

La Responsabilidad Social y su Relación con el Capital Humano (Social Responsibility and its Relationship with Human Capital)

Dr. Armando Ortiz Guzmán.

Resumen. En esta investigación analizaremos la relación que existe entre la Responsabilidad Social Empresarial y el Capital Humano, tomando en consideración que es este último (el capital humano), uno de los factores claves para lograr cumplir el grado de Responsabilidad Social que la empresa tiene con el medio ambiente en el cual se desenvuelve, así como cumplir con sus objetivos de Desarrollo Organizacional. La Responsabilidad Social y el Capital Humano están estrechamente relacionadas: la Responsabilidad Social se refiere al compromiso que tienen las empresas y organizaciones con la sociedad y el medio ambiente en el que operan; factores que incluyen clientes, proveedores, empleados, consumidores y gobierno. Es una forma de conducta de negocios que normalmente se basa en valores éticos y que incluye el diseño de estrategias para la mejora continua y el mejor desarrollo de la organización.

Palabras clave: Responsabilidad Social, Capital Humano, Desarrollo Organizacional.

Key words: Social Responsibility. Human Capital, Organizational Development.

Abstract. In this research we will analyze the relationship that exists between Corporate Social Responsibility and Human Capital, taking into consideration that the latter (human capital) is one of the key factors to achieve the degree of Social Responsibility that the company has with the environment in which it operates, as well as meeting its Organizational Development objective. Social Responsibility and Human Capital are closely related: Social Responsibility refers to the commitment that companies and organizations have with society and the environment in which they operate; factors including customers, suppliers, employees, consumers and government. It is a form of business conduct that is normally based on ethical values and that includes the design of strategies for continuous improvement and better development of the organization.

Introducción.

El objetivo principal de una empresa que es socialmente responsable es contribuir al mejoramiento de la sociedad, a la economía y al medio ambiente en que se desenvuelve, logrando con esto, una ventaja competitiva en el mercado y ante sus competidores (Donia & Tetrault, 2016).

Lo anterior, sin olvidarnos de que toda empresa u organización, dentro de su Responsabilidad Social, y a través de su departamento de Recursos Humanos, se encuentra el de proporcionar un ambiente de trabajo o clima organizacional que proporcione alto grado de satisfacción a sus empleados, ya que son ellos los que,

en gran medida, diseñarán, implementarán y darán seguimiento a las estrategias necesarias para alcanzar los objetivos descritos con anterioridad.

La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) es una realidad para las organizaciones y para el ámbito de los Recursos Humanos. Podemos definirla como: “Una forma de dirigir una empresa basada en la gestión de los impactos que su actividad genera sobre sus clientes, empleados, accionistas, comunidades locales, medio ambiente y sobre la sociedad en general. El objetivo es minimizar el impacto de la empresa en el medio ambiente y desarrollar políticas sostenibles”. (Endalia, 2024).

Durante los últimos años, lejos de desaparecer, la Reputación Social Corporativa se está haciendo más notoria y consolidándose en la sociedad y en la realidad empresarial. Ya no es suficiente con que las organizaciones parezcan ser responsables, sino que es necesario que realmente lo sean. Para lograr este objetivo, se deberán de implementar prácticas y acciones que contribuyan a la sociedad, en forma positiva, y que pongan especial cuidado en sus empleados.

Desarrollo de la Investigación

Para que una empresa pueda lograr una política exitosa de Responsabilidad Social Corporativa en Recursos Humanos, es importante que adquiera un compromiso ético con sus empleados y con la comunidad en que se desenvuelve, ya que el objetivo de la RSE es el de crear relaciones positivas con todas las partes interesadas, y no solo con las partes que pueden beneficiar a la empresa en forma económica. (atiniciativas y proyectos.com 2024).

