V. L. (2021). Responsabilidad social empresarial y ética en las organizaciones con mira en la sustentabilidad. *Revista Gestión Turística*, (38), 64-94. ISSN 0717-1811.

Introducción

El tema de la responsabilidad social empresarial ha sido discutido con mayor intensidad en las últimas décadas, intensificándose en los últimos años, como lo mencionan Barbieri y Cajazeira (2012). En el siglo XX, el tema comenzó a ser discutido amplia y públicamente con un juicio en el que las partes eran Dogde y Ford, quienes mencionaron cómo la empresa estaba dirigida por Henry Ford, quien tomaba decisiones que, no pocas veces, eran contrarias a las posiciones de los accionistas (Ashley, 2018).

En Río de Janeiro, en el año 1992, tuvo lugar la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Medio Ambiente y Desarrollo, conocida como Río 92, en la que varios países discutieron el uso de los recursos naturales no renovables y la expansión de la contaminación ambiental. Posteriormente, en 2012, se llevó a cabo Río+20, que contribuyó a definir la agenda de desarrollo sostenible para las próximas décadas, así, diversos segmentos de la sociedad civil comenzaron a darle importancia a la responsabilidad social. Según Asley (2018), fue recién a partir del año 1993 que en Brasil algunas empresas de diferentes ramas comenzaron a realizar acciones sociales y ambientales.

Es importante aclarar las diferencias entre las terminologías “sostenible”, “sostenibilidad” y “desarrollo sostenible”, ya que estos términos tienen significados diferentes y únicos. La sostenibilidad se basa en fundamentos sociales (se refiere a las personas y su forma de vida, teniendo en cuenta aspectos básicos, como la educación, la violencia, el ocio, el empleo y la salud), económicos (abarca la producción, distribución y consumo de bienes y servicios, considerando su impacto en las cuestiones sociales) y ambientales (incluye los recursos naturales y su explotación por parte de las comunidades y empresas) (Asociación Brasileña de Normas Técnicas [ABNT], 2016). Cordeiro et al. (2010) subrayan que para que la sostenibilidad se dé realmente, y no sean sólo elucubraciones teóricas, es necesario contar con mecanismos para evaluar su existencia o no.

El objetivo general de este estudio es analizar si la empresa turística que adopta la Responsabilidad Ambiental, Social y de Gobierno (ESG) o traducida a Responsabilidad Social Corporativa o Empresarial, utilizando la ética empresarial puede alcanzar la sostenibilidad. Los objetivos específicos son: i) verificar qué prácticas comerciales se consideran esenciales en ESG/CSR/CSR con base en la ética empresarial; ii) verificar cómo el elemento ético constituye un eje

fundamental para el éxito o fracaso de una empresa en busca de la sustentabilidad. La metodología utilizada para el logro de los objetivos es bibliográfica y descriptiva con carácter exploratorio, con un enfoque cualitativo.

Se estructuraron las siguientes hipótesis: i) ¿la empresa que adopta la RSE puede desencadenar cambios internos y externos? ii) ¿La Responsabilidad Social Empresarial (empresarial) tiene la ética como pilar de apoyo por parte de la empresa? iii) ¿Es posible que la empresa alcance las metas de desarrollo sostenible y sustentabilidad mediante la adopción de la Responsabilidad Social Empresarial?

La relevancia de esta investigación radica sin duda en que las empresas turísticas necesitan ir más allá del concepto reduccionista de desarrollo económico e insertarse en una interacción con el medio ambiente de forma ética, y ambos conceptos buscan un objetivo común: la preservación de la naturaleza para las generaciones futuras. La sustentabilidad debe ser pluridimensional, abarcando aspectos sociales, éticos, jurídico-políticos, económicos y ambientales.

El artículo se divide en tres apartados, el primero de los cuales trata sobre la responsabilidad social de las empresas y su función dentro del contexto social, con la preocupación de equiparar el mercado, las personas y el medio ambiente. Posteriormente se analiza la ética y la ética empresarial de las empresas con el fin de demostrar la importancia de la ética en las actitudes de las organizaciones. Finalmente, se entiende que la sostenibilidad puede ser alcanzada por las organizaciones, ya que estas tienen y juegan un papel relevante en la sociedad y actuando éticamente pueden llegar a ser socialmente responsables, y la sostenibilidad debe ser pluridimensional, abarcando las facetas: social, ética, jurídico-política, económica y social. ambiental.

Responsabilidad social corporativa

En el siglo XX, el tema de la responsabilidad corporativa, que es la traducción de ESG (*Environmental, Social and Governance*) comenzó a ser discutido de manera amplia y pública, luego de la sentencia de un proceso en el que las partes fueron Dogde y Ford, quien mencionó cómo la empresa era dirigida por Henry Ford, quien tomaba decisiones que, no pocas veces, eran contrarias a las posiciones de los accionistas (Ashley, 2018). Es posible afirmar que el primer trabajo formal sobre responsabilidad social fue la publicación del libro Responsabilidades

Sociales del Empresario, de Howard Bowen (2013), el cual representa el hito decisivo que inicia la era moderna de la literatura sobre Responsabilidad Social Corporativa (RSE) (Bernardo et al., 2015).

Según Castelo Branco (2020, pág. 48) “En Brasil, el surgimiento de la función social de las empresas ocurrió a través de la creación de la Associação dos Dirigentes Cristianos de Empresa (ADCE), en la década de 1970 y la disminución del Estado de Buena -Siendo Sociales.”

La responsabilidad social empresarial tiene como objetivo hacer que los empresarios se comprometan con el desarrollo sostenible, asociando las acciones de desarrollo económico a las acciones encaminadas a la calidad de vida de sus empleados, la comunidad donde están insertos, además de la sociedad en su conjunto, de manera transparente y ética. manera (Reis, 2009). Según Ackerman (1975), la responsabilidad social implica un seguimiento permanente y una evaluación sistemática de las condiciones ambientales, centrando el análisis en las necesidades de los diferentes stakeholders vinculados a la organización. De esta forma, la responsabilidad social de una empresa engloba acciones y políticas de amplio alcance que tienen por objeto contribuir al equilibrio social de la comunidad en general, y justifica la existencia de la propia organización.

Ferrell et al. (2001) defienden que la responsabilidad social de una empresa es un cargo que la empresa asume ante la sociedad con el objetivo de mitigar los impactos negativos generados y maximizar los positivos. Para Costa y Viscondi (2000), los compromisos que asume la empresa cuando adopta la Responsabilidad Social Empresarial van mucho más allá de los legales, pues la empresa debe adoptar comportamientos y estrategias que busquen la mejora continua de sus procesos productivos para tener también consecuencias adecuadas en la preservación y mejora de la calidad de vida de las sociedades, desde un punto de vista ético, social y ambiental.

