

Responsabilidad social (RS) y responsabilidad social corporativa (RSC): una nueva perspectiva para las empresas

William R. Avendaño C.*

Resumen

La Responsabilidad Social es la expresión de la ética entre los individuos y su entorno. Por ello, los criterios éticos que tienden a imponerse en las decisiones relacionadas con el desarrollo contribuyen a determinar el ejercicio de esa responsabilidad. Es precisamente por esta concepción ética que la sociedad contemporánea, y especialmente quienes la lideran, admiten situaciones de injusticia que afectan a vastos sectores de la población mundial. En el presente artículo se hace una delimitación epistémica al término responsabilidad social y las implicaciones de la misma para las empresas. Para ello se hace una recopilación de múltiples artículos, documentos e informes, los cuales son analizados para determinar los alcances de la responsabilidad social en el marco histórico actual.

Palabras clave: responsabilidad social (RS), empresa, estado, gobierno, ética, competitividad.

Social responsibility and corporate social responsibility: a new perspective for companies

Abstract

Social responsibility is the expression of ethics between people and their surroundings. Because of this, the ethical criteria which trend to dominate in the decisions related to development contribute to determine the practical exercise of such responsibility. This ethical conception is precisely the reason why the contemporary society, and specially its leaders, admits injustices that affect many of the world

population's sectors. This article proposes an epistemic delimitation to the term "social responsibility" and to its effects on companies. To do so, a compilation of several articles, documents and briefs was made, in order to analyze and determine the scope of social responsibility in the current historical framework.

Key words: social responsibility, company, state, government, ethics, competitiveness.

Responsabilidade social (RS) e responsabilidade social corporativa (RSC): uma nova perspectiva para as empresas

Resumo

A Responsabilidade Social é a expressão da ética entre os indivíduos e seu meio. Por isso, os critérios éticos que tendem a impor-se nas decisões relacionadas com o desenvolvimento contribuem a determinar o exercício dessa responsabilidade. É precisamente por esta concepção ética que a sociedade contemporânea, e especialmente quem a lideram, admitem situações de injustiça que afetam a vastos setores da população mundial. No presente artigo se faz uma delimitação epistémica ao termo responsabilidade social e os envoltimentos da mesma para as empresas. Para isso se faz uma recopilación de múltiplos artigos, documentos e relatórios, os quais são analisados para determinar os alcances da responsabilidade social no marco histórico atual.

Palavras importantes: responsabilidade social (RS), empresa, estado, governo, ética, competitividade.

* Economista, Especialista en Alta Gerencia, Magister en Administración. Docente - Investigador adscrito al Departamento de Estudios Internacionales y de Fronteras, Facultad de Ciencias Empresariales, Universidad Francisco de Paula Santander. Director Grupo de Investigación en Responsabilidad Social (GIRS).

Introducción

Múltiples acontecimientos actuales han puesto sobre la mesa de discusión el tema de la responsabilidad social (RS) de las empresas, las instituciones gubernamentales y el Estado. Esto se debe a que la sociedad se encuentra en cambios profundos y complejos que exigen del hombre una mejor relación con el planeta en el que habita. Algunos de los hechos recientes que evidencian la urgencia de la RS en diferentes dimensiones son:

- a. El derrame de petróleo de la empresa British Petroleum sobre el Golfo de México el 22 de abril de 2010, el cual constituye un verdadero desastre ecológico y una amenaza, aún no calculada, para el medioambiente. El derramamiento del crudo alcanzó los 1.550 km² extendiéndose desde las costas de Luisiana hasta las costas de Alabama y Mississippi.
- b. El esparcimiento de 400 toneladas de gasolina de baja calidad de la empresa Trafigura (compañía de transporte británica) en cercanías de la ciudad de Abidjan en el 2006. Trafigura contrató a una empresa de Costa de Marfil para este fin y como resultado de este acto de irresponsabilidad social 85.000 personas necesitaron cuidados médicos y 8 murieron a consecuencia de la contaminación química. Este caso fue expuesto por la organización *Wikileaks*¹.
- c. También, como publicación de *Wikileaks*, el caso del Partido Nacional Británico (BNP) revela una larga lista de miembros racistas, de los cuales muchos son reconocidos personajes públicos, y esto significa estar frente a un caso de violación de los derechos humanos.
- d. El caso del Carrusel de la Contratación en Bogotá (Colombia) es un escándalo de corrupción administrativa nunca antes visto. Diferentes funcionarios del Gobierno distrital además de congresistas se vieron implicados y se encuentran en investigación o están siendo judicializados.
- e. Los Falsos Positivos en Colombia que consiste en la muerte ilegal de civiles por el Ejército colombiano, que luego han sido presentados como muertos en combate de la guerrilla para inflar los números de bajas causadas al enemigo (*body count*)².

- f. El derrame de crudo sobre el río Pamplonita que amenaza fuertemente a la comunidad y al medioambiente y cuyas consecuencias aún no son calculadas.

Los ejemplos expuestos son la denuncia pública a las irregularidades de las instituciones, los gobiernos y las empresas, y ello aumenta el interés por la RS. De allí que De la Cuesta³ manifieste que “la responsabilidad social corporativa está despertando en los últimos años un enorme interés por parte del sector empresarial, las escuelas de negocios, los inversores e incluso algunos gobiernos”, es decir, que cada vez son más numerosos los grupos sociales que perciben con agrado la RSC y que consideran puede ser aplicada a otras instituciones que ostentan poder y cuya actividad tiene incidencia directa sobre las comunidades. Aceituno⁴ considera que el incremento del interés se debe a un despertar de la sensibilidad social y Salamon⁵ interpreta dicha transformación como un resultado impulsado por la globalización.

