

Carmen Graciela Urgilés-Carabajo; Karina Mariela Solano-Farías; Christian Omar Pérez-Miranda; Ricardo Xavier Consuegra-Bosquez

[DOI 10.35381/noesisin.v8i16.847](https://doi.org/10.35381/noesisin.v8i16.847)

Responsabilidad social empresarial como estrategia de legitimidad

Corporate Social Responsibility as a Strategy for Legitimacy

Carmen Graciela Urgilés-Carabajo

curgiles@uagraria.edu.ec

Universidad Agraria del Ecuador, Guayaquil, Guayaquil
Ecuador

<https://orcid.org/0009-0008-1760-7542>

Karina Mariela Solano-Farías

ksolano@uagraria.edu.ec

Universidad Agraria del Ecuador, Guayaquil, Guayaquil
Ecuador

<https://orcid.org/0000-0003-1087-0483>

Christian Omar Pérez-Miranda

coperez@uagraria.edu.ec

Universidad Agraria del Ecuador, Guayaquil, Guayaquil
Ecuador

<https://orcid.org/0009-0001-2423-2856>

Ricardo Xavier Consuegra-Bosquez

rconsuegra@uagraria.edu.ec

Universidad Agraria del Ecuador, Guayaquil, Guayaquil
Ecuador

<https://orcid.org/0000-0003-3875-6260>

Recepción: 25 de marzo 2026

Revisado: 26 de abril 2026

Aprobación: 15 de mayo 2026

Publicado: 01 de julio 2026

Carmen Graciela Urgilés-Carabajo; Karina Mariela Solano-Farías; Christian Omar Pérez-Miranda; Ricardo Xavier Consuegra-Bosquez

RESUMEN

El objetivo general de la investigación fue analizar la responsabilidad social empresarial como estrategia de legitimidad. El método de la investigación fue documental y su avance metodológico abarcó las etapas de recolección, selección, interpretación y análisis de textos. Presentar de manera coherente los resultados alcanzados en este proceso ayudó a generar conocimiento en el ámbito del aprendizaje. Para este propósito, se recurrió a documentos de fuentes que son pertinentes y confiables para el tema en estudio, como son los artículos arbitrados. Se concluye lo siguiente, la legitimidad es el factor determinante para la estabilidad y permanencia de las empresas en el contexto latinoamericano, la Responsabilidad Social Empresarial permite a las organizaciones responder a las debilidades del entorno institucional y generar confianza con sus actores clave.

Descriptores: Responsabilidad social; empresa; responsabilidad jurídica. (Tesauro UNESCO).

ABSTRACT

The overall objective of the research was to analyze corporate social responsibility as a strategy for legitimacy. The research method was documentary, and its methodological approach encompassed the stages of text collection, selection, interpretation, and analysis. Presenting the results obtained in this process in a coherent manner helped generate knowledge in the field of learning. To this end, the study drew on documents from sources that are relevant and reliable for the topic under study, such as peer-reviewed articles. The following conclusions were reached: legitimacy is the determining factor for the stability and sustainability of companies in the Latin American context, and corporate social responsibility enables organizations to address weaknesses in the institutional environment and build trust with their key stakeholders.

Descriptors: Social responsibility; business; legal liability (UNESCO Thesaurus).

Carmen Graciela Urgilés-Carabajo; Karina Mariela Solano-Farías; Christian Omar Pérez-Miranda; Ricardo Xavier Consuegra-Bosquez

INTRODUCCIÓN

Avalar la legitimidad de una empresa pública o privada, constituye un desafío complejo que excede el simple beneficio económico, cuando se estudia América Latina, este problema se recalca por la debilidad de sus establecimientos legales, la brecha progresiva entre las insuficiencias ciudadanas y la capacidad de respuesta oficial que ha deformado la seguridad social. Al explorar este problema, Torres Fragoso (2024) indica:

En América Latina se experimenta una evidente crisis de legitimidad de los aparatos estatales, en virtud de que éstos no han generado los canales de interlocución adecuados y tampoco han atendido satisfactoriamente las necesidades y expectativas de la ciudadanía. (p.389)

En este contexto de falta de confianza extensiva, la gestión empresarial no puede orientarse simplemente en los logros a corto plazo o en la observancia normativa, de acuerdo a Gómez Trujillo, A. (2025) la sostenibilidad, digitalización, reputación y legitimidad no son conceptos aislados sino dimensiones interdependientes de la estrategia corporativa; al logren articular estos elementos las empresas, estarán mejor preparadas para responder a los desafíos globales. (p.4). Para enfrentar mejor a las presiones del mercado mundial, comprendiendo que la legitimidad no es un logro final, sino un proceso dinámico de negociación constante con sus grupos de interés.

