

IMPACTO

DE LA APLICACIÓN DE ESTRATEGIAS DE SOSTENIBILIDAD EN EL CONTEXTO EMPRESARIAL ECUATORIANO

IMPACT OF THE APPLICATION OF SUSTAINABILITY STRATEGIES IN THE ECUADORIAN BUSINESS CONTEXT

Myrian Paulina Barreno Sánchez ^{1*}

E-mail: ua.myriambs36@uniandes.edu.ec

ORCID: <https://orcid.org/0009-0008-4210-1631>

Diego Andrés Carrillo Rosero

E-mail: ua.bettyvalle@uniandes.edu.ec

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6857-4519>

Betty Giomara Valle Fiallos ¹

E-mail: ua.diegocarrillo@uniandes.edu.ec

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0993-4008>

¹Universidad Regional Autónoma de Los Andes, Matriz Ambato. Ecuador.

*Autor para correspondencia

Cita sugerida (APA, séptima edición)

Barreno Sánchez, M. P., Carrillo Rosero, D. A., & Valle Fiallos, B. G. (2025). Impacto de la aplicación de estrategias de sostenibilidad en el contexto empresarial ecuatoriano. *Universidad y Sociedad* 17(5). e5418.

RESUMEN

Las estrategias de sostenibilidad empresarial son aquellas acciones y enfoques que las empresas adoptan para integrar aspectos económicos, sociales y ambientales en su operación y toma de decisiones, con el fin de garantizar su crecimiento a largo plazo y contribuir positivamente a la sociedad y al planeta. En el contexto ecuatoriano, la implementación de estrategias sostenibles no solo ha respondido a presiones globales, sino también a un cambio en las expectativas de los consumidores y la sociedad en general. Sin embargo, muchas empresas ecuatorianas enfrentan desafíos para integrar estas estrategias en sus modelos de negocio. Por lo tanto, este estudio tiene como objetivo analizar el impacto de la aplicación de estrategias de sostenibilidad en el contexto empresarial ecuatoriano, bajo un enfoque cualitativo basado en el método documental. La revisión documental efectuada reveló que las empresas que implementaron prácticas sostenibles experimentaron un incremento en su productividad y competitividad en el mercado nacional e internacional. Además, estas estrategias contribuyen a la mejora de las condiciones sociales, promoviendo el bienestar de las comunidades locales y fomentando la generación de empleo. En el ámbito ambiental, contribuyen a una reducción significativa en la huella ecológica. De modo general, la sostenibilidad no debe verse solo como una responsabilidad ética, sino como una ventaja competitiva que impulsa el crecimiento empresarial.

Palabras clave: Estrategias de sostenibilidad, Responsabilidad social corporativa, Inversiones estratégicas, Competitividad.

ABSTRACT

Corporate sustainability strategies are the actions and approaches that companies adopt to integrate economic, social, and environmental aspects into their operations and decision-making, in order to ensure their long-term growth and positively contribute to society and the planet. In the Ecuadorian context, the implementation of sustainable strategies has responded not only to global pressures but also to a shift in consumer and societal expectations. However, many Ecuadorian companies face challenges in integrating these strategies into their business models. Therefore, this study aims to analyze the impact of applying sustainability strategies in the Ecuadorian business context, using a qualitative approach based on documentary methods. The documentary review revealed that companies that implemented

sustainable practices experienced an increase in their productivity and competitiveness in the national and international market. Furthermore, these strategies contribute to improving social conditions, promoting the well-being of local communities and fostering job creation. In the environmental realm, they contribute to a significant reduction in the ecological footprint. Generally speaking, sustainability should not be seen only as an ethical responsibility, but as a competitive advantage that drives business growth.

Keywords: Sustainability strategies, Corporate social responsibility, Strategic investments, Competitiveness.

INTRODUCCIÓN

Las estrategias de sostenibilidad empresarial son aquellas acciones y enfoques que las empresas adoptan para integrar aspectos económicos, sociales y ambientales en su operación y toma de decisiones, con el fin de garantizar su crecimiento a largo plazo y contribuir positivamente a la sociedad y al planeta. Debe señalarse que no es hasta finales de los ochenta, cuando se activa el debate sobre la sostenibilidad, la cual pasa a ser el centro de atención, convirtiéndose desde entonces en uno de los principales temas de investigación, por parte de la comunidad científica, y de interés público y social a nivel mundial (Márquez et al, 2021).