Una de las razones más importantes para integrar la Responsabilidad Social Corporativa con los Recursos Humanos, consiste en que esta relación puede ayudar a crear una imagen positiva de la empresa de cara al exterior. Lo anterior se debe a que la empresa demuestra, no solo su preocupación por obtener beneficios

económicos, sino que también se preocupa por devolver a su comunidad una parte de los beneficios obtenidos.

La Responsabilidad Social Corporativa ayuda a atraer y retener a los mejores empleados; esto se debe a que los empleados potenciales prefieren trabajar para una empresa que no solo sea ética, sino que también sea socialmente responsable. Por otro lado, existe mayor grado de probabilidad de que los empleados actuales se queden en la empresa si sienten que son buenos ciudadanos corporativos.

La Responsabilidad Social Corporativa debe de considerarse como una herramienta estratégica que puede utilizarse para mejorar la imagen de la empresa hacia el exterior de esta, el ambiente de trabajo y la moral de los empleados.

¿Cómo trabajar un Programa de Responsabilidad Social en Recursos Humanos?

Una de las opciones para integrar un Programa de RSC en el área de Recursos Humanos, es que este dependa directamente del director de R. H.

El Programa de Responsabilidad Social debe de estar íntimamente ligado a los valores y la cultura de la organización, a fin de lograr el éxito en su implementación.

Otra de las opciones es que el Programa de R.S. puede estar dirigido por una organización externa, pero en este caso, es importante que la empresa ejerza alto grado de control en el diseño, implementación y seguimiento de este.

Para trabajar en un proyecto de Responsabilidad Social, es recomendable llevar a cabo un estudio previo del entorno que rodea a la empresa; de esta manera, podemos descubrir fuerzas, oportunidades, amenazas y debilidades al conocer la situación de la empresa dentro del entorno laboral en que se desenvuelve.

Los empleados deben de tener la oportunidad de participar, en forma voluntaria, en el diseño e implementación del programa y la empresa deberá de reconocer su

esfuerzo, su trabajo, aportaciones y logros. La RSC puede ser una manera de mejorar la moral de los empleados y de construir una mejor reputación positiva para la empresa.

La RSC puede utilizarse también, para tomar decisiones en los cambios, promociones, ascensos y bonificaciones de los empleados. Esto motiva a los mismos a involucrarse en actividades de Responsabilidad Social, así como también se puede incorporar a los programas de formación y desarrollo implementados por el área de Recursos Humanos.

En el diseño e implementación de su sistema de Planeación Estratégica, la empresa debe considerar la Responsabilidad Social como una parte importante de la misma, tomando en cuenta las siguientes razones:

- a) disminuye los efectos de la contaminación del medio ambiente, con el control de los procesos de su producción;
- b) genera un alto impacto en la aceptación de la marca de sus productos en el mercado y en los consumidores finales, y;
- c) el gran impacto que generan estos cambios dentro de la organización, que traen como consecuencia cambios en las conductas y comportamientos de sus empleados (Cejas & Camejo, 2009).

De acuerdo con Antelo & Robaina (2015), sostienen que "*la responsabilidad social empresarial es el compromiso continuo de contribuir al desarrollo económico sostenible, mediante el mejoramiento de la calidad de vida de los empleados y sus familias, así como la de la comunidad local y de la sociedad en general.*" La aceptación de este compromiso por parte de todos los empleados de la organización trae como consecuencia el diseño e implementación de diferentes estrategias que aporten valor hacia la mejora del medio ambiente de la misma, así como a un mejor desarrollo organizacional, y, sobre todo, a un mejor desarrollo del personal.

Debemos de considerar que el empleado es un ser humano, con necesidades, deberes, responsabilidades y derechos personales, independientemente de sus responsabilidades con la empresa en la que labora, por lo que la empresa tiene la responsabilidad de centrarse en ideas sobre los derechos de los empleados, ya que son ellos quienes van a reflejar el grado de ética de esta hacia el interior y exterior de la misma. Es importante resaltar que el empleado tiene obligaciones y responsabilidades con la empresa, pero esta también tiene obligaciones y responsabilidades con sus empleados.

