



UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA

# **Evolución, aproximación al concepto y teorías de responsabilidad social empresarial**

**Ulises Antonio Tinoco Cantillo**

Universidad Nacional de Colombia

Facultad de Ciencias Económicas

Bogotá, Colombia

2013



# **Evolución, aproximación al concepto y teorías de responsabilidad social empresarial**

**Ulises Antonio Tinoco Cantillo**

Artículo de investigación como requisito parcial para optar al título de:

**Magister en Administración**

Director:

Magister León Julio Arango Buelvas

Codirector (a):

Ph.D. Oscar Benavidez González

Línea de Investigación:

Responsabilidad Social

Universidad Nacional de Colombia

Facultad de Ciencias Económicas

Bogotá, Colombia

2013



*Dedicatoria*

*A mis hijos Vanessa, Ulises Antonio y Luz  
Angely.*



## **Agradecimientos**

Se expresa un especial agradecimiento a directivos y miembros fundadores de la Corporación Universitaria del Caribe CECAR.



## 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 última 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 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.

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

# Contenido

	Pág.
<b>Resumen .....</b>	<b>IX</b>
<b>1. Métodos .....</b>	<b>3</b>
<b>2. Evolución de la responsabilidad social empresarial .....</b>	<b>5</b>
2.1 Aproximación a la filantropía .....	5
2.2 Antecedentes de la filantropía .....	6
2.3 Surgimiento y evolución de la responsabilidad social empresarial.....	8
2.4 Esbozo histórico de la responsabilidad social empresarial en Colombia .....	12
<b>3. Definición y concepto de responsabilidad social empresarial. ....</b>	<b>17</b>
<b>4. Teorías sobre responsabilidad social empresarial .....</b>	<b>23</b>
4.1 Teorías instrumentales .....	24
4.1.1 Enfoque de maximización del valor para el accionista .....	25
4.1.2 Enfoque de mercadeo de causa social. ....	25
4.1.3 Enfoque de estrategia de las empresas para lograr ventajas competitivas. ...	26
4.2 Teorías de carácter político .....	28
4.2.1 El Enfoque del constitucionalismo corporativo .....	28
4.2.2 El enfoque del contrato social .....	28
4.2.3 El enfoque de la ciudadanía corporativa .....	29
4.3 Teorías integradoras .....	29
4.3.1 El enfoque de gestión de asuntos sociales .....	30
4.3.2 Enfoque de responsabilidad pública .....	30
4.3.3 El enfoque de gestión de los grupos involucrados .....	30
4.3.4 El enfoque del desempeño social corporativo .....	31
4.4 Teorías éticas.....	31

---

4.4.1 El enfoque normativo de grupos involucrados .....	31
4.4.2 El enfoque de los derechos universales .....	32
4.4.3 El enfoque de desarrollo sostenible.....	33
4.4.4 El enfoque del bien común .....	33
<b>5. Conclusiones .....</b>	<b>35</b>
<b>A. Anexo: Carta de aceptación para publicación de artículo de la revista Panorama Económico de la Universidad de Cartagena.....</b>	<b>37</b>
<b>Bibliografía .....</b>	<b>39</b>

# Introducción

El carácter social de la actividad económica exige que la empresa esté obligada para con el bien común de la comunidad en donde lleva a cabo sus actividades productivas. Este imperativo no se reduce ni se limita con el solo cumplimiento de las normas jurídicas que regulan sus actos y comportamientos mercantiles. Es moralmente aceptada en nuestro sistema capitalista, que las organizaciones empresariales tiendan a la búsqueda de su propio interés y beneficio, con tal de que acepten las restricciones que le imponen los legítimos intereses de los colectivos sociales y la solidaridad humana.

La justicia obliga a la empresa de abstenerse o de evitar cualquier acción susceptible de causar daño o pueda afectar de manera directa o indirecta a la comunidad como espacio adyacente de su desempeño o a la sociedad en general; por tanto, las instituciones económicas están de alguna manera condicionadas a prestar aquellos servicios exigidos por la función social que cumplen los bienes, pero siempre teniendo de presente las necesidades humanas de los distintos colectivos y grupos sociales.

Los antecedentes de la responsabilidad social empresarial se remontan al nuevo testamento, a través de los socorros, acciones caritativas y filantrópicas realizadas por instituciones y personas poseedoras de riquezas con respecto a otras en situación de desamparo, enfermedad y pobreza en general, lo que estaba estipulado como mandato divino en la biblia. De igual manera, durante la época denominada como la edad media, estas acciones estuvieron 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 de las sociedades, 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, especialmente por las distintas concepciones y teorías que pretenden explicarla desde los aspectos económicos, sociales, políticos, ambientales y éticos. Es pertinente señalar que el impulso que le han dado los organismos mundiales y regionales ha permitido la expansión de la responsabilidad social empresarial en los diversos sectores de la economía y 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 implica la existencia de numerosas definiciones, no obstante, en éste artículo se identifican 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, y de acuerdo a los objetivos de éste trabajo, se describe de manera sucinta la clasificación que tiene como criterio la relación existente entre la empresa y el entorno, la que se caracteriza por exponer con claridad y rigor múltiples teorías, las cuales tienen una amplia aceptación entre los académicos e investigadores de este paradigma empresarial.

# 1. 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 la Universidad Nacional de Colombia y de la Corporación Universitaria del caribe – CECAR, lo que permitió identificar numerosos artículos de revistas indexadas, nacionales y extranjeras.

Adicionalmente, también se realizaron búsquedas en las redes de revistas como Redalyc, Dialnet, Universia, google académico, páginas electrónicas de organismos multilaterales y regionales, de entidades promotoras de la responsabilidad social empresarial de los Estados Unidos y Europa, 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 la Corporación Universitaria del Caribe - CECAR y “Pompeyo Molina” de la Universidad de Sucre, en Sincelejo. Este proceso se inició aproximadamente en el mes de agosto de 2011 hasta el mes de julio de 2012.

Para la localización de la información, 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 textos, que de acuerdo a la temática a desarrollar en el presente artículo, es relativamente reciente, puesto que en su mayoría datan de los últimos 20 años.

Posteriormente se depuraron las distintas publicaciones mediante la 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” bibliográficas respectivas. Seguidamente las “fichas” se compararon entre sí con el propósito de identificar las similitudes y diferencias 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.

## **2.Evolución de la responsabilidad social empresarial**

### **2.1 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 Castillo y Juárez (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 Caravedo (5); pero realmente no son lo mismo, puesto que la responsabilidad social empresarial abarca a la filantropía, pero va mucho más allá que ésta última Carroll (6) y (7).