Aguilera et al. (2007), que la RSE – Responsabilidad Social Empresarial hace que las empresas incluyan acciones dentro y fuera de ellas, y las internas se refieren a la alteración de los métodos de producción con el objetivo de reducir los impactos, incluidos los ambientales, además de cambios en las relaciones con los empleados, y los externos se refieren a realizar inversiones en infraestructura y participar en acciones comunitarias que resulten en un mayor valor agregado para

todos los involucrados. Asimismo, la adopción de prácticas de RSE promueve el posicionamiento de marca, fortalece la imagen corporativa, influye positivamente en la preferencia y lealtad de los clientes (Aguilera Castro y Puerto Becerra, 2012). Corroborando esta posición Silva et al. (2013, Pág. 65) mencionan que “La responsabilidad social se ha ido insertando cada vez más en el ámbito empresarial, a partir de la idea de sostenibilidad económica, social y ambiental, asumiendo la subordinación de la actividad empresarial al bienestar colectivo del presente y del futuro generaciones.”

En 1998, fue fundado el Instituto Ethos de Empresas y Responsabilidad Social, que sirve de puente entre los emprendedores y las causas sociales. Así, la institución busca contribuir al desarrollo social, económico y ambientalmente sostenible, incentivando la formación de una nueva cultura empresarial basada en la ética, los principios y los valores (Instituto Ethos, 2022).

Con el fin de demostrar qué actitudes deben tomar las empresas y sus socios/accionistas a favor del desarrollo sostenible, la Organización de las Naciones Unidas (ONU), en el año 2000, lanzó el Pacto Mundial con la intención de movilizar a la comunidad empresarial mundial a la adopción de principios fundamentales e internacionalmente, valores aceptados en sus prácticas comerciales. La figura 1 demuestra los principios universales de forma simplificada.

Figura 1. 10 Principios del Pacto Mundial

DERECHOS HUMANOS	Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos reconocidos internacionalmente.
	Asegurarse de que no participan en violaciones de estos derechos.
TRABAJO	Las empresas deben apoyar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.
	La eliminación de todas las formas de trabajo forzoso u obligatorio.
	La abolición efectiva del trabajo infantil.
	Eliminar la discriminación en el empleo.
MEDIO AMBIENTE	Las empresas deben apoyar un enfoque preventivo ante los retos medioambientales.
	Desarrollar iniciativas para promover una mayor responsabilidad medioambiental.
	Fomentar el desarrollo y la difusión de tecnologías respetuosas con el medio ambiente.
LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN	Las empresas deben combatir la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno.

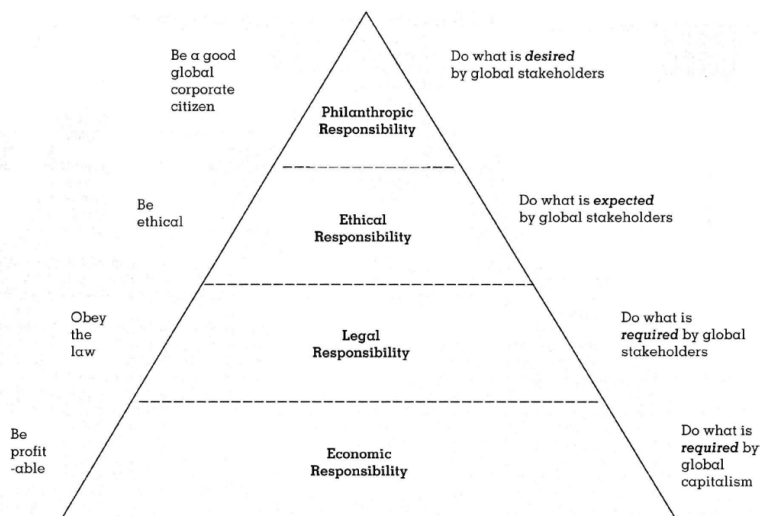
Fuente: Pacto Mundial de las Naciones Unidas, 2000, adaptado por el autor.

Las organizaciones turísticas, a través de acciones de Responsabilidad Social Corporativa o también denominada Responsabilidad Corporativa, van mucho más allá de la simple satisfacción de las expectativas de la sociedad, involucrándose directamente en acciones regulatorias y en la producción de bienes públicos. Esto significa adoptar un nuevo concepto politizado de la RSE, capaz de agregar estos nuevos roles asumidos por las empresas, trascendiendo una visión económica, para lo cual las acciones de Responsabilidad Social Corporativa - RSE están meramente orientadas a la creación de valor para las empresas en el largo plazo. Este nuevo concepto politizado de la RSE es capaz de adaptarse a un nuevo contexto global, posnacional, marcado por nuevas relaciones entre el Estado y la sociedad (Habermas, 2001).

Para Correa et al. (2010) es muy importante que, con el desarrollo de nuevas tecnologías e innovaciones tecnológicas, las empresas encuentren nuevas formas de actuar en entornos cada vez más complejos, incorporando la visión de sostenibilidad económica, social y ambiental en sus estrategias. De esta manera, podrán tener éxito en su negocio y al mismo tiempo cumplirán con la sostenibilidad.

Según Cruz (2021), la responsabilidad social en las organizaciones reemplazó las acciones filantrópicas que practicaban algunas empresas, las cuales devolvían parte de sus ganancias a la sociedad. Para Carroll (2004, Pág. 116) existen cuatro tipos de responsabilidades que toda organización debe cumplir, según la RSE, para lograr la sustentabilidad, como se muestra en la Figura 2.

Figura 2. Pirámide de la Responsabilidad Social Empresarial.



Fuente: Carroll (2004, Pág.116), adaptado por el autor.

Continuando, el autor (2004) menciona que la responsabilidad filantrópica son las actividades sociales que desarrollan las organizaciones que no son obligatorias por ley.

Autores como Melo Neto y Froes (2001), Drucker (2001), McIntosh et al. (2001) definen la responsabilidad social como uno de los procedimientos que las empresas deben adoptar para lograr el bienestar social, económico y ambiental con la planificación de acciones que busquen mitigar los problemas de educación, salud y preservación del medio ambiente. Para Mazzioni et al. (2010), la responsabilidad social empresarial supone que la empresa actuará preocupada por el desarrollo sostenible en las dimensiones económica, social y ambiental, además de estipular

estrategias de largo plazo para reducir el impacto en la localidad donde opera.

Según Schroeder y Schroeder (2004, Pág. 8), surgen dudas sobre las consecuencias de la adopción por parte de las empresas del sistema de responsabilidad social corporativa:

“...Sin embargo, existe la preocupación de que la empresa utilice acciones de carácter social para expandir su poder, tanto interna como externamente. Así, la empresa puede convertirse definitivamente en el principal actor social. Como proveedora del bien común, la empresa puede convertirse en una o la ‘Gran Dama’ de la sociedad, dictando las normas de conducta y ética...” (Schroeder & Schroeder, 2004, Pág. 8).

Una de las consecuencias para la empresa que pasa a asumir su compromiso social o responsabilidad social, a diferencia de la filantropía social, es su aceptación por parte de los consumidores que acogen este tipo de actitudes, debido a que la empresa crea “programas de ayuda a mujeres y niños o desde la formación de agentes de salud hasta proyectos en defensa del medio ambiente”. (Zouain, 2000, pág. 161). Según Gomes (2017), las empresas necesitan distinguir lo que necesita el entorno externo y buscar ofrecer productos a los consumidores que cumplan con sus expectativas ecológicamente correctas. Para Hansen et al. (2009), un producto lanzado al mercado debe tener elementos sustentables en su propósito, los cuales deben ser previamente analizados por las diferentes áreas de la organización. Machado Filho (2006) presenta la responsabilidad social empresarial como una actividad que involucra reputación, ética y gobernanza para minimizar la exclusión social.