Sin extenderse en los orígenes, es relevante mencionar que la RS incluye un vasto conjunto de temas: derechos, principios, valores, moral y normas legales; bienestar general, interés público, desarrollo y competitividad de las empresas, crecimiento de la economía, estabilidad macroeconómica, entre otros. La RS es “una expresión [que] ha entrado con fuerza en los últimos años en la agenda económica y empresarial y, posteriormente, también en la agenda política y social”⁶ para favorecer a todas las partes interesadas y no solo a los accionistas: “el viejo modelo de gestión empresarial (...) ha demostrado ser no solo perjudicial para la sociedad en general sino también para los propios accionistas, especialmente aquellos con menor poder negociador y con intereses a largo plazo”⁷. Como tema de gran interés, se ha intentado reglamentar la RS, convirtiéndose en una “licencia social para que puedan operar las empresas en el mundo”⁸.

Ya desde finales de los noventa han ido apareciendo en el panorama internacional diferentes iniciativas, códigos e inclusive normas encaminadas a promover un comportamiento más ético, sostenible y respetuoso de las empresas, entidades e instituciones públicas y privadas con la sociedad y el medioambiente. Esto tie-

ne su origen en la necesidad de alcanzar un orden más justo, mejorar la calidad de vida del hombre y garantizar su existencia en armonía con el entorno. A manera de ejemplo, se pueden identificar la Declaración de Río de 1992⁹, el Pacto Global¹⁰ y el Estatuto de Contratación Estatal (Ley 80 de 1993)¹¹ en Colombia.

Sobre la RS se ha generado una gran cantidad de literatura en la que se muestran diversas posiciones, enfoques, significados, etc. Ello hace manifiesta la necesidad de hacer una revisión acerca del tema de la RS y sus implicaciones para las empresas. Para lograr el objetivo propuesto, se ha realizado una recopilación de la información contenida en documentos y fuentes académicas y científicas, la cual se analiza en su conjunto.

Origen y concepto de la responsabilidad social corporativa

Décadas atrás, las ciencias sociales no tenían como parte de su objeto de estudio las empresas ya que solo eran consideradas como fuentes de explotación de trabajo. Solo hasta los años 80 la sociedad comenzó a interrogar a las organizaciones por sus comportamientos¹². Para los años 90 la discusión se abría en torno a la función social de las empresas y su responsabilidad con la sociedad en general y el medioambiente. Han transcurrido cerca de 30 años sobre los que se han gestado avances alrededor del tema de la RS y se han incrustado en el lenguaje de la administración, y, pese a ello, todavía no se tiene un sustrato conceptual sólido, al menos, compartido entre los autores¹³⁻¹⁴.

Sainsaulieu y Segrestin¹⁵ utilizaron por primera vez la expresión *sociología de la empresa*. Demostraron que durante los años 80 se vivió en Europa una época tan importante para la empresa como lo fue la década de los 60, en la cual se dieron transformaciones en los modos de vida, las relaciones sociales de consumo o la lucha contra las desigualdades de género. Durante este período (mediados de los años 80) ya la sociedad civil reclamaba a las organizaciones mayor responsabilidad.

Una de las posibles causas de la presión social sobre las empresas es el aumento de poder de

las mismas, producto de la política de liberalización económica, la globalización y el neoliberalismo¹⁶. En efecto, al reducirse la intervención estatal, la sociedad civil ha hecho peso para exigir de las empresas un mayor compromiso, obligación que antes podía ser exigida por el Estado: "(...) desde mediados de los 80, en simultáneo con el agotamiento del modelo de *Estado de bienestar* y el auge del neoliberalismo, la sociedad comenzó a demandar a las empresas mayor responsabilidad social y ambiental, además de un comportamiento más ético y transparente"¹⁷.

Ahora que el Estado se ha modificado y ha sido atravesado por la lógica del mercado¹⁸ surgen cuestionamientos muy grandes de su papel frente a la sociedad. Por ejemplo, una de las mayores críticas al Estado es la comercialización de algunos derechos como la salud o la educación, los cuales pasaron de ser derechos a denominarse servicios. La RS surge en ese nuevo esquema de orden mundial, caracterizado por los agravios y por una economía que necesita adquirir una faz más social y humana, por lo que las empresas están llamadas a contribuir a la solución de los problemas sociales¹⁹.

La RS en sus comienzos daba por hecho que las organizaciones tenían como compromiso llegar al máximo rendimiento financiero para los accionistas^{20, 21} y en dichos términos la RS era bastante limitada. Pero el afán de lucro por parte de las organizaciones transformó el escenario. A partir de los años sesenta, se inicia el cambio de perspectiva a través de grupos activistas que abogan por una interpretación más amplia de la RS. Por otro lado, De la Cuesta y Valor²² ubican el origen de la RS en los años ochenta cuando:

(...) se deja de pensar en el Estado como único administrador del gasto social y responsable de la contención de desigualdades y se comienza a defender la idea de que la contribución al bienestar y a la calidad de vida debe ser la meta de todas las instituciones sociales.