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

## **2.2 Antecedentes de la filantropía**

Castillo y Juárez (3) expresa que la caridad se origina en las ideas religiosas plasmadas en el antiguo testamento en formas de ayuda hacia viudas, huérfanos, forasteros y pobres, mientras que la filantropía se inicia en Europa con la mediación de religión cristiana, a través de las contribuciones de la nobleza feudal y mercaderes, las que se destinaban para el sostenimiento del clero, la realización del culto, para socorrer a los pobres y la distribución de alimentos para el público.

Durante la edad media, la caridad estuvo 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). En éste contexto histórico, 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 “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 Europa, y con la apertura de nuevas rutas comerciales, se aceleró la expansión del capitalismo comercial, liderado inicialmente por España y Portugal con los países de América Latina y África, y en correspondencia con el pensamiento económico mercantilista (9). En éste contexto histórico, se desarrolló en Inglaterra un proceso de cambio agrario, que se manifestó concretamente en el desalojo violento de los campesinos y el despojo de sus tierras, que unido a las leyes promulgada por el parlamento sobre el cercamiento de tierras comunales, en beneficio de la aristocracia terrateniente; “se tradujo en la sustitución de la producción de alimentos por pastizales para los rebaños de ovejas, y así atender la creciente demanda interna de lana para la fabricación de paños” Nikitin (10).

Esta situación trajo como consecuencia, 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 al establecimiento 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 inhumanas y la reducida remuneración salarial, entre otros, generó un notable incremento del desempleo, y además, "una catastrófica situación social por el aumento de la indigencia y la precariedad de la población", Mijailov (12).

Frente a esta nueva situación socioeconómica, los socialistas utópicos (9), tales como Owen, Fourier, Buchez, King, entre otros, en sus reflexiones hacen una condena de ésta realidad, por tanto, proponen la creación de organizaciones de la economía social como Cooperativas de ahorro y crédito para los pequeños productores rurales para erradicar la usura, Cooperativas de productores para los obreros y artesanos para generar empleos dignos, y especialmente, de Cooperativas de consumo, para contrarrestar la intermediación comercial que afectaba el poder adquisitivo de los trabajadores urbanos y rurales Pineda et al (13), y de manera complementaria, recomendaron la conformación de sindicatos, como instrumento de los trabajadores para defender sus derechos laborales y mejorar sus condiciones de vida Ortiz (14); "además para participar en la lucha política en un amplio movimiento democrático, en aras de reformar el parlamento y del sistema electoral del país, el cual era muy limitado, que servía solo a los intereses de los empresarios" (12).

Estos reformadores sociales conjuntamente con los representantes del clero, 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 (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” (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” (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, sugiere “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, concluye que las actividades deben ser organizada, realista, moralista y mediadora” (3).

## **2.3 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, conocida como guerra fría y a la expansión del sistema capitalista, mediante el crecimiento en tamaño y poder de las empresas transnacionales a nivel mundial Hernández y Ramiro (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 De la Cuesta (16).

Posteriormente en las décadas del sesenta y setenta, los problemas se asocian con la depredación de los recursos naturales, la contaminación del medio ambiente, las consecuencias sociales y económicas 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.

Es en éste período histórico Friedman (17) afirma, que 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, y según su opinión, 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 una exigencia compartida por los distintos grupos sociales y organizaciones de la sociedad civil, especialmente los ambientalistas, que cuestionan las actuaciones de las empresas transnacionales en la explotación de los recursos naturales en los países pobres, y se reclaman 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 interés (stakeholders) de la sociedad, con los cuales la empresa se relaciona Freeman (18), es decir, la búsqueda de un crecimiento económico sostenido, y simultáneamente, un desarrollo humano sostenible Sen (19).

Un aspecto ligado a la evolución de la responsabilidad social empresarial, ha sido el desarrollo de la ética empresarial, que tiene origen en los Estados Unidos a partir de los años setenta, promovida por teólogos, dirigentes religiosos y filósofos, y posteriormente, por académicos, en los años ochenta, que se expresó mediante la proliferación de publicaciones de revistas. En el año 1981 surge Business and Professional Ethics Journal, editado por la Universidad de la Florida; en 1982 el Journal of Business Ethics; en 1985 Economist and Philosophy, de la Universidad de Winsconsin y en 1991 la revista

Business Ethics Quaterly, 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 (16).

Pero esa partir de los año noventa, cuando los organismos multilaterales 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 Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), entre otros, empiezan a interesarse e incorporarse en éste paradigma empresarial, hasta convertirse en los líderes y los máximos promotores e impulsores de la misma a nivel mundial, mediante el diseño y asesoría para su implementación de iniciativas, tales como: “normas y guía de referencia, informes sociales, códigos de conducta, principios y códigos de buen gobierno, etiquetas sociales, instrumentos internacionales de derechos humanos, indicadores, programas, inversiones y premios sobre responsabilidad social empresarial” ICONTEC (21).

En América Latina, las organizaciones que promueven la responsabilidad social empresarial son muy jóvenes. El instituto Ethos de Brasil se constituyó en el año 1994, Accion Empresarial de Chile en 1999, la organización CEMEFI de México en 1988 y Perú 2021 en el año 1994, las cuales han tenido una estrecha alianza con Empresas para la Responsabilidad social (BSR, por su sigla en inglés), que es la principal organización de los Estados Unidos, que las ha asesorado en su funcionamiento y también las ha provisto de guías, manuales, medidas, estándares y metodologías para el diagnóstico, seguimiento y evaluación de la RSE Agüero (22)

El despliegue de estas entidades tanto mundiales como regionales, han creado una extensa red con Organizaciones No Gubernamentales (ONG), agencias gubernamentales, Universidades, centros de investigación, observatorios de reflexión y fundaciones como la Kellogg, AVINA y el Instituto Synergos, que además de brindar asesorías, desarrollan acciones de capacitación, promueven congresos, talleres, conferencias y disponen de recursos para el financiamiento de proyectos (22), lo que ha conducido a la expansión, desarrollo de la RSE a múltiples actividades económicas, así como también su extensión a las micros, pequeñas y medianas empresas y a una

variedad de organizaciones de la sociedad, y además, impulsan la perspectiva del desarrollo sostenible como el aspecto crucial de la RSE Berbel y Reyes(23) y Vilanova (24).

La sostenibilidad de la empresa en su entorno, se ha constituido hoy día en la preocupación prioritaria de los empresarios y directivos. Desde éste enfoque de gestión empresarial se 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” Solano (25)

Complementariamente, es pertinente señalar la existencia de una serie de factores y demandas sociales que actualmente está influenciando en la actuación de las empresas, lo que implica que ellas tengan que comprometerse en la búsqueda de nuevos mecanismos y acciones responsables que refuercen su reconocimiento y legitimidad en la sociedad.