La adopción de este tipo de estrategia tiene un impacto significativo en la reputación corporativa de las empresas, ya que influyen en cómo son percibidas por sus diferentes públicos, incluyendo clientes, inversionistas, empleados y la comunidad en general. Refuerzan la confianza y credibilidad de las empresas, mejorando su reputación corporativa y facilitando relaciones más sólidas y duraderas con todos sus públicos de interés. Autores como Reyes et al. (2022) afirman que ha demostrado ser una herramienta efectiva para las empresas que buscan posicionarse de manera positiva ante sus diversos públicos de interés.

Diversas investigaciones han subrayado la relevancia de la sostenibilidad empresarial y su impacto en la reputación corporativa en el ámbito global, los estudios realizados en América Latina, en particular, muestran que las empresas que aplican políticas sostenibles experimentan una mejora en la percepción pública y logran una mayor lealtad de marca (Guerrero, 2021). En Ecuador, señalan que la implementación de estrategias sostenibles está relacionada con la mejora en el posicionamiento de las empresas en sectores como la exportación de productos agrícolas.

En el contexto ecuatoriano, donde sectores como la agricultura, la minería y el turismo desempeñan un papel crucial en la economía, la implementación de estrategias sostenibles no solo ha respondido a presiones globales,

sino también a un cambio en las expectativas de los consumidores y la sociedad en general.

Sin embargo, a pesar de la creciente importancia de la sostenibilidad, muchas empresas ecuatorianas enfrentan desafíos para integrar estas estrategias en sus modelos de negocio. Las limitaciones financieras, la falta de conocimiento y el acceso restringido a tecnologías sostenibles pueden inhibir la adopción de estas prácticas. Para superar estos desafíos, las empresas ecuatorianas necesitan enfocarse en fortalecer su cultura de innovación, buscar alianzas estratégicas, invertir en capacitación y tecnología, y aprovechar programas gubernamentales o de apoyo que faciliten la adopción de nuevas estrategias.

La presencia de competencia fuerte y mercados altamente dinámicos exige que las empresas sean ágiles, pero esto puede ser difícil de lograr sin una base sólida. En este sentido, las empresas que logran implementar estrategias sostenibles en sus operaciones tienden a superar estos obstáculos al adaptarse mejor a las demandas del mercado y diferenciarse frente a la competencia (Fernández et al, 2024).

Investigaciones en otros países de la región, como en Perú y en Colombia, sugieren que la sostenibilidad contribuye a la creación de una imagen corporativa robusta, que no solo atrae a consumidores, sino también a inversionistas comprometidos con el desarrollo sostenible (Terrazas & Terrazas, 2022). Además, estudios recientes de Chung et al. (2024), han demostrado que la reputación de las empresas mejora cuando estas adoptan prácticas sostenibles, particularmente en países donde la concienciación ambiental ha crecido en los últimos años.

A pesar de los beneficios observados, la sostenibilidad empresarial en Ecuador aún enfrenta retos significativos. Esta problemática es particularmente relevante para las pequeñas y medianas empresas (PYMES), que representan una gran parte del tejido empresarial ecuatoriano y que tienen menor capacidad para asumir los costos asociados a estas estrategias (Román & González, 2024). Por lo tanto, este estudio tiene como objetivo analizar el impacto de la aplicación de estrategias de sostenibilidad en el contexto empresarial ecuatoriano. Para ello se consideró realizar una evaluación desde los ámbitos social, económico y ambiental.

MATERIALES Y MÉTODOS

El presente estudio se fundamenta en un enfoque cualitativo basado en el método documental, el cual permite analizar, interpretar y sintetizar información proveniente de diversas fuentes secundarias con el objetivo de comprender la relación entre las estrategias de sostenibilidad empresarial (Ulloa, 2024). Este enfoque metodológico es apropiado debido a la amplia disponibilidad de literatura

académica, informes institucionales y estudios previos sobre el tema, lo que posibilita un análisis profundo sin la necesidad de aplicar encuestas o entrevistas.