Según Ribeiro et al. (2020, Pág. 111):

“...Los inversores en los mercados globales de capital han comenzado a cambiar sus opciones de inversión, incluyendo criterios ambientales, sociales y de gobernanza en la lógica de sus inversiones y buscando empresas socialmente responsables, sostenibles y rentables para invertir sus recursos...” (Ribeiro et al., 2020, Pág.111).

Se percibe que las organizaciones están siendo convocadas por el propio mercado a colaborar en el diseño y provisión de soluciones innovadoras para problemas profundos de la sociedad, razón por la cual ha ido creciendo el número de empresas adheridas al tema de la responsabilidad social empresarial, que se traduce en

la concienciación de los directivos y de la sociedad civil sobre las dificultades sociales y ambientales inherentes al ejercicio de la actividad empresarial, así como el impacto sobre el medio ambiente.

De acuerdo con Freitas (2018), la interacción de la RSE y la gobernanza debe adoptarse de acuerdo con las características de cada empresa, y debe involucrar a los grupos de interés con transparencia para no crear o frustrar expectativas y así la empresa podrá incrementar su valor en El mercado. El mercado empresarial y los consumidores, como resultado de la globalización, comenzaron a analizar empresas que apuestan por el bienestar social combinado con el desarrollo social comunitario (Fischer, 1999). De esta forma, se hace más evidente la preocupación y el compromiso de las empresas en la implementación de la responsabilidad social empresarial, en todas sus dimensiones, ya que con ello se percibe que la empresa tiene una gestión eficiente (Carroll y Buchholtz, 2000).

Según Leandro y Rebelo (2011), la diferencia entre la filantropía empresarial y la responsabilidad social empresarial radica en que esta última hace que la empresa tome actitudes y acciones de manera sistémica que se vuelven parte del día a día de la empresa, es decir, de la empresa. pasa a ser proactivo, mientras que en el primero la empresa es reactiva y sólo actúa cuando surgen conflictos de necesidades específicas. La responsabilidad social también debe distinguirse del marketing social, ya que este último es una “herramienta estratégica cuyo foco es la transformación social a través de la realización responsable de acciones sociales por parte de las empresas”. (Zenone, 2006, Pág. 24).

Para Montagna (2015, Pág. 23):

“...La responsabilidad social se ocupa del negocio y su entorno, entendiendo las necesidades de los involucrados e incorporándolos a su negocio. Forma parte del crecimiento mutuo entre el individuo, la sociedad y la propia empresa, es algo en movimiento que está en constante evolución y adaptación con el fin de mejorar siempre...” (Montagna, 2015, Pág. 23).

Por tanto, es posible afirmar que se refiere a un nuevo paradigma social, en el que la conducta de las empresas y sus decisiones en la búsqueda de resultados e innovación se orientan hacia el sector social, buscando invertir en recursos financieros y humanos de forma sistémica. con transparencia y ética, promoviendo la mejora técnica y gerencial de la acción social empresarial.

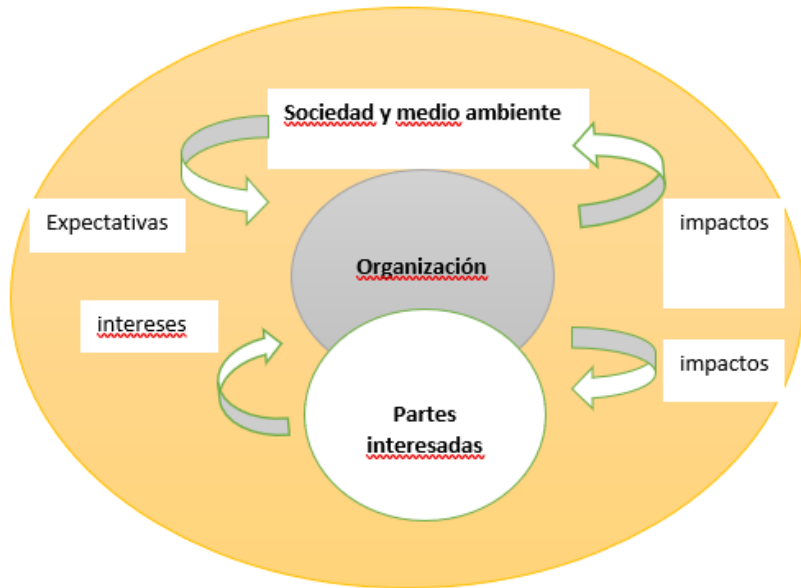
A más de 30 años del Informe de la Comisión Brundtland sobre desarrollo sostenible, se puede observar que en la actualidad tanto la gente como los legisladores se han preocupado más por el desarrollo sostenible, en sus aspectos económico y socioambiental. Montagna (2015, Pág. 33) diferencia las empresas socialmente responsables de las empresas sociales, argumentando que:

“...Las empresas socialmente responsables se caracterizan por invertir o apoyar proyectos sociales o ambientales que beneficien a la población, mientras que las empresas sociales son empresas diseñadas y construidas con el objetivo de resolver un problema social que generalmente surge de la pobreza o el mal uso de los recursos naturales” (Montagna, 2015, Pág. 33).

Los autores Newell y Frynas (2007) argumentan que a través de iniciativas de responsabilidad social empresarial es posible incentivar a las comunidades hacia soluciones a problemas sociales y ambientales, y debe haber alianzas entre los sectores privado, público y de la sociedad civil. Ashley y Cardoso (2002) señalan que a partir de la conciencia del consumidor sobre la demanda de productos que generen mejoras para la comunidad, las empresas comenzaron a adoptar la estrategia de responsabilidad social empresarial.

La responsabilidad empresarial puede ser entendida como las acciones que las empresas realizan para cooperar para la existencia de una sociedad justa e igualitaria, así como la preservación del medio ambiente y la sostenibilidad (Silva y Gomes Filho, 2020). Según Souza y Costa (2012, Pág. 221) la responsabilidad social empresarial “se refiere, en términos amplios, a la actitud ética que se toma hacia la comunidad, involucrando la preocupación por su desarrollo y sostenibilidad”. De esta forma, la norma ya establece uno de los principios para la responsabilidad social que debe respetar los derechos humanos y reconocer que su alcance es universal. La organización, sus partes interesadas y la sociedad se pueden representar gráficamente en la Figura 3.

Figura 3. La organización, las partes interesadas, la sociedad y el medio ambiente



Fuente: (ABNT, 2010, p. 15). Adaptado por el autor.

Así, la responsabilidad social empresarial en las organizaciones turísticas es algo que se va a difundir mucho, pero siempre debemos tener la ética como meta para orientar las acciones empresariales, ya sea en proyectos, políticas internas y externas para que esta preocupación no sea algo pasajero, sino siempre verde.

