

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y SU IMPACTO EN LA ALTA GERENCIA

Javier Leonardo Isaza Godoy, Universidad Militar Nueva Granada

RESUMEN

Esta investigación estudia las definiciones, el desarrollo y la aplicación de los conceptos relacionados con la Responsabilidad Social Empresarial, focalizando el estudio en el impacto que se genera en el interior de la Alta Gerencia en la divulgación y evolución de estos conceptos en el ámbito empresarial.

Con base a lo anterior, se investigó sobre las definiciones de la RSE, la evolución de sus contenidos y el impacto real que ha obligado a las organizaciones a adaptarse a esta nueva regulación, haciendo que la Alta Gerencia de la organización busque los medios para ser reconocida como socialmente responsable, y las consecuencias de dicho reconocimiento.

Entonces, los principios filosóficos, la definición y evolución de la teoría de la RSE y su impacto con la cúpula directiva de la empresa, son parte del proceso de aprendizaje propuesto en esta investigación

PALABRAS CLAVE: Responsabilidad social empresarial, RSE, Pacto Global, Ética Civil, Ética empresarial, Desarrollo sostenible, Howard Bowen, Friedman, Freedman

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AND ITS IMPACT ON THE TOP MANAGEMENT

ABSTRACT

This research studies the definition, development and application of concepts related to corporate social responsibility, focusing the study on the impact inside the Top Management in the dissemination and evolution of these concepts in business is generated.

Based on the above, it was investigated on the definitions of CSR, the evolution of content and the real impact it has forced organizations to adapt to this new regulation, making the top management of the organization seek ways to be recognized as socially responsible, and the consequences of such recognition. Then, the philosophical, the definition and evolution of the theory of CSR and its impact with the leadership of the company, are part of the learning process proposed in this research

JEL: A1, A2, A3

KEYWORDS: Corporate Social Responsibility, CSR, Global Compact, Civil Ethics, Business Ethics, Sustainable Development, Howard Bowen, Friedman, Freedman.

INTRODUCCIÓN

En los últimos años, se ha observado una preocupación por los roles e impactos que las empresas generan en su entorno social y ambiental, lo que ha implicado una mayor producción literaria sobre estos temas. Se ha percibido que desde el punto de vista científico el desarrollo ha sido muy pequeño (Ball y Bebbington, 2008; Ball y Grubnic, 2007) y en el entorno académico (Arlow, 1991; Buchan, 2007; Burton y Hegarty, 1999; Christensen et al., 2007; Ferrer-Balas et al., 2008; Hammond y Churchman, 2008; Hill, 2004; Hosmer, 1985; Ibrahim et al., 2006; Lamsa et al., 2007; Matten y Moon, 2004; Muijen, 2004; Serap y Eker, 2007; Van Weenen, 2000, entre otros). La circunstancia donde las universidades no han centrado sus esfuerzos investigativos sobre la RSE, genera una oportunidad dadas las implicaciones en el medio empresarial actualmente, que buscan profesionales con alta capacidad técnica, pero ante todo con arraigados valores de tipo ético y social.

Por lo anterior, he investigado en la literatura existente sobre la RSE y su impacto en la Alta Gerencia de las organizaciones, por lo que he realizado una revisión bibliográfica del desarrollo teórico durante la última década.

Por lo anterior, el presente trabajo está basado en el desarrollo del marco teórico de la RSE en el mundo y en Colombia y seguidamente hay un análisis de la revisión literaria como metodología de estudio cualitativa, la relación de la RSE con respecto a la gestión del gerente y por último los resultados y conclusiones de este estudio.

REVISION LITERARIA

La responsabilidad social surge como respuesta a las exigencias de los mercados con relación a la satisfacción de las necesidades del mercado, en temas relevantes como los daños que el despliegue de las operaciones comerciales puede causarle al entorno ambiental, a los cánones de cada sociedad o a las personas que se vean impactadas por dichas operaciones. Es así, como en la segunda parte del siglo XX, se ve en los países anglosajones movimientos en contra del consumo de productos cuyo uso, genere impacto en contra de los preceptos sociales como el alcohol, los juegos de azar, el tabaco o la prostitución.

