

LA ÉTICA EMPRESARIAL COMO FUENTE DE VENTAJA COMPETITIVA. INDICADORES DE SU EFECTO SOBRE LAS ORGANIZACIONES

BUSINESS ETHICS AS A SOURCE OF COMPETITIVE ADVANTAGE. INDICATORS OF ITS EFFECTS ON ORGANIZATIONS

Scavone, Graciela.* Marchesano, Marisa.**

* Facultad de Ciencias Económicas. Universidad de Buenos Aires. Argentina

**Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Universidad del Salvador. Argentina

Autor corresponsal: marisamarchesano@gmail.com

DOI: <https://doi.org/10.55867/qual22.05>

Como citar (APA): Scavone, G., & Marchesano, M. . (2021). LA ÉTICA EMPRESARIAL COMO FUENTE DE VENTAJA COMPETITIVA. INDICADORES DE SU EFECTO SOBRE LAS ORGANIZACIONES. Revista Qualitas, 22(22), 059 - 072. <https://doi.org/10.55867/qual22.05>

Manuscrito recibido el 14 de Mayo de 2021.

Aceptado para publicación, tras proceso de revisión, el 22 de Junio de 2021.

Publicado, el 07 de Julio de 2021.

Resumen

Existe actualmente una tendencia al establecimiento de una relación armoniosa entre las empresas y el entorno en el que desarrollan sus actividades, en las cuales la ética y la responsabilidad social empresarial cobran relevancia. Nuevas estrategias son llevadas a cabo por las organizaciones a fin de dar respuestas a aspectos de sustentabilidad, y a la vez, obtener ventajas competitivas diferenciales. El presente trabajo tiene como objetivo analizar si las empresas que obtienen ventajas competitivas, brindan, a través de revelaciones acerca de su desempeño ético y sustentable, respuestas concretas que permitan a los grupos de interés obtener información clara, oportuna y comparable para un adecuado proceso decisorio. Se consultó bibliografía proveniente de fuentes primarias sobre la temática, procediéndose, asimismo, al análisis de revelaciones relacionadas con el comportamiento ético y responsable, brindadas por empresas que, operando en Argentina, acceden a los mercados de capitales y son socialmente responsables. Se concluye que, la información brindada, contribuye a la toma de decisiones de los lectores interesados en el análisis de un desempeño ético y responsable. Esto genera para las emisoras ventajas competitivas tales como el acceso al capital con menores costos, prestigio, mayor grado de adhesión y colaboración del personal, mejor relación con los grupos de interés clave, entre otros beneficios. Sin embargo, esta información no se puede asegurar que sea completa ni comparable, lo que se estima podría lograrse con la implementación de un marco que regule el desempeño integral de las empresas.

Palabras clave: ética, responsabilidad social empresarial, competitividad.

Abstract

There is currently a trend towards the establishment of a harmonious relationship between companies and the environment in which they carry out their activities, in which ethics and corporate social responsibility become relevant. New strategies are carried out by organizations in order to respond to sustainability aspects, and at the same time, obtain differential competitive advantages. The objective of this work is to analyze whether companies that obtain competitive advantages provide, through disclosures about their ethical and sustainable performance,

concrete responses that allow stakeholders to obtain clear, timely and comparable information for and adequate decision-making process. Bibliography from primary sources on the subject was consulted, also proceeding to analysis of disclosures related to ethical and responsible behavior, provided by companies that, operating in Argentina, access the capital markets and are socially responsible. It is concluded that the information provided contributes to decision-making of readers interested in the analysis of an ethical performance. This generates competitive advantages for issuers, such as access to capital with lower costs, prestige, a higher degree of adherence and collaboration of personnel, a better relationship with key stakeholders, among other benefits. However, this information cannot be guaranteed to be complete or comparable, which it is estimated could be achieved with the implementation of a framework that regulates the comprehensive performance of companies.

