

La responsabilidad social empresarial y los ODS: perspectivas desde la ética aplicada

Karina Montiel González

Introducción

La responsabilidad social empresarial (RSE) ha sido tradicionalmente concebida como un modelo organizacional en el que la empresa participa activamente en la sociedad, con el propósito de contribuir a su mejora (Ramón-Llorens *et al.*, 2021). Esta visión se identificaba principalmente en empresas del sector público y, en menor medida, en algunas del sector privado, al considerarse distantes de los fines lucrativos.

En septiembre de 2015 se celebró una cumbre internacional en la que 193 Estados miembros adoptaron la Agenda 2030, comprometiéndose con los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). A partir de este consenso global, emergió una preocupación compartida entre los actores sociales por atender los problemas de orden mundial que enfrentamos como cohabitantes del planeta. En este contexto surge el modelo *Triple Bottom*

Line o de triple impacto para el sector empresarial, el cual incorpora como ejes de acción el medioambiente, el bienestar social y la ética aplicada como fundamento para alcanzar los objetivos propuestos. En este marco, se reconoce el potencial de las organizaciones para comprometerse con el bienestar social, cuyo núcleo reside en la construcción de su capital moral.

Esbozo del concepto de responsabilidad social empresarial

Abordar la Responsabilidad Social Empresarial en la actualidad, se ha convertido en un tema de suma relevancia tanto que, a la par de la ética empresarial, sus esfuerzos se han encaminado al vínculo de las organizaciones con la sociedad adquiriendo así mucho mayor significado entre los estatutos éticos de las empresas y la realidad inmediata a la que se suscriben.

El concepto de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es complejo, sin embargo, diversos estudiosos del área reconocen la publicación del economista norteamericano Howard R. Bowen de 1953 titulada *Social Responsibility of the Bussinessman* (Bowen, 2013), como aquella que define más asertivamente el concepto, publicación en donde, a grandes rasgos, perfila la relación entre la empresa y la sociedad, y del mismo modo el compromiso que debe haber entre ambas partes como una corresponsabilidad (Bowen, 2013).

La evolución del concepto de responsabilidad social planteado por Bowen encuentra su línea de seguimiento en Freeman y la teoría de los *Stakeholders*, que se define como el grupo dentro de la empresa que funge la base para alcanzar sus objetivos e intereses de la organización (Freeman, 2012), a partir de este compromiso de parte de este grupo, las empresas comienzan a generar cierto grado de reputación y confianza en sus consumidores, ya que tienen un objetivo que es consistente y por tanto genera certidumbre en la sociedad, por lo tanto, su afianzamiento es la confianza, que representa el principal sustento de sus relaciones comerciales (Montiel, 2024).

Considerando que las actividades de las empresas están dirigidas a proveer bienes y servicios para la satisfacción de necesidades de sus clientes, ya sea directa o indirectamente, las empresas, también han ofrecido generación de empleos y soluciones específicas a problemas que aquejan a la sociedad (por ejemplo, comunicación, transporte, uso de energías sustentables, entre otras), por tanto, bajo este tenor se podría considerar que, en cierto sentido, los fines

de los empresarios han podido solventar ciertas necesidades en sus comunidades. Esta aseveración, que parte del abanico de funciones de las empresas pudiera darnos un acercamiento al nacimiento de lo que comprende el concepto de RSE, como tal, la literatura sobre la RSE no manifiesta un concepto específico de lo que significa (Ríos, 2020).

Una apreciación general del concepto define la RSE como el compromiso de las empresas para adoptar políticas, liderar acciones en virtud de los valores y objetivos de nuestras sociedades (Bowen, 2013), partiendo de esto, es de considerar que la actividad empresarial podría contribuir a solucionar problemas sociales y no solo de carácter económico, entendiendo así que sino que, su evolución va a la par de las necesidades sociales, mismas que se adicionan la sostenibilidad y las preocupaciones medioambientales (Ríos, 2020), conjunto que en la gestión empresarial se denomina como triple cuenta de resultados.