Estos movimientos se caracterizaron por tener una amplia influencia mediática y lograron que muchas organizaciones dedicadas a este tipo de actividades tuvieran que cerrar o cambiar de objeto social.

Los escándalos financieros de los años 70, donde grandes multinacionales se vieron involucradas hechos de corrupción, los analistas cuestionaron la manera habitual de ejercer las actividades mercantiles y se preguntan qué tan válido es que las empresas sean tolerantes con actividades al margen de la ley con tal de cumplir sus objetivos corporativos, sin importar el valor ético de sus actuaciones.

La consecución de los objetivos económicos de la organización no es la única responsabilidad empresarial, ya que es preciso contar con unos códigos de gobierno corporativo donde los accionistas o socios de la empresa, consignent los parámetros de actuación de su compañía en el mercado.

El concepto de Responsabilidad Social Empresarial, fue impulsado por Howard Bowen en 1953 en su libro "Social Responsibilities of de Businessman", que se enfocaba en que las empresas debían donar parte de sus ganancias a entidades sin ánimo de lucro, ONG's o entidades de carácter

benéfico. Estas iniciativas se quedaron cortas, debido el valor retribuido por las empresas era insuficiente ante la cantidad de recursos absorbidos de su entorno, o por el mal manejo que los beneficiarios le daban a los recursos donados.

En la década de los 70 el economista Milton Friedman, basó su concepto de la Responsabilidad Social Empresarial, donde nos indica que la responsabilidad de la empresa era únicamente, con sus accionistas, dado que la función principal de cualquier empresa es utilizar de manera eficiente los recursos aportados por los accionistas

Durante los años 80, Friedman indicó que la RSE se basaba en la actuación de la empresa de acuerdo a una conciencia con visión social, buscando generar un impacto social, no un aumento en los resultados económicos. Esto implicaba que la responsabilidad no se limitaba únicamente a los accionistas sino también a los stakeholders o grupos de interés. De esta manera, el objetivo de la empresa pasaba de ser planteado en función a los accionistas, a ser responsable con su entorno ya que este tiene derechos y deberes con la sociedad.

La teoría de Friedman, era que la única responsabilidad social de los negocios, consiste en maximizar la rentabilidad para los accionistas dentro del marco de la ley, es decir mientras la empresa utilice sus recursos de la manera más eficiente posible, podrá ofrecer a la sociedad los mejores productos y servicios al precio más razonable, generar empleo, producción e inversión.

Aun así, las empresas seguían viendo a la RSE como un gasto, no una inversión. Debido a esto, en 1999 durante el Foro Económico Mundial, el secretario de las Naciones Unidas, indicó que la RSE debe buscar un equilibrio entre los intereses de los accionistas y su impacto con el entorno, por lo que dio una serie de directrices de implementación de la RSE. Son cuatro enunciados que se relacionan con valores fundamentales, Derechos Humanos, normas laborales, medio ambiente y lucha contra la corrupción.

Estas situaciones lograron que, en consonancia con las actuaciones responsables en el sentido económico, se evaluara la actuación de los compañías con base en los cuatro valores enunciados.

Hoy en día, el objetivo empresarial frente a la RSE, es lograr que estas prácticas sean parte de la estrategia empresarial y de la forma de hacer negocios, buscando mayor compromiso de los colaboradores de las empresas. Las empresas líderes en responsabilidad social son aquellas que presentan altos niveles de compromiso y aceptación tanto de las normas de calidad y de gestión como respeto mutuo hacia las demás organizaciones y la misma sociedad con las herramientas existentes. (Vergara,& Vicaría, 2009).

Con respecto a nuestro país, se pueden referir los intentos de Fabricato y Enka, que en el año 1.977, midieron sus actuaciones de tipo social buscando que esta iniciativa tuviera eco en el ámbito empresarial. Después de este intento, en los años 80, la ANDI y la Cámara Junior adoptan un modelo francés que incorpora las ideas de la RSE para lograr las metas financieras, sin menoscabo de los aspectos legales y éticos.