Esta serie de exigencias de la sociedad, y por ende, de sus múltiples grupos de interés, se relacionan con nuevas inquietudes y expectativas de los ciudadanos, consumidores, comunidades, ONG y autoridades públicas en lo relacionado con los impactos económicos, políticos, sociales y culturales en el contexto de la globalización y la internacionalización de las empresas (15) y (22); con 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 (25); la exigencia de transparencia de las actividades empresariales propiciadas por los medios de comunicación y grupos de presión, por los escándalos financieros de Enron, Parmalat, WorldCom y otras corporaciones que ha aumentado el interés por cultivar los valores éticos en el mundo empresarial (20), al retroceso del sector público en lo relacionado con la disminución del gasto social y las privatizaciones que ha incrementado la pobreza, el desempleo y la marginalidad social, por la precarización del trabajo y por las reformas laborales violatorias de los derechos humanos, por el creciente poder económico de la empresa sobre la sociedad y el

surgimiento de los códigos del buen gobierno y conducta, entre otros, Comisión de las Comunidades Europeas (26), Gómez (27), (15) y (19)

## **2.4 Esbozo histórico de la responsabilidad social empresarial en Colombia**

En Latinoamérica la Iglesia Católica ha jugado un papel relevante en la historia de la filantropía desde la Colonia hasta hoy. El predominio de la Iglesia y sus organizaciones sociales en el ámbito caritativo, se ha mantenido mediante diversas manifestaciones a todo lo largo del siglo XIX y la mayor parte del XX, fundamentalmente a través de alianzas directas con empresas familiares, y posteriormente, con las fundaciones del sector privado, quienes les han brindado un importante apoyo financiero Sanborns y Porto-carrero (28).

Los orígenes de la RSE en Colombia como en América latina obedece esencialmente a tres factores interdependientes: las movilizaciones o presiones de los grupos sociales y sus organizaciones representativas, a las visiones cambiantes de los dirigentes empresariales y al desarrollo de la teoría, la gestión y práctica administrativa (22).

A finales de la década de los años cincuenta y en la década de los sesenta se crearon numerosas fundaciones, las razones para tan amplio surgimiento de organizaciones filantrópicas de origen empresarial fueron variadas. Algunos mencionan la corriente de pensamiento empresarial gestada a mediados de la década de 1950, preocupada por la responsabilidad social empresarial (15), otros mencionan a la normatividad tributaria favorable a la inversión de recursos en temas filantrópicos, al debilitamiento de las instituciones, a la guerra fría y a la revolución cubana como motivadores al periodo de violencia política. Gutiérrez et. al (29). La preocupación sobre el impacto que el deterioro de la institucionalidad tenía sobre las empresas y su competitividad, llevó a las fundaciones a promover e impulsar el fortalecimiento institucional de la vida nacional y política de Colombia (22).

La responsabilidad social de la empresa en Colombia ha tenido un desarrollo ascendente desde los primeros años del siglo XX hasta hoy. Según Gutiérrez et al (29) se identifican cuatro etapas en su evolución:

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. 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 (Corpoeducación), la salud (Centro de Gestión Hospitalaria), la innovación y el desarrollo productivo (Coinvertir), la paz (Fundación Ideas para la Paz), el desarrollo comunitario (Corporación Colombia Internacional), la justicia (Corporación Excelencia en la Justicia) y la transparencia (Transparencia por Colombia) (22)

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 lograr una amplia cobertura en los trabajadores colombianos. Esta propuesta tuvo su origen en la filosofía social de la iglesia católica, tendiente a mejorar el bienestar de los trabajadores, y correlativamente, 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 (29)

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, La Fundación Universidad del Norte (Barranquilla), 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



### **3. Definición y concepto de responsabilidad social empresarial**

El origen etimológico del término responsabilidad, según Scarinci (2004), mencionado por Preziosa (30), deriva del verbo latino respondeo, que significa responder, y 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 adecuada a las obligaciones y expectativas de la vida. La Responsabilidad significa hacer el bien y a tiempo lo que sabemos que nos corresponde sin que nadie nos lo ordene asumiendo las consecuencias, o sea, dar cuenta de las acciones realizadas (20).

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 (31).

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 (32), “es relativo, en la medida en que depende de las demandas concretas de una sociedad” De La Cuesta (16), “significa algo, pero no siempre lo mismo a todo el mundo” Votaw (1972) referenciado por Garriga y Melé (33), “es un campo eclético con límites sueltos, membrecías múltiples y de diferentes perspectivas” Carroll (34). Sin embargo, como lo expresa Núñez (35), cualquiera que sea su concepción o definición que se adopte, todas coinciden en la necesidad de promover las buenas prácticas en los negocios mediante la asunción, por parte de la empresa, de la responsabilidad de los impactos o efectos internos y externos que genera la actividad productiva.

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 (36). No obstante, es pertinente reconocer, que dentro de tales aspectos abordados, está implícita la promoción de una conducta empresarial que va más allá de la obtención de utilidades, incluye aspectos humanos y socioambientales dentro de la estrategia del negocio (32).

En éste sentido, es importante señalar que la concepción sobre la finalidad exclusiva de obtener solamente beneficios para la empresa, sufre cambios de manera permanente, es decir, que de ser entendida inicialmente como un ente “en la que los hombres son motivados esencialmente por el interés egoísta de obtener lucro” Roll (37), pasa a ser considerada hoy día como una entidad que tiene responsabilidad con la sociedad Cortina (38),(39) y Lozano (40); y por consiguiente, vinculada a la problemática social de las comunidades que la rodean González et al (41)

Por otro lado, la responsabilidad social empresarial no está ligada únicamente a que solo genere rentabilidad (17), Carr (42) o empleo y riqueza Palavecino (43) o desarrollar proyectos benéficos para atender las necesidades inmediatas de sus distintos públicos (18), Enderle (44); sino que va articulada a un plan de gestión estratégico que brinde ventajas competitivas y contribuya en asegurar la diferenciación de la empresa con relación a los competidores y construya beneficios a la sociedad Porter & Kramer (45) y (5), es decir, “permita a la empresa crear valor agregado para todos sus públicos, y paralelamente ser sustentable a largo plazo” Cajiga (46), lo que equivale a plantear el cómo combinar eficiencia económica con libertad individual, equidad social y respeto por los valores, es decir, considerar al ser humano como un fin en si mismo y no como un medio (20).

Lo anteriormente planteado, supone 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 (16), es decir, “asumir una ética cívica pluralista” Cortina (47); puesto que “hoy día no se actúa solamente sobre un mercado, sino sobre una sociedad que cada vez es más dinámica y compleja” Mellado (48) y, por consiguiente, exige a las empresas valores asociados a su forma de actuar, 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 Capriotti (49)

De acuerdo a Bestratén y Pujol (50) 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 McWilliams et al (51) y McWilliams y Siegel (52).

