

# Análisis de la responsabilidad social empresarial en las empresas petroleras

Doris Liana García Pinargote  
<https://orcid.org/0000-0002-0886-1409>  
doris.garcia01@cu.ucsg.edu.ec  
Universidad Católica Santiago de Guayaquil  
Guayaquil, Ecuador

María Mercedes Baño Hifóng  
<https://orcid.org/0000-0003-2904-3090>  
maria.bano@cu.ucsg.edu.ec  
Universidad Católica Santiago de Guayaquil  
Guayaquil, Ecuador

Rosalyn Victoria Cevallos Molina  
<https://orcid.org/0000-0002-1649-6747>  
rosalyncevallos@gmail.com  
Investigador Independiente  
Portoviejo, Ecuador

Recibido (05/05/2023), Aceptado (03/08/2023)

**Resumen:** La Responsabilidad Social Empresarial, es una estrategia empleada por las empresas que generan impacto en la sociedad para lograr un vínculo entre la compañía y los grupos de interés, creando valor y contribuyendo a la mejora de la calidad de vida. El objetivo del trabajo fue analizar la responsabilidad social empleada por las empresas petroleras. Se utilizó la metodología de tipo descriptiva, enfoque cuantitativo y diseño no experimental. Se aplicó como instrumento la encuesta a una muestra de 15 empresas, aplicando los indicadores Ethos del CERES. En los resultados se observó que una empresa no realiza una apropiada responsabilidad social, nueve empresas desarrollan ciertas acciones de responsabilidad social empresarial y cinco empresas poseen buenos conocimientos de responsabilidad social empresarial. Se concluye que las empresas presentan una media de indicadores de 1,15; lo que muestra que la mayoría realizan ciertas acciones de responsabilidad social empresarial.

**Palabras clave:** Responsabilidad social empresarial, empresas Petroleras, medio ambiente, estrategias.

## Analysis of Corporate Social Responsibility in oil companies

**Abstract.-** Corporate Social Responsibility is a strategy used by companies that generate impact on society to achieve a link between the company and stakeholders, creating value and contributing to improving the quality of life. This study analyzed the social responsibility of foreign oil companies operating in Ecuador. The descriptive type, quantitative approach, and non-experimental design methodology were used. The survey was applied as an instrument to a sample of 15 companies, applying the CERES Ethos indicators. The results showed that one company needs to carry out an appropriate social responsibility. Nine companies develop specific corporate social responsibility actions, and five companies have good knowledge of corporate social responsibility. It is concluded that companies have an average of 1.15 indicators, which shows that most perform specific corporate social responsibility actions.

**Keywords:** Corporate social responsibility, oil companies, environment, strategies.



## I. INTRODUCCIÓN

La responsabilidad social empresarial (RSE) es considerada como una estrategia que se adapta a las necesidades de las empresas, para establecer una nueva forma de hacer negocios. Como resultado, la responsabilidad social empresarial deja huella en el Desarrollo Sostenible a nivel mundial debido a la importancia que otorga por parte de las empresas en el bienestar de la sociedad y el impacto favorable que generan en el desarrollo económico, social y ambiental [1].

Al referirnos a los aspectos importantes de la responsabilidad social empresarial, cabe destacar que estos se enmarcan en el desarrollo de las organizaciones en todos sus ámbitos, creando así la identificación y reconocimiento en el público de interés, o stakeholders, es decir, todos los involucrados que de manera positiva o negativa se ven influenciados por la existencia y operación de las empresas que en el largo plazo contribuyen a la obtención de estrategias competitivas duraderas [2].

La responsabilidad social empresarial genera mejoras en la calidad de vida, salud y educación de la población, procurando siempre un desarrollo equitativo que no afecta los recursos que rodean a la sociedad y el medio ambiente, preservando el ecosistema en el que operan las organizaciones [3]. Por ello, cada empresa puede definir sus objetivos de responsabilidad social empresarial en relación con la visión del negocio, los cuales tienen que ir aunados a los resultados esperados de crecimiento empresarial y desarrollo sostenible.

