

EVOLUCIÓN, APROXIMACIÓN AL CONCEPTO Y TEORÍAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

ULISES ANTONIO TINOCO CANTILLO*
LEÓN JULIO ARANGO BUELVAS**
OSCAR BENAVIDES G***

Recibido 20 de Agosto de 2012 / Enviado para Modificación 20 de Octubre de 2012 / Aceptado 29 de Noviembre de 2012

RESUMEN

El presente artículo es una revisión bibliográfica, que tiene como objetivo describir brevemente un acercamiento al concepto de responsabilidad social empresarial. Para tal efecto, se realiza una descripción desde la perspectiva de su surgimiento, evolución histórica, desarrollo actual y tendencias. Complementariamente, se incluye la diversidad de iniciativas promovidas por organismos internacionales a nivel mundial, así como también, de las múltiples definiciones expuestas por investigadores, asociaciones gremiales y entidades regionales y locales que la abordan, señalando sus elementos y características significativos, y finalmente, se presentan las teorías más reconocidas que pretenden explicarla, que en últimas instancia y de manera conjunta, permita su identificación (de la responsabilidad social empresarial) en cuanto a sus componentes, objetivos que persigue, relaciones, implicaciones e importancia en el mundo de la gestión de las organizaciones empresariales en la actual economía globalizada.

Palabras clave: *Filantropía, responsabilidad social empresarial, ética empresarial, desarrollo sostenible.*

ABSTRACT

This article is a literature review, which aims to briefly describe an approach to the concept of corporate social responsibility. For this purpose, a description is done from the perspective of its emergence, evolution, current development

* Candidato a Magister en Administración. Universidad Nacional de Colombia- UNAL en Convenio con La Corporación Universitaria del Caribe - CECAR. Correo Electrónico: ulises.tinoco@cecar.edu.co

** Magister en Ciencias Económicas. Universidad Nacional de Colombia. Docente Asociado de la Corporación Universitaria del Caribe - CECAR. Correo Electrónico: leon.arango@cecar.edu.co

*** PhD en Economía. Universidad Nacional de Colombia. Docente Investigador. Universidad Nacional de Colombia. Correo Electrónico: oabnavidesg@unal.edu.co

and trends. In addition, includes the diversity of initiatives promoted by organizations around the world, as well, as the multiple definitions exposed by researchers, trade associations and regional and local authorities that addressed it, noting significant elements and features, and finally, the theories are presented most recognized which seek to explain it, in the last instance and jointly readily identifiable (from corporate social responsibility) in terms of its components, objectives, relationships, implications and importance in the world of management of business organizations, in today is globalized economy.

Key words: *Philanthropy, corporate social responsibility, business ethics, development of sustainable.*

Classification Journal Economic Literature (JEL): M1, M14.

INTRODUCCIÓN

El carácter social de la actividad económica exige que la empresa esté obligada para con el bien común de la comunidad en donde desarrolla sus actividades productivas. Esta obligación no se limita ni se agota con el solo cumplimiento de las normas jurídicas que regulan sus actos y comportamientos mercantiles. Es moralmente aceptada en nuestro sistema capitalista, que las empresas tiendan a la búsqueda de su propio interés, con tal de que acepten los límites que le imponen los legítimos intereses de los demás y la solidaridad humana.

La justicia obliga a la empresa de abstenerse de cualquier acción que cause daño o pueda afectar de manera desproporcionada a la comunidad como espacio próximo de su desempeño o a la sociedad, en sentido amplio; por tanto, las instituciones económicas están obligadas a prestar aquellos servicios exigidos por la función social de los bienes, siempre en la observancia de las necesidades humanas de los distintos colectivos y grupos sociales.

Los antecedentes de la responsabilidad social empresarial se remontan en el nuevo testamento, a través de los socorros, acciones caritativas y filantrópicas realizadas por personas poseedoras de riquezas con respecto a otras en situación de desamparo, enfermedad y pobreza en general, lo que estaba generalmente estipulado en varios libros de la biblia. De igual manera, durante la época denominada como la edad media, estas acciones estuvieron también direccionadas por las diversas religiones y sectas cristianas. Estas acciones caritativas y de filantropía muestran en su recorrido

histórico, que han estado asociadas a los problemas y necesidades de las grandes mayorías, e inclusive hoy día también se practica conjuntamente con la inversión social, especialmente por el sujeto social denominado empresa, que muchas veces se suele confundir con la responsabilidad social empresarial, no obstante de existir diferencias significativas entre éste último término con aquellos.

El surgimiento de la responsabilidad social empresarial es relativamente reciente, ubicándose a partir de mediados del siglo XX, sin embargo su desarrollo ha sido muy fecundo, por las distintas concepciones y fundamentos teóricos que intentan explicarla desde los aspectos económicos, sociales, políticos y ético. Es pertinente señalar que el impulso que le han dado los organismos internacionales mundiales, regionales y locales, ha permitido la expansión de la responsabilidad social empresarial en los distintos sectores de la economía y diversos tipos de empresa.

En lo concerniente a la responsabilidad social empresarial, los distintos autores afirman que es un concepto polisémico, ambiguo, relativo y que depende esencialmente del contexto específico en que las empresas desarrollan sus actividades económicas, lo que explica en cierta forma, las numerosas definiciones existentes, no obstante, en éste artículo se describen los aspectos comunes, que por lo general estas comparten.

En cuanto a las teorías de responsabilidad social empresarial, existe una variedad de taxonomías; sin embargo en éste trabajo se describe de manera sucinta la clasificación que tiene como criterio la relación existente entre la empresa y el entorno, la cual se caracteriza por exponer con claridad y rigor una diversidad de teorías, las cuales tienen una amplia aceptación entre los exponentes de este paradigma empresarial, cuyos autores son de gran trayectoria y reconocimiento en el ámbito internacional.

MÉTODOS

Para la elaboración del presente artículo se realizó previamente una exploración y revisión cuidadosa de fuentes de información secundaria, representadas por la literatura académica relacionada con la responsabilidad social empresarial.

Las consultas se hicieron en las bases de datos virtuales de “scopus” de la Universidad Nacional de Colombia y en “ ABI/INFORM/ Global “ de la Corporación Universitaria del caribe – CECAR, lo que permitió identificar numerosos artículos de revistas indexadas.

Adicionalmente, también se realizaron búsquedas en las redes de revistas como Redalyc, en Dialnet, Universia, google académico, páginas electrónicas de organismos internacionales promotoras de la responsabilidad social empresarial de los Estados Unidos, Europa y Latinoamérica, de organismos adscritos a la ONU, tales como el PNUD, CEPAL, OIT, BID, etc., Centros de investigación y observatorios; así como también se consultaron diversos documentos, tales como libros, proyectos y tesis de grado, revistas impresas, folletos, entre otros, de las Bibliotecas “Gerónimo Osiris” de CECAR y “Pompeyo Molina” de la Universidad de Sucre, en Sincelejo. Este proceso se inició aproximadamente en el mes de agosto de 2011 hasta junio de 2012.

Es de destacar que para la localización de la información mencionada se utilizaron descriptores tales como: ética empresarial, gestión de empresas, desarrollo sostenible, competitividad, grupos de interés, globalización y empresa, pobreza y filantropía, entre otros, lo que permitió la obtención de numerosos artículos, tesis de grado, libros electrónicos y una diversidad de publicaciones relativamente reciente, que en su mayoría datan de los últimos 20 años, y complementariamente, de una pléyade de autores e investigadores destacados de amplia trayectoria y reconocimiento a nivel internacional y regional.

Posteriormente se depuraron las distintas publicaciones mediante la selección y clasificación de los contenidos, atendiendo a criterios de pertinencia y relevancia con la temática objeto de estudio, su secuencia cronológica, relaciones, perspectivas teóricas y, por supuesto, al objetivo propuesto en éste artículo; luego los documentos se analizaron para extraer una síntesis de la información correspondiente y se elaboraron las “fichas” respectivas. Seguidamente las “fichas” se compararon entre sí con el propósito de identificar las similitudes en sus contenidos, lo que permitió reclasificarlas y ordenarlas de acuerdo a la estructura interna del trabajo, y finalmente, se procedió a la redacción del artículo.

EVOLUCION DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL.

Aproximación a la filantropía

La noción de filantropía está compuesta por otras dos palabras griegas, “philos” que es amor y “antrophos” que es hombre, por tanto, etimológicamente significa amor a la humanidad, Diccionario Etimológico de la Lengua Española (1).

La filantropía se define como el amor hacia el género humano, basado en la fraternidad, con socorros a los necesitados o desgraciados, Diccionario Porrúa de la Lengua Española (2). Por su parte la fraternidad se define como “la unión y buena correspondencia entre hermanos o por los que se tratan como iguales” (2). El socorro es a la vez la acción y el efecto de socorrer, y además consiste en el dinero, alimento u otra cosa con que se socorre (2).

