REVISION DOCUMENTAL ACERCA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE)

ABELLA MIRANDA MONICA ESTHER

ALCOCER TOLOZA FELIPE

BAENA TORNE KARINA LILIANA

GRIMALDO LOIDA

UNIVERSIDAD SIMÓN BOLÍVAR

PROGRAMA DE PSICOLOGÍA

No. Teléfono 3605975

No Fax 3605975

moesabmi@hotmail.com

2008

REVISION DOCUMENTAL ACERCA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE)

CONTENIDO

INTRODUCCION, 5

1. DESCRIPCION DEL PROBLEMA, 7
2. JUSTIFICACION, 10

3. OBJETIVOS, 13

3.1 Objetivo General

3.2 Objetivos Específicos

4. MARCO TEORICO, 14

4.1 Revisión Bibliográfica

4.1.1 Fases del Proceso de Revisión Bibliográfica o Documental

4.1.2 Utilidad de la Revisión Bibliográfica 16

4.1.3 Tipos de documentos 17

4.1.4 Etapas de la búsqueda Bibliográfica

4.1.5 Redacción de la Revisión Bibliográfica 19

4.2 La Responsabilidad Social Empresarial

4.3 Antecedentes de la Responsabilidad Social 36

4.4 Conceptos de Responsabilidad Social, 42

4.5 Principios Generales de la Responsabilidad Social, 61

4.6 Principios Universales de la Responsabilidad Social, 64

4.7 Responsabilidad Social a Nivel Mundial, 73

4.7.1 Organizaciones a Nivel Mundial, 75

4.8 Responsabilidad Social en Latinoamérica, 78

4.9 La Responsabilidad Social en Colombia, 85

4.10 Antecedentes Legales en Colombia, 92

5. DEFINICIÓN DE VARIABLES, 98

5.1 Definición Conceptual, 98

5.2 Definición Operacional, 99

6. METODOLOGÍA, 100

6.1 Paradigma

6.2 Tipo de Investigación, 101

6.3 Población 102

6.4 Muestra Documental 103

6.5 Técnicas E Instrumentos, 104

6.6 Procedimiento, 105

7. CONCLUSIONES, 107

8. RECOMENDACIONES, 109

REFERENCIAS, 111

INTRODUCCION

La presente investigación hace una revisión general de las actividades en materia de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), sus antecedentes a nivel Mundial, en América Latina y Colombia. La cual se fundamenta en la revisión documental de literatura, análisis de información, revistas, folletos, información de Internet, entre otros, etc.

Asimismo, intenta proporcionar elementos para entender la naturaleza, magnitud y dirección de las actividades de Responsabilidad Social Empresarial. El propósito principal de la investigación será entonces conocer a fondo la importancia que tiene la RSE y el compromiso con la sociedad.

Este proyecto se inicia con una presentación general de la RSE y una introducción a los aspectos conceptuales y explicativos involucrados. Enseguida se hace una presentación de los principios por los cuales se rige la RSE. Y concluye con una información mas clara del concepto RSE y su aplicación en las empresas.

La investigación proporciona una bibliografía relevante respecto al tema y una lista de sitios Web con igual contenido que servirán de referencia a futuras investigaciones ya que este tema es de gran valor para el programa de Extensión de la Universidad Simón Bolívar.

Esperamos que esta revisión documental resulte de gran utilidad y sea el inicio a futuros trabajos de investigación, porque el propósito debe ser lograr incorporar la Responsabilidad Social Empresarial dentro de las estrategias de negocio de cada empresa.

1. DESCRIPCION DEL PROBLEMA

El presente trabajo tiene como objetivo hacer una revisión documental sobre la Responsabilidad Social Empresarial; para conocer sus orígenes, importancia, beneficios y aportes que este tema le hace a la sociedad, y a la vez, estar al tanto de como se puede contribuir a un mejor desarrollo del ser humano.

Ahora bien; considerando que una empresa comprometida con la sociedad parte de la conformación de hombres y mujeres socialmente responsables, cumplen con un mínimo de normatividad y los deberes legales; considera de sus empleados su capital más valioso, conserva el medio ambiente, compite con lealtad y está sensibilizada con la problemática actual de su comunidad, tiene bases para el manejo de su Responsabilidad Social.

Teniendo en cuenta que el tema de investigación Responsabilidad Social Empresarial es relativamente nuevo en Colombia, ya algunas empresas del país son pioneras en la materia. Una de ellas es el Centro Colombiano de Responsabilidad Empresarial (CCRE), que según encuesta realizada en el año 2006, reveló que las empresas Colombianas tienen un bajo nivel de conocimiento del tema por parte de empresarios y ciudadanos, pobre acceso a herramientas de gestión relevantes y grandes vacíos de comunicación.