Lo que compete al concepto triple cuenta de resultados, lo desglosaremos con detenimiento en la siguiente sección, en tanto que su importancia, versa sobre los valores extendidos, mismos que suponen escenarios de comprensión moral más compleja, en otras palabras, que van más allá de la esfera individual y extienden su espectro y es precisamente este género de valores los que se torna necesarios para las operaciones empresariales, ya que tradicionalmente, el ámbito privado se dibuja alejado de los intereses colectivos que no sirvan a su particular.

En este contexto, es menester hacer referencia al concepto de confianza, mismo que es un valor fundamental en el contexto de las relaciones sociales, debido a su génesis se requiere de un voto desinteresado para la construcción de una relación. Similar a ello, las empresas requieren de la confianza de la sociedad para poder construir relaciones de negocios viables (Freeman, 2012), de manera que, se hace patente la necesidad de la humanización de los negocios a través de la RSE (Dion *et al.*, 2022).

Ahora bien, la RSE no surge de acciones aisladas, como el simple hecho de que los *stakeholders* lo consideren como un asunto de interés, antes de esto se requiere de sensibilidad social y gestión adecuada de las partes interesadas encaminadas hacia este objetivo (*stakeholders*) (Gendron, 2000) considerándose así más allá de una cuestión estratégica, la RSE debe ser un imperativo intrínseco a la naturaleza de la empresa (Villafán, 2020).

Más allá de la perspectiva instrumentalista que se tenga del quehacer empresarial, sobre todo el del ámbito privado, es importante reconstruir la imagen

de las empresas desde su labor, como entes que se circunscriben a la sociedad. Vale argumentar, que se saben parte del entorno en el cual realizan sus actividades, y como tal, forman parte del pacto social que lo construye y participan de este, respetando el código ético moral que lo rige, a partir de su constructo organizacional, políticas externas y toma de decisiones.

La ética de la responsabilidad social empresarial

El enfoque ético de la RSE es indisoluble por sus propósitos sociales, cuando hablamos del conjunto de la empresa en este tenor, es inevitable dirigir la mirada a sus actividades sujetándolas a juicios morales (Villafán, 2020), considerando como medida de su actuar, aquello que represente un beneficio tanto para sí misma como entidad, como para la sociedad en la que se desarrolla, puesto que, desde la misión de las empresas se perfila su nivel de participación en mayor o menor medida en la sociedad.

Una visión utilitarista de la ética aplicada a la empresa versa sobre los efectos positivos de la Responsabilidad Social Empresarial: lo que es bueno para la empresa, es bueno también para la sociedad, ofreciendo los cimientos para una ética de la alteridad (Sánchez Gómez, 2020). Esto representa una transformación de la visión que tenemos sobre nuestro comportamiento hacia los demás, y al mismo tiempo se crea una concurrencia tal que, se reconocen las necesidades del entorno, a partir de las nuestras, siendo que, lo que funciona para uno funciona para ambos lados.

En este tenor la ética ofrece una perspectiva sobre la búsqueda del bienestar mutuo, inherente a todo individuo y que se circunscribe en la capacidad de involucrarse los unos con los otros, tendencia que se dibuja en una suerte de cooperatividad innata, que desde la perspectiva de la filosofía se considera como parte del *ethos* individual de cada persona, que es en esencia el motor de nuestra actividad moral (Cortina, 2017), o sea, el principio actor de todo sujeto moral está predispuesto a actuar en conjunto. Este actuar se ve motivado por asuntos tales como la afinidad: en la medida en la que nos identificamos con la manera de conducirse del otro, somos capaces de reconocer que compartimos en cierta medida los mismos valores (Villoro, 2017), y por lo tanto, nuestra tendencia a actuar se da en la misma sintonía.

En este sentido hablar de la noción ética expuesta en la RSE es importante para recurrir a su vena práctica, pero sobre todo para apelar a su aplicabilidad,

que es parte de los ideales de la ética aplicada que sugiere la necesidad del marco reflexivo (Albareda, n.d.), que oriente el actuar de las organizaciones, reconociendo el deber como aquello que orienta las acciones si bien, las empresas en su estructura, tienen de por sí un marco ético, es a partir de su constitución, que esta noción del deber es superior, pues se apela al imperativo categórico que se enuncia en la filosofía Kantiana, mismo que en palabras llanas, representa la búsqueda de máximas morales aplicadas en todos los contextos (Kant, 1946), siendo estas máximas morales las que se cimientan en aras del bienestar comunitario a partir de la comprensión de la noción de deber.