La manera en que las empresas gestionan la responsabilidad social empresarial es de suma importancia, teniendo mayor relevancia en las empresas petroleras, ya que al extraer los recursos naturales está expuesto el medio ambiente. Las empresas nacionales tienen una conexión más cercana con la comunidad en la que operan, estando más familiarizadas con los problemas y necesidades locales, teniendo un interés más arraigado en mejorar las condiciones sociales y ambientales en su entorno, por lo tanto, es preciso analizar si las empresas petroleras consideran el cumplimiento de los principios de responsabilidad social empresarial, si la gestión que realizan beneficia a la sociedad en general, considerando que la responsabilidad social empresarial no ha sido empleada en su totalidad, siendo escasas las empresas que utilizan esta estrategia por la ausencia de conocimiento, asesoría o conceptos no definidos y que están vinculados a percepciones erróneas sobre su aplicación.

Para el desarrollo de la investigación se empleó una metodología de tipo descriptiva con un enfoque cuantitativo, adoptando un diseño no experimental-transaccional. La muestra seleccionada comprendió un total de 15 sucursales de empresas petroleras extranjeras, que fueron objeto de estudio. La herramienta utilizada para la recopilación de datos fue una encuesta basada en los ejes Ethos del CERES [4], aplicada a los representantes de dichas sucursales. Para asegurar la validez de este instrumento, se realizó una prueba de Pearson. Los resultados obtenidos a través de este análisis están encaminados a fomentar la RSE de las empresas en estudio, ayudando a optimizar la estrategia de RSE en el sector petrolero.

## II. DESARROLLO

### *A. Responsabilidad social empresarial*

La Responsabilidad Social Empresarial es definida como aquella contribución activa y voluntaria a la mejora social, económica y ambiental, procedente de las empresas que buscan mejoras competitivas, agregando valor a sus procesos vinculados con los clientes internos y externos, es así como la RSE es considerada una estrategia de ventaja competitiva que influye en el consumidor positivamente creando lealtad hacia la marca [5].

De esta manera, la RSE se convierte en un vínculo entre la empresa y su entorno, debido a que las organizaciones deciden incluirse de manera voluntaria para lograr una mejor sociedad y un ambiente más saludable. El valor que genera esta estrategia no se mide exclusivamente por el incremento de acciones o ganancias, sino por el desempeño social donde participan los stakeholders o grupos de interés [6].

En estos grupos de interés se encuentran los clientes y la relación creada entre ambas partes; que están conformados por la alta dirección de las entidades, empleados, proveedores, competidores, comunidad, entre otros, donde cada uno ejerce una función [7]; las mismas que se establecen a largo plazo y deben estar estrechamente relacionadas con el nivel de confianza entre las partes; como consecuencia, la comunicación e interacción entre los miembros es lo que contribuye al logro de los objetivos empresariales [8] relacionados con la conservación de los recursos naturales y el medio ambiente.

Por otra parte, es importante mencionar que la gestión mundial que ha tenido la RSE ha ayudado a exponer los beneficios de sostenibilidad ambiental y ha significado para las organizaciones el cumplimiento con la RSE, alcanzando rendimiento en sinergia con la satisfacción de los grupos de interés (Stakeholders), generando que todos los involucrados maximicen sus beneficios, buscando también el bienestar de la sociedad y el medio ambiente [9].

#### *B. Responsabilidad social empresarial en las empresas petroleras extranjeras en Ecuador*

Los grupos de interés sugieren que las empresas que son socialmente responsables sean recompensadas; por ello, Las compañías petroleras están adoptando la RSE como un medio estratégico para hacer frente a la percepción negativa del público y construir una reputación que les provea la prosperidad a largo plazo [10]. Los miembros de las empresas petroleras buscan abordar a la comunidad iniciando programas de desarrollo comunitario; ofrecen apoyo a los programas de empleos para jóvenes. Algunas de estas empresas trabajan éticamente y otras están en el proceso de cambios que surge ante los nuevos desafíos que generan las circunstancias sociales. La iniciativa de RSE de ciertas empresas se ve cuestionada al reflejar una brecha entre las intenciones para incursionar en las actividades de la RSE y el comportamiento real que ocasionan en el entorno.

La implementación de medidas estratégicas para la protección del medio ambiente resulta ventajosa, puesto que se desarrolla la producción de una manera eficiente, más aún cuando conocemos que está estrechamente vinculada como la ética y los valores establecidos en las normas sociales que abarcan los valores de gran escala que se ofrece a la naturaleza y su ética con el medio ambiente, pudiendo recapacitar sobre cómo se está preservando el medio ambiente y el ecosistema [11].