Para Marten (53) 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 (54) 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 (55) 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 (56), una empresa es socialmente responsable cuando maximiza los efectos positivos sobre la sociedad y minimiza sus efectos negativos; y lo conlleva a la obtención de beneficios a largo plazo, tendientes a lograr un desarrollo sostenible

Bauer y Fenn (57) 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 (58) 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 (59) define la RSE como una serie de políticas, estrategias y prácticas empresariales 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 Comisión de las Comunidades Europeas (26) en la publicación del Libro Verde, 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 (60), entiende 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 (61), 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 tomando decisiones que balancean de modo justo las demandas de todos los grupos involucrados.

De acuerdo con Ethos (62) 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 (63) de Chile, 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 (64) expresa que 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.

Adicionalmente, ésta organización manifiesta 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 se traduce en 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 Pedersen (65), Añez et al (66), (16) y (32) :

- 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, que el diseño de un modelo de RSE debe considerar las particularidades del entorno en que se desenvuelve la empresa.

## **4. Teorías sobre responsabilidad social empresarial**

El marcado interés por el estudio de la responsabilidad social empresarial es explicable por ser considerada una fuente de ventajas competitivas diferenciadoras y, a la consecuente sostenibilidad de la empresa en el mercado (5), (33), (45) y (51), aspecto que es transcendental en lo concerniente a la internacionalización de las empresas en el actual proceso de globalización.

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 e importancia para la administración Alvarado et al (67).

Las distintas revisiones acerca de las teorías sobre RSE han desembocado en múltiples clasificaciones, lo cual obedece a la existencia de la diversidad, ambigüedad y polivalencia de definiciones, Gómez (68), lo que ha generado en una mayor confusión al abordar su estudio Lantos (69).

Las propuestas más destacadas (67) atendiendo determinados criterios, las clasifica así:

1. Según su evolución temporal (Carroll, 1999; Murphy, 1978; Wood, 1991).
2. Según su enfoque (Windsor, 2006).
3. Según la evolución de sus contenidos (De Bakker et al. 2005; Gerde y Wokutch, 1998).
4. Según el rol de los negocios en la sociedad (Garriga y Melé, 2004; Zenisek, 1979).
5. Según su naturaleza teórica (McWilliams et al., 2006).
6. Según 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. Esta taxonomía se centra en las interacciones existentes entre empresas y sociedad (33) y (40), basada 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).

Esta clasificación sobre responsabilidad social empresarial en opinión de Cansino y Morales (70) 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

## **4.1 Teorías instrumentales**

Se sustenta en el paradigma ortodoxo Neoclásico de la economía y de la gestión estratégica de la administración, que enfatizan en la obtención de beneficios en el corto, mediano y largo plazo, en donde la responsabilidad social empresarial puede llegar a convertirse en la palanca impulsora para el logro de los objetivos y metas establecidas por los directivos de las empresas (68)

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 rendimiento 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:

### **4.1.1 Enfoque de maximización del valor para el accionista**

Friedman (17), expresa que las contribuciones filantrópicas deben ser realizadas por los accionistas o propietarios o empleadas, 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.

En términos generales sus planteamientos (70) conducen a afirmar que existe una separación entre las empresas y los individuos que la conforman, o sea, es una entidad aislada de la sociedad, cuya función es la de crear riquezas para los inversionistas; y quienes realmente deben realizar acciones socialmente responsables son los individuos; lo que se traduce en una oposición tajante a la intervención de la empresa en el terreno social (16).

Friedman (17) concluye que la realización de actividades socialmente responsables son simples obras de caridad, y para los propietarios de las empresas es una injusta y costosa carga que no deben asumir; además priva la libertad y la capacidad de decidir por ellos mismos, en cuanto a qué hacer con sus utilidades y a quien destinarlos

### **4.1.2 Enfoque de mercadeo de causa social.**

Murray y Montanary (71), proponen que las acciones socialmente responsables deben ser llevadas a cabo para obtener resultados que incrementen las ventas e ingresos de la empresa, y en la medida en que los usuarios o consumidores tengan una percepción de servicios o productos de alta calidad, se tendrá una mayor valoración de la marca y la mejora de la reputación de la organización, puesto que la responsabilidad social empresarial es considerada como intercambios entre la empresa y el entorno. Los citados autores concluyen que las empresas socialmente responsables obtienen como recompensa de sus clientes, una alta percepción de imagen, prestigio y reputación, mayor lealtad, credibilidad y respeto de sus públicos.

El área de mercadeo tiene bajo esta perspectiva teórica una notable relevancia en la empresa (70), dado que por una parte es la encargada de evaluar el impacto generado

en cada uno de los grupos de interés, y por otra parte, se le encomienda de proponer y ejecutar las iniciativas y las acciones de responsabilidad social.

### **4.1.3 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 (72) y (45).

Para estos autores la RSE es parte del posicionamiento estratégico que deben implementar las empresas en la gestión de las operaciones de su cadena de valor, por tanto, debe disponer de un proceso específico para la toma de decisiones, dado que la organización empresarial tiene múltiples opciones donde ejecutar acciones socialmente responsable, pero solamente debe enfocarse en aquellas que sean más favorables en la medida en que le agreguen valor, y a su vez sean susceptibles de convertirse en ventaja competitiva con relación a la competencia; y de esta manera lograr beneficios compartidos tanto para la empresa como para la sociedad.

Adicionalmente argumentan, 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.

#### **▪ 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 (73).

En este sentido se puede afirmar que la mejor manera de desarrollar acciones socialmente responsable, es mediante la administración del conocimiento, lo cual se constituye en fuente de riqueza para la empresa, ya que cuando los recursos humanos de la empresa se relacionan entre sí y con los diferentes grupos de interés, les permite compartirlo, acrecentarlo y mejorarlo constantemente (70)

#### ▪ **Estrategias para la base de la pirámide económica o segmentos de bajos ingresos de la sociedad.**

Desde éste enfoque se afirma 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 (74), Prahalad y Hammond (75).

Seguidamente aseveran (75), que es necesario reconocer que los colectivos humanos ubicados en la base de la pirámide, no se les puede seguir considerando como víctimas, y más bien, como grupos potenciales para la creatividad empresarial y consumidores conscientes, lo que permitirá a que se tenga un nuevo mundo de oportunidades; por tanto, sugiere que alrededor de cuatro mil millones de pobres pueden ser el motor del comercio y prosperidad globales, y pueden llegar a convertirse en una fuente de innovaciones, que también creará millones de nuevos empresarios, y para tal efecto, recomienda que las grandes empresas trabajen en colaboración con las organizaciones civiles de la sociedad y con las entidades gubernamentales locales.

En contraste a lo expresado con anterioridad (20) el banco mundial y otros organismos multilaterales adscritos a las naciones unidas, en los últimos 50 años, y en alianzas con los gobiernos de países donantes, las agencias de ayuda humanitaria y las

organizaciones civiles, han llevado a cabo cientos de proyectos, pero no han podido erradicar la pobreza.