Ética y ética empresarial

Para profundizar en el tema de la ética empresarial, es imperativo traer lo que se entiende por ética, de manera sucinta, el pensamiento de algunos filósofos, sin ánimo de profundizar o incluso agotar el tema.

El concepto de ética ha sido estudiado desde la antigüedad por varios filósofos, pero sin pretender ahondar en la evolución de la ética, se hace mención al concepto de Emanuel Kant (Kant, 2007) quien creó un imperativo categórico en el que la moral es interior, viene desde la razón humana y la autonomía de cada

individuo para crear reglas de conducta. Andrade (2015) menciona que la ética es un criterio para que las personas sepan diferenciar lo que está bien de lo que está mal, y en las organizaciones cobra importancia a la hora de tomar decisiones.

Para Singer (2002), primero es necesario definir qué no debe entenderse por ética, y según el autor (2002), no es ética (a) dejar de hablar de temas de sexo; (b) la ética no se puede usar en la práctica y (c) la ética solo se puede discutir en relación con asuntos religiosos. Aún así, (d) la ética es relativa o está impregnada de subjetividad. La ética exige un juicio universal de las personas, es decir, es la primacía de lo colectivo sobre lo individual, después de examinar todas las alternativas posibles que podrían traer mejores consecuencias para todas las personas afectadas.

El autor llamó a esta definición el principio de igual consideración de intereses, que considera los intereses imparcialmente. En otro trabajo, Singer (2004, Pág. 16) argumenta que la ética debe haberse desarrollado a partir de los sentimientos y el comportamiento de los “mamíferos sociales”, ya que los seres humanos tienen el razonamiento para explicar su comportamiento, y las comunicaciones globales han creado el deber de explicar el comportamiento humano. comportamiento a todo el mundo. Por lo tanto, la ética debe verse como algo que sirve a los intereses de toda la sociedad mundial y no solo de un lugar en particular, y esto es un resultado de la globalización. En 1979, Jonas (2006) publicó su obra sobre el principio de responsabilidad, en la que buscaba una “nueva ética”, en contraste con la forma en que el hombre venía utilizando los avances tecnológicos. Esta teoría sitúa la responsabilidad como punto central de la ética, cuyos fundamentos éticos equivalen a la preservación del medio ambiente.

Es responsabilidad del hombre utilizar su capacidad para perpetuar la vida en el planeta, ya que su espacio físico es la Tierra entera. Además, ética y responsabilidad en nuestros días deben identificarse como sinónimos. La acción humana debe reflejar la ética y ésta siempre debe ser cuestionada. (Jonas, 2006). Según Vázquez (2002), la ética es la ciencia que estudia el comportamiento moral de los hombres en sociedad. Para Gouvêa et al. (2002) un aporte importante de la reflexión ética fue la creciente preocupación por las relaciones interpersonales y el respeto por la alteridad. Corroborando esta idea, Bews y Rossouw (2002) afirman que la ética aporta la confianza de las personas a las organizaciones.

Según Jonas (2006, Pág. 352), “La responsabilidad es el cuidado reconocido como una obligación hacia otro ser, que se convierte en una “preocupación” cuando existe una amenaza a su vulnerabilidad”. El ser humano está dotado de un conocimiento que le permite saber cómo debe actuar: si para bien o para mal. Esta posibilidad existe porque el hombre tiene autonomía en sus decisiones.

El autor incluso menciona

[...] El poder causal es una condición de responsabilidad. El agente debe responder por sus actos: es responsable de sus consecuencias y responderá por ellas, en su caso. En primera instancia, esto debe entenderse desde un punto de vista legal, no moral. El daño causado debe ser reparado, aunque la causa no haya sido una mala acción y sus consecuencias no hayan sido previstas ni deseadas.[...] (Jonas, 2006, Pág. 165).

Continuar Hans Jonas

[...] Un patrimonio degradado degradaría también a sus herederos. La protección del patrimonio en su exigencia de permanecer igual a lo que es, es decir, protegerlo de la degradación, es una tarea de cada minuto; [...]. Mantener tal patrimonio intacto contra los peligros del tiempo y contra la acción misma de los hombres no es un fin utópico [...]. Se trata de responsabilizarse del futuro del hombre [...] (Jonas, 2006, Pág. 353).

Así, es posible inferir que el autor presenta la idea de que el hombre pertenece a la naturaleza y debe actuar responsablemente con todo el patrimonio que pertenece a la humanidad. Este pensamiento está en línea con el artículo 225 de la Constitución Federal (1988), que establece que la naturaleza debe ser preservada no sólo para las generaciones presentes, sino para las generaciones futuras. Por tanto, la responsabilidad que propone Hans Jonas es totalmente viable mediante el uso de tecnologías para evitar daños.

Para Jonas (2006, Págs 47-48), hay un nuevo orden que debe seguirse, siendo la ética la base rectora:

[...] un imperativo adecuado al nuevo tipo de acción humana y dirigido al nuevo tipo de sujeto actuante debería ser más o menos así: ‘Obra de tal manera que los efectos de tu acción sean compatibles con la permanencia de una vida auténtica [Así, este] nuevo imperativo dice que podemos arriesgar nuestra propia vida, pero no la de la humanidad. [...] No tenemos derecho a elegir la inexistencia de las generaciones futuras a partir de la existencia actual, ni siquiera a ponerlas en peligro [...]’ (Jonas, 2006, Págs. 47-48).

Corroborando la idea de Jonas, Boff (2003, Pág. 11) define la ética como: “un conjunto de valores y principios, de inspiración y dedicación que son válidos para todos, pues están anclados en nuestra propia humanidad”. Podemos decir que la ética empresarial debe ser un principio que permee todas las áreas de la empresa, ya que impacta directamente en toda su operación. Debe comenzar desde la alta dirección hasta el empleado más simple. Así, la empresa mantiene intacto su nombre y marca en el mercado. Y, para que la empresa actúe con responsabilidad social, la ética debe colocarse como uno de los pilares de su actuación.

Según la norma ISO 26000, la forma de actuar ética de una organización se basa en “los valores de honestidad, equidad e integridad. Estos valores implican preocupación por las personas, los animales y el medio ambiente, así como el compromiso de hacer frente al impacto de sus actividades y decisiones en los intereses de los grupos de interés”. (ABNT, 2010, Pág. 12). Entrando en el tema de la ética empresarial, Calvo (2014) menciona que la ética empresarial se consolidó como saberes prácticos y aplicados y que legitiman la actividad empresarial con el fin de justificar o no sus acciones, comportamientos y decisiones. Para analizar la ética empresarial, en primer lugar, debemos analizar la moral como premisa en la dimensión universal, para que, desde ella, la actividad humana pueda concebirse como una actividad ética, ligada a la actividad económica (De Lucca, 2009).