Por lo antes mencionado, las empresas que practican RSE y trabajan de manera ética atraen talento y crean un ambiente laboral eficiente y seguro para sus empleados, a su vez, la confianza en los consumidores aumentará, provocando mejoras en la rentabilidad [12].

*C. Ventajas de integrar la Responsabilidad social empresarial (RSE)*

Ventajas internas:

- Fidelidad por parte del personal
- Motivación en el trabajo
- Mejoras en la gestión empresarial (participación del personal)
- Ventajas por diferenciación
- Captación y fidelización de clientes
- Optimización de la calidad del producto y servicio
- Innovación
- Eficiencia en los procesos
- Adaptación ante cambios e imprevistos [13].

Ventajas externas:

- Excelente imagen y reputación
- Mejora en la imagen y reputación
- Mayores puntuaciones con contratos con la administración pública
- Refuerzo de las relaciones con las comunidades locales
- Fortalecimiento económico y social
- Nuevas oportunidades de negocios
- Financiamiento con mejores condiciones
- Contribución positiva al desarrollo sostenible [13].

Las empresas petroleras, debido a la naturaleza de su actividad, tienen un impacto significativo en el medio ambiente y en las comunidades. Por lo tanto, sus principales intereses en aplicar responsabilidad social empresarial se basan en las siguientes razones:

- Impacto Social y ambiental, ya que sus actividades de exploración, distribución y extracción pueden generar desafíos ambientales y sociales que requieran una gestión responsable de carácter estratégica.
- La reputación y la atención del público son temas críticos para las empresas petroleras, ya que suelen enfrentar un escrutinio riguroso debido al impacto que sus actividades generan en el medio ambiente y en las comunidades locales. Incidentes o prácticas que puedan ser percibidas como irresponsables o poco éticas pueden afectar negativamente su imagen. Por tanto, estudiar cómo manejan la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y la ética resulta fundamental para mejorar su imagen y desempeño en la sociedad.
- La industria petrolera tiene la oportunidad de comprometerse con el desarrollo sostenible y participar en la transición hacia prácticas energéticas más limpias y responsables. La gestión estratégica de la responsabilidad social empresarial (RSE) y la ética puede ser una herramienta poderosa para asegurar que sus acciones estén alineadas con los objetivos de sostenibilidad a nivel global. [13].

### III. METODOLOGÍA

Durante el proceso metodológico de la investigación, el estudio tuvo un enfoque cuantitativo, con un alcance de tipo descriptivo para profundizar los conocimientos y conocer si las sucursales de empresas petroleras extranjeras que operan en Ecuador emplean la responsabilidad social empresarial (RSE). El diseño fue no experimental porque no se manipularon las variables de estudio.

La selección de la población de estudio se llevó a cabo mediante el acceso a la información Web de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (SCVS), sucursales activas de las empresas petroleras extranjeras que operan en el Ecuador; dando un total de 15 empresas como población para el estudio de la investigación.

El instrumento de recolección de datos es la encuesta utilizando indicadores de Ethos del CERES (2011). Se aplicaron 25 preguntas correspondientes a las dos variables de estudio que representan a los indicadores, compromiso ético, arraigo a la cultura organizativa, relaciones con la competencia e involucramiento con los grupos de interés, conducta frente a despidos, concientización ambiental, gerenciamiento del impacto en el medio ambiente, impacto en la comunidad y financiamiento de la acción social.

El grado de responsabilidad social empresarial se clasifica bajo la siguiente escala:

**Tabla 1.** Prueba H de la cultura turística y dimensiones de estudio según nivel de escolaridad del turista.

Categoría	Escala
La empresa no practica RSE	Hasta 0,80
La empresa realiza ciertas acciones de RSE	De 0,81 a 1,19
La empresa tiene buenos conocimientos con respecto a RSE y se compromete a ejercer una gestión socialmente responsable	De 1,20 a 1,69
La empresa maneja adecuadamente el modelo RSE y lo implementa para alcanzar sus objetivos	De 1,70 a 2,00

Elaboración: Grupo investigador.

Una vez obtenidos los resultados se estableció el grado de RSE de las empresas encuestadas, también se validaron los instrumentos mediante el coeficiente de correlación de Pearson, esta prueba permitió medir la relación estadística de las dos variables, si la asociación resulta ser no lineal significa que la representación del coeficiente no es correcta, estableciendo de este coeficiente los rangos de +1 a -1.