Dicho de otro modo, la filantropía es lo que cada ser humano puede y quiere hacer por otros para apoyarlos y ayudarlos a resolver sus necesidades más vitales, es decir, lo que cada individuo puede dar de sí mismo con amor para con sus semejantes (3). En síntesis, la filantropía es toda acción generosa y voluntaria que se realiza en provecho de la comunidad y sin necesidad de motivos ulteriores Nagel (4).

En este orden de ideas, filantropía corporativa o empresarial son las acciones caritativas que realizan una empresa en tiempo o recursos para el beneficio de personas o comunidades desposeídas; por tanto, es muy común confundir la filantropía empresarial con la responsabilidad social empresarial, (5); pero realmente no son lo mismo, puesto que la responsabilidad social empresarial puede abarcar a la filantropía, pero va mucho más allá que ésta última (6,7).

En cuanto a la inversión social, Caravedo (5) sostiene, que se orienta al mejoramiento de las condiciones de vida de la comunidad e incrementar la reputación de la empresa, y se diferencia de la responsabilidad social empresarial, en la medida en que ella no es estratégica.

Antecedentes de la Filantropía

Según Arenal (1894) citado por Castillo y Juárez (3) la caridad se origina en las ideas religiosas en el antiguo testamento en formas de ayuda hacia viudas, huérfanos, forasteros y pobres, mientras que la filantropía se inicia en Europa con la religión cristiana, a través de las contribuciones de la nobleza feudal y mercaderes, las cuales se distribuían en tres partes: una parte para el clero, otra para los pobres y la tercera parte para el culto y comidas públicas.

Durante la edad media, la caridad estuvo también bajo la férula de los escolásticos y “le correspondió a los ricos aliviar la pobreza, de la que los monasterios y abadías dan ejemplo (...) las cosechas se almacenan para ser repartidas entre los pobres en periodos de escasez o necesidad” Pirenne

(8). Tomas de Aquino propone la realización de obras de misericordias del cuerpo y del espíritu; y no obstante de cuestionar las ganancias de los mercaderes, estos recibieron su aprobación y aceptación religiosa, cuando afirma “ que si las utilidades se dedicaban a su manutención o las destinaba a obras de caridad o para contribuir al bienestar público, entonces el mercader actuaba correctamente, era virtuoso” Landreth y Colander (9).

A finales del siglo XV y comienzos del XVI, en Inglaterra, y en el surgimiento del capitalismo comercial con los países de América Latina, se inició el proceso de cambio agrario, mediante el desalojo violento de los campesinos de sus tierras y las leyes de cercamiento sobre áreas comunales, en beneficio de la aristocracia terrateniente;” lo que significó la sustitución de la producción de alimentos por pastizales para ovejas, y así atender la creciente demanda de lana para la fabricación de paños”, Nikitin (10).

Esta situación se tradujo en un éxodo hacia las nacientes ciudades, y con ello, un notable empobrecimiento, incremento del hambre y la miseria de la población, lo que dio origen a la promulgación del “Estatuto de usos caritativos”, en el cual “la caridad y la filantropía (los valores religiosos y seculares) se convirtieron en uno mismo, Zúñiga (11).

Con el apogeo de la revolución industrial en Inglaterra a partir del siglo XVIII, caracterizada por la incorporación creciente de la máquina en los procesos productivos, la contratación de niños y mujeres en sustitución de los hombres, las condiciones de trabajo infrahumanas y las reducida remuneración salarial, entre otros, generó un notable incremento del desempleo, y con ello, “una catastrófica situación social por el aumento de la indigencia y la precariedad de la población”, Mijailov (12).

Frente a esta nueva realidad socioeconómica, los socialistas utópicos, tales como Owen, Fourier, Buchez, King, entre otros, en sus reflexiones hacen una condena de tal situación social existente, y plantearon como solución la creación de cooperativas de ahorro y crédito, de trabajo asociado y especialmente de consumo, para contrarrestar la intermediación comercial que afectaba el poder adquisitivo de los trabajadores y, de manera complementaria, la conformación de sindicatos para defender sus intereses frente a los patronos.

Estos reformadores sociales de otra parte solicitaban a su vez apoyos financieros a acaudalados comerciantes y empresarios de la burguesía

industrial, para destinarlo al sostenimiento de asilos, orfanatos, hospitales y casas para aprendices, Pineda et al (13).

Al respecto, Robert Owen llevó a cabo una experiencia inédita de dirección empresarial de la época: redujo la jornada laboral de 14 a 10 horas, aumentó los salarios sobre las cifras vigentes, eliminó las multas y el trabajo infantil, estableció escuelas, construyó viviendas para sus obreros, abarató los productos de consumo, instaló comedores infantiles y salas de asistencia para enfermos. “Con estos cambios su empresa siguió rindiendo beneficios”, lo que le permitió sostener un principio que hoy se ha demostrado como verdadero, enunciado como *“cambia el medio social y cambiaras al hombre”* Ortiz (14).

A finales del siglo XIX y principios del XX en Estados Unidos, surge la filantropía científica o filantropía moderna, como instrumento para donar dinero, siendo pioneros los empresarios Andrew Carnegie y John D. Rockefeller, quienes instituyeron la “Fundación Filantrópica” y además la dotaron de personal especializado para efectuar donativos, Castillo y Juárez (3).

Andrew Carnegie en su ensayo “El Evangelio de la Riqueza” publicado en 1889, propone que la filantropía se puede llevar a cabo mediante la creación de universidades, establecer bibliotecas gratuitas, crear laboratorios o centros de investigación médica, construir parques públicos, proporcionar salas para celebrar reuniones y conciertos, establecer piscinas públicas y ayudar a las iglesias, especialmente a aquellas ubicadas en comunidades pobres, y para tal efecto, recomienda que se debe actuar con base a la evidencia contundente, el análisis cuidadoso de la situación y la planeación; cuyo propósito es el cambio de conducta en contra de la dependencia económica; por tanto, afirma que debe ser organizada, realista, moralista y mediadora, Castillo y Juárez (3).

Surgimiento y Evolución de la Responsabilidad Social Empresarial

Algunos autores ubican el surgimiento de la responsabilidad social empresarial en los años cincuenta, ligada fundamentalmente a la confrontación no declarada entre la Unión soviética y los Estados Unidos, denominada como “guerra fría” y a la expansión del sistema capitalista, mediante el crecimiento en tamaño y poder de las empresas transnacionales a nivel mundial (15) y, al rol que estas protagonizaban en cuanto a su desempeño en una sociedad que estaba afrontando problemas sociales y económicos como efectos de la segunda guerra

mundial, tales como la pobreza, el desempleo, los conflictos raciales, la degradación urbana (16).

Posteriormente en las décadas del sesenta y setenta, los problemas se asocian con la depredación de los recursos naturales, la degradación del medio ambiente, las consecuencias sociales generadas por la guerra de Vietnam y las reivindicaciones de los movimientos y grupos de liberación nacional antimperialistas de los países de América Latina, Asia y África. Al respecto, Friedman (17) plantea la teoría instrumentalista, según la cual, la única responsabilidad social de las empresas consiste en maximizar la rentabilidad para los accionistas, mediante la utilización eficiente de sus recursos económicos, dentro del conjunto de leyes y normas establecidas para el desarrollo de las actividades mercantiles, ya que desde su punto de vista, los problemas y necesidades sociales de la población, deben ser atendidos por el estado o por organizaciones que se hayan creado para atender tales demandas.

En estos escenarios, la responsabilidad social empresarial se convirtió en un clamor compartido por los distintos grupos sociales que cuestionan las actuaciones de las empresas multinacionales en la explotación de los recursos naturales en los países pobres, y se exigen cambios que vayan más allá de los intereses individuales de los propietarios y directivos, bajo el supuesto de que existe un contrato social implícito entre la sociedad y la empresa, y ésta tiene la obligación de implementar políticas y estrategias que respondan a los requerimientos y necesidades de las diferentes partes o grupos interesados con los cuales la empresa se relaciona, (18), atendiendo así la relación existente entre crecimiento económico y desarrollo humano, Sen (19).

Un aspecto ligado a la evolución de la responsabilidad social empresarial, ha sido el desarrollo de la ética empresarial, la cual surgió en los Estados Unidos en los años setenta, promovida por teólogos, dirigentes religiosos y filósofos, y posteriormente por académicos, especialmente en los años ochenta, que se expresó mediante la proliferación de publicaciones de revistas: en 1981 aparece *Business and Professional Ethics Journal*, editado por la Universidad de la Florida; en 1982 surge el *Journal of Business Ethics*; en 1985 aparece *Economist and Philosophy*, editada por la Universidad de Winsconsin y en 1991 la revista *Business Ethics Quarterly*, editada por la Society for Business Ethics, Martínez (20). A partir de los años noventa, la responsabilidad social se integra y se consolida el discurso sobre ética de la empresa, De la Cuesta (16).