Con el cambio de perspectiva se le da reconocimiento a diferentes sujetos que pueden verse afectados como resultado de la actividad de las organizaciones. No se trata solo de los

accionistas sino de un número plural de actores²³. Por lo tanto, las organizaciones deben formalizar políticas y sistemas de gestión que promuevan las relaciones con los accionistas, empleados, clientes, proveedores y medioambiente²⁴. A todos ellos se les conoce como

grupos interesados o *stakeholders*²⁵, definidos clásicamente como los “grupos o individuos que afectan o son afectados por la actividad tendente al logro de los objetivos de la compañía”²⁶ y que se oponen a los denominados *stockholders* o *shareholders* (accionistas) (Gráfico 1).

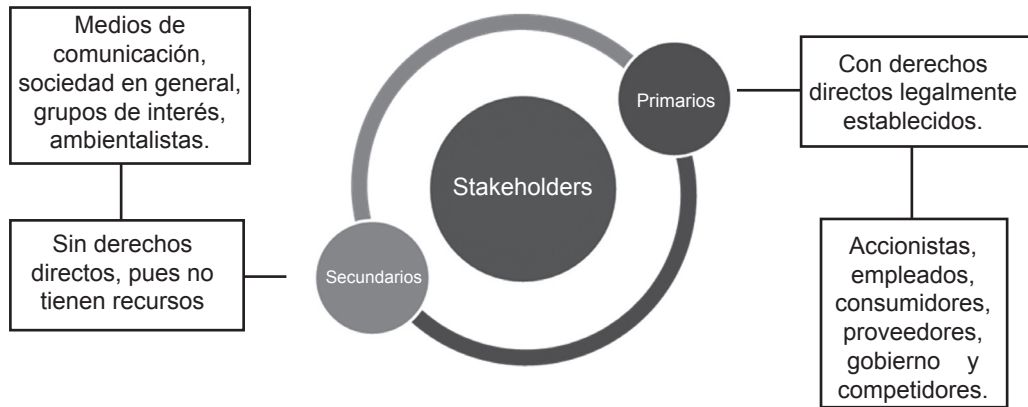


Gráfico 1. Clasificación de los grupos interesado o stakeholders

Fuente: Lozano y otros⁶

La RS es un compromiso de tipo ético que se traduce en

... la atención a las expectativas que sobre su comportamiento (el de las organizaciones) tienen los diferentes grupos de interés (*stakeholders*: empleados, socios, clientes, comunidades locales, medioambiente, accionistas, proveedores,...), con el propósito último de contribuir a un desarrollo, social y ambientalmente, sostenible y económicamente viable^{27, 28}.

Entonces, las empresas y el Estado pueden actuar de manera responsable en las áreas económica, socio-cultural y medioambiental⁶, y desde estas pueden ser analizadas las acciones de las instituciones, entidades, corporaciones, etc. Los componentes de la RS, según Carroll²⁹, son: económico, legal, ético y filantrópico (cuadro 1).

Carroll³¹ construye, a partir de los componentes de la RS, la Pirámide de la Responsabilidad

Social Corporativa y el principio sobre el que descansa cada uno de estos componentes. La base de la pirámide es el componente económico (gráfico 2)

Algunas definiciones acerca de lo que es la RS y aceptadas por la comunidad académica son:

- a. Por RSC se entiende el reconocimiento e integración en sus operaciones por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales, dando lugar a prácticas empresariales que satisfagan dichas preocupaciones y configuren sus relaciones con sus interlocutores³³.
- b. Modelo de empresa en el que se combinan eficiencia y equidad para favorecer la creación de riqueza neta total a largo plazo y de modo sostenible, preservando el capital medioambiental y el capital físico, financiero e intelectual de la organización³⁴.
- c. Teoría de los interesados, *stakeholders* o enfoque pluralista (...) que concibe la legitimidad de la empresa desde la perspectiva

- de crear riqueza para el conjunto de la sociedad y bienestar para los distintos grupos de interés³⁵.
- d. Filosofía adoptada en la gestión de las instituciones para actuar, no solo en beneficio propio, sino también en beneficio de sus trabajadores, familias y del entorno social³⁶.
- e. Compromiso de las empresas de contribuir al desarrollo económico sostenible trabajando con los empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad en general para mejorar su calidad de vida³⁷.
- f. La RSE es la “integración voluntaria por parte de las empresas de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y en sus relaciones con sus interlocutores”³⁸.

Cuadro 1. Componentes de la responsabilidad social corporativa

Componentes de la responsabilidad social	
Componente económico	Componente legal
Incrementar las ganancias por acción Alcance de rentabilidades cada vez más altas Mantener una posición competitiva Mantener un alto nivel de eficiencia operativa	Actuar de acuerdo a las expectativas del gobierno y la Ley. Cumplir con los reglamentos federales, estatales y locales. Ser un ciudadano corporativo respetuoso con la Ley. Cumplimiento con las obligaciones legales. Proporcionar bienes y servicios que cuenten con un mínimo de requisitos legales.
Componente ético	Componente filantrópico
Coherencia con las costumbres sociales y éticas (normas de conducta). Respeto por las normas morales adoptadas por la sociedad. Evitar riesgos éticos para alcanzar los objetivos de la organización. Hacer lo que espera la sociedad desde lo moral y lo ético. Ir más allá del mero cumplimiento de las leyes y los reglamentos.	Actuar en coherencia con la filantropía y la beneficencia de la sociedad. Ayudar con las buenas prácticas y las artes. Participar voluntariamente en actividades caritativas dentro de las comunidades locales. Prestar asistencia a la educación pública y privada. Colaborar en el desarrollo de proyectos que mejoren la calidad de vida de la comunidad.