Key words: ethics, corporate social responsibility, competitiveness.

1. INTRODUCCIÓN

1.1 Planteamiento del problema

Las empresas, en el mundo, se han venido desarrollando en el marco de una gestión orientada a la rentabilidad, carente de énfasis en los valores éticos, manifestados en respeto por las personas y por el ambiente.

En el escenario actual, la ética y, por ende, la responsabilidad social empresaria obra cada vez mayor importancia, con la intención de lograr una relación armónica entre las organizaciones empresariales y su entorno. Estas nuevas estrategias les permiten responder a un mercado cada vez más sensibilizado con aspectos de sustentabilidad, y a su vez, obtener ventajas competitivas diferenciales (Costa Ferreira, 2020).

Producto de encuestas desarrolladas bajo múltiples metodologías, surge un reclamo público a los líderes de todas las áreas, requiriendo comportamientos éticos en temas cruciales como el diseño de políticas económicas, sociales y la asignación de recursos (Kliksberg, 2003).

Según Miranda (2019), una estrategia éticamente correcta en los negocios tiene que ver con los medios que se eligen para conseguir los objetivos de una empresa, con el propósito de que contribuya a que los miembros de la organización y la sociedad alcancen su plenitud.

El prestigio corporativo, hoy, está bajo presión extrema por la volatilidad económica y el coronavirus. Es un activo intangible, pero vital, ya que, entre otros beneficios permite amortiguar el impacto frente a eventuales crisis, como la que afronta hoy el mundo (Clarín-Economía, p.1).

Una organización debe actuar honestamente con todos sus grupos de interés (empleados, proveedores, clientes, consumidores, accionistas, inversores, organismos defensores del medio ambiente, sociedad, entes gubernamentales, entre otros).

La ética constituye un elemento diferenciador en cuanto a la imagen de una organización. Quienes incorporen este concepto estarán en mejores condiciones para hacer que sus negocios sean sustentables y rentables.

En este sentido, Farrell, Fraedrich & Farrell (2017), enfatizan los beneficios de la ética en los negocios como sigue:

El campo de la ética de negocios continúa cambiando muy rápido conforme más empresas reconocen los beneficios de mejorar su comportamiento ético y el vínculo entre la ética de negocios y el desempeño financiero. Las investigaciones y los ejemplos del mundo de los negocios demuestran que construir una reputación ética entre los empleados, los clientes y el público en general sí reedita. (p. 24)

Los mencionados autores hacen referencia al caso de NiSource, un distribuidor de gas natural, electricidad y agua del medio oeste y noreste de los Estados Unidos de Norteamérica, que se ha ganado un lugar entre las empresas mundialmente consideradas como más éticas de Ethisphere por tercer año consecutivo. Ni Source ha adoptado un fuerte código de comportamiento de negocios que destaca cómo todos los empleados son responsables de la conducta ética de la empresa. La misma cuenta con cuatro valores básicos: honestidad, verdad, integridad y justicia. Los mismos conforman lo que se denominó como "El estilo NiSource". Entre las recompensas por ser ético y socialmente responsable se encuentran la mayor eficiencia en las operaciones diarias, un comportamiento más sólido de los empleados, una mayor disposición de los inversionistas a confiar fondos, una mayor confianza y satisfacción por parte de los clientes y un mejor desempeño financiero. La reputación de la empresa tiene un efecto muy significativo en su relación con los empleados, inversionistas, clientes y muchos otros interesados.

Se plantea entonces, el primer desafío, consistente en la generación de información sobre ética y sustentabilidad, para permitir a los stakeholders, conocer los esfuerzos e inversiones que las empresas llevan a cabo en este sentido, lo que redundará en ventajas competitivas como las que se mencionaron. Por otra parte, actualmente, cuando esa información existe, se encuentra diseminada en publicaciones de diversa naturaleza, lo que dificulta una visión integral del desempeño de un ente. Para que los grupos de interés

accedan a información clara, oportuna y comparable, podría ser necesario establecer un marco que regule este desempeño integral.