Además, no solo es necesario que cada uno cumpla con sus labores éticas y económicas, sino que lo haga de la mejor forma posible. “Un puesto de trabajo no es solo un puesto de trabajo, sino que tiene una dimensión moral: el orgullo en lo producido, la cooperación con los compañeros y el interés por el bienestar de la empresa. El negocio no es un fin en sí mismo, sino que está inserto y apoyado por una sociedad que tiene otros intereses, normas y expectativas dominantes” (Singer, Peter. 1995).

El capital humano se refiere al conjunto de habilidades, conocimientos y competencias que poseen los empleados de una empresa u organización. Una Empresa Socialmente Responsable, debe de participar en el desarrollo del talento, creatividad e innovación de sus empleados, a fin de que estos estén preparados lo suficiente para participar en el logro de los objetivos organizacionales.

Las empresas que adoptan prácticas socialmente responsables a menudo también invierten en su capital humano. Esto se logra a través de la formación y el desarrollo de habilidades y competencias de sus empleados. Al invertir en su capital humano, las empresas pueden mejorar la calidad de vida de sus empleados y de sus familias, fomentar el desarrollo laboral, personal y profesional, desarrollar su grado de potencialidad y aumentar su grado de productividad (Calderón, Álvarez & Naranjo, 2011).

Además, las prácticas responsables socialmente pueden atraer y retener a los empleados talentosos y comprometidos, lo que a su vez puede mejorar la reputación y el desempeño de la empresa. Los empleados que se sienten valorados y respetados por su empleador tienen más probabilidades de ser leales y comprometidos con la empresa.

Las 3 P del crecimiento del Talento Humano por medio de las prácticas de la Responsabilidad Social

Silva & Coray (2014), han definido el modelo de las 3P: Partnership, Purpose, Presence, (por sus siglas en inglés), con relación al efecto que tiene la Responsabilidad Social sobre el talento humano, a saber:

Partnership (compañerismo): Una de las competencias que más se desarrollan con la implementación del sistema de responsabilidad social en relación con el talento humano, es el trabajo en equipo, ya que los empleados con los mismos intereses pueden integrarse mejor para el desarrollo de sus actividades y obtener mejores beneficios. Con esta sinergia de trabajo se obtienen mejores resultados en los diferentes departamentos y mejores relaciones entre los compañeros, así como entre superior-subordinados.

Purpose (objetivo): Una adecuada comunicación de los objetivos de la práctica de la Responsabilidad Social de la empresa, es una de las tareas más importantes del departamento de Recursos Humanos, a fin de que todos los empleados los conozcan y participen en forma activa, desde su diseño, implementación y seguimiento, con el propósito de alcanzarlos. Con esto, normalmente los empleados y los equipos de trabajo llevan a cabo sus actividades de una forma clara y con mayor grado de productividad.

Presence (presencia): Se considera como un estilo de práctica permanente, o como un estilo de vida, dentro de la cultura corporativa en relación con la Responsabilidad Social Empresarial, lo que trae como beneficio que los empleados asuman un papel

protagónico al desempeñar sus actividades, y no solamente actúen como espectadores, al implementar el plan de Responsabilidad Social de la empresa.

En la medida en que una organización asume su compromiso sobre las prácticas de Responsabilidad Social, sus empleados se comprometen con la empresa, con su misión, su visión, sus valores, su cultura, sus políticas, etc. Ya que ven a la organización como una empresa que se preocupa por los grupos de interés que tienen relación con la misma.

ETICA EMPRESARIAL Y LOS RECURSOS HUMANOS

Es fundamental que todos los empleados, gerentes, administradores y directivos de una organización se conduzcan, al tomar sus decisiones, con alto grado de ética, con la finalidad de mejorar la actuación de estos, dentro y fuera de la empresa, con el objetivo de proyectar una imagen positiva en el mercado y lograr una cultura corporativa coherente con sus objetivos, misión, visión y valores de esta.