Para la realización de este estudio, se han seleccionado fuentes documentales de alto rigor científico y académico, asegurando la validez y confiabilidad de los datos analizados. Se han revisado artículos científicos publicados en revistas indexadas como Scopus, Web of Science y Latindex. Asimismo, se han considerado estudios y reportes de entidades gubernamentales, cámaras de comercio y organizaciones empresariales ecuatorianas. También se han consultado libros y tesis doctorales que abordan el impacto de la sostenibilidad en la reputación corporativa, así como normativas y regulaciones vigentes en Ecuador sobre responsabilidad social corporativa y desarrollo sostenible.

La selección de estos documentos se realizó con base en criterios de pertinencia, actualidad y relevancia temática. Se priorizaron publicaciones de los últimos cinco años y se evitó el uso de fuentes no verificadas o de escaso rigor académico, garantizando así la calidad del análisis. El análisis de los documentos seleccionados se llevó a cabo mediante un enfoque hermenéutico y de análisis de contenido.

El análisis de la información se desarrolló en tres fases fundamentales. Primero, se llevó a cabo una codificación y categorización, mediante una revisión sistemática que permitió identificar patrones y categorías clave, como las prácticas de sostenibilidad y el impacto reputacional. Posteriormente, se realizó un análisis en el cual se identificaron y contrastaron los hallazgos encontrados con los de distintos autores y fuentes, con el objetivo de identificar coincidencias y diferencias en los estudios existentes sobre sostenibilidad empresarial, proporcionando un marco de referencia útil tanto para académicos como para profesionales del sector corporativo.

RESULTADOS-DISCUSIÓN

Los resultados del estudio revelan que la sostenibilidad empresarial desempeña un papel determinante en la percepción y reputación de las empresas en el mercado ecuatoriano. A través del análisis documental, se han identificado tendencias y factores clave que influyen en esta relación.

El análisis de la literatura indica que la implementación de estrategias de sostenibilidad tiene un impacto positivo en la imagen pública de las empresas. Estudios recientes sugieren que las organizaciones que adoptan prácticas sostenibles experimentan una mayor confianza por parte de los consumidores y obtienen una diferenciación competitiva (Bendeck et al., 2024). En particular, se ha observado que las empresas que integran criterios ambientales, sociales y de gobernanza logran mejorar su relación con los grupos de interés y fortalecer su lealtad de marca (Vallejo et al., 2024). Sin lugar a dudas, las empresas que incorporan la sostenibilidad en sus estrategias de negocio obtienen beneficios significativos.

En la tabla 1 se exponen los principales hallazgos considerando cinco dimensiones o áreas claves donde se aprecia el impacto positivo en la aplicación de estrategias de sostenibilidad empresarial.

Tabla 1: Principales beneficios de la aplicación de estrategias de sostenibilidad empresarial.

Dimensión	Descripción
Mejora de la imagen corporativa	Aumento de la confianza del consumidor y mayor reconocimiento de marca. Al adoptar prácticas éticas y sostenibles, las empresas generan confianza y respeto entre sus clientes, comunidades y otros actores sociales, lo que favorece su aceptación social.
Atractivo para inversores	Las prácticas sostenibles son valoradas por inversionistas y entidades financieras, quienes consideran estos aspectos en sus decisiones de inversión, fortaleciendo la reputación de la empresa en los mercados financieros.
Reducción de riesgos operacionales	Cumplimiento de normativas ambientales y reducción de sanciones legales. Las prácticas sostenibles impulsan la innovación y mejoran la eficiencia, reduciendo costos y abriendo nuevas oportunidades de negocio.
Fidelización de clientes	Los consumidores valoran cada vez más a las empresas que demuestran compromiso con la responsabilidad social y ambiental, lo que puede traducirse en mayor lealtad y preferencia por sus productos o servicios.
Sostenibilidad social y ambiental	Al actuar con responsabilidad, las empresas aportan a la solución de problemas sociales y ambientales, fortaleciendo su aceptación en la comunidad y generando un impacto positivo a largo plazo.

Fuente: Elaboración propia.

De forma general, los autores consultados coinciden en que la aplicación de estrategias de sostenibilidad ofrece numerosos beneficios que impactan positivamente en diferentes dimensiones o áreas clave. Desde la perspectiva social, fomentan condiciones laborales justas, mejoran la calidad de vida de las comunidades y fortalecen la responsabilidad social corporativa, generando un impacto positivo en la percepción y confianza de los stakeholders.