## **4.2 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 se contemplan tres Enfoques:

### **4.2.1 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 (76) y (77).

Este autor señala, que cuando 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 reina la incertidumbre, y por ende, cambiantes y turbulentos, lo que implica que será cada vez más frecuente que las empresas se encuentren comprometidas con la sociedad.

### **4.2.2 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) y (79).

### **4.2.3 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 responsabilidad 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 (80), Andriof y McIntosh (81).

## **4.3 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 está constituido por cuatro enfoques:

### **4.3.1 El enfoque de gestión de asuntos sociales**

Esta teoría sostenida por Vogel (82) 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.

En cuanto al estudio de las acciones de responsabilidad social en las empresas, propone que se deben buscar parámetros de conductas o incentivos para analizar lo que impulsa o motiva a una organización cumplir o no con aquellas acciones que son más aceptadas por la sociedad

Para este autor, el área o departamento de Relaciones Públicas es de suma importancia, puesto que es la encargada en la empresa de comunicar el grado de responsabilidad social con el cumplimiento de las normas y marcos regulatorios (70).

### **4.3.2 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 (83).

### **4.3.3 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 Agle y Mitchell (84).

### **4.3.4 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 Wood (85).

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.

## **4.4 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 sostenible, 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 se incluyen los siguientes:

### **4.4.1 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., Donaldson y Preston (86) y (18).

Estos autores en términos generales aseveran 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.

#### **4.4.2 El enfoque de los derechos universales**

Están basados en los derechos humanos y laborales y el respeto al medio ambiente. La Propuesta nace como iniciativa de Annan (87), Secretario de las Naciones Unidas, y es conocida con el nombre de Pacto Global, cuya finalidad 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 Organización de las Naciones Unidas (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

Para el Pacto Global las Empresas, el comercio y la inversión, se constituyen en las bases esenciales para mantener la paz, el progreso y la prosperidad mundial, y considera que las acciones de responsabilidad empresarial son la fuente para construir confianza y capital social que facilite soportar un creciente desarrollo económico.

El Pacto Global como iniciativa, es una invitación voluntaria al civismo empresarial en lo referente a incluir los 10 principios en las actividades empresariales, tanto en el país de origen como en sus operaciones internacionales, y adicionalmente, llevar a cabo prácticas y acciones orientadas hacia el logro de los ocho objetivos del milenio, entre otros programas sociales que actualmente desarrollan las naciones unidas a nivel mundial.

#### **4.4.3 El enfoque de desarrollo sostenible**

Desde éste enfoque se afirma que el sistema productivo y la economía en general están estrechamente vinculados con el medio natural; por lo tanto, a medida que el sistema económico crece ocasiona permanentemente mayores tensiones sobre el medio ambiente, al exigir de él mayores volúmenes de recursos naturales y, a la vez, arrojarle mayores cantidades de contaminantes que en últimas instancias va en detrimento de bienestar de la población (88).

Por lo anterior, se plantea la necesidad de promover 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).

#### **4.4.4 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, expresa 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), es decir, lo que le brinda valor a una sociedad no solo es la eficiencia, sino los valores de justicia y solidaridad compartidos, lo que facilita el desarrollo humano de quienes la integran (20).

La filosofía de éste enfoque se fundamenta en el Kyosei, que significa “el espíritu de la cooperación”. Al respecto, sostiene (90) que si las empresas a nivel mundial solamente se dedican a obtener ganancias, entonces pueden llevar al mundo a la catástrofe

económica, social y ambiental. En este orden de ideas, recomienda que las empresas deben tener una relación armónica con todos sus grupos de interés (18), lo que permitirá obtener un entorno con efectos positivos en lo económico, político y social, y por ende, mayores posibilidades de bienestar para todos. Según Sen (88,) cuando se analiza el bienestar de una persona, un buen indicador es la calidad de vida.

Adicionalmente expresa (90), que es una obligación para la empresa propender por la consecución de la paz mundial y la prosperidad.

## 5. Conclusiones

Las teorías que intentan sentar las bases acerca de lo que significa la responsabilidad social de la empresa, se ubican entre dos extremos: por una parte la que trata de reducir la RSE a la maximización de los resultados económicos y financieros exclusivamente para los accionistas o propietarios, y la otra, que amplía la cobertura de la RSE para incluir además de los accionistas, a numerosos actores que tienen intereses en la empresa.

La obtención de ganancias y el consecuente crecimiento sostenido de las empresas son los propósitos incuestionables de estas organizaciones en el sistema capitalista; por tanto, la responsabilidad social empresarial se constituye en un factor determinante y en una alternativa para promover y alcanzar tales fines; ya sea que ello implique lograrlo mediante un mayor posicionamiento de la marca en el mercado o mejorar su competitividad o aumentar su reputación e imagen corporativa, o tener reconocimiento o legitimidad en la sociedad, lo que a la postre se traduciría o en un aumento de beneficios económicos o en la obtención de ganancias sociales, lo que le permitiría tener una mayor posibilidad de perdurar en el largo plazo.

Aunque no existe una definición de responsabilidad social empresarial que sea de unánime aceptación, las distintas definiciones son congruentes en alto grado. Las diferencias que surgen entre ellas, se derivan de los contextos específicos en que han sido construidas, de allí entonces, que las personas se refieran al concepto de responsabilidad social empresarial de manera diferente, y por consiguiente, muchos autores consideran a la RSE como un concepto confuso y ambiguo.

Las coincidencias esenciales de las definiciones de RSE entre otros aspectos, se refieren a las acciones voluntarias con fundamentos éticos, articulación a la estrategia de la empresa, el requerimiento de que sean incluidas y atendidas de manera equilibrada las necesidades y expectativas de los grupos de interés tanto internos como externos, su

adaptación a las circunstancias del entorno en que se desenvuelve la empresa y su alta preocupación por el desarrollo sostenible. De esta manera se evidencia la relevancia de la RSE y su relación con la gestión empresarial.

**A. Anexo: Carta de aceptación para  
publicación de artículo de la revista  
Panorama Económico de la  
Universidad de Cartagena**

Cartagena de Indias DT Y C. Abril 22 del 2013



Señor  
ULISES ANTONIO TINOCO CANTILLO,  
Candidato Mg en Administración

Cordial saludo.

Comunico a usted, que el artículo aceptado de su autoría: "EVOLUCIÓN, APROXIMACIÓN AL CONCEPTO Y TEORÍAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL". Presentado por usted; será publicado en nuestra revista semestral "PANORAMA ECONOMICO", en la edición No XX, la cual circulará a partir de la última semana del mes de Junio de 2013.