En tal sentido, en los mercados emergentes la implementación de la Responsabilidad Social Empresarial, constituye instrumento para lograr apoyo asumiendo formas específicas, pero las empresas no la realizan de manera análoga en virtud de la falta de estabilidad institucional en los diferentes contextos de dichos mercados.

Según Qinqin Zheng, y Vladislav (2015), quienes investigaron cómo las empresas de economías emergentes manejan la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) para tramitar las presiones de sus grupos de interés y obtener legitimidad social. Al respecto, la adaptación estratégica a las presiones de los grupos de interés puede tomar otras formas, además de la implementación de prácticas superficiales de RSE; en otras palabras,

Carmen Graciela Urgilés-Carabajo; Karina Mariela Solano-Farías; Christian Omar Pérez-Miranda; Ricardo Xavier Consuegra-Bosquez

disponiendo de opciones estratégicas para legitimar, las empresas tienen la posibilidad de poner énfasis intencionalmente en una forma de RSE sobre otra después de un análisis exhaustivo de los resultados esperados que cada modalidad puede brindar.

En cuanto a la legitimidad, Vera Acevedo, y Peláez Villada (2013), estudiaron la ejecución de la RSE mediante las categorías éticas, legales y económica relacionado al sector privado colombiano; para dicho trabajo utilizaron el modelo de Schwrtz y Carroll que consta de tres dominios permitiendo evaluar cómo las empresas gestionan el acatamiento de las normas, renta financiera y el desenvolvimiento ético en sus actividades diarias; pero los resultados demuestran una prevalencia de lo económico y continuado por cumplir los deberes legales vigentes por otro lado, lo ético queda olvidado a un índice accesorio o meramente de obediencia normativa, al explorar el escenario de las empresas más pequeñas, esta brecha se desmejora.

La RSE impulsa la competitividad y la reputación corporativa, su aplicación en el país(Ecuador) aún presenta un desarrollo incipiente y baja eficacia, el estudio identifica barreras críticas como la falta de cultura organizacional, la escasa formación en el área, el liderazgo limitado y las restricciones de recursos en las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPyMEs) (López Herrera et al.2025).

En suma, los estudios revisados muestran que la RSE se mueve en una tensión permanente entre la rentabilidad económica, las obligaciones legales, el compromiso ético y la necesidad de adaptarse al entorno para conservar la legitimidad social. Sobre la base de estos planteamientos, la investigación formula la siguiente interrogante: ¿Cómo determina la responsabilidad social empresarial la legitimidad? Planteándose como objetivo general analizar la responsabilidad social empresarial como estrategia de legitimidad.

Carmen Graciela Urgilés-Carabajo; Karina Mariela Solano-Farías; Christian Omar Pérez-Miranda; Ricardo Xavier Consuegra-Bosquez

MÉTODO

El método de la investigación es documental y su avance metodológico abarca las etapas de recolección, selección, interpretación y análisis de textos. Presentar de manera coherente los resultados alcanzados en este proceso ayuda a generar conocimiento en el ámbito del aprendizaje. (Palella y Martins, 2015) Por ende, es imprescindible utilizar "datos secundarios, que son los que han sido adquiridos y registrados por otros investigadores en fuentes de documentación: pueden ser impresas, electrónicas o audiovisuales" (Arias, 2012, p. 27). Es relevante subrayar, de acuerdo con lo que se ha presentado, que este estudio documental tiene como fundamento un diseño bibliográfico. Para este propósito, se recurre a documentos de fuentes que son pertinentes y confiables para el tema en estudio, como los artículos arbitrados.