Pero esa partir de los año noventa, cuando surgen organismos locales, regionales y principalmente internacionales de máxima representación institucional como la Comisión de las Comunidades Europeas, la Organización de las Naciones Unidas (ONU) por intermedio del Global Compact, El Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y la OCDE, entre otros.

Estas organizaciones se han convertido en los grandes promotores e impulsores de la responsabilidad social de las empresas en los diferentes países del mundo, mediante diversas iniciativas tales como: normas y guías de referencia, informes sociales, códigos de conducta, principios y códigos de buen gobierno, etiquetas sociales, instrumentos internacionales de derechos humanos, índices, programas, inversiones y premios sobre RSE (21).

El despliegue de estas organizaciones, ha conducido a la expansión, desarrollo e implementación de la RSE a múltiples actividades económicas, así como también su extensión a las micros, pequeñas y medianas empresas y a una gran diversidad de organizaciones de la sociedad, puesto que implícitamente se plantea el concepto de sostenibilidad, tanto en lo económico, lo social y ambiental, como los aspectos cruciales de la RSE (22, 23).

La sostenibilidad de la empresa en su entorno, se ha constituido hoy día en la preocupación prioritaria de los empresarios y directivos. Solano (24) afirma que “está demostrado que la sostenibilidad de los negocios está directamente relacionada con un buen manejo del entorno, ya que los mercados de capitales en el mundo premian o castigan el manejo del medio en que se desarrolla la empresa”.

Complementariamente es pertinente señalar la existencia de una serie de factores y demandas sociales que están influenciando en la actuación de estas, lo que implica que las empresas tengan que buscar nuevos argumentos que refuercen su reconocimiento y legitimidad en la sociedad.

Estos factores y demandas sociales se relacionan con las nuevas inquietudes y expectativas de los ciudadanos, consumidores, comunidades y autoridades públicas en el contexto de la globalización; los criterios sociales utilizados para tomar decisiones de inversión de las personas e instituciones; por el deterioro y contaminación del medio ambiente como consecuencia de la expansión de las actividades económicas; la exigencia de transparencia de las actividades empresariales propiciadas por los

medios de comunicación y grupos de presión, los escándalos financieros de Enron, Parmalat y otras corporaciones ha aumentado el interés por cultivar los valores éticos en el mundo empresarial, el retroceso del sector público en lo relacionado con la disminución del gasto social y las privatizaciones, la precarización del trabajo por las reformas laborales violatorias de los derechos humanos, el creciente poder económico de la empresa sobre la sociedad y el surgimiento de los códigos del buen gobierno y conducta, entre otros (25, 26).

Esbozo Histórico de la Responsabilidad Social Empresarial en Colombia

En Colombia, como en Latinoamérica, la Iglesia Católica ha jugado un papel importante en la historia de la filantropía desde la Colonia hasta hoy. El predominio de la Iglesia en el ámbito caritativo se mantuvo, con diversas manifestaciones, a lo largo del siglo XIX y la mayor parte del XX (27).

El sector empresarial trabaja conjuntamente con entidades territoriales y numerosas ONG, especialmente con organizaciones de origen confesional, las cuales cuentan con un importante apoyo financiero.

“Las razones para tan amplio surgimiento de organizaciones filantrópicas de origen empresarial a comienzos de la década de 1960 fueron variadas. Algunos mencionan la corriente de pensamiento empresarial gestada a mediados de la década de 1950, preocupada por la responsabilidad social empresarial, y la legislación tributaria favorable a la inversión de recursos en temas filantrópicos. Otros señalan la Guerra Fría y la revolución cubana como motivadores y, en el caso colombiano, el fin de un conocido periodo de violencia política y el comienzo del llamado Frente Nacional.” (28)

La responsabilidad social de la empresa (RSE) en Colombia ha tenido un desarrollo ascendente desde los primeros años del siglo XX hasta hoy. Es posible identificar cuatro etapas en su evolución (28)

Hasta la primera mitad del siglo XX, la Iglesia católica Colombiana es el actor social al cual el empresario aporta para contribuir a la sociedad. Otros actores destacados son los sindicatos y los gremios. A comienzos de siglo nacieron iniciativas innovadoras, como la Fundación Social, que hoy siguen destacándose dentro de la RSE en Colombia. Alrededor de mitad de siglo, surgieron la mayoría de los principales gremios: la Asociación Nacional de Industriales ANDI en 1944, la Federación Nacional de Comerciantes FENALCO en 1945, y la Asociación Colombiana de Pequeñas y Medianas Industrias ACOPI en 1951.

En la década de los años 60, la legislación laboral colombiana contribuyó a la protección de los empleados y la legislación tributaria estimuló la creación de fundaciones al permitir que las donaciones sean objeto de deducción de impuestos. Entre 1960 y 1970 surgieron fundaciones de origen empresarial (Codesarrollo, FES, Carvajal, Corona) que hoy se mantienen y sobresalen por la cantidad y calidad de sus intervenciones. A finales de dicha década la responsabilidad social empezó a ser estudiada académicamente al crearse una maestría en la Universidad del Valle (a la cual asistieron importantes empresarios colombianos para formar dirigentes con alta calidad técnica y un énfasis en su formación humanista).

En la década del 90, catorce organizaciones gremiales en Colombia se agruparon en el Consejo Gremial Nacional. Desde éste, a través del denominado “Compromiso de Guaymaral” de junio de 1993, decidieron reorganizar y fortalecer la función social de los gremios en el país. A lo largo de la década el sector privado impulsó la creación de ocho corporaciones en temas estratégicos para el desarrollo como la educación, la salud, la innovación y el desarrollo productivo, la paz, el desarrollo comunitario, la justicia y la transparencia.

A inicios del siglo XXI, el esfuerzo por aumentar el impacto de la filantropía privada en distintos sectores ha generado diversas iniciativas de trabajo con el sector público y con organizaciones de la sociedad civil.

El sector privado y de manera voluntaria ha implementado iniciativas sociales para los trabajadores, que posteriormente el estado las ha convertido en políticas públicas. Este ha sido el caso del Subsidio Familiar a través de las Cajas de Compensación Familiar en el año 1954, promovidas inicialmente por las grandes empresas, representadas por la Asociación Nacional de Industriales (ANDI) y luego, por la Asociación Colombiana de Pequeños y Medianos industriales (ACOPI), en las pequeñas y medianas empresas; que hoy día ha permitido una amplia cobertura en los trabajadores colombianos.

Cabe destacar, que tal propuesta estuvo inspirada en la doctrina social católica, encaminada a mejorar el bienestar de los trabajadores y, de paso, contribuir a la paz del país.

Otro programa que tuvo su origen en el empresariado colombiano fue el de atención preescolar, que posteriormente el gobierno de Carlos Lleras Restrepo (1966-1970), lo institucionalizó a través de la creación

del Instituto Colombiano de Bienestar Familiar (ICBF). Este programa ha tenido un gran impacto en la población infantil, al disminuir los altos índices de desnutrición, además de la vinculación laboral de las madres sin el abandono de sus hijos.

De igual manera el sector privado promovió el surgimiento del Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA), con funciones de preparar la mano de obra que los sectores económicos requieren para el desarrollo de sus actividades productivas

Muchos empresarios consideran que las iniciativas sociales de las empresas deben alejarse de los criterios asistenciales y, más bien, contar con proyectos que integren el crecimiento económico con acciones que generen valor social y contribuyan a hacer sostenible en el tiempo la generación de riqueza (28).

La ANDI y con la participación directa de empresarios han sido determinantes en la creación de centros educativos de educación superior en Colombia, como: Universidad EAFIT de Medellín, la Universidad de los Andes de Bogotá, la Universidad Tecnológica de Pereira, el Colegio de Estudios Superiores de Administración (CESA) de Bogotá y el Instituto Colombiano de Estudios Superiores de Incolda (ICESI) de Cali..

Las Cámaras de Comercio como entidades que apoyan a los empresarios y regulan la actividad mercantil, también contribuyen a mejorar la calidad de vida de su ciudad y región, mediante la intervención en proyectos de impacto social, tales como: en educación (Bogotá), apoyo a microempresas de familias de bajos recursos (Medellín), Capacitación a bachilleres de estratos bajos (Manizales), salvar el río Cali (Cali), apoyo en cirugías para niños labio leporino (Neiva).

La Confederación Colombiana de Cámaras de Comercio (Confecámaras), como gremio lidera acciones de RSE en las pequeñas y mediana empresas y los aspectos éticos.

El empresariado en Colombia ha participado y lidera múltiples programas y proyectos sociales con impacto en la sociedad colombiana. Estas intervenciones las realizan en educación, desarrollo comunitario, salud, vivienda, nutrición, medio ambiente, asesoría integral y financiamiento para microempresarios, proyectos para la generación de ingresos para mujeres cabeza de hogar y familias pobres, en la promoción de emprendimientos para jóvenes desempleados, apoyo a iniciativas

artísticas y culturales, en la promoción y protección de los derechos fundamentales de la niñez y la juventud, en programas relacionados con la resolución del conflicto armado y proyectos de apoyo a la justicia.