En el aspecto económico, la adopción de prácticas sostenibles se traduce en una mayor eficiencia operativa, reducción de costos a largo plazo y oportunidades de innovación que impulsan la competitividad y la resiliencia de las organizaciones en mercados cada vez más exigentes y conscientes del impacto ambiental y social.

En el ámbito ambiental, estas estrategias contribuyen a la conservación de los recursos naturales, la reducción de emisiones de gases de efecto invernadero y la minimización de la huella ecológica, promoviendo un equilibrio entre las actividades humanas y el ecosistema. La tendencia actual apunta a consumidores cada vez más conscientes y comprometidos con el medio ambiente, por lo que crear productos y servicios que sean ecológicamente responsables y socialmente beneficiosos, resulta un atractivo para este sector del mercado. Al actuar con responsabilidad, las empresas aportan a la solución de problemas sociales y ambientales, fortaleciendo su aceptación en la comunidad y generando un impacto positivo a largo plazo.

Discusión

Los resultados de este estudio evidencian que la adopción de estrategias de sostenibilidad tiene un impacto significativo en diversos aspectos del desempeño organizacional, incluyendo los ámbitos social, económico y ambiental. En particular, se observó que las empresas que implementan prácticas sostenibles reportan mejoras en la gestión de recursos, reducción de costos y una mayor aceptación por parte de los consumidores conscientes del medio ambiente.

Estos hallazgos coinciden con estudios previos que reflejan la creciente relevancia de la sostenibilidad como un factor determinante en la reputación corporativa y en la competitividad de las empresas. Urrea & Reyes (2024) han destacado que la adopción de estrategias de sostenibilidad no solo impacta positivamente la percepción de los consumidores, sino que también contribuye a la resiliencia financiera y operativa de las organizaciones. Por su parte, Rodríguez et al. (2018), plantean que contribuye a la consolidación colectiva del plan estratégico y operativo de la organización empresarial, facilitando la toma de decisiones colectiva y consensuada.

Sin embargo, también se identificaron desafíos asociados. De acuerdo con Barrios et al. (2021) uno de los principales obstáculos es la falta de incentivos gubernamentales y de

políticas públicas que faciliten la transición hacia modelos de negocio más responsables. En un contexto similar, Muyulema & Tapias (2024) identifican que las pequeñas y medianas empresas (PYMEs) presentan mayores dificultades debido a la escasez de recursos económicos y tecnológicos. Pueden mencionarse además la inversión inicial elevada y la resistencia al cambio dentro de las organizaciones, aspectos que pueden limitar la adopción de dichas estrategias en ciertos contextos.

Además, el análisis revela que el impacto de las estrategias de sostenibilidad varía en función de factores como el tamaño de la organización, el sector industrial y el nivel de compromiso de la alta dirección. Las organizaciones con liderazgos comprometidos y recursos adecuados parecen experimentar beneficios más sustanciales, lo cual subraya la importancia de un liderazgo estratégico para la integración efectiva de prácticas sostenibles.

En este sentido, Frauca (2024) sostiene que las empresas que integran políticas de sostenibilidad en su modelo de negocio experimentan un incremento significativo en la lealtad del consumidor y en la diferenciación competitiva. Este argumento es respaldado por estudios de Castro et al. (2024), quienes encontraron que el 80% de los consumidores prefieren productos y servicios de empresas con un claro compromiso con la sostenibilidad.

Adicionalmente, estudios de Molina (2024) han señalado que la digitalización y el uso de tecnologías emergentes pueden desempeñar un papel clave en la superación de estos desafíos. Los autores argumentan que la automatización de procesos y el uso de inteligencia artificial pueden optimizar la eficiencia operativa y reducir los costos asociados con la sostenibilidad.

En conclusión, la adopción de estrategias de sostenibilidad no solo favorece la responsabilidad social y ambiental, sino que también puede traducirse en ventajas competitivas sostenibles. Las organizaciones que priorizan la integración de prácticas sostenibles en su modelo de negocio están mejor posicionadas para afrontar los desafíos futuros y contribuir a un desarrollo más equilibrado y responsable.