Pero de igual forma se encontró según en el reporte; experiencias exitosas, alto compromiso social de muchas organizaciones referente a la Responsabilidad Social Empresarial.

Respecto a su gran importancia, el programa de Extensión de la Universidad Simón Bolívar y los investigadores, estamos interesados en conocer a fondo a cerca de la Responsabilidad Social Empresarial, dado que uno de los propósitos a corto plazo debe ser fomentar la comprensión y apropiación del concepto de Responsabilidad Social Empresarial como instrumento de trabajo dentro de las organizaciones; al igual que lograr promover, sensibilizar e incentivar cambios dentro de la cultura organizacional en las diferentes empresas y así, poder introducir la RSE como una herramienta fundamental de impacto para el desarrollo y mejoramiento de la gestión empresarial.

Es allí donde los futuros egresados de todas las áreas de la Universidad Simón Bolívar lograran trascender al percibirla como una fuente de trabajo por explorarla, aprenderla y a futuro trabajar en grupos interdisciplinarios los hará unos profesionales integrales y que cumplirán las expectativas de las organizaciones donde se encuentren.

Por último, y con respecto a la importancia de este estudio a nivel general es que actualmente se están dando cambios en la forma de gestión, de hacer negocios, donde los clientes o consumidores están mas informados y a las organizaciones les cuesta más diferenciarse en el mercado, para hacerlo deben asumir el compromiso con todas las partes involucradas pero en especial con la sociedad. Esto conlleva a actualizar los conceptos referentes a la responsabilidad social de la cual se hace la siguiente revisión documental acerca de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE)**.**

2. JUSTIFICACION

La adopción de la Responsabilidad Social Empresarial constituye un conjunto de normas y principios que nos permitirá avanzar en el conocimiento de cómo llevarla a cabo en las organizaciones y el impacto que transmite al desarrollo de un mejor país.

Ahora bien, asumir una posición de indiferencia ante los crecientes problemas que están afectando a la humanidad (contaminación ambiental, violencia, desorden social, pérdida de principios y valores, aumento de los estados depresivos, deslegitimación del orden establecido y más), es posible que ante la apatía de los diferentes entes de la sociedad se puedan presentar problemas muy graves afectando a las comunidades. Son las empresas, los profesionales, el Estado y las entidades educativas las que deben asumir una posición de liderazgo para combatir estos flagelos.

Por afectados que estemos, es hora de replantear la responsabilidad social de la empresa en todas sus dimensiones, pues de no hacerlo, podríamos sufrir graves consecuencias. De igual forma es responsabilidad de los padres de familia, los maestros de colegios y escuelas, las universidades, los gremios empresariales, los gobiernos territoriales, el Estado, la iglesia y todas aquellas personas y organizaciones que de alguna forma inciden hoy en el mañana, los llamados a asumir un liderazgo con una

posición ética, moral y de responsabilidad que no permita seguir destruyendo nuestro futuro.

A partir del previo conocimiento de las normas y principios de la Responsabilidad Social Empresarial, hacemos una revisión documental para que el programa de Extensión de la Universidad Simón Bolívar pueda contribuir a la formación de líderes empresariales, que incursionen estratégicamente en la resolución de problemas sociales y que a la vez generen ventajas competitivas para las empresas.

Esta investigación es de gran interés para los profesionales tales como: sociólogos, psicólogos, trabajadores sociales, gerentes, administradores, entre otros; dado que la importancia principal de ellos, es conocer, como se deben llevar a cabo el programa de Responsabilidad Social y aplicarlos a sus organizaciones, conocer la manera como estos generan cambios en las actividades del ser humano. Para la universidad seria importante trabajar de manera articulada con la facultad de psicología sobre el tema de Responsabilidad social empresarial en el contexto de universidad, empresa, Estado y Sociedad civil ya que aportaría a la formación ciudadana, y al desarrollo desde el punto de vista social siendo este nuestro mayor énfasis no solo como psicólogos si no como universidad.

Del mismo modo es necesaria la preparación de éstos profesionales para que a futuros sean altamente competitivos, especialistas en el tema y que puedan desempeñarse como asesores, consultores de empresas. Y así lograr aumentar los beneficios de los diferentes gremios y el bienestar de las comunidades, desde la Universidad hacia la sociedad.

Es así como una de las funciones de este trabajo es dar a conocer de manera amplia el tema de la responsabilidad social empresarial ya que actualmente nivel global se están dando cambios en las organizaciones y una de ellas es la toma de conciencia que debe existir un equilibrio entre lo social y lo ambiental, además de lo económico lo cual traerá como consecuencia la mejora de la sociedad.

