

There are no translations available.



Recientemente, la Revista Internacional de Investigación en Comunicación, **aDResearch ESIC**, ha dedicado su último volumen a la **Responsabilidad Social Corporativa**.

Éste ha contado con la colaboración de varios miembros del grupo de investigación *Gestión de marcas y procesos de la comunicación*

Destaca la publicación de **Juan Benavides Delgado**, director del grupo. En ***Ética, Valores y Responsabilidad Social*** plantea la problemática de indefinición que rodea a la RSC cuando se relaciona con el concepto de valor y la noción de ética

. Supone un marco introductorio que aclare el alcance que la Responsabilidad Social y la ética deben tener en la gestión de la empresa más allá de sus valores de reputación y buen gobierno corporativo.

Por otro lado, José Luis Fernández y Anna Bajo, director y coordinadora de la **Cátedra de Ética Económica y Empresarial de la Universidad Pontificia de Comillas** (miembro institucional de Gestión de las marcas y procesos de comunicación), han publicado el artículo ***La Teoría del stakeholder o de los grupos de interés, pieza clave de la RSE, del éxito empresarial y de la sostenibilidad***

, en el que se desarrolla el concepto de RSE como una manera de entender las relaciones entre

la empresa y la sociedad; una forma más compleja de comprender la labor de la dirección; y un modo más coherente de buscar la sostenibilidad de los negocios y de los procesos económicos. En este sentido, el concepto

Stakeholder

surge como elemento clave y diferenciador, fundamento sobre el que articular las intuiciones del paradigma emergente de la RSE. Por tanto, en su artículo se desarrolla el concepto y se recogen los resultados de un empeño académico que viene siendo llevado a cabo desde hace un cuarto de siglo. Asimismo, se pone en relación con

la voluntad estratégica de gestionar las relaciones entre la empresa y sus grupos de interés no sólo como requerimiento estratégico, sino también como exigencia ética y de responsabilidad.

Para más información: http://www.esic.es/editorial/editorial_producto.php?isbn=1889-7304-adr&tipo=&tematica=1