El concepto de deber moral adquiere importancia cuando se convierte en una actividad civil, dicho de otra forma, el deber individual se construye en una esfera distinta, este podría comprenderse como una serie de actos que se realizan en consonancia, para conseguir un objetivo, no así como los deberes civiles, que se sabe están legitimados por otros, o sea, están en sintonía con un propósito común puesto que devienen del pacto social (Polo Santillán, 2019), en este sentido nos referimos a pacto social, en su sentido más simple: como una convención no escrita, entre cohabitantes de un espacio, en donde lo deseable es comprendido en la consciencia de quienes participan de este pacto (Cortina, 2021).

En tanto a lo que se refiere a la comprensión de lo deseable, en el plano de la ética también puede predicarse como lo bueno en sí, no solo para un solo tipo de circunstancia sino para la universalidad de circunstancias que puedan darse (Kant, 1946), por ejemplo la noción de justicia cuyo entendimiento y aplicación debe ser de carácter universal independientemente del contexto en el que se: lo que se considera justo en determinada circunstancia, debe considerarse en el mismo sentido en otra.

Versando sobre lo mismo, llegamos al concepto de consciencia moral que se identifica con el grado de entendimiento que tiene el sujeto de su actuar (Carpendale, 2000), esto es indispensable para que los actos, sean genuinamente morales y se interioricen con el objetivo de concordar con el pacto social, desarrollando nuestra reflexión en la comprensión de por qué actuamos de determinada, asunto que, manera en primera instancia permite el soporte moral de los individuos y por otra parte, convivir de forma armónica con los demás.

Entonces la importancia de la consciencia moral, radica en el reforzamiento de nociones como justicia o el bien, valores universales que son la base

para cimentar el bienestar común como parte del sistema de valores individual (Barra Almagiá, 1897), el afianzamiento social de lo *deseable*, permitiendo así encausar el pacto social, que en términos simples se refiere a la legitimación de decisiones conjuntas fundamentando lo que es conveniente a la mayoría (Siches, 2002), siendo de esta manera como se estructuran en esencia los esquemas de valores entre individuos que comparten ciertos intereses.

Avanzando a sistemas sociales más complejos, es preciso dilucidar la responsabilidad individual del sujeto en cuanto a la dimensión social se refiere, pues una vez que se adquiere la noción de lo que representa el pacto social, en cuanto a la participación que se tiene en este como miembro de una sociedad, mayor comprensión se tiene de la responsabilidad que tenemos no solo con nosotros mismos sino con los demás (Levinas, 1993), lo cual es la esencia del acto moral, que no es otra cosa que la consideración de la responsabilidad civil sustentada en la elección reflexionada de nuestro actuar (Kant, 1946).

Así pues, la responsabilidad social tiene su punto de encuentro en la ética aplicada en tanto que, la estructura de la responsabilidad se da si y solo si a partir del carácter ético de los individuos, de manera que, al trasladarse al escenario de la RSE, tiene un punto de interés que es parte de los intereses del sector empresarial pues partiendo de que el patrimonio moral de una empresa es capaz de crear un vínculo de confianza en la sociedad (Cortina, 1995) y por lo tanto una reputación y al mismo tiempo conseguir objetivos individuales a partir de lo comunitario construyendo así su capital social (Dion *et al.*, 2022).

Desde el punto de vista organizacional, la RSE de la empresa está estrechamente relacionada con la manera en la que las empresas fomentan la participación social de las actividades en el entorno social, así como de la interacción que se da entre los actores dentro y fuera de la empresa (Ríos, 2020), de modo que la gestión de la RSE es interna y externa dado que, empero es necesario que todo acto llevado a cabo como parte de las labores de la empresa sea voluntario, la característica del acto volitivo que enunciamos es de carácter ético, es decir, implica algo más allá que el superfluo *querer hacer algo* en este está implicada la intención que se tiene al hacer algo (Villoro, 2017).

La intencionalidad de un acto es mucho más compleja de lo que pudiera parecer, porque, debe cumplir ciertas características para poder considerarse de esa forma, esto es, para que las empresas puedan realizar actos de participación social, en su estructura moral, deben vislumbrarse principios que preserven esas intenciones.