Si hablamos de Ética, sería muy conveniente definir en qué consiste esta, ya que en algunas ocasiones utilizamos la palabra “moral” como sinónimo de “ética” y no es así; son dos cosas completamente distintas.

De acuerdo con el Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, la “ética es una parte de la Filosofía que trata de la moral y de las obligaciones del hombre”; mientras que la “moral es la ciencia que trata del bien en general y de las acciones humanas en orden a su bondad o malicia”.

Para comprender mejor estos conceptos, vale la pena trasladarnos un poco a sus antecedentes. La existencia del hombre tiene relación con otros hombres, dentro de uno o varios grupos sociales con la finalidad de lograr su grado de supervivencia. De esta convivencia con otras personas surgen cierto grado de relaciones de diferente naturaleza, tales como interdependencia y colaboración entre los mismos,

las cuales se rigen no por su grado de instinto sino por la razón, considerado este como elemento propio de la naturaleza del ser humano.

Este tipo de relaciones se llevan a cabo en términos de igualdad por lo que adquieren un carácter ético, es decir, que cuando hablamos sobre el concepto de ética estamos haciendo una referencia a los grupos humanos y sociales, que es donde se producen las normas de conducta que sean aceptables por una sociedad y que traigan consigo algunos beneficios para el desarrollo de los grupos sociales en que participen.

Por lo tanto, cuando hablamos de ética no nos podemos referir a una persona en forma aislada, sino que nos referimos a un grupo social al cual pertenezca y específicamente a las relaciones de esta persona con otros miembros del grupo, ya que el grado de conducta de esta persona estará siempre relacionada con su grupo social (Dacasa, L. Eduardo, 2020).

Las personas que forman la estructura organizacional de una empresa son las que aplican en la realidad las cuestiones éticas, al realizar sus funciones, al desempeñar sus actividades y al tomar decisiones, por lo que podemos afirmar que la empresa vale lo que su personal vale; por lo tanto, es importante que todas las empresas tengan su propio código de ética, que lo den a conocer a todos sus empleados y que le den seguimiento al cumplimiento de todas las normas establecidas en el mismo.

Uno de los principales objetivos de la ética empresarial es lograr la perfección en todas las actividades que realiza la empresa (personal, producción, ventas, compras, finanzas, etc.), tendientes estas a obtener una buena reputación en el mercado, así como establecer los cimientos para implementar un alto grado de cultura empresarial. Todos y cada uno de los miembros de la organización, de todos los niveles, deben de realizar las funciones que les correspondan en forma óptima, con la finalidad de cumplir con el objetivo de la empresa de lograr la perfección y lograr un mejor desarrollo, tanto para el personal como organizacional.

RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

La Responsabilidad Social Corporativa incluye toda una serie de actividades diseñadas e implementadas por las empresas para lograr influir, en forma positiva, en el medio ambiente en el que se desenvuelven. Es responsabilidad del departamento de Recursos Humanos, el diseño, implementación, seguimiento y evaluación de todas y cada una de las estrategias que se elaboren para alcanzar sus propósitos de Responsabilidad Social, tanto internos como externos. Lo anterior, de acuerdo con la disposición de sus recursos (humanos, económicos, tecnológicos, etc.) y a las limitaciones del entorno que rodea a la organización.

El diseño de estrategias, para cumplir con su Responsabilidad Social Corporativa, deben de estar preparadas para involucrar, comprometer e influir, en gran medida, en los empleados de la organización. Esto traerá como consecuencia alto grado de sensibilización entre los mismos, mayor motivación personal, reconocimiento por sus acciones y logros, y alto grado de satisfacción en los empleados.

Con lo anteriormente descrito, el departamento de Recursos Humanos promueve la integración de los empleados y, además, promueve la implementación de acciones externas a la organización, cumpliendo así con su Responsabilidad hacia la Sociedad y su entorno.