1.2 Aporte del presente trabajo

El presente trabajo tiene como objetivo efectuar un aporte doctrinario, mediante el conocimiento, difusión, análisis y propuestas de mejora en relación a las revelaciones sobre ética y responsabilidad social, como facilitadoras de información de calidad para el proceso de toma de decisiones de los grupos de interés relacionados a un ente, hecho que redundaría en mayores ventajas competitivas para los entes emisores.

1.3 Marco conceptual

1.3.1 Definiendo la Ética Empresarial

La ética empresarial atañe a las normas fundamentales del desempeño individual, en la empresa y en la sociedad. En última instancia, siempre son las personas quienes toman decisiones. En todos los casos el comportamiento y las decisiones de unos afectan o inciden sobre los demás, en el plano individual, empresarial y social.

Según Grisolía (2017)

Sólo las personas pueden ser responsabilizadas por sus actuaciones. Sin embargo, se habla, por ejemplo, de que las empresas son responsables por el impacto medioambiental, social y económico de sus operaciones, que puede dar lugar a demandas judiciales a las empresas que contaminan, que evaden impuestos, etc. En estos casos usamos la palabra responsabilidad considerando que esas actuaciones son imputables a la actividad llevada a cabo por el conjunto de personas que integran la empresa. En el sentido descrito se puede hablar de responsabilidad moral de la empresa. (p.43)

En mundo empresarial no puede obviar su responsabilidad ante el proceso de transformación social. Hay una obligación directa en la gestión de los asuntos públicos, que cabe exigir a los gobiernos, a las empresas y sus directivos y a las organizaciones políticas y sociales.

Para Miranda (2019) la ética empresarial:

Es el código interno de cada compañía o grupo por el que se establece de manera escrita o tácita, las normas que regulan las actuaciones o conductas. Es la expresión concentrada de los valores compartidos en una organización, que existen y actúan independientemente de que se reconozcan o no como tales, de que estén escritos o sobreentendidos. (p.819)

La Fundación Chile Unido (2006), define a la ética empresarial, haciendo referencia a cómo una empresa integra un conjunto de bienes morales, tales como la justicia, la honestidad y el respeto, con sus propias políticas y prácticas, así como en la toma de decisiones en todos sus niveles.

Una conducta éticamente correcta en los negocios tiene que ver con los medios que se eligen para conseguir los objetivos de una empresa (que es su consolidación mediante la generación de ganancias), con el objetivo de que contribuyan a que los miembros de la organización (trabajadores y empleados, también llamados clientes internos) y de la sociedad (clientes externos), alcancen su plenitud.

1.3.2 Los estándares éticos y el comportamiento de los empleados

Existe una fuerte relación de tipo positiva entre los estándares éticos de una organización y la dedicación de los empleados al bien común de ella. En una organización que se maneja de manera egoísta, es decir, que sólo toma en cuenta los intereses de los inversionistas mayoritarios, los empleados tenderán a adoptar una actitud similar.

Según Blanchard & Bowles (1999), en el caso en que los objetivos de la empresa no estén limitados a maximizar las utilidades de un grupo de inversores, sino que incluyen objetivos valiosos por sí mismos, los empleados estarán en disposición de sacrificar sus propios intereses individuales, ya que percibirán que su trabajo es importante y meritorio, sintiendo satisfacción con lo que hacen.

1.3.3 Responsabilidad Social Empresaria

Un número creciente de personas entiende que la responsabilidad social no es un tema acotado a las acciones sociales o ambientales llevadas a cabo por un ente en la comunidad, sino que también incluye la interacción y el diálogo con distintos grupos de interés relacionados con el mismo. Para que una organización actúe con responsabilidad social, desde una perspectiva amplia, es necesario que ese concepto se incorpore a sus procesos de gestión y, por lo tanto, pase a formar parte de sus estrategias de negocios y su sistema de planificación.