RESULTADOS

Los resultados se muestran a continuación, cumpliendo el método propuesto por los investigadores, ya que permite comparar entre varios estudios y garantiza que las fuentes documentales para este estudio satisfacen estándares académicos altos en términos de importancia metodológica y temática.

Tabla 1.
Responsabilidad social empresarial.

Autor(es)	Investigación	Hallazgos
Valiente-Saldaña et al.(2026)	Responsabilidad social y competitividad empresarial en las empresas constructoras de Trujillo, Perú.	Se evaluó cómo la admisión de la práctica éticas, legal, ambiental y social influye en el posicionamiento de las empresas dentro del mercado local, los resultados

Carmen Graciela Urgilés-Carabajo; Karina Mariela Solano-Farías; Christian Omar Pérez-Miranda; Ricardo Xavier Consuegra-Bosquez

		corroboran una reciprocidad positiva y explicativa entre las variables, señalando que la composición de la RSE perfecciona el desempeño operacional y mejora la imagen empresarial. Lo que recalca que la gestión responsable del impacto ambiental y comprometerse con el bien de la comunidad aumentan la excelencia profesional.
Cedeño Mendoza. (2026)	Sinergias entre Responsabilidad Social Empresarial y Derecho del Trabajo: hacia un modelo empresarial alineado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible.	Explora los puntos de convergencia entre la RSE y la normativa laboral como un camino para cumplir con las metas de la Agenda 2030. Se discute que la columna laboral y el compromiso empresarial no se reduce a evadir normas legales, sino declarar desde la evidencia ética encaminada a responder por un trabajo digno, justicia de género, contextos laborales seguros

Carmen Graciela Urgilés-Carabajo; Karina Mariela Solano-Farías; Christian Omar Pérez-Miranda; Ricardo Xavier Consuegra-Bosquez

		y de bienestar.
Heredia Vázquez, y Marquetti Nodarse. (2025)	Responsabilidad social empresarial: Apuntes en torno a la evolución en el Estado de Chihuahua-México.	Los resultados revelan una evolución progresiva; de operaciones asistenciales o de beneficencia solitarias se ha pasado a diseños estratégicos más complejos encauzados al desarrollo sostenible. No obstante, el estudio demuestra las brechas evidentes en su aceptación, ya que las empresas de gran escala han conseguido asimilar estos modelos con mayor seguridad al comparar con el sector de las Pymes.
Ponce Iturralde, & Cevallos Bravo. (2024)	La responsabilidad social empresarial en el contexto de la legislación en Ecuador.	El estudio destaca que la RSE no solo debe considerarse un compromiso voluntario, sino un mecanismo estratégico articulado con el marco jurídico que beneficia tanto a la sociedad como al crecimiento económico de las organizaciones. Se

Carmen Graciela Urgilés-Carabajo; Karina Mariela Solano-Farías; Christian Omar Pérez-Miranda; Ricardo Xavier Consuegra-Bosquez

		enfatisa la necesidad urgente de difundir la normativa, educar a la ciudadanía y socializar los beneficios de su cumplimiento para promover una cultura corporativa ética y sostenible.
García Pinargote et al.(2023)	Análisis de la responsabilidad social empresarial en las empresas petroleras.	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. (p.85)
Tumi Quispe. (2023)	Políticas y estrategias de Responsabilidad Social de la empresa de generación eléctrica San Gabán, Puno-Perú.	El tema de la Responsabilidad Social, normalizado por el ISO-26000, no obstante que su legalidad es de conocimiento de las organizaciones e instituciones del contexto nacional e internacional; la

Carmen Graciela Urgilés-Carabajo; Karina Mariela Solano-Farías; Christian Omar Pérez-Miranda; Ricardo Xavier Consuegra-Bosquez

		aplicación de sus políticas y estrategias presenta límites y posibilidades, los cuales pertenecen aun al terreno de las hipótesis o especulaciones.(p.264)
Campos Barranzuela, & Pongo Águila. (2023)	Responsabilidad social como estrategia de articulación entre justicia y sociedad.	La responsabilidad social se refiere a la responsabilidad que tienen las empresas y otras instituciones para con la sociedad en la que operan. Esta responsabilidad puede incluir aspectos económicos, sociales y ambientales, y puede ser ejercida de manera voluntaria o ser exigida por la ley. (p.326)
Andrade Tacca, & De la Cruz Huanca. (2022)	Responsabilidad social empresarial una estrategia para promover y garantizar la protección del derecho fundamental al medio ambiente sano y equilibrado.	Abordan la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) desde una perspectiva jurídica, planteándola como un instrumento clave para proteger el derecho a un medio ambiente sano. Los autores argumentan que, aunque la RSE nace como un compromiso voluntario y