Para que un Programa de Responsabilidad Social Corporativa se implemente con éxito, es necesario la integración del personal de todos los departamentos que forman la estructura organizacional (organigrama), a fin de que todos participen, y desde su propia perspectiva hagan aportes valiosos para el éxito del programa.

Es responsabilidad del departamento de Recursos Humanos implementar un eficiente sistema de comunicación, con la finalidad de integrar y coordinar a los miembros de los distintos departamentos de la empresa. Asimismo, es necesario publicar, internamente y en forma detallada, todos y cada una de las partes que

integran el Programa de Responsabilidad Social Corporativa, con el objetivo de que todos puedan participar en el programa en forma efectiva.

Por Responsabilidad Social de la Empresa podemos entender que “es el grado de responsabilidad que la empresa asume frente a la sociedad. Se trata de una obligación que se asume en forma voluntaria, como institución hacia la sociedad en su conjunto, en reconocimiento y satisfacción a sus demandas o en reparación a los daños que pudiere haberle causado (Valor 2001).

CULTURA ORGANIZACIONAL

La cultura organizacional es considerada como la personalidad de la organización; es un conjunto de características que le proporcionan su propia identidad y le permiten diferenciarse de las demás. Así como las personas poseen ciertas características de personalidad que se pueden considerar debilidades o fortalezas, en la organización sucede algo similar; la cultura es su personalidad, con características positivas y negativas, la misma que influye y afecta los diferentes ámbitos con que se relaciona, tales como: cliente internos (colaboradores y directivos) y los clientes externos (clientes, proveedores y comunidad) (Llanos E. Mónica, 2016).

Veamos algunas definiciones de autores sobre el concepto de Cultura Organizacional:

Chiavenato (2009), nos dice que: “Para algunos, cultura es un término general que se emplea con dos acepciones claras. Por una parte, significa el conjunto de costumbres y realizaciones de una época o de un pueblo, y, por la otra, se refiere a las artes, la erudición y demás manifestaciones complejas del intelecto y la sensibilidad humana, consideradas en conjunto”.

Solomon (2013), afirma que: “La cultura es la personalidad de una sociedad e incluye ideas abstractas, como valores y cuestiones éticas y objetos materiales y

servicios, como automóviles, ropa, comida, arte y deportes, que son productos de la sociedad. En otras palabras, la cultura es la acumulación de significados, rituales, normas y tradiciones compartidos por los miembros de una organización o sociedad”.

Otra definición, es el modo de vida o expresión; lo cual incluye las tradiciones; costumbres; valores y hábitos, circunscritos a un grupo de personas, entre ellas un grupo social, una comunidad en particular o una familia. Finalmente está la definición referida al arte en todas sus manifestaciones; en la cual está implícita la creatividad (Llanos E. Mónica, 2016).

El concepto de Cultura Organizacional sobre el que nos enfocaremos en este texto es aquella que se refiere al conjunto de tradiciones, hábitos, costumbres y valores, que se aprenden y transmiten de generación en generación debido a la convivencia diaria y que permite la integración con los diferentes miembros de un grupo. De esta forma, la cultura se va asimilando en forma continua y espontánea entre los miembros del grupo o equipo.

Llanos, E. Mónica (2016), nos dice que de esta manera, “la Cultura deberá pensarse como como el proceso de asimilación, producción, difusión y asentamiento de ideas y valores en que se funda la sociedad, es el conjunto de representaciones colectivas, creencias, usos del lenguaje, difusión de tradiciones y estilos de pensamiento que articulan la conciencia social, es el ámbito en que se producen y reproducen nuestras formas de vida y nuestra ideología; vista así la cultura es un mecanismo de regulación social”. (Núñez, 2009, pág. 35).