En el 2.004, con la unión al Pacto Global de la ONU, Colombia inicia un proceso de divulgación y adopción de estas ideas con un balance positivo, dada la acogida que tuvo entre el sector privado. Aquí vale destacar, que la implementación y adopción de estas ideas en nuestro país aún no termina, que falta mucho camino por recorrer, para llegar al nivel de las grandes potencias, pero que existen iniciativas para resaltar como Alpina, Crepes & Waffles, Ecopetrol, Claro o Bancolombia, donde se han implementado programas socialmente responsables que han generado un aumento importante de la calidad de vida en el entorno que relaciona a estas organizaciones.

Con lo anterior, se plantea la necesidad de implementar iniciativas que promuevan la RSE con mayor amplitud en Colombia, pero también se debe tener claro que la RSE es una filosofía que debe partir de la alta gerencia de la organización, y por lo tanto, el gerente es el encargado de canalizar todos estos esfuerzos y encaminarlos para que su implantación satisfaga las necesidades de la organización. De esta manera el gerente, por su cargo e investidura organizacional, debe ser el catalizador que reciba las inquietudes de los grupos de interés, procese esta información, revise la viabilidad e impacto que pueda generar la iniciativa y finalmente, lidere todo el proceso de implementación. Además es necesario que el gerente compare los resultados con relación al beneficio que le pueda representar a la organización.

Con relación a lo ética empresarial, cabe anotar que las empresas surgen basadas en un objeto social, que a su vez esta soportado en códigos y valores corporativos que son parte de las políticas con los que esta organización contrata a sus colaboradores entre otros temas. Estas condiciones deben ser claras y están en contraposición con los que creen que las personas deben modificar la ética empresarial y la imagen de la misma, cuando en realidad las personas deben reivindicar el código de ética de la organización a la que pertenecen y actuar conforme a estos preceptos, buscando una identificación plena con ellos.

Los intereses, expectativas y valores de cada persona deben ser correspondientes con los de su organización, lo que genera un equilibrio entre las expectativas laborales y las personales, ya que los colaboradores son quienes hacen la organización y por ende, expresan con sus actuaciones, los códigos corporativos.

Por lo anterior, es importante aclarar que la RSE es el desarrollo de la tendencia evolutiva del pensamiento humano, donde predomina la idea de que las acciones individuales generan impactos en la dimensión colectiva y que por lo tanto, las acciones independientes deben ser medidas por su impacto a su entorno. Cuando se alcanza cierto grado de desarrollo de estas ideas, se entiende que las actividades empresariales deben generar beneficio económico y social.

Sin embargo, cuando se habla de responsabilidad social, entendida no como la imposición de normas de tipo social, sino como una verdadera filosofía de actuación empresarial, donde sus colaboradores tengan un ambiente de crecimiento y bienestar y su entorno inmediato se vea beneficiado por mejoras tangibles, que aumentan la sensación de responsabilidad con el medio, las empresas pueden expresar de manera clara que son responsables.

Esta calificación, es un requisito para acceder a mercados fuertes económicamente, especialmente en temas de tipo ambiental, regulación laboral e inclusive de tipo financiero. Para lograr estas certificaciones, se deben implementar programas enfocados al cumplimiento de estas ideas, y cuyo reconocimiento se basa en exigentes parámetros de calificación.

La perspectiva a futuro es que cada vez será más importante cumplir con las regulaciones relacionadas con el medio ambiente, con el entorno laboral o todo lo que implique criterios de responsabilidad social empresarial, para poder entrar a competir en mercados desarrollados, porque las razones para tomar decisiones de compra e inversión, se relacionan con el cumplimiento de la normativa vigente, sin contar con el juicio del mercado, en el sentido de aceptar en el a empresas que hacen algo más en el ámbito social y no solo se dedican a lucrarse a costa de su mercado cautivo.