Atentamente,

Dewin Pérez Fuentes  
Director Revista Panorama Económico.  
Índexada en "categoría C" Colciencias.  
e-mail [iceconomicas@unicartagena.edu.co](mailto:iceconomicas@unicartagena.edu.co), [dewinperez@yahoo.es](mailto:dewinperez@yahoo.es)  
Cel: 3205124217



Facultad de Ciencias Económicas – Departamento de Investigaciones  
Piedra de Bolívar – Av. Del Consulado, Calle 30 No. 48-152 Teléfono: 6754453 6754454 Ext. 127  
E-mail: [iceconomicas@unicartagena.edu.co](mailto:iceconomicas@unicartagena.edu.co) web: [www.unicartagena.edu.co](http://www.unicartagena.edu.co)  
Cartagena de Indias, D.T. y C. – Colombia

## Bibliografía

1. Diccionario Etimológico de la Lengua Española. México: Editorial Trillas, 1999.
2. Diccionario Porrúa de la Lengua Española. México: Editorial Porrúa S.A., 1992.
3. Castillo, R y Juárez A. Análisis Organizacional y de Imagen de Asociaciones No Lucrativas. { tesis de grado}. España: Universidad de Málaga, 2008.
4. Nagel, T. La posibilidad del Altruismo. México: Fondo de Cultura Económica, 2004.
5. Caravedo, B. Perú: Empresas responsables. Lima: SASE y Perú 2021, 1998.
6. Carroll, A. The pyramid of Corporate Social Responsibility. Toward the moral management of Organizational Stakeholders .Business Horizons. 1991; 34 (4): 39-48.
7. Carroll, A. Corporate Social Responsibility. Business & Society. 1999; 38 (3): 268-295
8. Pirenne, H. Historia Económica y Social de la Edad Media. México: Fondo de Cultura Económica, 2003.
9. Landreth, H. y Colander, D. Historia del Pensamiento Económico. México: Compañía Editorial Continental, 2000.
10. Nikitín, P. Economía Política. Santa Fé de Bogotá, D.C.: El Pensador Editores, 2000.

11. Zúñiga V. La Filantropía en los Estados Unidos. El modelo filantrópico estadounidense como una alternativa para crear una cultura altruista en Mexico. {tesis de grado}. Puebla, México: Universidad de las América, 2005.
12. Mijailov, M. La Revolución Industrial. Bogotá D.C.: Editorial Cupido, 2005.
13. Pineda, C., Castillo, M., Pardo, E. y Palacio, N. Cooperativismo Mundial 150 Años 1844 – 1994. Santa Fé de Bogotá: Consultamerica Grupo Asesor, 1994.
14. Ortiz, L. Teoría Económica de la Cooperación. Santa Fé de Bogotá. Universidad Santo Tomás, 1996.
15. Hernández J y Ramiro, P. El negocio de la responsabilidad. Critica de la responsabilidad Social Corporativa de las Empresas Transnacionales. Barcelona: Icaria, 2009.
16. De la Cuesta, M. La Responsabilidad Social Corporativa o la Responsabilidad Social de la Empresa. Jornadas de Economía Alternativa y Solidaria. {en línea} Octubre 18-20 de 2005. {citado el 5 de abril de 2012}. Disponible en URL <http://www.hegoa.ehu.es/congreso/bilbo/doku/bat/responsabilidadsocialcorporativa.pdf>
17. Friedman, M. The Social Responsibility of business is to increase its profits. Times Magazine, 1970 September 13<sup>th</sup>,
18. Freeman, R. E. "A stakeholder theory of the modern corporation". In: Pincus, L. (Ed.), Perspectives in business ethics. Singapore: McGraw-Hill; 1998, 171-181.
19. Sen, A. Desarrollo y Libertad. Madrid: Planeta Colombiana Editorial S.A., 2000.
20. Martínez H. Responsabilidad Social y Ética Empresarial. Bogotá, D.C.: Colección Ciencias Administrativas, 2011.

- 21.** Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación. Estado del arte con respecto al movimiento de difusión, normalización y certificación de la responsabilidad social a nivel mundial {base de datos en internet}. Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación: S/f {consultada 5 de junio de 2012} Disponible en URL: <http://www.mapeo-rse/info/documento/estado-del->
- 22.** Agüero, F. La Responsabilidad social Empresarial en América Latina: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México y Perú. {base de datos en internet}. Miami: Universidad de Miami: mayo de 2002. {consultada el 12 de julio de 2012}. Disponible en URL: <http://www.rsc-chile.cl/documentos>
- 23.** Berbel, G. Reyes, J, y Gómez, M. La responsabilidad social en las organizaciones (RSO): Análisis y Comparación entre guías y normas de gestión e información. En: Revista Innovar, 2007; 17 (29); 27-48.
- 24.** Vilanova, M., Lozano, J. y Dinares, M. Accountability. Comunicación y Reporting en el ámbito de la RSE. Foro para la Evaluación de la Gestión Ética. Madrid: FORETICA, 2006
- 25.** Solano, D. Responsabilidad Social Corporativa: Que se hace y que debe hacerse. {base de datos en internet}. Perú: Universidad Esan: 2005. {consultada el 16 de diciembre de 2011} Disponible en URL [http://www.esan.edu.pe/paginas/publicaciones/cuadernos/18\\_19/cuad18-19Solano.pdf](http://www.esan.edu.pe/paginas/publicaciones/cuadernos/18_19/cuad18-19Solano.pdf)
- 26.** . Comisión de las Comunidades Europeas. Libro Verde. Fomentar un Marco Europeo para la Responsabilidad Social de las Empresas. {base de datos en internet} Bruselas: 2001 {consultada el 10 de julio de 2012} Disponible en URL: [www.mtas.es/Empleo/economia-soc/RespoSoc](http://www.mtas.es/Empleo/economia-soc/RespoSoc) Empresas/Libro-Verde-COM2001-366.pdf.