Robbins (2009), sostiene que “...la cultura organizacional se refiere a un sistema de significados compartidos por parte de los miembros de una organización y que distingue a una organización de otra”, por lo que la Cultura Organizacional de una empresa será la suma de las culturas individuales y grupales de los miembros de la organización hacia el interior de esta. Por lo tanto, la cultura organizacional debe de ser lo suficientemente fuerte e influyente como para poder resaltar sobre todas las

anteriores, de forma tal que todo el personal se adentre a la cultura de la empresa tomándola como si fuera su propia cultura.

Durante los últimos veinte años, las empresas se han desarrollado en un entorno muy cambiante, debido principalmente a la globalización, innovación tecnológica, grado de calidad en sus productos, etc. Sin embargo, es necesario para ellas desarrollar una cultura organizacional fuerte e impactante que vaya más allá del servicio al cliente, y que se complemente con el grado de cultura de sus miembros.

Para reafirmar lo anteriormente comentado, Chiavenato nos dice lo siguiente:

“La esencia de la cultura de una compañía encuentra su expresión en la forma en que hace sus negocios, trata a sus clientes y trabajadores y el grado de autonomía o libertad que existe en sus unidades o despachos y el grado de lealtad que los trabajadores sienten por la empresa.” (Chiavenato, Gestión del Talento Humano, 2009: 177).

La falta de una cultura fuerte y propositiva implementada por los directivos de la empresa y transmitida hacia todos los miembros de la organización, trae como consecuencia que al interior de las empresas se formen lo que Chiavenato plantea como subculturas, las cuales son producto de la convivencia diaria entre los empleados, y que son características propias y particulares de cada uno de sus miembros. “En este sentido, todos los seres humanos estamos dotados de una cultura porque formamos parte de un sistema cultural. En función de ello, toda persona tiende a ver y a juzgar a otras culturas a partir del punto de vista de su propia cultura”. (Chiavenato, Gestión del Talento Humano, 2009, pág. 176).

Análisis y discusión de resultados

Hemos mencionado con anterioridad que la cultura es la personalidad de un grupo de personas o de una empresa; por lo tanto, las actitudes y comportamientos de estos reflejan el grado de cultura de esta.

Es primordial que todos los empleados manifiesten una buena actitud, ya que esto se ve reflejado en cada una de sus actuaciones y actividades, hasta llegar al punto final del proceso, que es el cliente. “las actitudes existen porque cumplen alguna función para la gente”, “por lo tanto los consumidores que creen que necesitan enfrentar situaciones similares en el futuro tienen más probabilidades empezar a formar actitudes antes de que ocurra el evento” (Solomon, 2013, pág. 250).

La personalidad, por lo tanto, podemos entenderla como la cultura de las personas sea esta su propia cultura o la cultura de su empresa; posteriormente viene el grado de motivación, que es la fuerza que impulsa a las manifestaciones de las personas a través de sus actitudes, mismas que afloran en el desarrollo de las relaciones de quienes brindan el servicio u ofrecen el producto a sus clientes. Este grado de motivación estará totalmente relacionado con la cultura de las personas, así como con la cultura organizacional de la empresa en que el empleado se ha desarrollado.

Entre los beneficios de implementar la RSC en Recursos Humanos, podemos vislumbrar que, el compromiso de los empleados hacia los objetivos de la empresa no solo conduce a un mayor grado de satisfacción laboral , sino a un mejor grado de reputación de esta. Los programas de RSC ayudan a crear un entorno de trabajo más sostenible y a mejorar la calidad de vida de los empleados.

Un programa de RSC puede ayudar a la empresa a reducir costos; ejemplo, si aplicamos un programa de protección al medio ambiente, podemos ahorrar costos en eliminación de residuos. También puede ayudar a la empresa a desarrollar nuevos productos y servicios que mejor satisfagan las necesidades de la comunidad.

La RSC es una forma de crear valor para la empresa, sus empleados y su comunidad. Debemos de apreciarla como una inversión que nos dará frutos a largo plazo. Al poner en marcha el programa, es posible crear un ambiente de trabajo más positivo, mejorar la moral de los empleados y construir un mejor grado de reputación para la empresa.