DEFINICIÓN Y CONCEPTO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

El origen etimológico del término responsabilidad, según Scarinci (2004), mencionado por Preziosa (29), deriva del verbo latino “respondeo”, que significa “responder”: a su vez, el sufijo “abilis” indica la condición de ser capaz. Por lo tanto, ser responsable significa que se tiene la capacidad de respuesta. Responsabilidad, es entonces, la capacidad de respuesta como hábito.

El fundamento de la responsabilidad es la libertad de voluntad, y se es responsable inclusive, cuando, previéndose, no se manifiesta decidida oposición a él. La responsabilidad no solo es para consigo mismo, sino también con la sociedad, Ferrater (30).

Existen muchas definiciones sobre responsabilidad social empresarial, que contienen alcances y matices distintos, puesto que “es un concepto muy amplio que puede decir mucho y nada concreto al mismo tiempo”, Flórez et al (31), “es relativo, en la medida en que depende de las demandas concretas de una sociedad”, De la Cuesta (16).

Según Votaw (1972), citado por Garriga y Melé (32), “la responsabilidad social empresarial significa algo, pero no siempre lo mismo a todo el mundo” y de acuerdo con Carroll (33), “es un campo eclético con límites sueltos, memberships múltiples y de diferentes perspectivas”. Sin embargo, cualquiera que sea la definición adoptada, todas coinciden en la necesidad de promover e impulsar las buenas prácticas en los negocios mediante la asunción, por parte de la empresa, de la responsabilidad de los impactos internos y externos que genera la actividad productiva a la que se dedica, Núñez (34).

Con relación a los países de América Latina, no existe una definición de responsabilidad social empresarial que sea compartida, “pero si existen algunos temas comunes, tales como la preocupación por el comportamiento ético de la empresa, las condiciones de los trabajadores, el desarrollo comunitario y el impacto sobre el medio ambiente”. Correa et al. (35). Sin embargo, es pertinente reconocer, que dentro de tales aspectos abordados, está implícito la promoción de una conducta empresarial que

va más allá de la obtención de utilidades, incluye aspectos humanos y socio-ambientales dentro de la estrategia del negocio, Flórez et al (2007).

En éste sentido, es de destacar que la concepción sobre la empresa sufre cambios de manera permanente, puesto que de ser entendida inicialmente como un ente “en la que los hombres son motivados esencialmente por el interés egoísta de obtener lucro” Roll (30), pasa a ser considerada como una entidad que tiene responsabilidad con la sociedad (37-39); y por ende, vinculada a la problemática social que la rodea, González et al (40).

Por otro lado, la responsabilidad social empresarial no está ligada únicamente a que solo genere rentabilidad (17, 41) o empleo y riqueza (42) o desarrollar proyectos benéficos para atender las necesidades y demandas de sus distintos públicos (18, 43), sino que va articulada a un plan de gestión estratégico que brinde ventajas competitivas y contribuya en asegurar la diferenciación con los competidores (44, 5), es decir, “permita a la empresa crear valor agregado para todos sus públicos, y paralelamente ser sustentable a largo plazo” Cajiga (45), lo que equivale a plantear el cómo combinar eficiencia económica con libertad individual, equidad social y respeto por los valores.

Lo anterior, supone según Boatright (1993), citado por De la Cuesta (16), “llevar la conducta de la empresa a un nivel armónico con las normas, valores sociales y expectativas de resultado que prevalecen en un momento o espacio dado”, es decir, “asumir una ética cívica pluralista” Cortina (46); puesto que “hoy día no se actúa solamente sobre un mercado, sino sobre una sociedad que cada vez es más dinámica y compleja” Mellado (47) y, por consiguiente, exige a las empresas valores asociados a su forma de actuar (p.25), lo que a futuro permitirá que tenga mayores posibilidades de gozar de buena y reputada imagen, fundamentada en la confianza como base de su negocio (48).

De acuerdo a Bestratén y Pujol (49) una empresa es socialmente responsable cuando asume una conducta ética en todas sus acciones, brinda condiciones saludables y seguras a sus trabajadores, muestra respeto por el ambiente interno y externo, y cuando está integrada a la comunidad, conoce y participa de sus anhelos y necesidades, así como de sus problemas.

La responsabilidad social empresarial se define como las situaciones en donde la empresa se compromete y cumple acciones que promueven y favorecen el bien social, más allá de los intereses de la empresa, y por tanto, sobre lo que se espera como cumplimiento de la ley (50, 51).

Para Marten (52) la responsabilidad social empresarial surge como expresión de la voluntad de las empresas de actuar responsablemente de acuerdo con los intereses sociales y como fiel reflejo de los valores éticos que se ponen de manifiesto en el respeto a las personas, al medio ambiente y a las reglas de juego de la sociedad.

Según Chevalier (53) “la responsabilidad es la contrapartida legítima de las aportaciones que la empresa recibe de la colectividad. Es consecuencia del intercambio entre la sociedad y la empresa, y en este intercambio nadie puede colocarse en posición de observador no afectado”.

Por otra parte, Castellanos y Chércoles (54) expresan que la Responsabilidad social empresarial nace del propio concepto del ser humano y está ligada a la necesidad que hay en las personas de dignidad para nuestros semejantes y de libertad responsable. Donde ser responsable implicaría participar en un proyecto en el que la libertad y los derechos de cualquier persona sean reconocidos.

Para Bateman y Snell (55), “la empresa socialmente responsable maximiza los efectos positivos sobre la sociedad y minimiza sus efectos negativos”; todo esto conlleva a beneficios a largo plazo, tendientes a lograr un desarrollo sostenible.

Bauer y Fenn (56) consideran la responsabilidad social empresarial como la imperiosa necesidad de establecer un equilibrio entre los intereses de la empresa y los intereses públicos, incluyendo a la sociedad en general a quien sirve y con quien la empresa esta directa e indirectamente asociada.

Para la Asociación Nacional de Industriales-ANDI (57) de Colombia, “la responsabilidad social empresarial es una forma de conducir los negocios, definida por las relaciones éticas y transparentes con todos los grupos de interés y el establecimiento de metas empresariales compatibles con el desarrollo sostenible de la sociedad (social, ambiental y económico); es una iniciativa voluntaria del empresariado, que nace de sus convicciones y prioridades estratégicas”.

El Banco Mundial (58) define la RSE “como una serie de políticas y prácticas vinculadas a la relación con los actores sociales clave, con los valores, el cumplimiento de los requerimientos legales, y el respeto a las personas, comunidades y al medio ambiente”.

Por otro lado, la Unión Europea, en la publicación del Libro Verde (2001, p. 7), presenta a la RSE como la integración voluntaria por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores.

El World Business Council for Sustainable Development-WBCSD, (59), define a la RSE como la “decisión de la empresa de contribuir al desarrollo sostenible, trabajando con los empleados, sus familias y la comunidad local, y también con la sociedad en su conjunto para mejorar la calidad de vida”.

La Asociación Business for Social Responsibility-BSR (60), asevera que la RSE implica “lograr éxito comercial en formas que honren los valores éticos y respeto por la gente, comunidades, y el ambiente natural; abordando las expectativas legales, éticas, comerciales, y otras que la sociedad tiene de los negocios, y haciendo decisiones que balancean de modo justo las demandas de todos los grupos involucrados”.

De acuerdo con Ethos (61) de Brasil, la “responsabilidad social empresarial es la forma de gestión definida a partir de la relación ética y transparente de la empresa con todos los grupos con los cuales ella está relacionada y por el establecimiento de objetivos empresariales compatibles con el desarrollo social sostenible, conservando recursos ambientales y culturales para las futuras generaciones, respetando la diversidad y fomentando la reducción de las desigualdades sociales”.

Para la Fundación Prohumana de Chile (62), la responsabilidad social empresarial, es la contribución al desarrollo humano sostenible, a través del compromiso y la confianza de la empresa hacia sus empleados y las familias de estos, hacia la sociedad en general y hacia la comunidad local, en pos de mejorar el capital social y la calidad de vida de toda la comunidad.

Fórum Empresa (63) entiende la responsabilidad social empresarial como una nueva forma de hacer negocios, en la que la empresa gestiona sus operaciones en forma sostenible en lo económico, social y ambiental, reconociendo los intereses de los distintos públicos con los cuales se relaciona, como los accionistas, los empleados, la comunidad, los proveedores, los clientes, considerando el medio ambiente y el desarrollo sostenible de las generaciones futuras.

Por lo anterior, Fórum Empresa afirma que la RSE no es un complemento opcional ni tampoco un acto de filantropía. Una empresa socialmente

responsable es la que gestiona un negocio rentable a largo plazo y que a su vez considera todos los efectos sociales, medioambientales y económicos, tanto positivos como negativos, que causa sobre la sociedad, lo que implica un cambio radical respecto a la perspectiva empresarial tradicional de simple maximización de beneficios.