Otra técnica utilizada para la recolección de información y profundización del conocimiento de las dos variables fue la revisión documental, esta técnica permitió optimizar los conocimientos sobre el tema estudiado en el proceso de investigación.

Análisis Chi cuadrado de Pearson y R de Pearson.

Variables

¿La empresa considera la situación social del empleado al momento de su despido?

¿Participa en comités consejos/locales o regionales para discutir la cuestión ambiental con el gobierno y la comunidad?

## Pruebas de chi-cuadrado

**Tabla 2.** Prueba H de la cultura turística y dimensiones de estudio según nivel de escolaridad del turista.

	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	97,000 <sup>a</sup>	10	00,000
Razón de verosimilitud	35,299	10	00,000
Asociación lineal por lineal	25,735	1	00,000
N de casos válidos	15		
<b>a. 15 casillas (83,3%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 00,02.</b>			

Elaboración: Grupo investigador.

Mediante la aplicación del análisis realizado mediante la aplicación de Chi-cuadrado de Pearson en el programa SPSS a las preguntas realizadas a través de la encuesta se logra observar que, la relación entre las variables del ¿La empresa considera la situación social del empleado al momento de su despido? \* ¿Participa en comités consejos/locales o regionales para discutir la cuestión ambiental con el gobierno y la comunidad? se establece una significancia de  $p \leq 0,05$ ; obteniendo  $p=0,000$ , dando como resultado una relación directa entre las variables mencionadas por lo que la hipótesis alternativa (que existe relación entre la variable dependiente e independiente) es cierta.

#### IV. RESULTADOS

Se presenta un análisis detallado de los resultados obtenidos de una encuesta realizada a 15 sucursales de empresas petroleras en relación con la Responsabilidad Social Empresarial (RSE). El estudio se centró en la evaluación de cinco indicadores específicos, siguiendo el marco conceptual proporcionado por Ethos CERES (2011).

Los datos de la encuesta se presentan de manera global, y se enfoca en los resultados obtenidos para cada uno de los cinco indicadores seleccionados. Los valores de los indicadores muestran una similitud significativa con la media general, lo que sugiere una tendencia común en las prácticas de RSE dentro del conjunto de sucursales estudiadas.

El indicador compromiso ético y arraigo a la cultura organizativa, en la evaluación el promedio fue de 1,35, esto indica que las empresas estudiadas tienen conocimiento sobre la RSE y gestionan el compromiso de ser responsable con el medio ambiente y el entorno.

**Tabla 3.** Resultados del indicador de compromiso ético y arraigo a la cultura organizativa.

<b>Compromiso ético y arraigo a la cultura organizativa (indicador 1)</b>	
1.1. Conoce si la empresa tiene un código de ética que es entregado y difundido entre los empleados	1,20
1.2. La empresa expone públicamente sus compromisos éticos a sus grupos de interés de manera adecuada	1,60
1.3. La misión y visión de la empresa incluyen consideraciones sobre responsabilidad social empresarial	1,53
1.4. Es participe de encuestas de clima laboral	1,27
1.5. Ha recibido difusión y educación en valores y aplicación su código de ética de manera regular	1,13
<b>Promedio</b>	<b>1,35</b>

Elaboración: Grupo investigador.

EL indicador de relaciones con la competencia e involucramiento con los grupos de interés hace referencia sobre las políticas adoptadas por las empresas, estudio para poder socializar con las otras empresas de su mismo sector y los stakeholders o grupos de interés; la prontitud de respuesta ante los requerimientos demandados y el dinamismo que se emplea en los procesos para relacionarse. Como se puede observar en la tabla 4. Los puntajes menores están en la comunicación que las empresas tienen con los stakeholders para explicarles el origen del servicio o producto y el seguimiento aplicado después de haber iniciado el diálogo con los mismos. El promedio de este indicador fue de 1,36, haciendo referencia a que las empresas petroleras en Ecuador están comprometidas con la RSE con respecto a este indicador.