Según Cajiga Calderón (2018):

Aunque la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es inherente a la empresa, recientemente se ha convertido en una nueva forma de gestión y de hacer negocios, en la cual la empresa se ocupa de que sus operaciones sean sustentables en lo económico, lo social y lo ambiental, reconociendo los intereses de los distintos grupos con los que se relaciona y buscando la preservación del medio ambiente y la sustentabilidad de las generaciones futuras. Es una visión de negocios que integra el respeto por las personas, los valores éticos, la comunidad y el medio ambiente con la gestión misma de la empresa, independientemente de los productos o servicios que ésta ofrece, del sector al que pertenece, de su tamaño o nacionalidad. (p.2)

1.3.4 Alineación de los informes financieros con los reportes de sustentabilidad

Una iniciativa ha surgido por parte del Consejo de Normas Internacionales de Información Financiera, que estudia alinear informes financieros con los de sustentabilidad.

En un mismo documento de consulta emitido por la entidad, se busca retroalimentación sobre el rol del mencionado consejo, que podría jugar un rol clave en el desarrollo del nuevo marco de reporte más integrado, así como evaluar la posibilidad de crear una nueva junta para reportes de sustentabilidad (SSB).

Para Rodríguez (2020), la consistencia entre reportes financieros y no financieros, es sustancial:

El tema de los reportes necesita alcanzar un nivel más holístico, con una mirada integrada contemplando un enfoque en múltiples stakeholders. Deben ser documentos coherentes y estar alineados con la información financiera, no se pueden mirar de manera aislada. Los mercados de capitales, inversionistas y clientes, tienen cada vez mayor necesidad de obtener información de las empresas. (p.1)

El autor ha hecho referencia a tendencias que apuntan a la relevancia de los reportes sobre temas que reflejan los impactos significativos de la organización en la economía, el medio ambiente y las personas, comprendiendo que hay asuntos que afectan de manera positiva y negativa en el desarrollo sustentable.

2. MÉTODOS Y DISEÑOS DE LA INVESTIGACIÓN

Objetivo

La presente investigación científica, tiene como objetivo analizar si las empresas que obtienen ventajas competitivas tales como acceso al mercado de capitales, mayor colaboración y menor rotación de su personal, fidelidad por parte de sus clientes, entre otras, brindan, a través de revelaciones acerca de su

desempeño ético y sustentable, respuestas concretas que permitan a los grupos de interés obtener información clara, oportuna y comparable para un adecuado proceso decisorio.

El enfoque general de la presente investigación se llevó a cabo, en una primera instancia, mediante la revisión del marco teórico existente en relación a la temática abordada, recurriendo a métodos de análisis del discurso, con el objetivo de construir el lugar de los comunicadores de información. Posteriormente, se realizaron pruebas de tipo empírico mediante el análisis de información sobre sustentabilidad.

Población y Muestra

A fin de proceder al análisis de revelaciones relacionadas con el comportamiento ético y responsable, brindadas por empresas de origen argentino, o con importante presencia en ese mercado, que cotizan en mercados de valores y son socialmente responsables, se determinó como población sujeta a muestreo empresas que cumplieren con las condiciones siguientes: 1) Tuviesen acceso a mercados de capitales: Bolsa de Comercio de Buenos Aires (BCBA), Bolsa de Comercio de New York (New York Stock Exchange- NYSE) y la Asociación de Agentes de Valores con Cotización Automatizada (National Association of Securities Dealers Automated Quotation- NASDAQ). 2) Se encontrarán incluidas en el Ranking de las 100 empresas con mejor reputación de la Argentina (Clarín-Economía 2020), cuya fuente se deriva de un estudio multistakeholder, denominado Merco, que procesó un total de 19.171 encuestas provenientes de 24 fuentes de información durante el año 2020. En función a lo precedentemente señalado, fueron seleccionadas las siguientes empresas: Mercado Libre, Inc.; YPF S.A.; Arcor SAIC; Molinos Río de la Plata S.A.; Toyota Argentina S.A.; Ternium Argentina S.A.; Sociedad Anónima Nestlé de Productos Alimenticios S.A. (Nestlé); Banco de Galicia y Buenos Aires S.A; Aluar Aluminio Argentino SAIC. Adicionalmente, y en lo estrictamente relacionado con el capital humano, se verificó que las empresas bajo análisis, estuviesen incluidas en las encuestas llevada a cabo por Great Place to Work (2020/2021), sobre las "Mejores empresa para trabajar en Argentina".