Fuente: el autor con base en la información de Carroll³⁰

La práctica de la RS implica que las instituciones desarrollen una visión integral para el futuro donde se dé beneficio de rentabilidad, mejora del entorno inmediato y beneficio para la sociedad como un todo en un sentido más extenso. Entonces, la RS es una expresión ética en las relaciones entre los individuos y su entorno. Por esto, Zorro³⁹ afirma que la ética que prevalece hoy como fundamento de las decisiones sobre el desarrollo, basada en la lógica del capitalismo y el neoliberalismo, tiende a determinar una cierta forma de ejercicio de la responsabilidad social, tanto de los Estados nacionales como las grandes corporaciones transnacionales y de los individuos inmersos en la lógica de ese sistema.

Responsabilidad social empresarial (RSE) y creación de valor

La RSE o RSC es un término que hace referencia al conjunto de obligaciones y compromisos, legales y éticos que se derivan de la actividad de las organizaciones y con impacto en las esferas: social, laboral, medioambiental y de los derechos humanos⁴⁰, es decir, los ámbitos que señala el Pacto Global. Los compromisos son asumidos por las empresas no solo para retribuir beneficios adquiridos a partir de su actividad, sino para mejorar su competitividad y añadir valor. Por lo tanto, se trata de oportunidades para que las mismas organizaciones marquen diferencias competitivas^{41, 42}.



**Gráfico 2. Pirámide de la responsabilidad social corporativa
(The Pyramid of Corporate Social Responsibility)**

Fuente: Carroll³²

Según Méndez⁴³, la RSE va más allá del cumplimiento de las leyes y las normas. Si bien el punto de origen lo constituye el cumplimiento de la normativa laboral y ambiental, no significa que se trate de un caso de RSE por cuanto estas obligaciones son generales y surgen por el solo hecho de realizar la actividad de la organización. La RSE, en palabras de Méndez⁴⁴, se traduce en prácticas voluntarias relacionadas con la cooperación entre los interesados, acciones de transparencia, rendición de cuentas periódicamente, socialización de resultados, promoción de los derechos y acciones sociales y sostenibilidad, entre otros⁴⁵.

Las empresas han integrado comportamientos morales como componente de sus principales estrategias de mercado⁴⁶ para añadir valor económico colectivo⁴⁷ o valor compartido. A partir de las estrategias asociadas a comportamientos socialmente responsables es posible captar grupos de interés que se pueden convertir en clientes o consumidores. Por el contrario, cuando no se observan conductas socialmente responsables, las empresas son sancionadas por el mercado porque la sociedad percibe su

comportamiento y esta exige de ellas acciones positivas frente a las comunidades. Un ejemplo de ello está reflejado cuando las compañías Nike y Gap, a finales de la década de los 90 y comienzos del 2000, permitieron el uso de mano de obra infantil en maquilas de Asia. Las empresas fueron sancionadas por la sociedad civil y debieron establecer políticas para regular esas prácticas empresariales. Entonces, lo que en un comienzo resulta ser una obligación moral pasa a ser un recurso estratégico, un instrumento al servicio de la eficacia y el beneficio económico⁴⁸.

Del mismo modo, la RSE no solo representa una estrategia para la conquista de mercados sino una oportunidad para alcanzar las metas de la empresa a partir de la mejora de las condiciones de trabajo de los empleados. Menciona Carroll⁴⁹ que si se contempla la empresa desde el punto de vista de los individuos que la componen, el comportamiento de los mismos condiciona en gran medida el crecimiento de la organización, ya que la satisfacción en el trabajo no solo estriba en la remuneración obtenida, sino también en otros aspectos entre los cua-

les se encuentra una retribución justa, ventajas sociales y la reputación de la empresa⁵⁰. Por el contrario, algunos factores negativos, como excesivas desigualdades salariales entre ejecutivos y trabajadores de base, pueden llevar a situaciones de desmotivación que empeoran los resultados⁵¹ o a crisis cuando se persigue únicamente un lucro personal, limitando los intereses de los demás^{52,53}. La propuesta de formar personas con disposición hacia la responsabilidad dentro de las instituciones exige de estas alcanzar un nivel suficientemente autónomo y razonable de madurez moral, que los disponga a asumir convicciones éticas con responsabilidad dentro de las empresas. En la actualidad no se pueden obtener resultados óptimos prescindiendo de la satisfacción de los grupos de interés pues estas constituyen prácticas estratégicas⁵⁴.

En este proceso la tarea del directivo es fundamental y constituye en la actualidad una figura de suma importancia para las organizaciones. El directivo es un factor que influye de forma decisiva para que la institución se convierta en un espacio ético⁵⁵, pues puede asegurar la promoción de políticas de responsabilidad social para el largo plazo. Esto supone una integración comunicativa en donde el directivo genera espacios para el diálogo y el intercambio de expectativas, y promueve sistemas organizacionales que faciliten la circulación de la comunicación en todos los sentidos. La autoridad del directivo viene unida a su ejercicio del poder. Un directivo que tiene autoridad real está legitimado por un Código de ética compartido por los miembros de la organización que, al apropiarse de las funciones acordadas, delimita y orienta sus funciones dentro de parámetros éticos⁵⁶.

Beneficios e iniciativas de la responsabilidad social empresarial

“En un mundo globalizado, no solo compiten los productos y servicios, sino también los modelos de empresa y de gestión -un aspecto que a menudo se olvida- (...)”⁵⁷.