27. Gómez, M. La teoría de los stakeholders y la emisión de información para todos los interesados ¿discurso o transparencia informativa? En: Contaduría Universidad de Antioquia, 2006; julio – diciembre (49); 95-102.
28. Sanborns, C. y Portocarrero, F. La Filantropía en América Latina: Los desafíos de las fundaciones donantes en la construcción del capital humano y justicia social. {base de datos en internet} Lima: Departamento de Ciencias Sociales y Políticas, Centro de Investigaciones de la Universidad del Pacífico (CIUP); 2003. {consultada el 16 de junio de 2012} Disponible en URL : <http://www.gestrategica.org/>
29. Gutiérrez, R., Avella L. y Villar, R. Aportes y Desafíos de la Responsabilidad Social Empresarial en Colombia. {base de datos en internet} Bogotá: Edisoma Ediciones Especiales Ltda.; 2006 {consultada el 24 de febrero de 2012} Disponible en URL :<http://www.ideaspaz.org/>
30. Preziosa, M. La definición de Responsabilidad Social Empresaria como tarea Filosófica. {base de datos en internet} Argentina: Pontificia Universidad Católica; 2005 {Consultada el 28 de junio de 2012}. Disponible en URL: <http://www.esan.edu.pe/publicaciones/cuader>
31. Ferrater J. Diccionario de Filosofía. Tomo IV. Barcelona: Editorial Ariel, 1998.
32. Flores, J., Ogliastri, E., Peinado-Vara, E. y Petri, I. El Argumento Empresarial de la RSE: 9 casos de America Latina y el Caribe. {base de datos en internet}. Washington: Banco Interamericano de Desarrollo INCAE; 2007. {consultada el 20 de julio de 2012} Disponible en: <http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=1337282>
33. Garriga, E y Melé, D. Corporate Social Responsibility Theories: Mapping The Territory. Journal of Business Ethics. 2004; 53: 51 – 71.

34. Carroll, A. "Social Issues in Management Research", *Business and Society*. 1994; 33 (1), 5 – 25.
35. Núñez, G. La Responsabilidad Social Corporativa en el marco del Desarrollo Sostenible. {base de datos en internet}. Santiago de Chile: CEPAL/GTZ; 2003. Serie: Medio Ambiente y Desarrollo. {Consultada el 10 de enero de 2012} Disponible en URL: <http://www.eclac.cl/dmaah/proyectos/ediespa/docs/ceads.pdf>
36. Correa, M., Flynn, S. y Amit, A. Responsabilidad Social Corporativa en América Latina: Una visión Empresarial. {base de datos en internet}. Santiago de Chile: CEPAL; 2004. Serie: Medio Ambiente y Desarrollo. {consultada el 12 de enero de 2012}. Disponible en : <http://www.eclac.org/publicaciones/xml/4/14904/lcl2104.pdf>
37. Roll, E. Historia de las Doctrinas Económicas. 3ª reimpresión. Santa Fé de Bogotá, D.C.: Fondo de Cultura Económica; 1999.
38. Cortina, A. Construir Confianza. Madrid: Trotta; 2003.
39. Cortina, A. Ciudadanos del Mundo. Madrid: Alianza Editorial; 2005.
40. Lozano, J. Ética y Empresa. Madrid: Editorial Trotta; 1999.
41. González, I., López, L. y Silvester, R. Responsabilidad Social Empresarial. Análisis, comparaciones y propuestas sobre el comportamiento sistémico del "ciudadano empresa". Normatividades y realidades. Una visión integral incluyendo a Argentina. {base de datos en internet}. Argentina: Equipo Empresa y Sociedad de Idea; 2003. {consultada el 11 de enero de 2012} Disponible en URL: <http://www.ideared.org/doc/RSE>
42. Carr, A. Is business bluffing ethical? En: Rae, S.B. y Wong, K.L. (Eds.), 1996.

- 43.** Palavecino E. La Responsabilidad Social Empresarial: Una mirada universitaria. {Tesis de maestría}. Santiago, Chile: Universidad Alberto Hurtado; 2007.
- 44.** Enderle, G. “Global competition and Corporate Responsibility of Small and Medium sized Enterprises”. Business Ethics: A European Review. 2004; 13 (1) 51 – 63.
- 45.** Porter, M. & Kramer, M. “The Competitive Advantage of Corporate Philanthropy”. Harvard Business Review. 2002; 80(12), 56-69.
- 46.** Cajiga, J. El Concepto de Responsabilidad Social Empresarial. {base de datos en internet}. México: Centro Mexicano para la filantropía s/f. {consultada el 27 de julio de 2012}. Disponible en URL:  
[http://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto\\_esr.pdf](http://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf)
- 47.** Cortina, A. Ética de la Empresa: Claves para una nueva cultura empresarial. Madrid: Trotta; 1998.
- 48.** Mellado, C. Responsabilidad Social Empresarial en las Pequeñas y Medianas Empresas Latinoamericanas. Revista de Ciencias Sociales, XV, 24-37.
- 49.** Capriotti, P. Concepción e importancia actual de la ciudadanía Corporativa”. Revista Razón y Palabra {revista en internet} 2006 {consultada el 18 de julio de 2012} (53) octubre – noviembre. Disponible en <http://www.cen.itesm.mx/dacs/publicaciones/logosanteriores/nº53/pcapriotti.html>.
- 50.** Bestatén, M y Pujol, L. Responsabilidad Social de las Empresas. {base de datos en internet}. Madrid: Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales de España, Centro Nacional de Condiciones de Trabajo; 2004. {consultada el 5 de diciembre de 2011} Disponible en URL: [http://www.mtas.es/inst/ntp\\_643.htm](http://www.mtas.es/inst/ntp_643.htm)
- 51.** McWilliams, A., Siegel, D. y Wright, D. “Introduction by Guest Editors Corporate Social Responsibility: International”, Journal of Business Strategies. 2006; spring 23, (1).

- 52.** McWilliams, A & Siegel, D. Corporate social responsibility. A theory of the firm perspective. *Academy Management Review*. 2001; 26(1), 117 – 127.
- 53.** Marten, I. Responsabilidad Social Empresarial: Un debate de actualidad. *Economistas*, 2005; 106, 22 – 30.
- 54.** Chevalier, A. *El Balance Social de la Empresa*. Madrid: Fórum universidad-Empresa; 1976
- 55.** Castellanos, J. & Chercoles, B. *La Responsabilidad Social Corporativa*. 2005; 106, 58 – 60.
- 56.** Bateman, T. S. & Snell, S.A. *Administración: Un nuevo panorama competitivo*. 4ª edición. México: McGraw-Hill/Interamericana; 2005.
- 57.** Bauer, R.A. & Fenn, D.H. «What is a Corporate Social Audit?». *Harvard Business Review*. 1973; Enero-febrero.
- 58.** Asociación Nacional De Industriales. *Conceptos de Responsabilidad Social Empresarial* {base de datos en internet} s/f {consultada el 17 de abril de 2012} Disponible en URL: <http://andi.com.co>
- 59.** Banco Mundial. *La aplicación de la política de gobernanza corporativa*. Lima: Banco Mundial; 2006.
- 60.** World Business Council for Sustainable Development. *El Caso Empresarial para el Desarrollo Sostenible*. {base de datos en internet} 2002 {consultada el 2 de febrero de 2012} Disponible en URL: <http://www.wbcsd.org/web/publications/business-case-spanish.pdf>.
- 61.** Business for Social Responsibility. *Corporate social responsibility*. {base de datos en internet} 2007 {consultada el 22 de marzo de 2012} Disponible en URL: <http://www.bsr.org/AdvisoryServices/CSR.cfm>.