La implementación de estrategias de sostenibilidad favorece un crecimiento responsable y equilibrado, asegurando beneficios duraderos para la empresa, la sociedad y el medio ambiente. Además, se plantea la necesidad de ejecutar la evaluación y auditorías que se harán antes, mediante y después de los procesos, a los fines de implementar el mejoramiento continuo, lo que apoyará la generación de valor sostenido para la empresa, la sociedad, el medio ambiente y sus diferentes stakeholders o grupo de interés (Bom, 2021).

Estos hallazgos destacan la necesidad de fomentar políticas que faciliten la adopción de estrategias de sostenibilidad, proporcionando incentivos y programas de apoyo

que permitan a las empresas ecuatorianas superar las barreras existentes y capitalizar los beneficios de la sostenibilidad empresarial. De ahí que la sostenibilidad debe ocupar un lugar prioritario en la agenda de las empresas ecuatorianas, requiriendo un compromiso conjunto del sector privado, el gobierno y la sociedad para lograr una transformación sostenible y duradera.

CONCLUSIONES

La sostenibilidad empresarial se ha consolidado como un factor clave en la reputación corporativa, mejorando la percepción de los consumidores y la competitividad de las empresas. La integración de prácticas ambientales, sociales y de gobernanza fortalece la estabilidad financiera y el acceso a inversiones estratégicas.

La revisión documental efectuada reveló que las empresas que implementaron prácticas sostenibles experimentaron un incremento en su productividad y competitividad en el mercado nacional e internacional. Además, estas estrategias contribuyen a la mejora de las condiciones sociales, promoviendo el bienestar de las comunidades locales y fomentando la generación de empleo.

En el ámbito ambiental, contribuyen a una reducción significativa en la huella ecológica, especialmente en la gestión de residuos y el uso de recursos naturales, lo que refleja un avance hacia un modelo más responsable y consciente con el entorno. En conjunto, este tipo de estrategia no solo beneficia a las organizaciones, sino que también impulsa un desarrollo más equilibrado y respetuoso con el ecosistema y las comunidades del país.

A pesar de los beneficios, las empresas ecuatorianas enfrentan barreras económicas, regulatorias y tecnológicas para implementar estrategias sostenibles. Sin embargo, la digitalización y la innovación tecnológica pueden facilitar esta transición y optimizar los procesos empresariales.

La sostenibilidad no debe verse solo como una responsabilidad ética, sino como una ventaja competitiva que impulsa el crecimiento empresarial. Se recomienda un enfoque integral que combine tecnología, alianzas estratégicas y políticas públicas para fomentar modelos de negocio sostenibles.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Barrios Parejo, I. A., Niebles Núñez, W.A., Niebles Núñez, L.D. (2021). Inserción del análisis financiero en PyMes colombianas como mecanismo para promover la sostenibilidad empresarial. *Desarrollo Gerencial*, 13(2), 1-19. <https://revistas.unisimon.edu.co/index.php/desarrollogerencial/article/view/4454>

Bendeck Martín, J. D., Osorio Lerma, D., Restrepo López, A. (2024). Análisis de estrategias de marketing online para las empresas del sector textil. Trabajo de grado presentado para optar al título de Administrador de Empresas. Universidad Pontificia Bolivariana. Escuela de Economía, Administración y Negocio. <https://repository.upb.edu.co/bitstream/handle/20.500.11912/12236/Análisis%20de%20estrategias.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Bom Camargo, Y. I. (2021). Hacia la responsabilidad social como estrategia de sostenibilidad en la gestión empresarial. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXVII(2), 130-146. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7927655>

Castro Quelal, L. R., Herrera Tapia, E. H., Castro Quelal, D. A. (2024). Modelos de Negocios Circulares: Hacia una Economía Sostenible en el Sector Emprendedor. *Journal of Economic and Social Science Research*, 4(1), 122-148. <https://economicsocialresearch.com/index.php/home/article/view/84/311>

Chung Sem, C., Kiyan Horikawa, M., Quevedo Rojas, N., Villanueva Torres, S (2024). La identidad de marca y actitud de compra en el sector retail en Latinoamérica durante 2022. *RCA*, 2(4), 97-123. <https://revistasucal.com/index.php/rca/article/view/84/149>

Fernández Vinueza, D. F., Carrasco Barrionuevo, J.W., Paredes Godoy, M.M., Ocampo León, W.E. (2024). La responsabilidad Social, ambiental y energética constructivista de las Pymes en el Ecuador, con un enfoque en el cantón Morona. *Polo del Conocimiento*, 9(2), 1566-1583. <https://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/6605/16544>