Silva Filho.; De Benedicto y Calil (2014) recomiendan que cuando una empresa se instala en un determinado lugar, pasa a consumir diferentes recursos, no solo naturales sino también intelectuales de sus empleados, además de su esfuerzo físico. Así, para que tenga una actuación socialmente responsable, debe actuar de forma ética y transparente con todos, de lo contrario habrá consecuencias desastrosas por la negligencia de la empresa. Y, la forma de actuar de la empresa también incide en su concepto ante la comunidad, y la ética puede ser un diferencial de la empresa en el mercado, además de constituir buenas prácticas empresariales.

Antonik (2016, Pág. 226) haciendo una comparación con la Santa Biblia menciona que existen 10 mandamientos de la ética empresarial a saber:

“...Yo – No divulgarás publicidad engañosa o amoral.

II - No acosarás sexualmente.

III - No coaccionarás a las personas.

IV – No patrocinarás la mala actuación, de amigos o familiares.

V – Tratarás a los empleados con respeto.

VI – Despedirás a los administradores soberbios y soberbios.

VII – Honrarás a los clientes.

VIII – No sobornarás a los agentes públicos o compradores de sus productos o servicios.

IX – No contaminarás ni cometerás sacrilegio contra el medio ambiente.

X – Te beneficiarás como resultado de tu habilidad...”

Con estos mandamientos, la empresa respetará a las personas y al medio ambiente, y será más competitiva en el mundo empresarial.

La ética debe guiar las acciones empresariales en cualquier parte del mundo, ya que toda sociedad anhela este compromiso. En Brasil, ante los casos de corrupción y lavado de dinero, el Congreso elaboró o mejoró leyes como la Ley N° 12.683, de 2012, que es la Ley de Combate al Lavado de Dinero, y la Ley N° que es la Ley Anticorrupción, que tipifican diversas prácticas consideradas no éticas, las cuales son consideradas delitos y con penas impuestas. Una empresa no puede ser considerada socialmente responsable si no lleva a cabo los principios del Pacto Mundial de la ONU.

Según Leisinger y Schmitt (2002), la ética empresarial no inhibe el interés económico de la empresa, por el contrario, la ética es el elemento accesorio que pretende formar el método de la moralidad para el desempeño del quehacer económico. No hay disolución de criterios éticos con el proceso de formación de objetivos comerciales. Es posible equiparar el interés de la ganancia con

actuar moralmente. De esta manera, la acción empresarial se complementa a sí misma. La empresa que tiene estándares bien formulados está en el camino de la ética. Sin embargo, estas normas no pueden imponerse “de arriba hacia abajo” (Leisinger y Schmitt, 2002, Pág. 125). Deben existir programas de comunicación en la empresa para difundir este contenido esencial a los empleados, donde serán discutidos y analizados por todos para que haya un buen entendimiento, y de esta manera surta efecto. Además, la empresa debe rendir cuentas y ser auditada para demostrar su transparencia.

Así, la ética empresarial es una ética que da respuestas morales a los problemas empresariales haciendo que la empresa contribuya al desarrollo sostenible.

Sostenibilidad

Manzini (2008) afirma que para perseguir la sustentabilidad es necesario cambiar las formas de vivir, la mentalidad, la forma de realizar la producción y el consumo, tanto de las personas como de las empresas, sean éstas públicas o privadas.

Ferreira (2019, Pág. 164) menciona que para las empresas la sostenibilidad “es un camino sin retorno”. La sociedad y los inversores empiezan a exigir que las empresas sean sostenibles económica, social y medioambientalmente, ya sea en el presente o en el futuro. Asimismo, la empresa debe ser transparente con todos los que la rodean (stakeholders), dando a conocer sus cuentas a través de la memoria social.

El informe de sustentabilidad de Global Reporting Initiative – GRI, que es una organización internacional, está siendo utilizado por más de 100 países y, en Brasil, 231 de las mayores empresas lo utilizan, y el 93% de las 250 mayores empresas del mundo lo publican su informe GRI (Ferreira, 2019).

En la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Medio Ambiente y Desarrollo celebrada en Río de Janeiro en 2012, se definieron 17 objetivos que los países se comprometieron a cumplir para alcanzar el desarrollo sostenible, que involucran varias áreas de acción para lograr la preservación del medio ambiente, la justicia social y el crecimiento económico y se conoció como Agenda 2030 (ONU, 2015). La figura 4 muestra estos objetivos (ODS).

Figura 4 – Los 17 objetivos para lograr el desarrollo sostenible



Fuente: ONU (2015).

Sachs (2002) señala que el desarrollo sostenible es un ideal ético en el que la conservación de la biodiversidad puede ser una condición necesaria para el ecodesarrollo y, para ello, debe existir una planificación local y participativa entre la población y las autoridades. El autor continúa diciendo que el progreso en este sentido puede ayudar a los países en desarrollo a invención de sus estándares endógenos de desarrollo más justo y con mayor respeto por la naturaleza, mencionando que la sustentabilidad social es fundamental, ya que es el fin mismo del desarrollo.

Corroborando esta idea, Mileipe (2011, Pág. 106) menciona

[...] La Carta de la Tierra, documento no oficial, diferente a los documentos oficiales más burocráticos, contiene un conjunto de visiones de una ética comprensible, permeando elementos como el cuidado y la responsabilidad que propician un nuevo reencantamiento del mundo, frente a la desafío que nos impone la sustentabilidad[...] (Mileipe, 2011, Pág. 106).

Y Días (2017, Pág. 47) aporta:

[...] Durante mucho tiempo, la contabilidad empresarial se centró en los resultados financieros. Sin embargo, en los últimos años, con el surgimiento de la Responsabilidad Social a nivel empresarial, se ha incrementado la demanda por la incorporación de nuevos indicadores para cuantificar el impacto de las empresas en los grupos de interés externos. En este contexto, surgió el concepto de Triple Bottom Line, que hace referencia a los resultados de una empresa medidos en términos económicos, ambientales y sociales. Se presentan en los informes de sostenibilidad empresarial y constituyen datos y mediciones voluntarias [...] (Días, 2017, Pág. 47).

De esta forma, el Triple Bottom Line (TBL), que es un trípode de sostenibilidad ampliamente difundido por John Elkington (1997), contempla las tres dimensiones de la sostenibilidad: económica, ambiental y social. Además, hace pensar a la empresa más allá del sector financiero, sumando desarrollo ambiental y social.

Como una forma de evaluar los impactos de la actividad empresarial, Savitz y Weber (2007) crearon un enlace utilizando el trípode de sostenibilidad elaborado por John Elkington, como se muestra a continuación:

Indicadores económicos: ventas, beneficios, rendimiento de la inversión, impuestos pagados, flujos de caja y creación de empleo.

Indicadores sociales: prácticas laborales, impacto en la comunidad, derechos humanos y responsabilidad sobre los productos.

Indicadores medioambientales: calidad del aire, calidad del agua, consumo de energía y generación de residuos.