Técnicas e Instrumentos

Se llevaron a cabo análisis crítico-contables a cabo a partir del análisis de los documentos mencionados precedentemente, así como también sobre la bibliografía existente. A fin de llevar a cabo la revisión sobre el Marco Teórico existente, se consultó bibliografía tanto nacional como extranjera, proveniente de fuentes

primarias, en las cuales se expusiera las tendencias en relación con la información a revelar de carácter económico, social, ambiental y de gobernabilidad.

En cuanto a la investigación de tipo empírica, y partiendo de la muestra mencionada en la sección anterior, se llevó a cabo un análisis las revelaciones provistas, relacionadas con la ética y su desempeño sustentable, considerando aspectos relacionados con las Buenas Prácticas de Gobierno Corporativo (OCDE-G20) e indicadores de sustentabilidad clave, que siguen los lineamientos de la Global Reporting Initiative (GRI), tal como de desarrolla en Tabla 1, anexa al presente trabajo. Las fuentes utilizadas para la obtención de la información relevada, tal como se indica en la sección Referencias Bibliográficas, ha sido obtenida de los últimos Reportes de Sustentabilidad de cada una de las empresas bajo análisis (2019), de los Códigos de Gobierno Societario establecidos por la Resolución 797/19 de la Comisión Nacional de Valores (2019), Reportes Integrados 2020 y Códigos de Ética de las mismas.

3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Del análisis de la información emitida y publicada por cada una de las empresas detalladas en la sección Metodología, que comprende a: Mercado Libre, Inc.; YPF S.A.; Arcor SAIC; Molinos Río de la Plata S.A.; Toyota Argentina S.A.; Sociedad Anónima Nestlé de Productos Alimenticios (Nestlé), Banco de Galicia y Buenos Aires, S.A. y Aluar Aluminios Argentinos, relacionada con:

- ✓ Reportes de sustentabilidad (2019)
- ✓ Códigos de Gobierno Societario Resol. 797/19 CNV
- ✓ Reportes Integrados (2020)
- ✓ Códigos de Ética
- ✓ Inclusión en las encuestas de Great Place to Work (2020-2021), sobre Mejores lugares para trabajar en Argentina, y teniendo en cuenta que:

Se ha partido de la premisa de que todas las empresas analizadas son "listadas", es decir que poseen acceso al mercado de capitales, tanto local como internacional, lo que conlleva la obtención de fondos a tasas de interés sustancialmente más bajas que las que pueden obtenerse en entidades financieras (ventaja

competitiva), se obtuvieron los siguientes resultados, que se encuentran resumidos en Tabla 1, al presente trabajo.