En este punto, es preciso que las empresas, para ser reconocidas como empresas socialmente responsables, deben tener coherencia entre su actuación, su discurso y su imagen, esto quiere decir que la empresa para poder vender, debe vender lo que dice vender, debe ser responsable por su

cadena de valor y sobre todo, su actuación debe ser éticamente aceptada por el mercado y por el regulador.

Entonces, lo anterior, implica que la empresa debe estar preparada para adaptarse al constante cambio del mercado, en lo que se refiere a la calidad del producto, su precio, su servicio postventa, etc; construyendo una reputación y consolidando su presencia en un mercado cada vez más exigente y evolutivo, contando con el respaldo de un equipo humano, comprometido y eficiente.

Todo lo anterior, se traído como consecuencia, que las empresas deben adaptar sus estructuras, desde sus códigos de gobierno, a estas nuevas exigencias del entorno. Estos cambios requieren el análisis detallado de sus actuaciones, su organigrama, sus métodos de producción y sobre todo, su relación con el entorno.

El apoyo informático es fundamental para estos requisitos, por lo que se debe implementar herramientas funcionales como sistemas de información sobre los desarrollos y adopción de nuevas tecnologías que sean amigables con el medio ambiente y sistemas de información interna que establezca indicadores de gestión que midan el impacto de sus actuaciones en todos los frentes de la organización.

Todas estas medidas se deben tomar, para poder medir el desempeño real de la organización en lo que concierne a sus indicadores que miden su RSE, con el fin de revisar las desviaciones e implementar las acciones correctivas que le estimen convenientes, de acuerdo a la estimación del impacto que puedan causar en la imagen corporativa.

Ahora bien, estos preceptos tienen un grado de dificultad en su implementación para las empresas pequeñas y algunas medianas, dado el grado de inversión que conlleva implantar y mejorar estas políticas. Esta situación implica que el gerente deba involucrarse activamente en los procesos operativos lo que limita su capacidad para cumplir con las tareas inherentes a su cargo y desarrollar el negocio. Por esto es claro que una empresa que quiera crecer y tener una rentabilidad esperada, debe invertir en insumos e instalaciones, pero debe hacer un esfuerzo importante capacitando su recurso humano, desarrollando estrategias agresivas de crecimiento, todo esto dentro del contexto de un gobierno corporativo que sea socialmente responsable, y que estos esfuerzos sean liderados por un gerente que tenga visión de futuro y estrategia de crecimiento.

Por todo lo anterior, es importante que el Gerente focalice su gestión en el liderazgo y dirección de los recursos que tiene a la mano, buscando que cada proceso operativo sea razonablemente eficiente y que el esfuerzo mancomunado de todos los colaboradores a su cargo se vea reflejado en el logro de los objetivos que se han planteado con antelación

En concreto, se puede decir que una empresa que tenga interés en ser reconocida como socialmente responsable, debe construir este reconocimiento a partir del cumplimiento de aspectos como ser rentable, ser responsable en el ámbito fiscal, en el ámbito social, en el ámbito ambiental. Este último representa un gran reto, dada la inmensa cantidad de trabajo pendiente de hacer y el del alto impacto que represente para el entorno.

Usualmente, los gerentes enfocan su gestión en la generación de utilidades, maximización de los recursos disponibles, incremento de las ventas y el logro de los objetivos corporativos y personales, pero la responsabilidad de la empresa frente a la sociedad y su medio ambiente se relega a un segundo plano, dado que existen organizaciones que piensan que estas iniciativas se consideran un gasto y no una inversión.

En la actualidad, es necesario que un buen gerente amplíe su campo de acción, modificando sus comportamientos, donde se busca que tenga más responsabilidad frente a sus empleados y su

entorno, como base para la implementación de iniciativas que tengan un rotulo de RSE y que mejoren la calidad de vida del cliente interno y externo , y evitar que la falta de sistemas de control de las organizaciones vulnere los derechos de los trabajadores y su entorno.

Por lo anterior, es necesario que el Gerente se convierta en un líder , que pueda influir y movilizar a su comunidad, buscando soluciones a los problemas, buscando potencializar las oportunidades de sus colaboradores, talentos y habilidades.