Carmen Graciela Urgilés-Carabajo; Karina Mariela Solano-Farías; Christian Omar Pérez-Miranda; Ricardo Xavier Consuegra-Bosquez

		ético, debe transformarse en un mecanismo efectivo para mitigar el impacto ambiental de las empresas. La implementación rigurosa de prácticas sostenibles legitima la actividad empresarial y garantiza un desarrollo equilibrado en beneficio de las comunidades locales.
Covarrubias. (2022)	La legitimidad como garantía del lazo social.	En realidad, la legitimidad es un motor que pretende ser la garantía para que el lazo social de la vida colectiva sea posible, aunque esa existencia en común siempre se revele como incompleta e indeterminada. Así, la legitimidad es un poderoso reductor de complejidad y, al mismo tiempo, un disparador de nuevas formas de incompletud.(p.482)
Villamizar-Loaiza. (2021)	La legitimidad institucional como fuente de reputación corporativa.	A través de una revisión teórica y reflexiva, el estudio demuestra que la legitimidad

Carmen Graciela Urgilés-Carabajo; Karina Mariela Solano-Farías; Christian Omar Pérez-Miranda; Ricardo Xavier Consuegra-Bosquez

		actúa como un fundamento sólido que valida las acciones corporativas ante sus diversos grupos de interés, el texto destaca que obtener el reconocimiento y la aceptación del público permite a las empresas reducir riesgos reputacionales y asegurar su permanencia en el mercado a largo plazo.
Picón-Lucero et al.(2020)	Responsabilidad Social Empresarial para el desarrollo de la competitividad farmacéutica.	Para implementar estrategias de RSE es amplio y va desde acciones inmediatas hasta planes a largo plazo. Al integrar adecuadamente la RSE, las farmacias no solo mejoran su legitimidad y ganan la confianza de sus grupos de interés (stakeholders), sino que también impulsan de forma directa su competitividad en el mercado.

Elaboración: Los autores.

Carmen Graciela Urgilés-Carabajo; Karina Mariela Solano-Farías; Christian Omar Pérez-Miranda; Ricardo Xavier Consuegra-Bosquez

DISCUSIÓN

Diversos estudios señalan que la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) dejó de ser una práctica asistencialista para asumir un rol central en la estrategia corporativa e institucional en América Latina, en industrias de gran impacto; como la construcción, la producción farmacéutica y la actividad extractiva, existe consenso respecto a que la incorporación de criterios éticos, laborales y ambientales ayuda a mitigar riesgos de imagen, optimizar la operatividad y reconstruir la confianza de las comunidades e interlocutores clave (Valiente-Saldaña et al., 2026; Villamizar-Loaiza, 2021; Picón-Lucero et al., 2020).

La responsabilidad social empresarial, está orientada desde un plano legal articulado por proteger los derechos esenciales, ya que deben promover un ambiente laboral seguro, entornos de legalidad protección del medio ambiente, logrado por las empresas dirigen y orienta sus políticas internas en sintonía con las leyes vigentes y en concordancia a los objetivos de desarrollo sostenible. (Cedeño Mendoza, 2026; Andrade Tacca & De la Cruz Huanca, 2022; Campos Barranzuela & Pongo Águila, 2023).

Sin embargo, a pesar de los avances, los estudios empíricos muestran una disparidad entre el discurso y la puesta en práctica, en la esfera de las economías emergentes de la región, como México, Ecuador y Perú, la admisión de modeladores sostenibles resulta heterogénea. Ya que sigue predominando insuficiente orientación técnica, incentivando las diferencias entre las pequeñas y medianas empresas, con las grades operaciones empresariales. (Heredia Vázquez & Marquetti Nodarse, 2025; García Pinargote et al., 2023; Tumi Quispe, 2023).