Hace algunos años, el hablar de RSE no era de gran importancia y por ello no se nombraban las implicaciones de adquirir compromisos

más allá de los resultados económicos. Existía un sentimiento de amenaza por el reparto del poder en el seno de la empresa⁵⁸. La significación actual de la RS responde, más bien, a un cambio en esta comprensión de la empresa, cuando ya es evidente que el beneficio económico no es separable del beneficio social y ecológico. Ahora, lo novedoso es ver en esta integración una de las claves para la competitividad de las empresas.

Un ejemplo a manera de ilustración es la Unión Europea cuyo objetivo no es otro que llevar a cabo una estrategia de medio y largo plazo para convertir a la Unión Europea en “la economía del conocimiento más competitiva y dinámica del mundo capaz de crecer económicamente de manera sostenible con más y mejores empleos y con una mayor cohesión social”⁵⁹. Y “para alcanzar este objetivo se busca reconciliar los intereses y las necesidades de las diferentes partes vinculadas”⁶⁰. Con esto, se muestra la idea de que la responsabilidad social es uno de los factores más importantes para hablar de competitividad, aunque puedan existir intereses escondidos como lo describe Martin⁶¹. La complejidad de la RS reside en el elemento voluntario, y es por eso que llevar a la práctica la RSE no es fácil.

No es suficiente predicar la responsabilidad pues es vital concretarla reconociendo que en ella se encuentra el respaldo o no de los grupos de interés⁶². Por ello señalan Boza y Pérez⁶³ que la aplicación de los principios básicos de responsabilidad social encuentra dificultades cuando se pretenden validar para cualquier lugar y momento. Por lo tanto, es fundamental tener la capacidad de contextualizar la RSE desde la organización, al igual que establecer sus márgenes, límites y alcances, forma de medirla y evaluarla.

A través de sus actividades y proyectos las empresas actúan en distintos tipos de áreas temáticas conforme a las preferencias y valores de sus altos ejecutivos. De acuerdo con las estadísticas mundiales, las empresas se inclinan a apoyar primordialmente educación y salud, y en un segundo orden, arte, cultura y medioambiente. Los primeros están estrechamente relacionados con la responsabilidad de la empresa para con la sociedad, y los otros con la filan-

tropía y el marketing de la empresa⁶⁴. Los dos principales motivos alegados para desarrollar acciones de responsabilidad social son reforzar la imagen y reputación de la empresa, e incrementar el compromiso y satisfacción de los trabajadores⁶⁵.

En los últimos años se han diseñado varias propuestas en el ámbito mundial con el objeto de impulsar prácticas en el marco de la RS, y un cúmulo de instituciones en diferentes Estados ha asumido las iniciativas a través de acciones y programas en el interior de las mismas. Sin embargo, siendo las iniciativas tan solo recomendaciones, estas solo pueden crear un vínculo ético que no es de obligatorio cumplimiento⁶⁶.

Según algunos autores los proyectos mundiales, además de imprimir un compromiso para los Estados y las empresas, también constituyen un marco de principios y líneas de acción que se fundamentan en el respeto de los derechos del ser humano y de las libertades fundamentales^{67, 68}. Estos principios, enunciados en la Declaración Universal de 1948 y desarrollados en los Pactos Internacionales de 1966, abarcan aspectos de la vida política, económica, social y cultural de los países: Declaración de Río, Objetivos del Milenio, Pacto Global de las Naciones Unidas, Líneas Directrices de la OCDE, Libro Verde de la Unión Europea, Foro de Lisboa 2000, Alianza Europea de RSC, entre otros. El rango de referencia para las organizaciones es muy amplio y va desde el mínimo exigido que es cumplir estrictamente con la

legislación hasta la de alcanzar un modelo de gestión socialmente responsable⁶⁹.

Implicaciones éticas de la responsabilidad social para las empresas y otras instituciones

El fin de la actividad de una organización, según González⁷⁰, ha de ser la satisfacción de las necesidades de una sociedad prestando servicios a la comunidad, proporcionando a sus miembros satisfacción personal y realización de sus capacidades, y logrando legitimidad, todo esto dentro de un marco de valores que promuevan el bien común y la dignidad de los seres humanos. Para que dicha actividad tenga lugar se requiere de la cooperación, pues las empresas son formas cooperativas de búsqueda del bien humano: interacciones instituidas entre los seres humanos en torno a la resolución de necesidades sociales y a la garantía de libertades y derechos básicos.

De acuerdo con Calvo⁷¹, para las diversas instituciones públicas y privadas es necesario partir del sentido y de los valores que corresponden a una institución, lo mismo que de las responsabilidades propias de la cooperación con otras instituciones. Las interacciones de una empresa incluyen no solo a quienes trabajan en ella, sino a la comunidad, que es usuaria de sus servicios o de sus productos, y que se ve afectada por la actividad de la misma. A continuación se señala las implicaciones éticas de la RS de las empresas para con diferentes actores sociales (Cuadro 2).