Lo anterior considera en gran medida, como es que de la mano de sus directrices tales como la misión, visión y valores de las empresas, así como la labor de los grupos de interés en la construcción de la reputación positiva de las corporaciones, el compromiso con la sustentabilidad y con las generaciones futuras es susceptible de desarrollarse creando una sinergia entre los intereses de la sociedad y las empresas (Belleza Yactayo & Dios Mendoza, 2022).

Triple Bottom Line: el camino a los Objetivos del Desarrollo Sostenible

El desarrollo de la vena social dentro de las organizaciones adquiere tintes relevantes en la sociedad actual, en donde los valores de la ecósfera se vuelven particularmente importantes, puesto que a partir de estos podemos dar solución a lo que se considera la crisis moral de la época: el deterioro del medio ambiente (Lipovetsky, 1994).

Como antecedente de los esfuerzos por dar solución a los diversos problemas que aquejan a la ciudadanía mundial, en septiembre de 2019 se celebró la cumbre por los Objetivos del Desarrollo Sostenible (ODS), con la iniciativa internacional “Transformar nuestro mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible”, estos Objetivos del Desarrollo Sostenible se proponen impulsar la participación de todos los países para promover la prosperidad y la protección del planeta (CEPAL, 2023) ello con la finalidad de dar cauce a la construcción de un mundo sustentable con la colaboración público-privada de las organizaciones que intervienen en la economía mundial (Rubíes, 2023) dibujando así un panorama favorable para el desarrollo mundial.

Esta premisa puso en el escenario un reto importante para las organizaciones pues, si bien, como se ha reconocido, que el motor de las empresas se gesta en algún aspecto de la sociedad en la que se desarrollan, las ODS visibilizan que, más allá de los objetivos económico-sociales que estas persiguen, se agrega a ello el impacto socioambiental vinculado a sus metas (Rubíes, 2023), lo cual reformula o subraya los objetivos y metas que en cada organización se tengan.

En este mismo tenor, surgen las empresas con el perfil triple Bottom Line o triple impacto, que tienen como eje generar un impacto positivo en tres ámbitos que consideran fundamentales a saber el social, ambiental y económico reforzando así su perfil con la Responsabilidad Social Empresarial (Barroso *et al.*, 2023), el concepto de Tripple line, de triple impacto o las “B corp”, tienen

como característica el sentido de RSE distintivo de los modelos empresariales tradicionales entre los cuales destacan los siguientes:

- Reforzar el impacto positivo a partir de la construcción de una reputación que favorezca el logro de propósitos favorables para la sociedad y para la empresa orientado por sus objetivos y acciones sociales encaminadas tanto como para el medio ambiente como para la sociedad (Abramovay *et al.*, 2013).
- Consideración del espectro público, comunitario, medioambiental en la toma de decisiones trascendentales para la empresa, con la intención de favorecer a todos los actores que intervienen en sus operaciones de forma directa e indirecta. (Abramovay *et al.*, 2013).
- Reconocimiento de interdependencia existente entre las organizaciones, esto quiere decir que, las empresas con este perfil se visualizan a sí mismas dentro de una comunidad que comparte un objetivo común, así como valores y principios actuando en concordancia entre ellas mismas y para con las demás (Cao & Gehman, 2021).

La evolución de los objetivos de las empresas de este perfil a la par de los Objetivos del Desarrollo Sostenible, pone especial énfasis en la ética empresarial, que como se ha abordado con anterioridad, adquiere el matiz de la ética aplicada, pues considera ya escenarios específicos de actuación en donde, el actuar está encaminado a la mejora de la calidad de vida de las sociedades entre otros propósitos que consideran los ODS, es importante recalcar que los Objetivos del Desarrollo Sostenible no sustituyen de ninguna manera los intereses de las empresas, antes bien representan una oportunidad para que las empresas adapten su modelo de negocios (Ríos, 2020).