- a) Todas ellas poseen Códigos de Ética o Conducta, al igual que Programas de Integridad.
- b) En sus programas de Responsabilidad Social se encuentran aspectos relacionados con el fortalecimiento de los principios de diversidad e igualdad de las personas y respeto por los Derechos Humanos, en adición a relaciones con los empleados de las diferentes organizaciones, desarrollo de la comunidad, cuidado del ambiente, prácticas de mercadeo transparentes, cumplimiento de aspectos vinculados con respeto a las leyes vigentes dentro de un marco de Buenas Prácticas de Gobierno Corporativo.
- c) En todos los casos, poseen políticas tendientes a asegurar el cuidado de la salud de los empleados e implementan medidas de seguridad en los lugares de trabajo, a excepción de Banco de Galicia, donde esas previsiones no serían de aplicación.
- d) Los entes bajo análisis desarrollan medidas tendientes al desarrollo del capital humano, no obstante, sólo Mercado Libre, YPF y Banco de Galicia manifiestan tener programas de incentivo para su personal. Entre las medidas salientes a este respecto pueden mencionarse las siguientes: gestión continua respecto de la formación y mejora de las aptitudes de los empleados mediante programas de capacitación; compromiso con el principio de igualdad de oportunidades; programas de inclusión laboral para personas discapacitadas; otorgamiento de becas y pasantías.
- e) Todas las empresas analizadas llevan a cabo Inversión Social, a la vez que fortalecen la cadena de valor con sus grupos de interés (proveedores, etc.). En cuanto a inversión de tipo social, se ha observado que la misma se lleva a cabo de formas diferenciadas. Pueden observarse contribuciones a través programas que capacitación para la empleabilidad, mediante acuerdos con entidades educativas público-privadas; apoyo a entidades de salud de las localidades en las cuales las empresas operan; donaciones diversas a organizaciones de interés público; acciones tendientes a la conservación el ambiente de las comunidades cercanas; programas de asistencia ante emergencias climáticas, entre otras.

- f) En cuanto a mejoras en la atención al cliente, y, si bien la mayoría de ellas poseen revelaciones en este sentido, YPF S.A. indica que las tiene en relación a su actividad como propietario de estaciones de servicio, en tanto que Ternium y Aluar, no hacen mención a esta temática.
- g) Si bien, hay consenso en cuanto a la reducción de impactos negativos en el medio ambiente, en lo atinente a inversión en energía renovable probablemente, producto de la actividad de cada una de ellas, resulta que Mercado Libre, sólo pone énfasis en la mayor utilización de energía eléctrica proveniente de fuentes renovables, en tanto que Banco de Galicia no hace mención alguna.
- h) Todas las empresas analizadas, manifiestan llevar a cabo gestión de residuos, pero, en el caso de Banco de Galicia, acota su actuación a los residuos relacionados con el uso de papel. Ello, probablemente, guarda relación con su actividad.
- i) Es unánime las manifestaciones sobre la contribución de estas organizaciones a la reducción de emisiones de CO₂ (gases efecto invernadero), en tanto que, en lo relacionado con el uso racional del agua, Mercado Libre y Banco de Galicia, no llevan a cabo ningún tipo de mención.
- j) Sobre aspectos vinculados a inversiones de capital para minimizar los impactos de sus operaciones en el medio ambiente, Mercado Libre y Banco de Galicia no estarían llevando a cabo inversiones en este sentido.
- k) En relación al tratamiento de efluentes, diferentes estrategias son llevadas a cabo por las empresas analizadas, a excepción de Molinos Río de la Plata que no indica ningún tipo de acción en este sentido, en tanto que Mercado Libre y Banco de Galicia, desarrollan actividades que no ameritan este tipo de tratamientos.

Por último, y en función a la información obtenida por el Informe de Merco 2020, publicado en Clarín-Economía (2020), se incluirá un detalle de las empresas preferidas, según los distintos grupos de interés.

Tabla 1. Empresas preferidas según los diferentes grupos de interés

Gobierno	ONG	Sindicatos	Asociaciones de Consumidores
Arcor	Natura	YPF	Nestlé
YPF	Google	Aerolíneas Argentinas	Google

Hospital Italiano	Mercado Libre	Arcor	Apple
Bodega Catena Zapata	Microsoft	Google	Niki
Mercado Libre	Arcor	Honda	Mercedes- Benz

Del cuadro bajo análisis, observamos que varias de ellas, son preferidas por más de un grupo de interés, a la vez que casi todas son empresas que acceden al mercado de capitales (a excepción de Hospital Italiano y Bodega Catena Zapata) y preparan Reportes de Sustentabilidad, es decir, que brinda información sobre aspectos de integridad, sociales y medioambientales.