Para Scherer y Palazzo (2011) y Habermas (1996, 2001), entre los diversos campos de debate en los que se sitúan las organizaciones y su acción política, es en el ámbito ambiental, en las discusiones sobre sustentabilidad y desarrollo sustentable, donde surgen nuevas prácticas y nuevos debates se han concentrado en los últimos años. (Scherer y Palazzo, 2011; Habermas, 1996, 2001). Corroborando esta idea, Fenker (2007) menciona que la sustentabilidad que todos debemos buscar es el equilibrio entre el hombre y el medio ambiente, pues con ello la vida puede perdurar desde el presente hasta las generaciones futuras. Así, es deber de los empresarios/gestores pensar no solo en el desarrollo económico,

sino tener entrelazados los valores éticos, sociales y ambientales como estrategia de largo plazo.

Según Roumeliotis (2014), las empresas, dada la situación actual, necesitan superar el concepto reduccionista de desarrollo económico e insertarse en una interacción con el medio ambiente, y ambos conceptos buscan un objetivo común: la preservación de la naturaleza para las generaciones futuras. De acuerdo con Camprubí et al. (1998), entienden que la sustentabilidad debe buscarse en el corto y largo plazo, pues hay actitudes que traen resultados inmediatos y otras que no lo son tanto, siempre equilibrando el uso de los recursos naturales.

La sustentabilidad debe ser pluridimensional, abarcando aspectos sociales, éticos, jurídico-políticos, económicos y ambientales. Es importante señalar que el desarrollo sostenible se basa en los principios de la sostenibilidad, a saber: equilibrio, equidad y complementariedad entre las dimensiones de la sostenibilidad. Además, los resultados de una dimensión pueden reflejar la otra, o sea, un indicador ambiental puede tener repercusiones en la dimensión social (Falcão y Gómez, 2012; Santos, 2013). La sostenibilidad se basa en fundamentos sociales (se refiere a las personas y su forma de vida, teniendo en cuenta aspectos básicos, como la educación, la violencia, el ocio, el empleo y la salud), económicos (abarca la producción, distribución y consumo de bienes y servicios, considerando su impacto en las cuestiones sociales) y ambiental (involucra los recursos naturales y su explotación por parte de las comunidades y empresas) (ABNT, 2016).

Por tanto, la sostenibilidad en las organizaciones turísticas asegura no solo la calidad de vida, sino también la seguridad ambiental de sus clientes y de todas las personas con las que se relaciona.

Metodología

La metodología utilizada fue bibliográfica y descriptiva, con enfoque cualitativo, utilizando artículos científicos publicados en revistas, tesis, disertaciones que abordaron el tema de ESG y ética empresarial, así como libros y legislación relacionados. A partir de estas lecturas se construyó el texto y se extrajo la conclusión.

La investigación tiene un carácter exploratorio y descriptivo. Los estudios exploratorios, según Köche (2010), son ampliamente utilizados, especialmente en las ciencias sociales. Para el autor -En la investigación exploratoria no se trabaja con la relación entre variables, sino con el relevamiento de la presencia de variables y su caracterización cuantitativa o cualitativa (KÖCHE, 2010, Pág. 126). El autor destaca: -El objetivo fundamental de una investigación exploratoria es describir o caracterizar la naturaleza de las variables que se desea conocer” (KÖCHE, 2010, Pág. 126).

En cuanto a la investigación descriptiva, según el mismo autor, estudia las relaciones entre dos o más variables de un fenómeno dado sin manipularlas. Por lo tanto, en la investigación descriptiva no hay manipulación a priori de las variables.

Consideraciones finales

Las organizaciones turísticas, a través de acciones de Responsabilidad Social Corporativa o también denominada Responsabilidad Social Corporativa, van mucho más allá de satisfacer las expectativas de la sociedad, se involucran directamente en acciones regulatorias y en la producción de bienes públicos. Esto significa adoptar un nuevo concepto politizado de la Responsabilidad Social, capaz de sumar estos nuevos roles que asumen las empresas del sector turístico, trascendiendo una visión económica, para las cuales las acciones de Responsabilidad Social Corporativa se orientan puramente a la creación de valor para las empresas a largo plazo. Este nuevo concepto politizado de Responsabilidad Social Empresarial es capaz de adaptarse a un nuevo contexto global, posnacional, marcado por nuevas relaciones entre el Estado y la sociedad (Habermas, 2001). Siguiendo esta línea de razonamiento, entre los diversos campos de debate en los que se sitúan las organizaciones turísticas y su actuación política, es en el ámbito medioambiental, en las discusiones sobre sostenibilidad y desarrollo sostenible, donde se han concentrado nuevas prácticas y nuevos debates en los últimos años. (Scherer y Palazzo, 2011; Habermas, 1996, 2001).

A más de 30 años del Informe de la Comisión Brundtland sobre desarrollo sostenible, se puede observar que en la actualidad tanto la gente como los legisladores se han preocupado más por el desarrollo sostenible, en sus aspectos económico y socioambiental. De esta forma, la responsabilidad social empresarial

en las organizaciones del sector turístico es algo que se difundirá mucho, pero es fundamental que las acciones estén guiadas por la ética, ya sea en proyectos, políticas internas y externas, para que esta preocupación no sea algo pasajero, pero de hoja perenne. Para Leisinger y Schmitt (2002), la ética empresarial no inhibe el interés económico de la empresa, por el contrario, la ética es el elemento accesorio que pretende formar el método de la moralidad para el desempeño del quehacer económico.

Así, la ética en las empresas del sector turístico es una ética que da respuestas morales a los problemas empresariales haciendo que la empresa responsable contribuya al desarrollo sostenible.

Referencias

- Ackerman, RW (1975). El reto social de la empresa. Prensa empresarial de Harvard. <https://www.hup.harvard.edu/catalog.php?isbn=9780674187771>.
- Aguilera, R. V.; Rupp, DE; Williams, CA y Ganapathi, J. (2007). “Devolver la S a la responsabilidad social empresarial: una teoría multinivel del cambio social en las organizaciones”. Revisión de la Academia de Gestión, 32(3), 836-863. <https://bit.ly/3xscA0Y>
- Aguilera Castro, A. & Puerto Becerra, D.P. (2012). “Crecimiento empresarial basado en la Responsabilidad Social”. Pensamiento y Gestión, (32), 1-26. <https://bit.ly/3E74yyq>
- Andrade, M. A. M. de. (2015). Marketing y Responsabilidad Social en el Sector Bancario Brasileño. Tesis de Doctorado en Administración, Universidad Federal de Minas Gerais. <https://bit.ly/40XyZkA>
- Antonik, LR (2016). Cumplimiento, ética, responsabilidad social y empresarial: una visión práctica. Libros Altas.
- Ashley, PA (org.). (2018). Ética y responsabilidad social en los negocios. Granizo. <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788553131839/pageid/130>.