Esta propuesta de la adaptación de los modelos de negocios no es una tarea que dependa únicamente de las empresas, sino también de la sociedad y de sus consumidores pues, respondiendo a la ley de la oferta y la demanda, se requiere también de la labor de sociedades conscientes de las necesidades de su entorno y de la agenda 2030, por ejemplo: un determinado nicho de mercado consciente de lo que implican los Objetivos del Desarrollo Sostenible demandará entre sus necesidades, productos sostenibles y ello repercutirá en que las empresas integren productos sostenibles o en su defecto, modernicen su producción a formas de producción sostenible; está dinámica implicaría una doble

ganancia en donde, para las empresas pueda significar beneficios económicos, tales como: diversificación de mercado, reducción de costos, mejora del valor de los productos, etc.(Ríos, 2020).

Lo anterior traza cómo es que la adopción de las Objetivos del Desarrollo Sostenible en la Responsabilidad Social Empresarial no solo depende de estas, sino también requiere de la participación activa de la sociedad con consciencia y actuar para que dichos objetivos sean alcanzados, si bien, la actividad individual no pudiera representar un cambio significativo para el entorno inmediato, las actividades colectivas lo hacen den demasía, por lo tanto, la orientación de la política pública que encamine las consciencias individuales es trascendental.

Los ODS, RSE y ética aplicada: la urgencia de pensar socialmente

Como hemos analizado, la RSE encaminada a los ODS ha encaminado sus esfuerzos hacia la ética aplicada, lo cual le dirige a preocupaciones y ocupaciones muy específicas con una característica muy particular y es el pensamiento social (Hardy & Carlo, 2005), lo cual no está alejado de los aspectos morales que conllevan al pensamiento social mismos que emanan desde lo individual floreciendo en los escenarios colectivos.

La urgencia de pensar socialmente desde los distintos escenarios, es imperante, un análisis de la crisis moral de las sociedades (Lipovetsky, 1994) enfatiza en el problema medioambiental como una crisis de valores en las sociedades contemporáneas, partiendo del principio fundamental tal que, todo principio de vida emana de la naturaleza, es descollante que el respeto por la naturaleza y todo de lo que ella emana se considere en la cumbre de los valores individuales pues, se trata de un principio vital. La contaminación, el calentamiento global, la falta de agua, entre otros estragos del uso y abuso de la naturaleza, ponen de manifiesto que hemos construido como sujetos, de manera individualista nuestros sistemas de valor, tal que nos hemos olvidado de pensar socialmente.

Por tanto, una de las primeras precisiones que deben hacerse está en la necesidad que se tiene de revalorizar a la ecósfera (Lipovetsky, 1994), lo cual significa resignificar lo que la naturaleza representa para nosotros, debido a que, usualmente la consideramos en tanto nos sirve como medio para obtener algún fin, cuando la naturaleza representa un fin en sí misma, en esa medida será posible reconsiderar las diversas tareas que como sociedad tenemos.

Enunciar la crisis moral asociada a la naturaleza, encierra los principios que se propone la agenda 2030 que a partir de estos enuncia reequilibrar la relación entre las personas y la naturaleza (Naciones Unidas, 2018) como motor del desarrollo sostenible. Poner en perspectiva esto, retoma lo que se ha mencionado con anterioridad: si bien las organizaciones han puesto de su parte bajo propuesta como las de triple impacto, anteriormente con el perfil de las empresas socialmente responsables así como la política pública que vela por los intereses que van más allá de los de la ciudadanía actual sino también de la ciudadanía futura, debe ser motivo de preocupación del resto de los actores de la sociedad ocuparse en lo individual en la reflexión y desde su trinchera llevar al acto lo que es mejor para la sociedad.

Pensar socialmente permite la construcción de sociedades más sólidas en las que las ocupaciones de los actores sociales se consideran como un conjunto y en donde los intereses colectivos e individuales convergen de manera que el quehacer que se lleva a cabo en la actualidad será de beneficio para las sociedades futuras, lo mismo sucede si se consideran malas prácticas que pudieran comprometer a las sociedades futuras (Cortina, 2021) exigiendo así una mirada crítica en el actuar civil de todos quienes estamos involucrados en una sociedad.

En el caso de las corporaciones pasar de la responsabilidad al compromiso social es de especial interés pues, el compromiso se interpela la vulnerabilidad del otro (Vallaeys, 2020) y a través de ello se sabe que, el mismo es responsable de trabajar en esa vulnerabilidad y servir de ayuda, y si bien soy el responsable de resolverlo no puedo hacerlo solo (Sánchez Gómez, 2020), cortando así el perfil tradicional de responsabilidad en donde se disuade al resto de los actores sociales del problema que quiere trabajarse.