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Se concluye que la información brindada por las empresas argentinas o internacionales que llevan a cabo operaciones relevantes en Argentina, bajo análisis, contribuye a la toma de decisiones de los lectores interesados en el análisis de un desempeño ético y responsable. Esto genera para las empresas ventajas competitivas tales como el acceso al capital con menores costos, prestigio, mayor grado de adhesión y colaboración del personal, mejor relación con los grupos de interés clave, entre otros beneficios. Sin embargo, esta información no se puede asegurar que sea completa ni comparable, lo que se estima podría lograrse con la implementación de un marco que regule el desempeño integral de las empresas.

5. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aluar Aluminios Argentinos S.A.I.C. (2021), *Información sobre sustentabilidad*.
<https://www.aluar.com.ar/seccion/comunidad/3/31>
- Arcor SAIC (2020). *Reporte de Sustentabilidad 2019* <https://www.arcor.com/ar/reportes-de-sustentabilidad>
- Banco de Galicia y Buenos Aires (2020). *Reporte Integrado 2020*.
galiciasustentable.com/banca/online/sustentable/web/BancoGaliciaSustentable/nuestro
- Blanchard, K. & Bowles, S. (1999). *¡A la carga! (Gung Ho). Cómo aprender a aprovechar al máximo el potencial de las personas en su empresa*. Bogotá. Ed. Una Fábula.
- Cajiga Calderón, J. (2018). *El concepto de responsabilidad social empresarial*. Centro Mexicano para la filantropía. https://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf

- Clarín-Economía (2020). *Ranking de las 100 empresas con mejor reputación de la Argentina*. Edición del 21 de noviembre de 2020. <https://www.debursa.com.ar/3041-el-ranking-de-las-100-empresas-con-mejor-reputacion-de-la-argentina#:~:text=de%20Noviembre%2C%20>
- Comisión Nacional de Valores (CNV-2021), *Códigos de Gobierno Societario. Resolución 797/10*. <http://www.cnv.gov.ar/SitioWeb/Empresas/Empresa/30715471953>
- Costa Ferreira, K. (2020). *La ética en las relaciones laborales*. Revista de Ciencias Empresariales y Sociales. Vol.2, N° 4, 2020 (Jun-Dic). ISSN electrónico 2618-2327. Pág. 112-119
- Ferrell, O., Fraedrich, J. & Ferrell, L. (2017). " *Ética en los negocios. Casos y toma de decisiones*". 11° Edición México. Cengage Learning Editores. S.A.
- Fundación Chile Unido (2006). *Ética empresarial*. <https://www.chileunido.cl/>
- Global Reporting Initiative (GRI-2016). *Estándares*. <https://www.globalreporting.org/how-to-use-the-gri-standards/gri-standards-spanish-translations/>
- Great Place to Work (2021). *Mejores lugares para trabajar en Argentina*. <https://www.greatplacetowork.com.ar/mejores-lugares-para-trabajar/los-mejores-lugares-para-trabajar-en-argentina/2021>
- Grisolía, J. (2017). *La influencia de la ética profesional*. Capítulo I Contabilidad Superior. Buenas Prácticas de Gobierno (Scavone, G., Viegas, J., coordinadores). Bs. Aires, Osmar Buyatti.
- Kliksberg, B. (2003). *El capital social movilizado contra la pobreza*. <http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/se/20100817105830/capitalsocial.pdf>
- Mercado Libre, Inc (2020). *Reporte de Impacto*. https://meli-sustentabilidad-assets.s3.sa-east-1.amazonaws.com/Meli_2020_ESP_a875ceef33.pdf
- Mercado Libre, Inc. (2020). *Código de Ética*. <https://investor.mercadolibre.com/static-files/23ce6310-7fe2-4034-885f-7bd6c35fbb6a#:~:text=En%20Mercado%20Libre%20nos%20conducimos,socios%20comerc>
- Miranda, K. (2019), *Ética Empresarial y la Responsabilidad Social*. <https://mail.google.com/mail/u/3/?ogbl#search/ETICA/FMfcgxwLsmbdXVwrQFnhrNQWHvtMHPT>
- Molinos Río de la Plata S.A. (2020). *Reporte de Sustentabilidad 2019* <https://www.molinos.com.ar/sustentabilidad/>
- Nestlé (2020), *Reporte de Desarrollo Sostenible 2019*. <https://empresa.nestle.es/sites/g/files/pydnoa431/files/es/libreríadocumentos/documents/publicaciones/reporte-desarrollo->