Otra cualidad es tener una visión holística, o sea una visión global de la organización, buscando el crecimiento mancomunado de todas las áreas de la empresa, generando un efecto de trabajo en equipo, que trascienda al cliente externo.

También es necesario que el gerente sea capaz de generar empatía con sus subalternos, lo que le permite tener una actitud de conciliación y compromiso de la empresa, para solucionar los problemas que se presenten.

Con estas premisas, se inicia un camino para la implementación y divulgación de los cambios organizacionales que se presenten al interior de la compañía, por lo que cuando se tome la decisión de iniciar procesos de RSE, es necesario hacer un diagnóstico para saber la empresa en qué punto está, también es necesario que se evalúen las capacidades de los colaboradores para la implementación del sistema y por último se debe mantener, buscando que la compañía crezca, que sea socialmente responsable y que sea reconocida en el mercado como tal.

Por todo lo anterior, el rol del gerente dentro de este contexto, se ha convertido en ser un catalizador y un multiplicador de la cultura de RSE, por lo que se hace necesario que el gerente tenga una mentalidad abierta y se convierta en un generador de oportunidades de crecimiento, mediante el uso de alianzas con los proveedores que pueden generar sinergias con las implementación paralela de programas de RSE.

METODOLOGIA

Se define el grupo focal dado que es un método cualitativo, y como lo que se requiere es analizar percepciones, lo que justifica su utilización. Lo que se quiere conocer son las ideas, opiniones, actitudes, motivaciones y representaciones de la gente sobre la cuestión concreta de la responsabilidad social empresarial (RSE) y su impacto en la alta gerencia. Los resultados cualitativos obtenidos permiten generar una matriz de las posiciones ideológicas de los diferentes participantes en el estudio y que corresponden a un contexto territorial y temporal específico.

Los grupos focales o grupos de discusión se obtienen de los stakeholders o grupos de interés que tengan conocimiento sobre la RSE y su relación con la alta gerencia empresarial. Se busca una composición múltiple que garantice un nivel de discusión con ideas de diferentes sectores y que minimicen el riesgo de que el estudio sea sesgado por una opinión personal, política o religiosa.

Es necesario hacer énfasis en que se trabaja con percepciones y opiniones sobre la RSE en la alta gerencia no sobre las actuaciones de empresas en este ámbito. Por lo anterior, no se realiza ningún análisis documental de informes del sector empresarial o resultados económicos del sector. La información recogida a través del grupo focal permite apuntar orientaciones para empresarios y representantes del sector desde la perspectiva académica.

La metodología cualitativa, nos permite recoger las percepciones del entorno de la organización, y triangular estas opiniones con las expresadas por diversas fuentes de interés buscando demostrar el

papel decisivo que tiene un gerente en el liderazgo de la implementación de iniciativas de RSE dentro de una organización. Ahora bien, es necesario que el gerente tenga las calidades necesarias para este fin, sabiendo canalizar de manera efectiva todos los procesos y recursos de que disponga, buscando satisfacer los objetivos planteados dentro del marco teórico de la RSE.

También es necesario mencionar, que la RSE permite que las iniciativas enmarcadas dentro de este concepto, sean medibles y evaluables por los grupos de interés, siendo estos, quienes determinan si la alta gerencia de una organización, en su actuación ha logrado satisfacer las necesidades planteadas dentro de las iniciativas primarias. Estas mediciones se deben contrastar con las opiniones generadas por los stakeholders dentro de un marco de impacto en los ámbitos regulatorios, laborales o ambientales.

RESULTADOS

Se observa que se requiere que las empresas provean mayor información sobre la implementación de sus iniciativas, promoción a las ideas que se puedan obtener de sus stakeholders y estímulo para el desarrollo y divulgación de acciones de RSE.

Es necesario acabar con el paradigma de que la implementación de iniciativas de RSE con llevan la destinación de grandes rubros presupuestales, por lo que estas iniciativas solo las podrían implementar compañías de alto poder económico. La idea es que la RSE sea una idea de la gerencia sin importar el tamaño de la organización.