Cuadro 2. Responsabilidad social de las empresas para con otras instituciones

Con las instituciones	Cumplimiento de los requisitos legales. Respeto del principio de legalidad Equilibrio entre transparencia y efectividad
Con el Estado y los gobiernos	Cooperación con la gestión del Estado Gestión de programas que promocionen el desarrollo Cooperación para la solución de problemas sociales y de la administración Cooperación para un desarrollo económico viable

Cuadro 2. Responsabilidad social de las empresas para con otras instituciones (Continuación)

Con la comunidad	Retribución justa hacia la comunidad por impuestos pagados Respeto de los derechos de los consumidores Elaboración de guías a los consumidores Promoción de estilos de vida saludables Productos y servicios de calidad Ofrecimiento de precios justos Garantía del producto o servicio
Con los empleados	Respeto de las normas laborales Respeto y valoración del trabajador Retribución justa y reconocimiento público Mejora de las condiciones laborales Promoción de proyectos de vida
Con el medio ambiente	Disminución del impacto ambiental Protección de los recursos Desarrollo sostenible Uso de energías limpias Promoción de procesos de formación Desarrollo de procesos de investigación

Fuente: el autor

Conclusiones

Las empresas muestran una función creadora de identidad en la sociedad y son una verdadera institución social, debido a que instauran un conjunto de relaciones sociales y culturales que producen nuevas identidades, en donde se desarrollan relaciones de oposición y de alianza, y surgen relaciones de trabajo de forma interactiva y estratégica. La concepción social de la empresa rompe con los modelos de estrategia en términos de oportunidades de poder e incluyen la función de los valores y lógicas colectivas que permean las prácticas sociales. La noción de responsabilidad social ha llevado a considerar a las diversas organizaciones como agentes éticos pues no se trata ni de una persona moral ni de una suma de individuos, sino de comunidades vinculadas por valores, hábitos y actitudes comunes, definidos en una misión que debe resultar legítima para la sociedad.

Una organización opera como comunidad si vive de valores fundamentales que hacen viable para las personas el sentido de una identidad redefinida desde la apertura a los requerimientos de los otros. Al definir a la orga-

nización como comunidad se señala que es el espacio en el cual se forman esos valores comunes, formando una significación compartida que muestra una identidad reconocible.

La RSE es una responsabilidad moral o ética que se concreta en unos deberes u obligaciones en relación con acciones, conductas o políticas que la empresa debe llevar a cabo. Es social por cuanto está abierta a la rendición de cuentas ante las personas y las comunidades ante las que se ejerce. Además de esto, se atribuye a la organización en su totalidad convirtiéndose en una responsabilidad colectiva, y también recíproca con los *stakeholders*. Por esto, no es primariamente una obligación legal (aunque puede serlo también); su obligatoriedad se deriva de la ética, no de la ley, y va más allá de lo que manda la ley; es, por tanto, voluntaria, pero no discrecional, sino que tiene la obligatoriedad de la ética.

Las acciones de RSE ofrecen beneficios visibles para la empresa, y es importante comunicar la realización de estas acciones a los consumidores y al público en general, manteniendo el equilibrio entre su realización y su publicación para evitar divergencias entre lo que

se hace y lo que se percibe. La RSE ha empezado a ocupar un importante espacio en las relaciones entre los distintos agentes económicos. En este sentido, la transparencia en la actuación de las empresas y en la información clara, veraz y oportuna sobre la misma se ha convertido en un factor relevante. Es así, como el comportamiento moral en la empresa suele utilizarse como estrategia y estar acompañado de una mejora en los resultados.

Referencias bibliográficas

1. VIDAL VEGA, Javier y Romero Portillo, José. La denuncia social en Internet: Wikileaks y la filtración de documentos secretos. En: Actas II Congreso Internacional Latina de Comunicación Social. Universidad La Laguna, diciembre, 2007.
2. EVANS, Michael. Los falsos positivos son una práctica vieja en el Ejército. Artículo de prensa de la Revista Semana publicado el miércoles 7 de enero de 2009.
3. DE LA CUESTA GONZÁLEZ, Marta. El por qué de la Responsabilidad Social Corporativa. En: Boletín Económico de ICE. 2004. N° 2813, p. 45-58.
4. ACEITUNO, Pedro. La Responsabilidad Social Corporativa como instrumento de atracción del conocimiento científico para superar la crisis económica actual. [En línea]. Madrid: Facultad de Administración y Dirección de Empresas Universidad a Distancia de Madrid, 2009. [Recuperado el 20 de diciembre de 2011]. Url disponible en: <http://aeca.es/xvcongresoaeaca/cd/8h.pdf>
5. SALAMON, Lester M. Global Civil Society: dimensions of the Nonprofit Sector. Baltimore: Johns Hopkins Center for Civil Society Studies, 1999.
6. LOZANO, Josep M.; *et al.* Los gobiernos y la responsabilidad social de la empresa: Políticas públicas más allá de la regulación y la voluntariedad. Madrid: Granica, 2005.
7. McPHAIL, K. & AIDAN, D. Integrating Social Concerns into Private Sector Decision-making. A Review of Corporate Practices in the Mining, Oil and Gas Sectors. En: World Bank Discussion Papers, N° 384, 1998.
8. DE LA CUESTA GONZÁLEZ; Op. Cit., 2004.
9. En el año de 1992 en Río de Janeiro, Brasil, se llevó a cabo la Cumbre de la Tierra o Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo (CNUMAD), en la que 172 gobiernos aprobaron tres acuerdos en materia de Desarrollo Sostenible. La declaración, uno de los tres acuerdos, adoptada por los gobiernos está constituida por 27 principios (...). (Avendaño Castro, William Rodrigo; Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y desarrollo sostenible: una mirada desde la Declaración de Río de 1992. En: Respuestas. 2011. Vol. 16, N°2, p. 45-59.
10. El Pacto Global recoge diez principios divididos en cuatro ámbitos. Derechos Humanos: apoyar y respetar la protección de los derechos humanos (1°), no ser cómplice de abusos de los derechos (2°); Laboral: apoyar los principios de la libertad de asociación y sindical y el derecho a la negociación colectiva (3°), eliminar el trabajo forzoso y obligatorio (4°), abolir cualquier forma de trabajo infantil (5°), eliminar la discriminación en materia de empleo y ocupación (6°); Medio Ambiente: apoyar el enfoque preventivo frente a los retos medioambientales (7°), promover mayor responsabilidad medioambiental (8°), alentar el desarrollo y la difusión de tecnologías respetuosas del medioambiente (9°); y Anticorrupción: las empresas deberán trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y criminalidad (10°).
11. Esta Ley es una evidencia de la postura social, política y económica del Estado en su lucha por mitigar la corrupción en el país.
12. TORO, Daniela. El enfoque estratégico de la Responsabilidad Social Corporativa: revisión de la literatura académica. Universitat Politècnica de Catalunya. En: Intangible Capital. 2011. Vol. 2, N° 14, p. 338-358
13. KIRSCHNER, Ana. La Responsabilidad Social de la empresa. En: Nueva sociedad. 2005. p. 202.
14. GARCÍA-MARZÁ, Domingo. La responsabilidad social de la empresa: una definición desde la ética empresarial. Universitat Jaume I. En: R. V. E. H. 2004. N° 12.
15. SAINSAULIEU, Renaud y SEGRESTIN, Denis. Vers une théorie sociologique du travail. En: Sociologie du travail. 1986. p. 342-343.
16. KIRSCHNER, Ana. Les entrepreneurs face à l'intervention et au retrait de l'Etat: l'industrie du blé au Brésil. Institut des Hautes Études de l'Amérique Latine. París: Université Paris III, 1995.
17. KIRSCHNER, Ana María. La Responsabilidad Social de la Empresa. En: Revista Nueva Sociedad. Marzo-abril 2004. N.º 202. [En línea]. [Recuperado el 27 de noviembre de 2011]. Url disponible en: http://www.nuso.org/upload/articulos/3343_1.pdf