En otras palabras, trabajar desde la responsabilidad compartida en conjunto con las organizaciones como se ha mencionado con anterioridad permite que, los problemas sociales puedan resolverse de una manera integral, pues los diversos actores que en estos convergen son parte de la solución y por lo tanto se corta el mecanismo de imputación (Vallaeys, 2020) en donde se espera que las grandes corporaciones se responsabilicen y resuelvan problemas sociales. Pensando así y en este tenor lo anterior constituye una suerte de crítica social en donde la RSE tiene revalorizarse al igual que otros aspectos de la sociedad.

Conclusiones

La RSE ha tenido diferentes matices desde que surgió como concepto empresarial, sociológico y filosófico (Villafán, 2020), pues su interpretación puede darse desde diversos escenarios, lo cual no significa que su médula sea difícil de digerir pues en sentido general se circunscribe a partir de la participación de las empresas en la sociedad.

Los Objetivos del Desarrollo Sostenible ponen en el mapa, la necesidad urgente de que todos los actores sociales participen de las soluciones para mejorar la calidad de vida de los ciudadanos del mundo en términos ecológicos, económicos, políticos y educativos, si bien, el perfilamiento de las empresas de triple impacto, las empresas socialmente responsables, la ética empresarial, entre otras políticas corporativas para participar de la sociedad han existido desde siempre, el involucramiento de la ética aplicada ofrece un panorama fresco para encaminar estos esfuerzos bajo una línea de actuación mucho más específica.

Si bien, los estatutos y principios aplicables de la ética no pueden considerarse estáticos por tanto, las sociedades globalizadas se encuentran en constante cambio (Cortina, 2009) por lo cual, es imperante la perspectiva de la ética aplicada que traza principios y deberes aplicables con predicados precisos que permiten considerar las dinámicas específicas de los diversos contextos, muestra de lo anterior lo dan los marcos éticos dentro de los ambientes virtuales, que no eran aplicables en la misma medida en las sociedades de la década pasada.

En este escenario se da el desarrollo de valores transgeneracionales (García Pérez *et al.*, 2015) en donde las ocupaciones se den de generación en generación en sintonía con las diversas realidades para la coexistencia armónica de quienes habitamos el planeta, por tanto, es imperante que la ética aplicada que aquí se enuncia considere los escenarios dentro de las organizaciones, en donde, no solo se trata de la ideología individual de la empresa, sino que considere también los valores civiles aplicables a la sociedad (Valbuena *et al.*, 2006) y es así como en este orden de ideas la posibilidad de alcanzar los objetivos de la agenda 2030 encuentra su cristalización en la potencialidad que se tiene desde lo individual hacia lo colectivo pues es un principio que como especie compartimos: la capacidad de cooperar (Cortina, 2009), y así mismo de ejercer una ciudadanía mundial que permita que los esfuerzos conjuntos construyan un mundo sustentable pensado en las generaciones futuras.

Referencias

- Abramovay, R., Correa, M. E., Gatica, S., & Van Hoof, B. (2013). *Nuevas empresas, nuevas economías: Empresas B en Sur América*. FOMIN.
- Albareda, J. L. (s.f.). *Análisis y reconstrucción de la idea filosófica de ética aplicada desde la hermenéutica crítica de Adela Cortina*.
- Barra Almagiá, E. (1897). El desarrollo moral: Una introducción a la teoría de Kohlberg. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 19(1), 7–18.
- Barroso, M. B., Castillo Esparcia, A., & Ruiz-Mora, I. (2023). La dimensión medioambiental y los ODS en la comunicación estratégica de las empresas de triple impacto. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 29(1), Artículo e290106.
- Belleza Yactayo, V. A., & Dios Mendoza, O. M. (2022). *La teoría de los stakeholders y la creación de valor*.
- Bowen, H. R. (2013). *Social responsibilities of the businessman*. University of Iowa Press.
- Cao, K., & Gehman, J. (2021). Certified B corporations and benefit corporations. En M. Wright, D. Siegel, K. Keasey & I. Filatotchev (Eds.), *The Oxford handbook of corporate social responsibility: Psychological and organizational perspectives* (pp. 300–315). Oxford University Press.
- Carpendale, J. I. M. (2000). Kohlberg and Piaget on stages and moral reasoning. *Developmental Review*, 20(2), 181–205. <https://doi.org/10.1006/drev.1999.0500>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2023). *América Latina y el Caribe en la mitad del camino hacia 2030: Avances y propuestas de aceleración*. <https://issuu.com/publicacionescepal/stacks>
- Cortina, A. (1995). Ética empresarial y opinión pública. *Claves de Razón Práctica*, 56, 48–75.
- Cortina, A. (2009). *Ciudadanos del mundo: Hacia una teoría de la ciudadanía*. Alianza.
- Cortina, A. (2017). *Aporofobia: El rechazo al pobre*. Paidós.
- Cortina, A. (2021). *Ética cosmopolita: Una apuesta por la cordura en tiempos de pandemia*. Paidós.
- Dion, M., Freeman, R. E., & Dmytiryev, S. D. (2022). *Humanizing business: What humanities can say to business* (Vol. 53). Springer.