- Ashley, PA; Cardoso, JG (2002). La responsabilidad social en las empresas: un concepto en construcción. En: *Ética y responsabilidad social en los negocios*. 2-16. Saraiva.
- Asociación Brasileña de Normas Técnicas. (2016). *Instalaciones de alojamiento: indicadores para el sistema de gestión de la sostenibilidad*. ABNT.
- Asociación Brasileña de Normas Técnicas. (2010). *ISO 26000 - Directrices sobre responsabilidad social*. ABNT.
- Barbieri, J. C. & Cajazeira, J. E. R. (2012). *Responsabilidad social empresarial y empresa sostenible: de la teoría a la práctica*. Granizo.
- Bernardo, D. C. dos R.; Pereira, Carolina del Norte; Salasar, GT & Antonialli, LM (2015). *¿No es el equilibrio social un Showcase? Un estudio de los estados sociales de las empresas públicas en Brasil*. Universidad Federal de Lavras. <https://bit.ly/3I3QIhB>
- Bews, N.F y Rossouw, G.J (2002). “El papel de la ética empresarial en la facilitación Integridad”. *Revista de ética empresarial*, 39(4), 377-390. DOI: 10.1023/A:1019700704414.
- Boff, L. (2003). *Ética y ecoespiritualidad. Versus*.
- Bowen, HR (2013). *Responsabilidades sociales del empresario*. Harper & Row. (Obra original publicada en 1953).
- Calvo, P. (2014). “Ética Empresarial, Responsabilidad Social y Bienes Comunicativos”. *Tópicos, Revista de Filosofía*, (47), 199-232. DOI: <https://bit.ly/3xIVMZF>
- Camprubí, R.B.; Marco, LP; Cabado, JS & Riera, FV (1998). *Turismo y medio ambiente*. Editorial Centro de Estudios Ramón Areces S.A.
- Carroll, AB (2004). “Gestionando éticamente con stakeholders globales: Un desafío presente y futuro”. *Academia de Administración Ejecutiva*, 18(2), 114-120.

- Carroll, AB y Buchholtz, AK (2000). *Empresa y Sociedad: Ética, Sostenibilidad y Gestión de Grupos de Interés*. (4ª ed.). Thomson Learning, South-Western College Publishing.
- Castelo Branco, L. M. P. de. (2020). *Responsabilidad Social Empresarial: análisis de la importancia de los objetivos de desarrollo sostenible (ODS) y stakeholders en proyectos para la industria cárnica y de productos cárnicos*. Tesis de Doctorado en Administración, Universidad Municipal de São Caetano do Sul – SP. <https://bit.ly/3S1eU8F>
- Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Desarrollo Sostenible - Rio+20. (s. f.) http://www.rio20.gov.br/sobre_a_rio_mais_20.html.
- Constitución de la República Federativa de Brasil de 1988 [Const]. Diario Oficial de la Federación del 05/10/1988. (Brasil). http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm.
- Cordeiro, D.I.; Leite, N. K. & Partidario, M. do R. (2010). “Instrumentos para evaluar la sostenibilidad de los destinos turísticos: una revisión de la literatura”. *Folleto de Turismo Virtual*, 10(2), art. 5, 49-64. <https://bit.ly/3S1yFgt>
- Correa, D. A.; Sacomano Neto, M.; Spers, VRE y Giuliani, AC (2010). “Innovación, Sostenibilidad y Responsabilidad Social: análisis de la experiencia de una empresa de maquinaria pesada”. *RGSA – Revista de Gestión Social y Ambiental*, 4(3), 90-105. <https://bit.ly/3RWwMlf>
- Costa, C. S. & Visconti, G. R. (2000). “Empresas, responsabilidad corporativa e inversión social: una aproximación introductoria”. *BNDES/AS/GESET. Informe Sectorial*, (2), 1-31. <https://bit.ly/3Yxymwj>
- Cruz, A. (2021). *Introducción a ESG: medioambiente, social y gobierno corporativo*. Scortecci.
- De Lucca, N. (2009). *De la ética general a la ética empresarial*. Barrio Latino.
- Días, R. (2017). *Gestión ambiental: responsabilidad social y sostenibilidad*. (3ra ed.). Atlas. pp. 1-234.

- Drucker, PF (2001). *Gestión de organizaciones sin fines de lucro: principios y prácticas*. Aprendizaje Thomson.
- Elkington, J. (1997). *Caníbal con tenedores: el resultado final triple de los negocios del siglo XXI*. Piedra angular. Disponible en: <https://bit.ly/3YNSMkl>
- Falcão, MC & Gómes, CP (2012). “Análisis de la sostenibilidad de los destinos turísticos: una propuesta teórica para adaptar el modelo de ciclo de vida de los espacios turísticos a las dimensiones de la sostenibilidad”. *Revista de Turismo – Visión y Acción. Electrónica*, 14(3), 304-321. <https://bit.ly/3K8HnYC>
- Fenker, E. (2007). *Impacto ambiental y daño ambiental*. https://www.academia.edu/898547/impacto_ambiental_e_dano_ambiental.
- Ferreira, R. do N. (2019). “Ética Empresarial y Sostenibilidad: bases para el gobierno corporativo”. En: PA Ashley (org.). *Ética, Responsabilidad Social y Sostenibilidad en los Negocios: (de)construyendo límites y posibilidades* (pp. 121-180). Educación Saraiva.
- Ferrell, OC; Fraedrich, J. & Ferrell, L. (2001). *Ética empresarial: dilemas, toma de decisiones y casos*. Reichmann & Affonso.
- Fischer, RM (1999). “Ciudadanía Organizacional: un camino de desarrollo”. En: M. P. Éboli (coord.). *Colección Universidades Corporativas - Educación para las empresas del siglo XXI* (págs. 123-136). Schmukler.
- Freitas, E.de. (2018). *Implementación de Prácticas de Responsabilidad Social y Gobierno Corporativo para la creación de valor en las empresas*. Disertación de Maestría en Sistemas de Gestión, Facultad de Ingeniería, Universidad Federal Fluminense. <https://bit.ly/3YTaQ6z>
- Gomes, BMM (2017). “Innovación y sustentabilidad en el sector minero: un estudio de caso de una empresa brasileña”. *Revista Gestión Ambiental y Sostenibilidad*. (3), 679-695. <https://doi.org/10.19177/rgsa.v6e32017679-695>.

- Gouvêa, R. Q.; Souza Neto, J. C. de, De Liberal, M. M. C.; Hack, O. H. & Gomes, A. M. de A. (2002). Ética y Ciudadanía – La búsqueda humana de valores solidarios. Una mirada a la Ética y la Ciudadanía. Mackenzie.
- Habermas, J. (1996). Entre hechos y normas: aportes a una teoría discursiva del Derecho y la democracia. Gobierno.
- Habermas, J. (2001). La constelación posnacional. MIT.
- Hansen, EG; Grosse-Dunker, F; Reichwald, R (2009). “Cubo de innovación en sustentabilidad – Un marco para evaluar la sustentabilidad – Innovaciones orientadas”. Revista Internacional de Gestión de la Innovación (ijim). (4), 683-713. DOI: 10.1142/S1363919609002479.
- Instituto Ethos. (Dakota del Sur.). El Instituto. <https://www.ethos.org.br/>.2022.
- Jonas, H. (2006). El principio de responsabilidad: ensayo sobre una ética para la civilización tecnológica. Contrapunto.
- Kant, I. (2007). Fundamento metafísico de la moral. Editorial Nacional. <https://bit.ly/3IojdYu>
- Köche, JC (2010). Fundamentos de metodologia científica: teoria da ciência e iniciação à pesquisa. Vozes.
- Leandro, A. & Rebelo, T. (2011). “Responsabilidad social empresarial: incursión en el concepto y sus relaciones con la cultura organizacional”. Exedra: Revista científica, (1), 11-40. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3684511>.
- Ley N° 12.683, de 9 de julio de 2012. Modifica la Ley N° 9.613, de 3 de marzo de 1998, para hacer más eficiente la persecución penal de los delitos de lavado de dinero. DOU del 10 de julio de 2012. <https://bit.ly/3HTCbEU>
- Ley N° 12.846, de 1 de agosto de 2013. Dispone sobre la responsabilidad administrativa y civil de las personas jurídicas por la práctica de actos contra la administración pública, nacional o extranjera, y otras disposiciones. DOU del 2 de agosto de 2013. <https://bit.ly/3YNkldG>