18. DINIZ, Eli y BOSCHI, Renato. Lideranças empresariais e problemas da estratégia liberal no Brasil. En: Revista Brasileira de Ciências Sociais. N° 23, 1993.
19. GARRIGA, E. & MELÉ, D. Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the Territory. En: Journal of Business Ethics. 2004. Vol. 53, p. 52-71.
20. CARROLL, Archie B. The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders. En: Business Horizons. 1991. p. 39-48.
21. LOZANO, Josep M.; *et al.*, Op. Cit. 2005.
22. DE LA CUESTA GONZÁLEZ, Marta y VALOR MARTÍNEZ, Carmen. Responsabilidad social de la empresa: concepto, medición y desarrollo en España. En: Boletín Económico de ICE. N° 2755, 2003.
23. LINDBAEK, Jannik. La ética y la responsabilidad social empresarial. Seminario Internacional "Capital social, ética y desarrollo: los desafíos de la gobernabilidad democrática". [En línea]. Caracas: Insumisos, 2003. [Recuperado el 19 de octubre de 2011]. Url disponible en <http://www.insumisos.com/lecturasinsumisas/La%20etica%20y%20la%20responsabilidad%20social.pdf>
24. LAFUENTE, Alberto; *et al.* Responsabilidad Social Corporativa y Políticas Públicas. Madrid: Fundación Alternativas, 2003.
25. Valga la pena aclarar que "cuando se habla de la RSE, es preciso tener presente la existencia de aproximaciones no coincidentes, y eso solo si nos centramos en Europa y Estados Unidos y nos permitimos olvidar el resto del mundo. En Estados Unidos, los temas referentes a la RSE ponen el acento, especialmente, en la gestión de la relación con los stakeholders (sobre todo con los que tienen más capacidad de presión), en el establecimiento de relaciones con la comunidad y en actuaciones empresariales hacia la sociedad que, muy a menudo, se califican como RSE debido a que están protagonizadas por empresas, más que por el hecho de que afecten al núcleo del negocio de estas. Mientras tanto, en Europa, la RSE tiende a vincularse cada vez más a una visión de conjunto de la empresa, con una mayor atención a todos los procesos en los que se halla involucrada y una mayor sensibilidad hacia el contexto político y social en el que actúa". LOZANO, Josep M.; Op cit. 2005.
26. FREEMAN. Responsabilidad social de la empresa: concepto, medición y desarrollo en España. 1984. citado por De la Cuesta González, Marta y Valor Martínez, Carmen, 2003.
27. LAFUENTE, Alberto; Op. Cit., 2003.
28. FRIEDMAN, M. Capitalism and freedom. Chicago: University Press, 1962.
29. CARROLL, Archie B.; Op. Cit., p. 39-48.
30. *Ibíd.*, p. 39-48.
31. *Ibíd.*, p. 39-48.
32. *Ibíd.*, p. 39-48.
33. DE LA CUESTA GONZÁLEZ, Marta y VALOR MARTÍNEZ, Carmen; Op.Cit. 2003.
34. RODRÍGUEZ FERNÁNDEZ, J. M. Responsabilidad Social Corporativa: ¿filantropía estratégica u otro modelo de empresa?. En: Revista AECA. Enero-abril, 2006. N° 74, p. 11-15.
35. LIZCANO, José Luis. Buen gobierno y responsabilidad social corporativa. En: Partida Doble. 2006. N° 182, p. 20-35.
36. BENAVIDES DE BURGA, Marcela y GASTELUMENDI, Guida. Responsabilidad social empresarial: un compromiso necesario. Biblioteca en Responsabilidad Social. Perú: SASE, 2001.
37. SCHMIDHEINY, S. La visión del empresario para el desarrollo sostenible a través de la responsabilidad social. En: V Encuentro nacional de la empresa privada, 2004. [En línea]. [Recuperado el 18 de mayo de 2011]. Url disponible en: <http://www.anep.org.sv/ENADE2004>.
38. DÍEZ, Elieth. La cultura y la responsabilidad social: binomio estratégico en las organizaciones. En: Visión gerencial. Año 6 (2), 2007. pp. 231-244. ISSN 1317-8822
39. ZORRO, Carlos. Ética y responsabilidad social en el mundo globalizado. Universidad de los Andes, Colombia. *En*: Éthique et économique/Ethics and Economics. 2011. Vol. 8, N°1, p. 76-94
40. BOZA, José y PÉREZ, Daniel. Estudio de la responsabilidad social de las empresas. Aplicaciones a las empresas de Gran Canaria. *En*: Economic Analysis Working Papers. 2009. Vol. 8, N°4, p. 1-16
41. VELÁSQUEZ, M. G. Ética en los negocios. Conceptos y casos. 6ª ed. México: Prentice Hill - Pearson Educación, 2005. 437 p.
42. PORTER, Michael E. & KRAMER, Mark R. Strategy and Society: the link between competitive advantage and Corporate Social Responsibility. *En*: Harvard Business Review. Diciembre 2006. p. 78-92.
43. MÉNDEZ, Teresa; Ética y Responsabilidad Social Corporativa. En: Ética y Economía No 823. Universidad Complutense de Madrid, 2005.