**Tabla 4.** Resultados del indicador de relaciones con la competencia e involucramiento con los grupos de interés.

Relaciones con la competencia e involucramiento con los grupos de interés (indicador 2)	
2.1. Conoce si la empresa, utiliza mecanismos para comunicarse y relacionarse con la competencia	1,40
2.2. La empresa adopta políticas de no utilización de los productos o servicios	1,40
2.3. Existen políticas para que los procesos de diálogo con los (stakeholders) sean comparables Y confiables	1,53
2.4. Conoce si la empresa se comunica con sus stakeholders para que comenten la naturaleza de sus productos	1,27
2.5. La empresa tiene políticas de relaciones para responder prontamente a sugerencia de los stakeholders	1,47
2.6. La empresa monitorea las relaciones derivadas de su proceso de diálogo con los stakeholders	1,07
Promedio	1,36

Elaboración: Grupo investigador.

El indicador relacionado con la conducta frente a despidos, el promedio fue de 0,57, por lo tanto, las empresas muestran que al momento de realizar un despido no estarían considerando la situación que puede tener el empleado ya sea en el aspecto profesional o personal; así mismo se refleja que en los últimos años han existido reclamos laborales, por lo que en este indicador la empresa no practica RSE, tal como se observa en la tabla 5.

**Tabla 5.** Resultados de la conducta frente a despidos.

Conducta frente a despidos (indicador 3)	
3.1. La empresa considera la situación social del empleado al momento de su despido	0,60
3.2. La empresa se caracteriza por no tener reclamos laborales relacionados a despidos en los últimos tres años	0,53
Promedio	0,57

Elaboración: Grupo investigador.

El indicador relacionado con la concientización ambiental y gerenciamiento del impacto en el medio ambiente que es de 1,19. se demuestra que las empresas realizan ciertas acciones con respecto a RSE, es necesario impulsar el cumplimiento de las normas de protección ambiental y desarrollar campañas de concienciación sobre la reducción de energía y agua potable, también deben optimizar las metas y objetivos ambientales. Los resultados están expuestos en la tabla 6.

**Tabla 6.** Concientización ambiental y gerenciamiento del impacto en el medio ambiente.

Concientización ambiental y gerenciamiento del impacto en el medio ambiente (indicador 4)	
4.1. Existe una política ambiental formal que es conocida por los empleados	1,47
4.2. Participa en comités para discutir la cuestión ambiental con el gobierno y la comunidad	1,20
4.3. Se desarrollan campañas de concienciación, educación, reducción de consumo de agua y energía	1,13
4.4. La empresa en su administración y operación posee metas y objetivos ambientales	1,20
4.5. la empresa registra denuncias y/o multas por violación de las normas de protección ambiental	0,86
4.6. La empresa busca reducir el consumo de energía agua, productos tóxicos y materias primas	1,26
Promedio	1,19

Elaboración: Grupo investigador.

Además, se consideró El indicador impacto en la comunidad y financiamiento de la acción social, el cual presenta un resultado de 1,01 demostrando que la empresa realiza ciertas acciones de RSE referente a este indicador. Aspectos como la promoción de eventos dirigidos a los grupos de la comunidad donde operan y la motivación a proveedores y accionistas para que realicen donaciones financieras deben potenciarse. Se muestran los detalles en la tabla 7.

**Tabla 7.** Resultados de la evaluación del impacto en la comunidad y financiamiento de la acción social.

Impacto en la comunidad y financiamiento de la acción social (indicador 5)	
5.1. La empresa cuenta con una política para manejar las relaciones con su comunidad aledaña	1,20
5.2. La empresa concientiza a sus empleados para respetar los valores, cultura y tradiciones de la comunidad	1,33
5.3. la empresa posee mecanismos para estimular proveedores y accionistas a hacer donaciones financieras	0,73
5.4. La empresa ha sido reconocida por su desempeño en temas de interés nacional	1,00
5.5. La empresa promueve eventos, concursos o premios a individuos o grupos dedicados a su comunidad	0,80
Promedio	1,01

Elaboración: Grupo investigador.

Dentro de los resultados, al analizar las empresas de manera individual, se pudo obtener el siguiente resultado: una empresa representada por el 6,67% no practica responsabilidad social empresarial (RSE); nueve empresas que representan el 60% realizan ciertas acciones de RSE y el 33,33%, es decir, cinco empresas de las 15 en estudio poseen buenos conocimientos con respecto a la RSE.

## CONCLUSIONES

Las empresas objeto de este estudio presentan una media de indicadores de 1,15, indicando que la mayoría de las sucursales de estas organizaciones aplican ciertas acciones de responsabilidad social empresarial (RSE), en lo que respecta al compromiso ético y la cultura organizativa, las empresas estudiadas reflejan que tienen conocimientos sobre responsabilidad social empresarial (RSE) y gestionan su compromiso con el medio ambiente.