Estas iniciativas deben ser beneficiosas para la organización. No se pueden implementar iniciativas que generen un movimiento importante de recursos, sin que generen beneficios a la empresa.

La capacitación permanente y el entrenamiento de los colaboradores generan que la empresa incremente su competitividad, su nivel de ventas, y se le podrá considerar como una organización socialmente responsable y sostenible.

La comunicación de las acciones de la RSE, se deben enfocar al mercado estratégico, es decir, estas iniciativas se deben comunicar a espectros de mercado que puedan generar una repetición exponencial para potencializar el esfuerzo económico en recordación de marca y captación de una mayor porción del mercado.

Las experiencias y aportes de los stakeholders o grupos de interés, deben ser aprovechadas y encaminadas a generar una relación de largo aliento, dado que para la organización es importante escuchar a su entorno y actuar de manera coherente con las expectativas de su entorno.

CONCLUSIONES

La RSE se ha convertido en una cultura de trabajo, donde se prepondera la reciprocidad con la comunidad, con el entorno y con los colaboradores, en retribución a la cantidad de recursos, tiempo y dinero que le ha entregado a la organización.

La RSE no puede ser considerada como una política de asistencialismo o de beneficencia, sino en una serie de iniciativas dirigidas desde la Alta Gerencia para focalizar el esfuerzo en satisfacer necesidades de la comunidad, de los colaboradores y de la modificación de los procesos operativos para ser amigables con el medio ambiente.

Todas las empresas se deben involucrar en la problemática de su entorno y debe asumir sus responsabilidades por el impacto que genere su operación dentro del ámbito natural de su entorno.

Con esto se espera, que toda organización moralmente responsable, garantice el ajuste a la normatividad vigente.

Las empresas colombianas se están redefiniendo como organizaciones social y ambientalmente conscientes, que operan en pro del desarrollo sostenible, y que a su vez, están integradas armónicamente y positivamente con sus comunidades, las que de una u otra manera son arte y parte de sus mercados objetivos y públicos de interés.

La RSE tiene como finalidad, generar una relación de largo plazo con el mercado, desarrollando el sentido de pertenencia de sus empleados, el mejoramiento de las estructuras de costos, aumento de la calidad percibida por el cliente final, acceso a nuevos mercados y crecimiento de los ingresos a la organización.

BIBLIOGRAFIA

Calvo, C. (2004). *Las Teorías que sustentan la Responsabilidad Social Empresarial: Estado de situación y prospectiva*. Recuperado el 21 de agosto de 2014, de http://www.cyta.com.ar/biblioteca/bddoc/bdlibros/334_calvo.pdf

Drucker, P. (1992). “*La sociedad Post Capitalista*”. Recuperado el 21 de agosto de 2014, de <http://www.iarse.org/site/modules.php?nam>

Rojas Muñoz, Alfonso Lucas y Olaya Garcera, Jorge Eliecer (2011). *Responsabilidad Social Empresarial: Su origen, evolución y desarrollo en Colombia*. 2005, p. 134

García-Marzá, D. (2007). *Responsabilidad social de la empresa: una aproximación desde la ética empresarial*. Recuperado el 21 de marzo de 2014, de <http://www.revistaveritas.cl/wp-content/uploads/2007/09/RESPONSABILIDAD-SOCIAL-DE-LA-EMPRESA.pdf>

Peter, D. (1992). *La Sociedad Post Capitalista*. Recuperado el 22 de agosto de 2014, de [https://www.google.com.co/search?q=Peter+Drucker+\(1992\)&rlz=1C1CHHZ_enCO512CO512&oq=Peter+Drucker+\(1992\)&aqs=chrome..69i57.4501j0j8&sourceid=chrome&es_sm=93&ie=UTF-8](https://www.google.com.co/search?q=Peter+Drucker+(1992)&rlz=1C1CHHZ_enCO512CO512&oq=Peter+Drucker+(1992)&aqs=chrome..69i57.4501j0j8&sourceid=chrome&es_sm=93&ie=UTF-8)