En resumen, la responsabilidad social y el capital humano están directamente relacionadas. Las empresas que adoptan prácticas responsables socialmente a menudo también invierten en su capital humano, lo que puede mejorar la calidad de vida de sus empleados, aumentar la productividad y mejorar la reputación de la empresa.

Para que una empresa tenga mayor factibilidad de cumplir con el grado de Responsabilidad Social que le corresponda, es imprescindible que diseñe e implemente su propio código de ética, que es el que la va a llevar a cumplir con su responsabilidad social. El diseño e implementación, divulgación, seguimiento y control de este, entre todos los integrantes de la organización, es responsabilidad del área de recursos humanos.

Asimismo, es necesario diseñar e implementar un manual de normas de conducta, el cual deberá de ser respetado por todos los empleados de la empresa. Con esto, nos aseguramos también, de que la empresa cumpla con su responsabilidad social.

Referencias bibliográficas

Antelo, Y., & Robaina, D. (2015). Análisis de la Responsabilidad Social Empresarial basado en un modelo de Lógica Difusa Compensatoria. *Ingeniería Industrial*, 36(1), pp. 58-69. Recuperado

de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5013943.pdf>

Calderón, G., Álvarez, C., & Naranjo, J. (2011). Papel de gestión humana en el cumplimiento de la responsabilidad social empresarial. *Estudios Gerenciales*, 27(118), pp. 163-188. Recuperado

de <http://www.redalyc.org/pdf/212/21218556008.pdf>

Cejas, M., & Camejo, A. (2009). La dimensión estratégica de la gestión de los recursos humanos en el marco de la responsabilidad social

empresarial. *Observatorio Laboral Revista Venezuela*, 2(4), pp. 67-87. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/2190/219016846004.pdf>

Donia, M., & Tetrault, C.-A. (2016). Determinants and consequences of employee attributions of corporate social responsibility as substantive or symbolic. *European Management Journal*, 34, pp. 232-242.

Chiavenato, I. (2009: 177). Gestión del Talento Humano. México: Mac Graw Hill.

Dacasa, L. Eduardo. (2020) Ética Empresarial, Responsabilidad Social y Gobierno Corporativo, Editorial Trillas, México, (pp. 62-70).

Llanos, E. Mónica (2016). La cultura organizacional: Eje de acción en la gestión Humana. Universidad ECOTEC. Samborondón, Ecuador, (pp. 6-22).

Singer, Peter. (1995). La Ética en los Negocios: Compendio de Ética. Alianza Editorial Madrid, España. Capítulo. 31 pp. 483-498).

Robins, P. S. (2009). Cultura Organizacional. En Comportamiento Organizacional (pág. 780). México: Prentice Hall.

Silva, P., & Cooray, R. (2014). Building human capital in organizations through corporate social responsibility- A holistic coaching approach. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 159, pp. 753-758. Recuperado de <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042814065732>

Solomon, M. R. (2013). Comportamiento del Consumidor. México: Pearson.

Valor, Mamen. (2001). "Responsabilidad Social de la Empresa, marketing de relaciones y política de Recursos Humanos: el gasto social de la empresa". Ponencia presentada en la IX Conferencia Anual de Ética, Economía y Dirección, organizada por la Asociación Española de Ética de la Economía y de las Organizaciones, en Bilbao, España, del 7 al 8 de junio de 2001, 20 pp.

Páginas de internet

Responsabilidad Social Corporativa en Recursos Humanos.

<https://www.endalia.com> México, 2024.

La Responsabilidad Social y el Recurso Humano en la Empresa.

<https://www.atiniciativasy> proyectos.com México, 2024.

Dr. Armando Ortiz Guzmán

Profesor Investigador

Universidad Autónoma de Nuevo León

Correo: armando.ortizgzm@uanl.edu.mx