Nestlé (2021). *Código de Conducta Empresarial*.
<https://empresa.nestle.es/sites/g/files/pydnoa431/files/es/libreria-documentos/documents/publicaciones/codigo-conducta-empresarial-nestle.pdf>

Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE-2016). *Principios de Gobierno Corporativo de la OCDE y G20*. París. Francia.

Rodríguez, M. (2020). *Estudian alinear informes financieros con reportes de sustentabilidad de empresas*. SalmonExpert. <https://www.salmonexpert.cl/article/estudian-alinear-informes-financieros-con-reportes-de-sustentabilidad>

Ternium Argentina S.A. (2020). *Reporte de Sustentabilidad 2019*.
<https://www.ternium.com/es/novedades/noticias/reportes-de-sustentabilidad-ternium-2019--04550070820>

Toyota Argentina S.A. (2020). *Reporte de Sustentabilidad 2019*.
https://www.toyota.com.ar/storage/config/ReporteSustentabilidad_Toyota2020.pdf-19wULsZpUE.pdf

Tabla 1. Empresas preferidas según los diferentes grupos de interés

Revelación Analizada	Mercado Libre	YPF	Arcor	Molinos Río de la Plata	Toyota	Ternium	Nestlé	Banco Galicia	Aluar
Existencia de Código de Ética o Conducta	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
Programa de Integridad	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
Cumplimiento con el principio de Diversidad e Igualdad	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
Políticas de cuidado de la salud de los empleados	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
Medidas sobre trabajo seguro	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	N/A	SI
Desarrollo de Capital Humano	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
Programas de Incentivo	SI	SI	No indica	No indica	SI	No Indica	No indica	SI	No indica

Inversión Social	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
Fortalecimiento de la cadena de valor	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
Mejoras en la atención al cliente	SI	SI (1)	SI	SI	SI	No indica	SI	SI	No indica
Respeto por los Derechos Humanos	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
Reducción de impactos negativos en el medio ambiente	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
Inversión en energía renovable	(2)	SI	SI	SI	SI	SI	SI	No indica	SI
Revelación Analizada	Mercado Libre	YPF	Arcor	Molinos Río de la Plata	Toyota	Ternium	Nestlé	Banco Galicia	Aluar
Gestión de residuos	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	(3)	SI
Reducción de emisiones de CO ₂	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
Uso racional del agua	N/A	SI	SI	SI	SI	SI	SI	N/A	SI
Inversión de capital para minimizar los impactos negativos de sus operaciones en el medio ambiente	No indica	SI	SI	SI	SI	SI	SI	No indica	SI
Tratamiento de efluentes	N/A	SI	SI	No indica	SI	SI	SI	N/A	No indica

(1) Relacionado con la atención en estaciones de servicio de su propiedad.

(2) Mayor utilización de energía eléctrica proveniente de fuentes renovables.

(3) Reducción de residuos relacionados con un uso racional del papel.