Frauca Fernández, A. (2024). Las líneas de investigación serán todas las relacionadas con sostenibilidad, finanzas sostenibles, agenda 2030, ODSs. También el ámbito de la Ética empresarial. Trabajo Fin de Grado. Grado en Administración y Dirección de Empresas y Grado en Relaciones Internacionales. Universidad pontificia Comillas. Madrid. <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/78877/TFG%20-%20Frauca%20Fernandez%2c%20Adelaida.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

Guerrero Jaimes, R. M. (2021). Sostenibilidad financiera para las empresas del sector panificador de Pamplona, Norte de Santander, Colombia. *Dictamen libre*, (28), 33-47. <https://dialnet.unirioja.es/ejemplar/585511>

Márquez Ortiz, L. E., Viteri Mero, M. J., Useche Castro, L. M., y Cuétara Sánchez, L. M. (2021). Proceso administrativo y sostenibilidad empresarial del sector hotelero de la parroquia Crucita, Manabí-Ecuador. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXVII(2), 367-385. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7927671>

Molina Hernández, C. (2024). La sostenibilidad y la digitalización, las dos grandes palancas de cambio del tejido empresarial actual. *Revista de derecho de sociedades*, (70), 3. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9453751>

- Muyulema Allaica, J.C., Tapias Molina, D.B. (2024). Propuesta de marco para la evaluación de la sostenibilidad organizacional de las PyMEs agroalimentarias. *Arandu UTIC*, 11(2), 161-187. https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=es&user=xptajU8AAAAJ&sortby=pubdate&citation_for_view=xptajU8AAAAJ:vbGhcppDI1QC
- Reyes, V. M., Gonzabay Núñez, J.C., Herrera Brunett, G.A., Deza Navarrete, C.A. (2022). Factores determinantes de la sostenibilidad en una empresa cañicultora del Ecuador. *Revista de ciencias sociales*, 28(1), 288-302. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8297225>
- Rodríguez Espinosa, H., Ramírez Gómez, C.J., Restrepo Betancur, L.F. (2018). Factores determinantes de la sostenibilidad de las empresas asociativas rurales. *Revista De Economía E Sociología Rural*, 5 (1), 107-122. <https://www.scielo.br/j/resr/a/hsgzkQ3JfVzGf8LwqBqmssP/?lang=es>
- Román Huanay, M.F., González Junior, I.P. (2024). El vínculo entre el marketing verde y la responsabilidad social corporativa en las empresas: Estrategias sostenibles para el éxito empresarial. *Revista de Investigación Valor Agregado*, 11(1), 81-88. https://riva.upeu.edu.pe/index.php/ri_va/article/view/2099/2165
- Terrazas Benito, O., Terrazas Cosio, D.O. (2022). La minería y la responsabilidad social corporativa en Perú y Latinoamérica. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 5(5), 9814-9834. <https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/1028>
- Ulloa Ruiz, D. C. (2024). El crecimiento empresarial y la conformación patrimonial del sector industrial: Elaboración de productos de café del Ecuador. Proyecto de Investigación, previo a la obtención del Título de Ingeniera Financiera. Universidad Técnica de Ambato. Facultad de Contabilidad y Auditoría. <https://repositorio.uta.edu.ec/server/api/core/bitstreams/ce371d83-4a11-46d7-87f4-cd62fc8676b1/content>
- Urrea Ortiz, A. C., Reyes Guevara, D. L. (2024). Análisis comparativo de la declaración de sostenibilidad corporativa en empresas líderes del sector de alimentos en 2022 [Tesis de maestría, Universidad Cooperativa de Colombia]. Repositorio Institucional Universidad Cooperativa de Colombia. <https://repository.ucc.edu.co/entities/publication/594c1a59-0b8d-4906-a3e1-ff3f4fe09166>.
- Vallejo Maza, K. K., Ariza Guiza, A.M., Estrella Rosero, E.A. (2024). Responsabilidad social corporativa y competitividad empresarial con enfoque desde la Alta Gerencia. Artículo de investigación. Fundación Universitaria del Área Andina. <https://digitk.areandina.edu.co/entities/publication/3bc1ec29-c118-420f-87a8-467775f95f74>