El compromiso con los grupos de interés está presente en las sucursales de las entidades petroleras estudiadas, sin embargo, es necesario profundizar la comunicación con los stakeholders, así como su seguimiento después de iniciar un vínculo con ellos.

Las debilidades con la responsabilidad social empresarial (RSE) se hacen evidente en los aspectos relacionados con los despidos de los trabajadores, ya que estos no son óptimos, por lo que las empresas en relación a estos indicadores se observan que no hay una práctica adecuada de la RSE. Otro de los aspectos a mejorar está relacionado con el impacto en la comunidad y el financiamiento de la acción social, la promoción de eventos que estén dirigidos a los grupos de la comunidad, así como la motivación para que se realicen donaciones financieras deberían potenciarse para alcanzar una responsabilidad y desarrollo en el entorno.

Con los resultados obtenidos, se observa que es de vital importancia mejorar las prácticas de la responsabilidad social empresarial en las empresas extranjeras del Ecuador, de manera que resulta necesario optimizar las políticas de conservación de recursos, mejoras relacionadas con los grupos de interés y la potencialización de las acciones que se deben establecer en la comunidad, resulta fundamental que exista un compromiso social desde la industria, que aporte a las mejoras del contexto y que contribuya a una convivencia armoniosa y respetuosa con el ambiente y las personas.



## REFERENCIAS

- [1] R. Remache, S. Villacís y N. Guaytan, «La Responsabilidad Social Empresarial vista desde un Enfoque Teórico,» *Dominio de las Ciencias*, pp. 2477-8818, 2018.
- [2] V. Falcón, «Modelo OCE: Organizaciones Conscientemente Éticas Para la Responsabilidad Social Corporativa desde las Políticas Públicas,» vol. 29, nº 2007-5316, pp. 80-94, 2018.
- [3] J. Ormaza, J. Ochoa, F. Ramírez y J. Quevedo, «Responsabilidad Social Empresarial en el Ecuador: Abordaje desde la Agenda 2030,» *Revista de Ciencias Sociales (VE)*, vol. XXVII, nº 3, pp. 175-193, 2020.
- [4] D. Lind y W. Marchal, *Estadística aplicada a los negocios y a la economía*, McGraw Hill, 2012.
- [5] E. Lizarzaburo y J. Del Brio, «Responsabilidad Social Corporativa y Reputación Corporativa en el Sector Financiero de Países en Desarrollo,» *Globalización, Competitividad y Gobernabilidad*, vol. 10, nº 1, pp. 42-65, 2016.
- [6] A. Bhattacharyya y L. Cummings, «Measuring Corporate Environmental Performance-Stakeholder Engagement Evaluation,» *Business Strategy an the Environment*, vol. 24, nº 5, pp. 309-325, 2015.
- [7] I. Marić, «Stakeholder Analisis of Higher Education Institutions,» *Interdisciplinary Description of Complex Systems: INDECS*, vol. 11, nº 2, pp. 217-226, 2013.
- [8] L. Schvarstein, *Psicología social de las organizaciones*, Buenos Aires: Paidós.
- [9] S. Castro y B. Bande, «influence of Ethical Leadership and CSR Perception on Sales Force Performance,» *Galicias Journal of Economics*, vol. 28, nº 3, pp. 55-72, 2019.
- [10] M. Cassandra, «Pengaruh Kepercayaan, Komitmen, Komunikasi Dan Penanganan Konflik Terhadap Loyalitas Pelanggan Bank BCA Di Surabaya,» *Calyptra*, vol. 3, nº 1, pp. 1-11, 2014.
- [11] «La Ética Ambiental Como Proyecto de Vida y Obra Social: Un Desafío de Formación,» *Revista de Investigación Educativa 21*, vol. 21, pp. 188-209, 2015.
- [12] ESERP Digital Business & Law Scholl, «Ética Empresarial,» 2020.
- [13] J. Cedeño, C. Alejandro, H. Álvarez y D. Mendoza, «Gestión Estretégica de la Responsabilidad Social Empresarial y la Ética en las Empresas de Dotación de Producción Primaria (Empresas Petroleras),» *Revista Ciencias Pedagógicas e Innovación*, vol. 9, nº 1, pp. 34-42, 2021.