- Leisinger, KM y Schmitt, K. (2002). Ética empresarial: responsabilidad global y gestión moderna. Voces.
- Machado Filho, CP (2006). Responsabilidade social e governança: o debate e as implicações. Cengage Learning.
- Manzini, E. (2008). Diseño para la innovación social y la sostenibilidad: Comunidades creativas, organizaciones colaborativas y nuevas redes de diseño. Papeles electrónicos.
- Mazzioni, S.; Di Domenico, D. y Zanin, A. (2010). “Divulgación de la práctica empresarial de acciones de responsabilidad social utilizando el informe social”. Revista Catarinense de Ciencias Contables – CRCSC, 9(27), 43-55. <https://bit.ly/3xnSxBa>
- McIntosh, D.; Leipziger, KL; Jones, M. y Coleman, G. (2001). Ciudadanía Corporativa: estrategias exitosas para empresas responsables. marca de calidad
- Melo Neto, FP. y Froes, C. (2001). Gestión de la Responsabilidad Social Empresarial: el Caso Brasileño. marca de calidad. Qualitymark.
- Mileipe, JC (2011). La dimensión de la ética ambiental para la sustentabilidad: límites y posibilidades. Disertación de Maestría en Desarrollo y Medio Ambiente, Universidad Federal de Pernambuco <https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/3239>. pp. 1-114.
- Montagna, D. (2015). Responsabilidad Social Corporativa: ¿Sostenibilidad o Estrategia Empresarial? Tesis de Maestría en Dirección de Empresas, Universidad Autónoma de Lisboa. <https://bit.ly/3jWkL2y>
- Newell, P; Frynas, JG (2007). ¿Más allá de la RSE? Negocios, pobreza y justicia social: una introducción. Trimestral del Tercer Mundo. (4). 669-681. <https://bit.ly/3EaqHMu>
- Organización de las Naciones Unidas. (2020). Conferencia de las Naciones Unidas sobre Medio Ambiente y Desarrollo – ECO-92. <https://bit.ly/3lzY1WC>

- Organización de las Naciones Unidas. (2015). Los 17 objetivos para el desarrollo sostenible. <https://brasil.un.org/pt-br/91223-onu-e-o-meio-ambiente>.
- Organización de las Naciones Unidas. (2000). Pacto Mundial – Rede Brasil. Diez Principios Universales. <https://www.pactoglobal.org.br/10-principios>.
- Reis, C. N. dos. (2009). Responsabilidad Social Corporativa y Memoria Social: medios para impulsar el desarrollo económico y social. Atlas.
- Ribeiro, C. de M. de A.; Vieira Neto, J.; Consenza, J.P. & Zotes, L.P. (2020). “Evidencia de responsabilidad social corporativa en estudios sobre informes integrados: una revisión estructurada de la literatura”. *Desarrollo y Medio Ambiente*, 53, 107-132. DOI:10.5380/dma.v53i0.68391.
- Roumeliotis, LPC (2014). Principios e indicadores ambientales en los informes de sostenibilidad de las empresas eléctricas de Santa Catarina: un análisis basado en el Global Reporting Initiative (GRI). Disertación de Maestría en Administración de Empresas, Universidad Estadual de Santa Catarina. <https://bit.ly/3xpcwz8>
- Sachs, I. (2002). Caminos para el desarrollo sostenible. Garamond.
- Santos, JG (2013). Sistema de indicadores de sostenibilidad para el turismo: aplicación de un enfoque participativo en Porto de Galinhas, PE. Disertación de Maestría en Administración, Universidad Federal de Pernambuco. <https://bit.ly/3HSIKaY>
- Savitz, AW y Weber, K. (2007). La empresa sostenible: el verdadero éxito es el beneficio con responsabilidad social y medioambiental. Elsevier.
- Scherer, A.G. & Palazzo, G. (2011). “El nuevo rol político de las empresas en un mundo globalizado: una revisión de una nueva perspectiva sobre la RSE y sus implicaciones para la empresa, la gobernanza y la democracia”. *Revista de Estudios de Gestión*, 48(4), 899-931. <https://bit.ly/3K6yFd4>
- Schroeder, JT y Schroeder, I. (2004). “Responsabilidad Social Empresarial: límites y posibilidades”. *Comportamiento Organizacional – RAE electrón.* 3(1), 1-10. <https://bit.ly/3E8RXel>

- Silva, M; Gomes Filho, AS (2020). Responsabilidad social empresarial: una revisión de la literatura (2018-2019). *Entrepreneurship*. (2). 37-42. <http://doi.org/10.6008/CBPC2595-4318.2020.002.0004>.
- Silva, K. F. da, Nóbrega, M. P.; Almeida Júnior, A. L. de.; Moreira, PMS & Maracajá, PB (2013). “Estudio de Responsabilidad Social y Ambiental de las Empresas en Sousa – PB – Brasil”. *Revista Brasileira de Gestão Ambiental – GVAA – Grupo Verde de Agroecología y Abejas*, 7(1), 65-101. <https://bit.ly/3YUtBNj>
- Silva Filho, CF., De Benedicto, GC. y Calil, JF. (orgs). (2014). *Ética, Responsabilidad Social y Gobierno Corporativo*. Punto.
- Singer, P. (2002). *Ética práctica*. tradução Jefferson Luiz Camargo. Martins Fontes.
- Singer, P. (2004). *Um só mundo: a ética da globalização*. Tradução: Adail Ubirajara Sobral; revisão da tradução: Marcelo Brandão Cipolla. Martins Fontes.
- Souza, JA; Costa, TMT da. (2012). “Responsabilidad social empresarial y desarrollo sostenible: conceptos, prácticas y desafíos para la contabilidad”. *Organizaciones en contexto*. (15). <https://doi.org/10.15603/1982-8756/roc.v8n15p213-238>.
- Vázquez, A. (2002). *Principio moral*. (edición 23). Civilización brasileña, 2002.
- Zenone, LC (2006). *Mercadeo social*. Aprendizaje de Cengage BR.
- Zouain, DM (2000). “Responsabilidad social empresarial, desarrollo sostenible y nuevas formas de actuación empresarial”. *Revista de Administración Pública*, 34(3), 161-162. <https://bit.ly/3xmYwG9>