En tal sentido, para disminuir estas diferencias, es necesario gestionar y promover la fusión de las normas a través de tácticas de legitimidad, ciudadana y promover un acompañamiento de la institución concibiendo que el apoyo social es un proceso duradero para sustentar la relación entre las empresas y la colectividad. (Ponce Iturralde & Cevallos Bravo, 2024; Covarrubias, 2022).

Carmen Graciela Urgilés-Carabajo; Karina Mariela Solano-Farías; Christian Omar Pérez-Miranda; Ricardo Xavier Consuegra-Bosquez

Tabla 2.
Estrategias de legitimidad.

Estrategia de Legitimación	Dimensión de la RSE	Mecanismo de Aplicación	Impacto en la Legitimidad y Competitividad
Cumplimiento socio-laboral ético	Laboral e Institucional	Promoción de entornos laborales seguros, equidad de género y condiciones de trabajo dignas.	Disminuye sanciones, mejora la reputación interna y respalda la gestión ante la normativa legal.
Gestión y mitigación ambiental	Ambiental y Jurídica	Implementación de procesos sostenibles enfocados en el cuidado del medio ambiente.	Favorece la aceptación social, reduce conflictos comunitarios y mejora la competitividad.
Integración comunitaria y territorial	Social y Filantrópica	Desarrollo de iniciativas de bienestar social y proyectos de desarrollo local.	Disminuye la desconfianza de la comunidad y fortalece la relación con actores externos.
Articulación jurídica y cumplimiento	Legal y Gobernanza	Alineación con la legislación vigente, la norma ISO-26000 y los ODS.	Convierte la obligación legal en un recurso estratégico para mitigar riesgos de reputación.
Transición estratégica del modelo	Corporativa y Directiva	Cambio progresivo desde iniciativas aisladas de beneficencia hacia la sostenibilidad del negocio.	Supera el enfoque asistencialista y fortalece la continuidad comercial a largo plazo.

Elaboración: Los autores.

Carmen Graciela Urgilés-Carabajo; Karina Mariela Solano-Farías; Christian Omar Pérez-Miranda; Ricardo Xavier Consuegra-Bosquez

CONCLUSIONES

Se concluye que, la legitimidad es un componente necesario y esencial para la permanencia y estabilidad de las empresas en el contexto latinoamericano, la Responsabilidad Social Empresarial accede a estas a dar respuesta a las debilidades del medio corporativo y fomentar seguridad entre sus actores clave. En definitiva, la aceptación social de una empresa no proviene únicamente del cumplimiento formal de las leyes o de las ganancias económicas inmediatas, sino del equilibrio constante entre el comportamiento ético, la protección ambiental y el compromiso con la comunidad.

FINANCIAMIENTO

No monetario

AGRADECIMIENTOS

A la Universidad Agraria del Ecuador, por el apoyo en el desarrollo de la investigación.

REFERENCIAS CONSULTADAS

- Andrade Tacca, C., & De la Cruz Huanca, O. (2022). Responsabilidad social empresarial una estrategia para promover y garantizar la protección del derecho fundamental al medio ambiente sano y equilibrado. *Revista de Derecho Ambiental*, 2(18), 197–229. <https://doi.org/10.5354/0719-4633.2022.66370>
- Arias, F. (2012). *El Proyecto de Investigación. Introducción a la metodología científica*. Editorial Episteme. Caracas. <https://n9.cl/1z1ij>
- Bustillo-Castillejo, M. C., Pérez-Morote, R., & González-Moreno, Á. (2023). Corporate Social Responsibility and Community Legitimacy: Colombian Caribbean Insights. *Sustainability*, 15(18), 13659. <https://doi.org/10.3390/su151813659>
- Cedeño Mendoza, Y. (2026). Sinergias entre Responsabilidad Social Empresarial y Derecho del Trabajo: hacia un modelo empresarial alineado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible. *Revista Minerva*, 7(19), 37-47. <https://doi.org/10.47460/minerva.v7i19.268>

Carmen Graciela Urgilés-Carabajo; Karina Mariela Solano-Farías; Christian Omar Pérez-Miranda; Ricardo Xavier Consuegra-Bosquez