- 62.** Instituto Ethos. Indicadores Ethos de Responsabilidad Social Empresarial. {base de datos en internet} Sao paulo: instituto Ethos; 2004 {consultada el 8 de abril de 2012}. Disponible en URL: [www.ethos.org.br](http://www.ethos.org.br)
- 63.** Fundación Prohumana. Que es la Responsabilidad Social Empresarial? {base de datos en internet} Fundacion Prohumana s/f {consultada el 16 de mayo de 2012}.Disponibl en URL:[http://www.prohumana.cl/index.php?option=com\\_content&task=view&id=44&Itemid=60](http://www.prohumana.cl/index.php?option=com_content&task=view&id=44&Itemid=60)
- 64.** Forum Empresa. ¿Qué es la RSE? {base de datos en internet} Forum Empresa, 2009 {consultada el 9 de julio de 2012}- Disponible en URL: [www.empresa.org](http://www.empresa.org). Consultada el 9 de agosto de 2012.
- 65.** Pedersen, E. R. Modeling CSR: How Managers Understand the Responsibilities of Business Towards Society. In: Journal of Business Ethics. 2009; 91, 155-166.
- 66.** Añez, S., Hernández, R., Silvestri, K. y Gómez, O. Análisis de los elementos que conforman la responsabilidad social empresarial. En: Revista de Formación Gerencial. 2008: Año 7, (2) 173 – 185.
- 67.** Alvarado A., Bigné, E., & Curras R. Perspectivas teóricas usadas para el estudio de la Responsabilidad Social Empresarial: Una clasificación con base en su racionalidad. Estudios Gerenciales. 2011; 27, 115 – 137.
- 68.** Gómez, M. La Gestión y la Información sobre la Responsabilidad Social Empresarial de las Pymes: La necesidad de diferenciación {base de datos en internet} s/f {consultada el 9 de febrero de 2012 Disponible en: [http://personales.ya.com/aeca/pub/on\\_line/comunicaciones\\_aal2011/cd/17hpdf](http://personales.ya.com/aeca/pub/on_line/comunicaciones_aal2011/cd/17hpdf)
- 69.** Lantos, G.P. The boundaries of strategic corporate social responsibility. Journal of Consumer Marketing. 2001: (7), 595-632.

- 70.** Cancino, C y Morales, M. Responsabilidad Social Empresarial. {base de datos en internet} Santiago de Chile: Universidad de Chile; 2008. Serie Documentos Docente No 1. {consultada el 30 de enero de 2012} Disponible en URL: <http://www.redunirse.org/files/Serie%20Docentes%20N°%201%20-%20RSEpdf>
- 71.** Murray. K. B. and Montanary. J. R. Strategic Management of the Socially Responsible Firm: Integrating Management and Marketing Theory. *Academy of Management Review*. 1986: 11(4), 815-828.
- 72.** Porter, M. y Kramer, M.R. "Strategy & Society: The The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility", *Harvard Business Review*. 2006; 78-92.
- 73.** Litz, R. "A resource-based-view of the socially responsible firm: Stakeholder interdependence, Ethical Awareness, and Issue Responsiveness as Strategic Assets", *Journal of Business Ethics*. 1996; 15, 12.
- 74.** Prahalad, C. K. . Strategies for the Bottom of the Economic Pyramid: India as a Source of Innovation, Reflections. *The SOL Journal*. 2002; 3(4), 6-18.
- 75.** Prahalad and Hammond, A. *Serving the World's Poor, Profitably*, Harvard Business Review. 2002; 80(9), 48-58.
- 76.** Davis, K. Can Business afford to ignore Corporate Social Responsibilities? *California Management Review* 2, 70-76; 1960. In: Garriga, E. and Melé, D. *Corporate Social Responsibility Theories: Mapping The Territory* .*Journal of Business Ethics*. 2004; 53, 51-71
- 77.** Davis, K. Understanding the Social Responsibility Puzzle. *Business horizons* 10(4), 45-51; 1967. In: Garriga, E., and Melé, D. *Corporate Social Responsibility Theories: Mapping The Territory*. *Journal of Business Ethics* 53, 51-71; 2004.

- 78.** Donaldson, T. and Dunfee, T. Towards a Unified Conception of Business Ethics: Integrative Social Contracts Theory, *Academy of Management Review*. 1994; 19, 252-284..
- 79.** Donaldson, T. and Dunfee, T. Thies that Bind: A Social Contracts Approach to Business Ethics. Harvard Business Scholl Press, Boston, 1999. In: Garriga, E. and Melé, D. (2004). Corporate Social Responsibility Theories: Mapin the Territory. *Journal of Business Etnics*. 2004; 53, 51-71.
- 80.** Wood, D.J. and Lodgson, J.M. Business Citizenship: From Individuals to Organitations. *Business Ethics Quarterly*, Ruffin Series. 2002; (3), 59-94.
- 81.** Andriof, J. and McIntosh, M. Perspective on corporate Citizenship, Greenleaf Publishing Ltd, Sheffield, UK, 14-24; 2001. In: Pedersen, E.R. Modelling CSR: How Managers Understand the Responsibilities of Business Towards Society. *Journal of Business Ethics*- 2009: 91, 155-166.
- 82.** Vogel, D. The Study of Social Issues in Managemente: A Critical Appraisal, *California Management Review*. 1986; 28(2), 142-152.
- 83.** Preston, L. E. and Post J. E. Private Management and Public Policy. The Principle of Public Responsibility .Prentice Hall, Englewood Cliffs. NJ. 1975. In: Garriga, E. and Melé D. Corporate Social Responsibility Theories: Mapping theTerritory. *Journal of Business Ethics*. 2004; 53, 51-71.
- 84.** Agle B. R. and Mitchell, R. K. Who Matters to CEOs? An Investigation of Stakeholder Attributes and Salience, Corporate Performance and CEO Values. *Academy of Management Journal*. 1999; 42(5), 507- 526.
- 85.** Wood, D.J. Corporate Social Performance Revisited. *Academy of Management Review*. 1991; 691 – 718.

- 
- 86.** Donaldson, T. and Preston, L. The Stakeholder Theory of the Corporation: Concepts, Evidence, and Implications. *Academy of Management Review*. 1995; 20(1), 65-91.
- 87.** Annan, K. UN Global Compact, World Economic Forum in Davos, Switzerland. UN Press release SG/SM/6881; 1999.
- 88.** Sen, A. *Nuevo examen de la Desigualdad*. Madrid: Alianza Editorial, 1999.
- 89.** Gladwin, T. N. and Kennelly, J. J. Shifting Paradigms for Sustainable Development: Implications for Management Theory and Research. *Academy of Management Review*. 1995; 20(4), 874-904.
- 90.** Kaku, R. The Path of Kyosei, *Harvard Business Review*. 1997; 75(4), 55-62.