- 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). BBVA.
- García Pérez, F. F., Moreno Fernández, O., & Rodríguez Marín, F. (2015). Problemas del mundo y educación: Hacia una ciudadanía planetaria. *Novi Cives. Cittadini Dall'infanzia in Poi*, 74, 33–41.
- Gendron, C. (2000). *Le questionnement éthique et social de l'entreprise dans la littérature managériale* [Tesis doctoral, Université Laval].
- Hardy, S., & Carlo, G. (2005). Identity as a source of moral motivation. En G. Carlo & C. Pope-Edwards (Eds.), *Moral motivation through the life span* (pp. 23–45). University of Nebraska Press.
- Kant, I. (1946). *Fundamentación de la metafísica de las costumbres* (N.º 648). Espasa-Calpe.
- Levinas, E. (1993). *Humanismo del otro hombre*. Siglo XXI.
- Lipovetsky, G. (1994). *El crepúsculo del deber: La ética indolora de los nuevos tiempos democráticos*. Anagrama.
- Montiel G., K. (2024). La responsabilidad social y la cooperación empresarial: De la vergüenza a la moralidad. En *Contexto y valor: Perspectivas para la empresa* (pp. 157–174). Universidad Autónoma de Aguascalientes.
- Naciones Unidas. (2018). *La Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible: Una oportunidad para América Latina y el Caribe*. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/40155/24/S1801141_es.pdf
- Polo Santillán, M. Á. (2019). La responsabilidad ética. *Veritas*, 42, 49–72.
- Ramón-Llorens, M. C., Martínez-Ferrero, J., & García-Meca, E. (2021). Los ODS en Latinoamérica: Compromiso y relación con la responsabilidad social. *Contaduría Universidad de Antioquia*, 79, 63–78. <https://doi.org/10.17533/udea.rc.n79a03>
- Ríos, G. (2020). *La Agenda 2030 y la responsabilidad social empresarial*. Organización Iberoamericana de Seguridad Social.
- Rubies, A. (2023). *Empresas B y su triple impacto: Social, ambiental y económico*.
- Sánchez Gómez, J. A. (2020). Nociones de rostro y responsabilidad en Emmanuel Levinas: Un punto de partida para la comprensión del surgimiento de la ética de la alteridad. *Kénosis*, 7(12), 22–49. <https://doi.org/10.47286/23461209.289>
- Siches, L. R. (2002). *Historia de las doctrinas sobre el contrato social* (N.º 15). UNAM.

- Valbuena, M., Morillo, R., & Salas, D. (2006). Sistema de valores en las organizaciones. *Omnia*, 12(3), 60–78.
- Vallaey, F. (2020). Why corporate social responsibility is not yet transformative? A philosophical clarification. *Andamios*, 17(42), 309–333. <https://doi.org/10.29092/uacm.v17i42.745>
- Villafán, K. (2020). Evolución conceptual de la responsabilidad social [Social responsibility: A conceptual evolution]. *Facultad de Contaduría y Ciencias Administrativas*, 5(4), 76–78.
- Villoro, L. (2017). *El poder y el valor: Fundamentos de una ética política*. Fondo de Cultura Económica.