Del análisis detallado de las anteriores definiciones sobre RSE, se pueden extraer aspectos comunes, dado que aunque no exista una definición universal y compartida, tienen similitudes y puntos de convergencia (64, 65, 31, 16).

- El carácter voluntario de las acciones
- El punto de partida trasciende las normas legales
- El compromiso de la empresa, fundamentalmente en cuanto al apoyo al desarrollo social
- El respeto por la dignidad humana
- La preocupación de las acciones de RSE tanto de los aspectos internos como externos de la empresa
- La incorporación de la ética empresarial y transparencia en los negocios
- La consideración de los intereses de los diversos implicados (stakeholders).
- La búsqueda del equilibrio en la sostenibilidad económica, ambiental y social
- La vinculación con el concepto y la estrategia del negocio, la supervivencia económica a largo plazo de la empresa y la generación de ventajas competitivas.
- La adaptación de la RSE al contexto y realidad de las sociedades en la que operan las empresas, o sea, en diseñar un modelo de RSE que considere las particularidades del entorno en que se desenvuelve.

TEORÍAS SOBRE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) o Corporativa (RSC) es un concepto de carácter controvertido que ha sido analizado y debatido en las disciplinas relacionadas con la dirección y la gestión de empresas, de allí su pertinencia y relevancia para la administración, Alvarado et. al. (66).

El marcado interés por el estudio de la responsabilidad social empresarial es explicable por ser al parecer una fuente de ventajas competitivas y la consecuente sostenibilidad de la empresa en el mercado, (32, 51, 5, 44).

Las distintas revisiones acerca de las teorías sobre RSE ha desembocado en múltiples clasificaciones, lo cual obedece a la existencia de la diversidad, ambigüedad y polivalencia de definiciones, Gómez (67), lo que ha generado en una mayor confusión al abordar su estudio, Lantos (68).

Según Alvarado et. al. (66) las propuestas mas destacadas según determinados criterios, son: (1) según su evolución temporal (Carroll, 1999; Murphy, 1978; Wood, 1991), (2) su enfoque (Windsor, 2006), (3) la evolución de sus contenidos (De Bakker et al., 2005; Gerde y Wokutch, 1998), (4) el rol de los negocios en la sociedad (Garriga y Melé, 2004; Zenisek, 1979), (5) su naturaleza teórica (McWilliams et al., 2006) y su aplicabilidad (Nasi, Nasi, Phillips y Zyglidopoulos, 1997).

A continuación se muestra la revisión bibliográfica en detalle de las principales teorías sobre Responsabilidad Social Empresarial- RSE - según la clasificación propuesta por Garriga y Melé (32). Esta taxonomía se centra en las interacciones existentes entre empresas y sociedad, basado en cuatro aspectos susceptible de ser observados en cualquier sistema social: la adaptación al medio (con relación a los recursos y la economía), la consecución de objetivos (relacionado con la política), la integración social y el patrón o mantenimiento o la intención (relacionado con la cultura y los valores), Parsons (1961), citado por Garriga y Melé (32).

Esta clasificación sobre responsabilidad social empresarial en opinión de Cansino y Morales (69) se caracteriza por su rigurosidad formal y amplio poder explicativo, y ser la más completa y expositiva de las clasificaciones hasta ahora desarrolladas, que facilita entender el significado de la RSE y su ámbito de aplicación de acuerdo a los criterios que originan cada una de ellas. Así mismo, incluye las contribuciones y propuestas más recientes sobre RSE.

Teorías Instrumentales

Estas teorías se concentran en estudiar las distintas actividades sociales que permiten cumplir de mejor forma con los objetivos de creación de riqueza empresarial, es decir, las empresas buscarán desarrollar acciones socialmente responsables siempre que las actividades estén articuladas a la obtención de mayores beneficios y rentabilidad para sus propietarios o accionistas. Bajo estas teorías instrumentales, existe una relación directa entre Responsabilidad Social Empresarial - RSE y generación de riqueza y sólo el aspecto económico de la interacción entre la sociedad y la empresa, es realmente lo relevante al momento de llevar a cabo el negocio.

En éste grupo de teorías se incluyen los siguientes enfoques:

Enfoque de Maximización del Valor para el Accionista

Según Friedman (17), plantea que las contribuciones filantrópicas deben ser realizadas por los accionistas o propietarios o empleados, como una decisión independiente a la empresa. Sostiene que las organizaciones empresariales han sido creadas exclusivamente para generar utilidades y obtener la máxima rentabilidad para los accionistas, atendiendo a una ética en donde se respeten las leyes y normas que regulan las actividades económicas de las empresas.

Enfoque de Mercadeo de Causa Social

Murray y Montanary (70), proponen que las acciones socialmente responsables deben ser generadas para obtener resultados que incrementen las ventas e ingresos de la empresa, en la medida en que los clientes tengan una percepción de productos de alta calidad, valoración de marca y mejora de reputación, puesto que la responsabilidad social empresarial se percibe como intercambios entre la empresa y el entorno. Los citados autores concluyen que las empresas socialmente responsables obtienen como recompensa de sus clientes, una buena percepción de imagen y reputación, mayor lealtad, credibilidad y respeto.

Enfoque de Estrategia de las Empresas para lograr Ventajas Competitivas.

Desde ésta Enfoque se distingue tres perspectivas:

Inversiones sociales en un contexto competitivo.

Los expositores de éste enfoque plantean que la promoción de la responsabilidad social empresarial puede ser útil para aumentar la ventaja competitiva de una empresa, dado que estas son capaces para crear un valor social y mejorar las condiciones del entorno en que compiten, Porter y Kramer (44, 71).

Adicionalmente plantean, que cuando los inversionistas valoran la rentabilidad a largo plazo, es más propicio para la empresa desarrollar acciones de RSE, que cuando tienen una visión de corto plazo, pues los recursos involucrados en actividades de RSE son considerados como gastos en los estados de resultados y no como inversiones posibles de activar.

Para estos autores la RSE es parte del posicionamiento estratégico que debe implementar la empresa, en donde se puedan crear valores compartidos con los distintos grupos de interés.

Una perspectiva de la firma y las capacidades dinámicas basadas en los recursos naturales.

Esta perspectiva sostiene que el principal recurso de la empresa es el conocimiento y su gestión adecuada mejora las capacidades competitivas; por tanto, la empresa para lograr mayores resultados en comparación a sus competidores del mercado, depende de la interacción de los recursos humanos, organizativos y físicos a lo largo del tiempo y en las rutinas organizativas y estratégicas, por las cuales los directivos adquieren dichos recursos, los modifican, integran y combinan para poder generar nuevas estrategias creadoras de valor, Litz (72).

Estrategias para la Base de la Pirámide Económica o Segmentos de Bajos Ingresos de la Sociedad.

Desde éste enfoque se sostiene que existe la oportunidad para innovar bienes o servicios para aquellos grupos sociales que tienen bajo poder adquisitivo y no poseen las condiciones de los mercados convencionales (ingresos medios y altos), por tanto, solo pueden adquirirlos o acceder a ellos mediante aplicaciones nuevas o menos complicadas, con una producción de bajo costo, adaptados a las necesidades de estas poblaciones. Prahalad (73), Prahalad y Hammond (74).

TEORÍAS DE CARÁCTER POLÍTICO

En estas teorías se enfatiza el poder social que adquiere la empresa en la medida en que ella se inserta en una sociedad determinada. Específicamente, los estudios al respecto explican que existe una relación o contrato social entre las empresas y la comunidad en que participan, el cual viene dado por el poder e influencia que tiene cada organización sobre la economía. Bajo esta perspectiva la empresa se ve presionada por la sociedad a dirigir sus obligaciones y derechos o participar activamente en asegurar la colaboración social. En este enfoque no se requiere, necesariamente, la creación de riqueza para ser considerado como empresa responsable.

Entre las teorías de carácter político, Garriga y Melé mencionan tres Enfoques:

El Enfoque del Constitucionalismo Corporativo.

Este enfoque parte de la premisa de que la empresa es una institución social que debe ejercer el poder de forma responsable, dado que está sujeta a la ecuación del poder social – las responsabilidades sociales de los empresarios derivan del poder social que tienen – y la ley de hierro de la responsabilidad – quien no ejerce su poder social con responsabilidad lo pierde, Davis (75, 76).

Este autor señala que en la medida que aumenta la participación y tamaño de la empresa en una economía, las decisiones de negocio de una empresa afecta el entorno en que se desarrolla, sugiere entonces la idea de que los directivos deben analizar sus perspectivas con relación a las situaciones en que se enfrentan, ya que los entornos en que se desarrolla la empresa son cambiantes y turbulentos, lo que implica que será cada vez más frecuente que las empresas se encuentren comprometidas con la sociedad.

El Enfoque del Contrato Social.