Puterman, P. (2014). *RSE Obligatoria? Según para quien*. Recuperado el 26 de agosto de 2014, de <http://www.diarioresponsable.com/portada/opinion/17049-irse-obligatoriasegun-para-quien-.html>

Sebastián, A. d. (2009). *Responsabilidad Social Empresarial, Una mirada desde Colombia*. *Revista de Negocios Internacionales*. Recuperado el 23 de agosto de 2014, de <http://www.eafit.edu.co/revista-negocios-internacionales/>

Soto, B. (2010). *Gestión Organizacional*. Recuperado el 17 de agosto de 2014, de <http://www.gestion.org/rsc/30918/las-ventajas-de-la-responsabilidad-social-empresarial-para-la-empresa/>

Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA) (2004). *Marco Conceptual de la Responsabilidad Social Empresarial*, vol 4, Enero, p. 34- 36

De la Cuesta González Martha (2005). *La Responsabilidad Social Corporativa o Responsabilidad Social de la Empresa*. Enero, p. 56-59

Laraña I C Fernández, j. f. (2012). *Ética y Responsabilidad Empresarial*. Universidad Jesuita. Abril, p. 12

María Emilia Correa, Sharon Flynn, Alon Amit. (2004). *Responsabilidad Social Corporativa en América Latina, Una Visión Empresarial*. Recuperado el 23 de agosto de 2014, de <http://www.eclac.org/publicaciones/xml/4/14904/lcl2104.pdf>

Miller, & Maldonado,(2004). *Responsabilidad Social Corporativa y Cambio Climático*. Recuperado el 20 de marzo de 2014, de http://www.aeca.es/pub/on_line/comunicaciones_aal2011/cd/63h.pdf.

Canessa Ilich, Guilina y García Vega, Emilio (2005). *El ABC de la responsabilidad social empresarial, en el Perú y en el Mundo*, Mayo, p. 32-36

Martínez Herrera, Horacio (2005). *El Marco Ético de la Responsabilidad Social Empresarial. Catálogo de Publicaciones de la Pontificia Universidad Javeriana*. Agosto, p.44

Martínez, Leidy Susana y Rivera, Diana Milena (2011). *La Responsabilidad Social Empresarial, con Enfoque Ambiental en las Medianas y Grandes Empresas*. Febrero, p. 57

Freeman, E. (1984). *Stakeholder Theory of the Modern Corporation*. Septiembre, p 17-18

Gutiérrez, R. Avella, L. Villar, R (2012). *Aportes y desafíos de la Responsabilidad Social Empresarial en Colombia*. Diciembre, p. 124-146

Vaca, R; Moreno, M; Riquel, F. (2010). *Análisis de la Responsabilidad Social Corporativa desde tres enfoques: stakeholders, capital intelectual y teoría institucional*. Junio, p. 55

Muñoz Dueñas, María del Pilar (2008) *La responsabilidad social de las empresas: una variable más a considerar en la cultura empresarial*. Noviembre, p. 147

Unceta Satrústegui, Alfonso (2005). *Empresas socialmente responsables en el escenario económico global. Aproximación a la noción de responsabilidad social corporativa*. Marzo, p 121-128

Schvarstein, Leonardo (2006). *Inteligencia social en las organizaciones. Desarrollando las competencias necesarias para el ejercicio efectivo de la responsabilidad social*. Octubre, p. 11

RECONOCIMIENTO

Insistir, persistir y nunca desistir...

A Paula, mi hija, la prueba del amor inocente,

A Johanna, mi esposa, mi compañera y cómplice incondicional,

A Patricia, mi madre, tus enseñanzas son las herramientas para culminar este reto.

BIOGRAFIA

Javier Leonardo Isaza Godoy es Contador Público de la Universidad Militar Nueva Granada, con experiencia en procesos de cobro y recaudo en empresas multinacionales en Colombia como Gas Natural Fenosa y Claro. Contacto en el email Leonardo.isaza@telmex.net.co