

RESPONSABILIDAD SOCIAL COMPETITIVA

Cristian Rovira

Empresa activa

Barcelona, 2016

190 p. | Papel 14 € | e-book, 5,99 €



En los últimos años, señala el autor, se ha puesto de moda el concepto de Responsabilidad Social Corporativa para hablar de una manera en la que

las empresas devuelven a la sociedad parte de sus beneficios. En la práctica, muchas empresas la usan apenas como marketing para lavar sus malas prácticas con ella. Rovira promueve una nueva responsabilidad social corporativa que impulse acciones que beneficien a la sociedad no sólo porque queda bien sino como factor clave de competitividad.