Se fundamenta en el pensamiento de John Locke. Considera que la responsabilidad social empresarial se deriva de un contrato social implícito firmado por todos los miembros de la sociedad. Este contrato social tiene dos niveles: un contrato macro-social teórico que apela a todos los contrayentes racionales y constituye una hiper-norma que reglamenta los contratos sociales; y un contrato micro-social real asumido por los miembros de numerosas comunidades locales y que genera normas de comportamiento y actitudes de las partes contratantes, Donaldson y Dunfee (78, 79).

El Enfoque de la Ciudadanía Corporativa.

Es un concepto que contiene tres enfoques distintos:

Una visión limitada, que comprende la filantropía corporativa, la inversión social y el asumir ciertas responsabilidades con respecto a la comunidad, una segunda visión correspondiente a la RSE y una tercera visión amplia, según la cual las empresas empiezan a tratar del tema de la ciudadanía corporativa, cuando el estado incumple en la protección de la ciudadanía, e incluso en el ámbito global. No obstante las diferencias existentes en éste grupo de teorías, se identifican algunos aspectos compartidos: un fuerte sentido de responsabilidad de la empresa con respecto a las comunidades, la consideración de formar parte de asociaciones para

promover el desarrollo de las comunidades y la creciente preocupación por el medio ambiente. Como consecuencia del proceso de globalización, la preocupación de la comunidad local se ha convertido paulatinamente en una preocupación en el ámbito global, Wood y Lodgson (81); Andriof y McIntosh (82).

TEORÍAS INTEGRADORAS

En este grupo se desarrollan una serie de propuestas que buscan explicar el desarrollo de actividades de responsabilidad social empresarial por el deseo de captar, identificar y dar respuestas para integrar diversas demandas sociales, las cuales son consideradas como la forma en que se expresa la comunicación entre la empresa y la sociedad. Entre estas demandas se destaca el cumplimiento de las leyes, las políticas públicas y la gestión balanceada de los intereses particulares de los grupos de interés de una empresa. El cumplimiento de las normas y obligaciones establecidas por una sociedad representan las instituciones que estructuran las interacciones políticas, económicas y sociales, por consiguiente, la ejecución de la responsabilidad social empresarial implica que las organizaciones deben respetar las instituciones establecidas en cada sociedad.

Este grupo de teorías según Garriga y Melé, está constituida por cuatro enfoques:

El Enfoque de Gestión de Asuntos Sociales.

Esta teoría examina los procesos por los cuales la empresa identifica, evalúa y responde a los asuntos sociales y políticos que pueden afectar significativamente su negocio. A diferencia del concepto de receptividad social, que trata de la brecha existente entre las demandas sociales y el desempeño de la empresa, la gestión de asuntos sociales se enfoca en los procesos de inclusión de las demandas y el proceso de toma de decisiones basado en estas exigencias sociales, Vogel (83).

Enfoque de Responsabilidad Pública.

Desde éste enfoque se plantea que un comportamiento empresarial apropiado, proviene de una política pública. Esta política pública, además de comprender las leyes y reglamentos, incluye aspectos de opinión pública, la emergencia de temas sociales y las prácticas de implementación del marco legal. Adicionalmente este enfoque también contempla la

participación de la empresa en el desarrollo de políticas públicas, a través de la relación de estas con el estado, Preston y Post (84).

El Enfoque de Gestión de los Grupos Involucrados.

Se orienta hacia las personas o grupos que afectan o se ven afectadas por las políticas o las prácticas empresariales. Los temas fundamentales examinados en esta propuesta son la cooperación entre los grupos de interés y la empresa, con el propósito de maximizar los beneficios mutuos y la eficiencia de las estrategias de manejo de intereses conflictivos. Agley Mitchell (85).

El Enfoque del Desempeño Social Corporativo.

En éste enfoque se incluye la búsqueda de la legitimidad social por medio de procesos que ofrezcan respuestas adecuadas a determinados problemas sociales (87, 88).

Carroll (6), expresa que las empresas pueden desarrollar cuatro tipos de actividades de responsabilidad social empresarial:

- Las responsabilidades Económicas, que busca la rentabilidad para los accionistas
- Las responsabilidades Legales, cumplir con el marco jurídico.
- Responsabilidades Éticas, realizando lo que es correcto y no causar daño a terceros
- Responsabilidad Filantrópica, hacer contribuciones voluntarias a la sociedad.

TEORÍAS ÉTICAS

Las teorías éticas plantean en términos generales los requerimientos éticos que combinan la relación entre la empresa y la sociedad. Se basa en principios que expresan que se debe y que no se debe hacer o la necesidad de construir una sociedad mejor.

En estas teorías se estudia el desarrollo de acciones socialmente responsables como repuesta al cumplimiento de derechos universales, como el respeto por los derechos humanos, los derechos de los trabajadores, el respeto del medio ambiente, la preocupación por el desarrollo sustentable, considerando como actividades de negocios que presten atención al progreso tanto de las generaciones presentes como

futuras. En conclusión estas teorías se basan en el desarrollo de acciones correctas en beneficio del bien común.

Entre los enfoques de las teorías éticas, Garriga y Melé, incluyen los siguientes:

El Enfoque Normativo de Grupos Involucrados.

Este enfoque analiza las obligaciones fiduciarias de la empresa hacia todos sus grupos de interés, tales como: clientes, consumidores, proveedores, trabajadores, accionistas y comunidad. Su puesta en práctica requiere tomar como referencia alguna teoría ética, ya sea la kantiana, utilitarista, teoría de la justicia, etc., Freeman (18), Donaldson y Preston (86).

Estos autores en términos generales plantean que las empresas al llevar a cabo sus actividades no solo deben considerar la gestión interna de sus recursos y operaciones, sino que además deben tener consideración a todos los actores que puedan afectar directa o indirectamente el desarrollo de sus actividades.

El Enfoque de los Derechos Universales.

Están basados en los derechos humanos y laborales y el respeto al medio ambiente, Pacto Global (1999).

La perspectiva teleológica del Pacto Global (1999) es promover el diálogo social para la constitución de una ciudadanía corporativa global, que posibilite conciliar intereses de empresas, con demandas y valores de la sociedad civil, los proyectos de la ONU, sindicatos y ONG, sobre la base de 10 principios que transversalizan el conjunto de actividades que materializan las empresas y que están relacionadas con los valores fundamentales en materia de:

- Derechos humanos
- Normas laborales
- Medio Ambiente
- Lucha contra la corrupción

Los diez principios universales del Pacto Global se derivaron, básicamente, de:

- La Declaración Universal de Derechos Humanos;
- La Declaración de Principios de la Organización Internacional del

- Trabajo (OIT) relativa a los derechos fundamentales en el trabajo
- La Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo

El Enfoque de Desarrollo Sostenible.

Parte esencialmente de un desarrollo humano que tenga en cuenta a las generaciones presentes y futuras. Para evaluar su propia sostenibilidad, la empresa debe buscar un triple resultado, que además de incorporar los aspectos económicos de la empresa, también incluya los impactos sociales y los del medio ambiente, Gladwin y Kennelly (89).

El Enfoque del Bien Común.

Plantea que la empresa debe contribuir al bien común, debido a que ella también es parte de la sociedad. Al respecto, sostiene que la empresa dispone de una serie de medios para conseguirlo, y por tanto, está en condiciones de crear riqueza y ofrecer productos y servicios de una manera justa, equitativa y eficiente y, simultáneamente, respetando la dignidad y los derechos fundamentales de los individuos, Kaku (90).

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Diccionario Etimológico de la Lengua Española. (1999). Editorial Trillas. México.
2. Diccionario Porrúa de la Lengua Española.(1992). Editorial Porrúa S.A. México.
3. Castillo B., Raymundo y Juárez A., Alejandra (2008). Análisis Organizacional y de Imagen de Asociaciones No Lucrativas. Tesis de grado, Universidad de Málaga, España. Disponible en: <http://www.google.com.co/#hl=es-419&output=search> Consultado el 03 de mayo de 2012.
4. Nagel, Thomas.(2004). La posibilidad del Altruismo, Fondo de Cultura Económica, México.
5. Caravedo, B. (1998).Perú: empresas responsables. Lima: SASE y Peru 2021.
6. Carroll, A.B. (1991). The pyramid of Corporate Social Responsibility. Toward the moral management of Organizational Stakeholders. Business Horizons, vol. 34 N°4, 39-48.
7. Carroll, Archie. (1999). "Corporate Social Responsibility". Business & Society, Vol. 38 N°3 pp.268-295.