44. *Ibíd.*
45. BOZA, José y PÉREZ, Daniel; *Op Cit.*, p. 1-16
46. TREVIÑO, L. K. *Business Ethics and the Social Sciences. A Companion of Business Ethics*, Oxford: Blackwell, 2002.
47. PORTER, Michael E. y KRAMER, Mark R. *Creating Shared Value. How to reinvent capitalism – and unleash a wave of innovation and growth.* *En: Harvard Business Review*. Enero-febrero 2011. p. 1-17.
48. CAJIGA, Juan. *El concepto de Responsabilidad Social Empresarial*. México: Centro Mexicano para la filantropía (Cemefi), 2007.
49. CARROLL, Archie B. *Ethics in Management. A Companion of Business Ethics*. 2ª Ed. Oxford: Blackwell, 2002.
50. *Ibíd.*
51. ÁLVAREZ, D. y DE LA TORRE, J.; *100 preguntas básicas sobre ética de la empresa*. Madrid: Dykinson, 2004.
52. BATSTONE, D. *Salvar el alma de la empresa. Empresa Activa*, Madrid, 2004.
53. BYRNE, J. A. *How to Corporate Governance.* *En: Business Week*, 2002.
54. Francés, P. *La ética de los negocios*. Bilbao: Desclée de Brouwer, 2004. (Colección Ética Aplicada).
55. CORTINA, Adela. *Ética de la empresa*. México: Editorial Trotta, 1996. 184 p.
56. SOLOMON, Robert. *It's Good Business. Ethics and Free Enterprise for the New Millennium*. Lanham, Maryland: Rowman & Littlefiel Publishers, Inc., 1997.
57. LOZANO, Josep M.; et al., *Op. Cit.* 2005.
58. GARCÍA, D. *Auditoría ética: un instrumento para el diálogo empresarial.* *En: Sistema*. 2003. N° 174, p. 3-20.
59. GARCÍA, Domingo. *La Responsabilidad Social de la empresa: una definición desde la ética empresarial.* *Universitat Jaume.* *En: RVEH*. 2004. N° 12,
60. *Ibíd.*
61. MARTIN, Cristina. *El Club Bilderberg: los amos del mundo*. Barcelona: Arcopress, 2008.
62. GARCÍA, Domingo.; *Op. Cit.*, 2004.
63. BOZA, José y PÉREZ, Daniel; *Op. Cit.*, 2009.
64. BENAVIDES, Marcela; *Op. Cit.*, 2001.
65. YERA, Trinidad y PIN, José. *La demanda social de la responsabilidad pública: marco de referencia sobre RSC y buen gobierno.* *Universidad de Navarra. Documento de investigación DI-851, Navarra - España*, 2010.
66. NIETO MALPICA, Jorge. (Edit.) *Sociedad, desarrollo y movilidad en comunicación*. México: Universidad Autónoma de Tamaulipas , 2010.
67. BOZA, José y PÉREZ, Daniel; *Op. Cit.*, 2009.
68. YERA, Trinidad y PIN, José; *Op. Cit.*, 2010.
69. PREUSS, T. *A reluctant stakeholder? On the perception of corporate social responsibility among European trade unions.* *En: Business Ethics: A European Review*. 2008. Vol. 17, Issue 2, p.149-160.
70. GONZÁLEZ, Elsa. *La investigación en la ética empresarial.* *En: I Jornades per al Foment de la Investigació en Ciències Humanes i Socials*, 1996.
71. CALVO, Cristina. *Las diferentes teorías que sustentan la Responsabilidad Social de la Empresa: estado de situación y prospectiva.* *En: CRISES-UQAM Université du Quebec à Montreal, Canadá*, 2000.