- Gómez Trujillo, A. (2025). De la sostenibilidad a la legitimidad: reflexiones para la empresa del siglo XXI. *Revista Perspectiva Empresarial*, 12(1), 3–5. <https://doi.org/10.16967/23898186.924>
- Heredia Vázquez, A., y Marquetti Nodarse, H. (2025). Responsabilidad social empresarial: Apuntes en torno a la evolución en el Estado de Chihuahua-México. *Telos*, 27(3), 896-906. <https://doi.org/10.36390/telos273.10>
- López Herrera, R. N., Peña Soliz, A. M., Magarisca Ñacato, P. L., & Estrada Yáñez, P. G. (2025). Responsabilidad Social Empresarial desde una Perspectiva Global y su Aplicabilidad en el Ecuador. *Pacha. Revista de Estudios Contemporáneos del Sur Global*, 6(19), e250461. <https://doi.org/10.46652/pacha.v6i19.461>
- López Herrera, R. N., Peña Soliz, A. M., Magarisca Ñacato, P. L., & Estrada Yáñez, P. G. (2025). Responsabilidad Social Empresarial desde una Perspectiva Global y su Aplicabilidad en el Ecuador. *Pacha. Revista de Estudios Contemporáneos del Sur Global*, 6(19), e250461. <https://doi.org/10.46652/pacha.v6i19.461>
- Palella-Stracuzzi, S. y Martins-Pestana, F. (2012). *Metodología de la investigación cuantitativa*. Fondo editorial de la Universidad Pedagógica Libertador. Caracas, Venezuela.
- Picón-Lucero, J. H., Matovelle-Romo, M. M., Salazar-Vázquez, F. I., & Ordoñez-Laso, A. L.- del-R. (2020). Responsabilidad Social Empresarial para el desarrollo de la competitividad farmacéutica. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 5(3), 893–927. <https://doi.org/10.35381/r.k.v5i3.926>
- Ponce Iturralde, W. M., & Cevallos Bravo, M. V. (2024). La responsabilidad social empresarial en el contexto de la legislación en Ecuador. *Ciencias Administrativas*, 24, 137. <https://doi.org/10.24215/23143738e137>
- Qinqin Zheng, Y., y Vladislav M. (2015). Achieving legitimacy through corporate social responsibility: The case of emerging economy firms, *Journal of World Business*, Volume 50(3), 389-403. <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2014.05.001>
- Qinqin Zheng, Y., y Vladislav M. (2015). Achieving legitimacy through corporate social responsibility: The case of emerging economy firms, *Journal of World Business*, Volume 50(3), 389-403. <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2014.05.001>

Carmen Graciela Urgilés-Carabajo; Karina Mariela Solano-Farías; Christian Omar Pérez-Miranda; Ricardo Xavier Consuegra-Bosquez

- Torres Fragoso, J. (2024). El desarrollo organizacional como estrategia para recuperar la legitimidad del Estado en Latinoamérica. *Revista Latinoamericana de Difusión Científica*, 6(11), 379-393. <https://doi.org/10.5281/zenodo.12702265>
- Valiente-Saldaña, Y., Ventura-Aguilar, H., Aguilar-Delgado, J., y Gálvez-Moncada, O. (2026). Responsabilidad social y competitividad empresarial en las empresas constructoras de Trujillo, Perú. *Gestión y producción. Revista Electrónica de Ciencias Gerenciales*, 8 (14), 175-192. <https://doi.org/10.35381/gep.v8i14.742>
- Vera Acevedo, L., y Peláez Villada, D. (2013). Análisis de los dominios ético, legal y económico de la responsabilidad social empresarial: un caso empresarial. *Civilizar Ciencias Sociales y Humanas*, 13 (25), 85-102. <https://n9.cl/0f6c9r>
- Vera Acevedo, L., y Peláez Villada, D. (2013). Análisis de los dominios ético, legal y económico de la responsabilidad social empresarial: un caso empresarial. *Civilizar Ciencias Sociales y Humanas*, 13 (25), 85-102. <https://n9.cl/0f6c9r>
- Villamizar-Loaiza, C. (2021). La legitimidad institucional como fuente de reputación corporativa. *Investigación y Desarrollo*, 29(2), 196-222. <https://doi.org/10.14482/indes.29.2.320>