8. Pirenne, H. (2003). *Historia Económica y Social de la Edad Media*. Fondo de Cultura Económica, México.
9. Landreth, H. y Colander, D. (2000). *Historia del Pensamiento Económico*. Compañía Editorial Continental, Primera Edición, México.
10. Nikitín, P. *Economía Política*. El Pensador Editores, primera edición. Santa Fé de Bogotá, D.C.
11. Zúñiga Pulido, V. (2005). *La Filantropía en los Estados Unidos. El modelo filantrópico estadounidense como una alternativa para crear una cultura altruista en Mexico*. Tesis de Licenciatura. Universidad de las America, Puebla. México.
12. Mijailov, M. I. (2005). *La Revolución Industrial*. Editorial Cupido, Bogotá D.C.
13. Pineda, C., Castillo, M., Pardo, E. y Palacio, N. (1994). *Cooperativismo Mundial 150 Años 1844 - 1994*. Consultamerica Grupo Asesor, Santa Fé de Bogotá.
14. Ortiz Cardona, L. (1996). *Teoría Económica de la Cooperación*. Universidad Santo Tomás, Santa Fé de Bogotá.
15. Hernández Zubizarreta, J y Ramiro, P. (2009). *El negocio de la responsabilidad. Critica de la responsabilidad Social Corporativa de las Empresas Transnacionales*. Icaria, Barcelona.
16. De la Cuesta González, Marta.(2005). *La Responsabilidad Social Corporativa o la Responsabilidad Social de la Empresa*. Jornadas de Economía Alternativa y Solidaria. Octubre 18, 19 y 20 de 2012. Bilbao. Disponible en URL: <http://www.hegoa.ehu.es/congreso/bilbo/doku/bat/responsabilidadsocialcorporativa.pdf>
17. Friedman, M. (1970). *The Social Responsibility of business is to increase its profits*. Times Magazine, September 13th, New York.
18. Freeman, R. E. (1998), "A stakeholder theory of the modern corporation", In Pincus, L. B. (Ed.), *Perspectives in business ethics*, McGraw-Hill, Singapore, pp. 171-181.
19. Sen, A (2000). *Desarrollo y Libertad*. Planeta Colombiana Editorial S.A. Primera Edición, Madrid.
20. Martínez Herrera, Horacio. (2011). *Responsabilidad Social y Ética Empresarial*. Colección Ciencias Administrativas, Bogotá, D.C.
21. Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación-ICONTEC. (S.f.). *Estado del arte con respecto al movimiento de difusión, normalización y certificación de la responsabilidad social a nivel mundial*. Disponible en URL: <http://www.mapeo-rse/info/documento/estado-del-> Consultada junio 5 de 2012.

22. Berbel, G. Reyes, J, & Gómez, M. (2007). La responsabilidad social en las organizaciones (RSO): Análisis y Comparación entre guías y normas de gestión e información. En: Revista Innovar No 29, Vol 17. Revista de ciencias sociales y administrativas de la Universidad Nacional de Colombia. (27-48).
23. Vilanova, M., Lozano, J. y Dinares, M. (2006). Accountability. Comunicación y Reporting en el ámbito de la RSE. Foro para la Evaluación de la Gestión Ética - FORETICA, Madrid
24. Solano, David. (2005). Responsabilidad Social Corporativa: Que se hace y que debe hacerse. Universidad Esan. Perú. Disponible en: http://www.esan.edu.pe/paginas/publicaciones/cuadernos/18_19/cuad18-19Solano.pdf. Consultada el 16 de diciembre de 2011.
25. Comisión de las Comunidades Europeas. (2001). Libro Verde. Fomentar un Marco Europeo para la Responsabilidad Social de las Empresas. Bruselas. Disponible en URL: www.mtas.es/Empleo/economia-soc/RespoSoc_Empresas/Libro-Verde-COM2001-366.pdf Consultada 10 de Julio de 2012.
26. Gómez Villegas, M.(2006). La teoría de los stakeholders y la emisión de información para todos los interesados ¿discurso o transparencia informativa? Contaduría Universidad de Antioquia, julio - diciembre n°49, p. 95-102.
27. Sanborns, Cynthia y Portocarrero, Felipe. (2003). La Filantropía en América Latina: Los desafíos de las fundaciones donantes en la construcción del capital humano y justicia social. Lima: Departamento de Ciencias Sociales y Políticas, Centro de Investigaciones de la Universidad del Pacífico(CIUP) Disponible en URL : <http://www.gestrategia.org/> Consultada el 20 de agosto de 2012.
28. Gutiérrez, R., Avella L. y Villar, R. (2006). Aportes y Desafíos de la Responsabilidad Social Empresarial en Colombia. Edisoma Ediciones Especiales Ltda. Bogotá. Disponible en URL :<http://www.ideaspaz.org/>
29. Preziosa, M.M. (2005). La definición de Responsabilidad Social Empresaria como tarea Filosófica. Pontificia Universidad Católica Argentina. Disponible en URL: <http://www.esan.edu.pe/publicaciones/cuader> Consultada el 28 de junio de 2012.
30. Ferrater M, J. (1998). Diccionario de Filosofía. Tomo IV. Editorial Ariel, Barcelona.
31. Flores, J., Ogliastri, E., Peinado-Vara, E. y Petri, I. (2007). El Argumento Empresarial de la RSE: 9 casos de America Latina y el Caribe. Banco Interamericano de Desarrollo INCAE Business School. Disponible en: <http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=1337282> Consultada el 18 de agosto de 2012.

32. Garriga, Elisabet y Melé, Doménec. (2004). Corporate Social Responsibility Theories: Mapping The Territory. In: Journal of Business Ethics 53: 51 - 71. Netherlands
33. Carroll, A.B. (1994). "Social Issues in Management Research", Business and Society 33 (1), 5 - 25.
34. Nuñez, Georgina. (2003). La Responsabilidad Social Corporativa en el marco del Desarrollo Sostenible. CEPAL/GTZ, Serie: Medio Ambiente y Desarrollo. Disponible en URL: <http://www.eclac.cl/dmaah/proyectos/ediespa/docs/ceads.pdf>. Consultada el 10 de enero de 2012.
35. Correa, M.E., Flynn, S. y Amit, A. (2004). Responsabilidad Social Corporativa en América Latina: Una visión Empresarial. CEPAL, Serie: Medio Ambiente y Desarrollo, Santiago de Chile.
36. Roll, E. (1999). Historia de las Doctrinas Económicas. Fondo de Cultura Económica, tercera reimpression. Santa Fé de Bogotá, D.C.
37. Cortina, A. (2003). Construir Confianza. Madrid: Trotta
38. Cortina, A. (2005). Ciudadanos del Mundo. Madrid: Alianza Editorial
39. Lozano, J. M. (1999). Ética y Empresa. Editorial Trotta. Madrid.
40. González, I., López, L. y Silvester, R. (2003). Responsabilidad Social Empresarial. Análisis, comparaciones y propuestas sobre el comportamiento sistémico del "ciudadano empresa". Normatividades y realidades. Una visión integral incluyendo a Argentina. Equipo Empresa y Sociedad de Idea. Argentina. Disponible en URL: <http://www.ideared.org/doc/RSE> Consultada el 5 de agosto de 2012.
41. Carr, A.Z. (1996). Is business bluffing ethical? En Rae, S.B. y Wong, K.L. (Eds.)
42. Palavecino E., G. (2007). La Responsabilidad Social Empresarial: Una mirada universitaria. Tesis de grado. Universidad Alberto Hurtado, Facultad de Ciencias Sociales, Departamento de Ciencia Política y Relaciones Internacionales. Santiago, Chile.
43. Enderle, G. (2004). "Global competition and Corporate Responsibility of Small and Medium sized Enterprises". Business Ethics: A European Review. Vol 13 N°1 pp. 51 - 63.
44. Porter, M. E.; Kramer, M. R. (2002). "The Competitive Advantage of Corporate Philanthropy". Harvard Business Review, 80(12), pp. 56-69.
45. Cajiga, C., J. (S.f.). El Concepto de Responsabilidad Social Empresarial. Centro Mexicano para la filantropía - Cemefi, México. Disponible en: http://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf Consultada el 27 de julio de 2012.

46. Corttina, A. (1998). *Ética de la Empresa: Claves para una nueva cultura empresarial*. Trotta. Madrid.
47. Mellado, Claudia. (2009). Responsabilidad Social Empresarial en las Pequeñas y Medianas Empresas Latinoamericanas. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XV, 24-37.
48. Capriotti, P. (2006). Concepción e importancia actual de la ciudadanía Corporativa", *Revista Razón y Palabra*, n° 53, México, octubre - noviembre. Disponible en <http://www.cen.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos anteriores/n° 53/pcapriotti.html>. Consultada el 18 de julio de 2012
49. Bestratén, Manuel y Pujol, Luis. (2004). Responsabilidad Social de las Empresas (I y II). Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales de España, Centro Nacional de Condiciones de Trabajo, Madrid. Disponible en URL: http://www.mtas.es/inst./ntp_643.htm Consultada el 5 de diciembre de 2011.
50. McWilliams, A & Siegel, D. (2001). Corporate social responsibility. A theory of the firm perspective. *Academy Management Review*, 26(1), 117 - 127
51. McWilliams, A., Siegel, D. y Wright, D. (2006). "Introduction by Guest Editors Corporate Social Responsibility: International", *Journal of Business Strategies*; Spring 23, 1.
52. Marten, I. (2005). Responsabilidad Social Empresarial: Un debate de actualidad. *Economistas*, 106, 22 - 30.
53. Chevalier, A. (1976). *El Balance Social de la Empresa*. Madrid: Fórum universidad-Empresa.
54. Castellanos, J. & Chercoles, B. (2005). La Responsabilidad Social Corporativa, 106, 58 - 60.
55. Bateman, T. S. & Snell, S.A. (2005). *Administración: Un nuevo panorama competitivo*. McGraw-Hill/Interamericana, 4ª edición, México.
56. Bauer, R.A. & Fenn, D.H. (1973). «What is a Corporate Social Audit?». *Harvard Business Review*. Enero-febrero.
57. Asociación Nacional De Industriales, ANDI. (S.f.) *Conceptos de Responsabilidad Social Empresarial*. Disponible en URL: <http://andi.com.co> Consultada el 20 de agosto de 2012
58. Banco Mundial. (2006). *La aplicación de la política de gobernanza corporativa*. Lima: Banco Mundial.
59. World Business Council for Sustainable Development - WBCSD. (2002). *El Caso Empresarial para el Desarrollo Sostenible*. Disponible

- en URL: <http://www.wbcso.org/web/publications/business-case-spanish.pdf>. Consultada el 19 de febrero de 2012.
60. Business for Social Responsibility-BSR.(2007). Disponible en URL: <http://www.bsr.org>, Consultada el 22 de junio de 2012.
 61. Indicadores Ethos de Responsabilidad Social Empresarial (2004). Instituto Ethos. Disponible en URL: www.ethos.org.br Consultada el 8 de Abril de 2012
 62. Fundación Prohumana. Que es la Responsabilidad Social Empresarial. Disponible en URL: http://www.prohumana.cl/index.php?option=com_content&task=view&id=44&Itemid=60 Consultada 16 de agosto de 2012.
 63. Forum Empresa (2009). ¿Qué es la RSE? Disponible en URL: www.empresa.org. Consultada el 9 de agosto de 2012.
 64. Pedersen, E. R. (2009). Modeling CSR: How Managers Understand the Responsibilities of Business Towards Society. In: *Journal of Business Ethics*, 91, 155-166.
 65. Añez, S., Hernández, R., Silvestri, K. y Gómez, O. (2008). Análisis de los elementos que conforman la responsabilidad social empresarial. En: *Revista de Formación Gerencial*. Año 7, N°2, pp. 173 - 185.
 66. Alvarado Herrera, A., BignéAlcañiz, E., & Currás Pérez, R. (2011). Perspectivas teóricas usadas para el estudio de la Responsabilidad Social Empresarial: Una clasificación con base en su racionalidad. *Estudios Gerenciales*, 27, 115 - 137
 67. Gómez Villegas, M. (S.f.).La Gestión y la Información sobre la Responsabilidad Social Empresarial de las Pymes: La necesidad de diferenciación. Universidad Nacional de Colombia, Facultad de Ciencias Económicas, Escuela de Administración y Contaduría, Bogotá.
 68. Lantos, G.P. (2001). The boundaries of strategic corporate social responsibility. *Journal of Consumer Marketing*, _ (7), 595-632
 69. Cancino Del Castillo, Cristhian y Morales Parragué, Mario (2008). Responsabilidad Social Empresarial. Departamento de Control de Gestión y Sistemas de Información de la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad de Chile. Serie Documentos Docente No 1. Santiago de Chile.
 70. Murray. K. B. and Montanary. J. R. (1986). Strategic Management of the Socially Responsible Firm: Integrating Management and Marketing Theory. *Academy of Management Review* 11(4), 815-828. In: Garriga, E. and Melé D., (2004). Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the Territory. *Journal of Business Ethics* 53, 51-71. Netherlands

71. Porter, M. y Kramer, M.R. (2006). "Strategy & Society: The The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility", *Harvard Business Review*, Diciembre, 78-92.
72. Litz, R. (1996). "A resource-based-view of the socially responsible firm: Stakeholder interdependence, Ethical Awareness, and Issue Responsiveness as Strategic Assets", *Journal of Business Ethics*; Dec 1996; 15, 12; pg. 1355.
73. Prahalad, C. K. (2002). Strategies for the Bottom of the Economic Pyramid: India as a Source of Innovation, Reflections. *The SOL Journal* 3(4), 6-18. In: Garriga, E. and Melé D., (2004). *Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the Territory*. *Journal of Business Ethics* 53, 51-71. Netherlands.
74. Prahalad and Hammond, A. (2002). *Serving the World's Poor, Profitably*, *Harvard Business Review*, 80(9), 48-58. In: Garriga, E. and Melé D., (2004). *Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the Territory*. *Journal of Business Ethics* 53, 51-71. Netherlands
75. Davis, K. (1960). Can Business afford to ignore Corporate Social Responsibilities? *California Management Review* 2, 70-76. In Garriga, E. and Melé, D. (2004). *Corporate Social Responsibility Theories: Mapping The Territory*. *Journal of Business Ethics* 53, 51-71. Netherlands.
76. Davis, K. (1967). Understanding the Social Responsibility Puzzle. *Business horizons* 10(4), 45-51. In: Garriga, E., and Melé, D. (2004). *Corporate Social Responsibility Theories: Mapping The Territory*. *Journal of Business Ethics* 53, 51-71. Netherlands.
77. Donaldson, T. and Dunfee, T. (1994). Towards a Unified Conception of Business Ethics: Integrative Social Contracts Theory, *Academy of Management Review* 19, 252-284. In: Garriga, E. and Melé, D. (2004). *Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the Territory*. *Journal of Business Ethics* 53, 51-71. Netherlands.
78. Donaldson, T. and Dunfee, T. (1999). *Thies that Bind: A Social Contracts Approach to Business Ethics*. Harvard Business Scholl Press, Boston. In: Garriga, E. and Melé, D. (2004). *Corporate Social Responsibility Theories: Mapin the Territory*. *Journal of Business Etnics* 53, 51-71-
Netherland.
79. Wood, D.J. and Lodgson, J.M. (2002). Business Citizenship: From Individuals to Organitations. *Business Ethics Quarterly*, Ruffin Series, N°3, 59-94. In: Garrftiga, E. and Melé, D. (2004). *Corporate Social responsibility Theories: Mapping the Territory*. *Journal of Business Ethics* 53, 51-71. Netherlands.
80. Andriof, J. and McIntosh, M. (2001). *Perspective on corporate Citizenship*, Greenleaf Publishing Ltd, Sheffield, UK, 14-24. In:

- Pedersen, E.R. (2009). Modelling CSR: How Managers Understand the Responsibilities of Business Towards Society. *Journal of Business Ethics*, 91, 155-166.
81. Vogel, D. (1986). The Study of Social Issues in Management: A Critical Appraisal, *California Management Review* 28(2), 142-152. In: Garriga, E. and Melé, D. (2004). *Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the Territory*. *Journal of Business Ethics* 53, 51-71. Netherlands.
 82. Preston, L. E. and Post J. E. (1975). *Private Management and Public Policy. The Principle of Public Responsibility*. Prentice Hall, Englewood Cliffs, NJ. In: Garriga, E. and Melé D., (2004). *Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the Territory*. *Journal of Business Ethics* 53, 51-71. Netherlands.
 83. Agle, B. R. and Mitchell, R. K. (1999). Who Matters to CEOs? An Investigation of Stakeholder Attributes and Salience, Corporate Performance and CEO Values. *Academy of Management Journal* 42(5), 507- 526. In: Garriga, E., Melé D., (2004). *Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the Territory*. *Journal of Business Ethics* 53, 51-71. Netherlands.
 84. Donaldson, T. and Preston, L. (1995). The Stakeholder Theory of the Corporation: Concepts, Evidence, and Implications. *Academy of Management Review* 20(1), 65-91. In: Garriga, E, and Melé, D. (2004). *Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the Territory*. *Journal of Business Ethics* 53, 51-71. Netherlands.
 85. Wood, D.J. (1991). Corporate Social Performance Revisited. *Academy of Management Review*, 691 - 718.
 86. Wood, D.J. (1991). Corporate Social Performance Revisited. *Academy of Management Review*, 691 - 718.
 87. Gladwin, T. N. and Kennelly, J. J., (1995). Shifting Paradigms for Sustainable Development: Implications for Management Theory and Research. *Academy of Management Review* 20(4), 874-904. In: Garriga, E. and Melé D., (2004). *Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the Territory*. *Journal of Business Ethics* 53, 51-71. Netherlands.
 88. Kaku, R. (1997). The Path of Kyosei, *Harvard Business Review* 75(4), 55-62. In: Garriga, E., Melé D., (2004). *Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the Territory*. *Journal of Business Ethics* 53, 51-71. Netherlands.