Metodológicamente se deben diseñar programas que vayan acorde a las necesidades de las empresas y que busquen el beneficio de la comunidad.

3. OBJETIVOS

3.1 Objetivo General

Elaborar una revisión documental a cerca de la Responsabilidad Social Empresarial.

3.2 Objetivos Específicos

Definir los orígenes, importancia, beneficios y aportes de la Responsabilidad Social Empresarial.

Explicar las bases teóricas de la Responsabilidad Social Empresarial.

Facilitar la comprensión y apropiación del concepto Responsabilidad Social Empresarial como instrumento de trabajo dentro de las organizaciones.

Explicar teóricamente las acciones que se llevan a cabo para implementar la Responsabilidad Social Empresarial en las organizaciones.

4. MARCO TEORICO

4.1 Revisión Bibliográfica o Documental

La Revisión bibliográfica o documental comprende todas las actividades relacionadas con la búsqueda de información escrita sobre un tema acotado previamente y sobre el cual se reúne y discute críticamente toda la información recuperada y utilizada. Su intención va más allá del simple hojear revistas para estar al día en los avances alcanzados en una especialidad, o de la búsqueda de información que responda a una duda muy concreta, surgida en la práctica asistencial o gestora. El investigador desea una perspectiva completa sobre el acumulado respecto a un tema y para alcanzarlo deberá desplegar una estrategia eficiente, entiéndase como tal, aquella que le garantice recuperar el mayor número de documentos esenciales relacionados con su investigación.

4.1.1 Fases del Proceso de Revisión Bibliográfica o Documental

En la Detección de la literatura y otros documentos: (Danke, 1968), citado por (Hernández, 2003), distingue tres tipos básicos de fuentes de información bibliográfica o revisión de la literatura y proporcionan datos de primera mano o Fuente Primaria, por

ejemplo, libros, artículos, monografías, tesis, etc. Documentos oficiales, reportes de asociaciones, trabajos presentados en conferencias o seminarios.

Fuentes Secundarias: son compilaciones procesadas y productos de la información de primera mano, donde se comentan brevemente artículos, libros, tesis y otros documentos relevantes.

Fuentes Terciarias: Son compendios productos de reunir información de fuentes secundarias.

Para identificar la literatura de interés que servirá para elaborar el marco teórico se puede iniciar la revisión bibliográfica con la consulta de las fuentes primarias, teniendo en cuenta que el investigador puede ser conocedor del origen de la información de primera mano. También puede iniciarse consultando uno o varios expertos en el tema que oriente a la detección de la lectura pertinente y acudir a fuentes secundarias para llegar a fuentes primarias. Acudir a fuentes terciarias para localizar fuentes secundarias y lugares donde puede obtenerse información, para detectar a través de las fuentes primarias de interés.

(Hernández 2003), explica en su libro que existen diversas maneras de recopilar la información extraída de las referencias, de hecho cada persona puede idear su propio método de acuerdo con la forma en que trabaja. Algunos autores sugieren el uso de fichas. Sin embargo, la información también puede recopilarse en fichas sueltas,

libretas o cuadernos, lo importante es extraer los datos y las ideas necesarias para la elaboración del marco teórico.

Una vez obtenidos los documentos identificados en la revisión bibliográfica, se trata de valorarlos con criterios que permitan descartas aquellos que contienen errores metodológicos y que podrían conducir a conclusiones equivocadas. Pero además, es preciso redactar los resultados de la revisión haciendo énfasis en los aspectos aplicables a la investigación que va a emprenderse.

4.1.2 Utilidad de la Revisión Bibliográfica

Sus objetivos son: conocer el estado actual del tema, averiguando qué se sabe y qué aspectos quedan por estudiar: Identificar el marco de referencia, las definiciones conceptuales y operativas de las variables en estudio que han adoptado otros autores; descubrir los métodos y procedimientos destinados a la recogida y análisis de datos, utilizados en investigaciones similares.

Los resultados de la revisión bibliográfica sirven para explicar las razones que han conducido o motivado la elección de un problema concreto. En consecuencia, de su lectura se deben desprender los objetivos y las hipótesis que se quiere analizar a través de la investigación que se acaba de iniciar.

4.1.3 Tipos de Documentos

*Primarios***:** Son los originales que transmiten una información directa (artículos originales, tesis doctorales, etc.).

Secundarios: Son los que hacen referencia a los documentos primarios y de los que ofrecen una descripción (autor, título, revista, etc.); algunos documentos secundarios son los catalogados, las bases de datos bibliográficos (Medline; Biblioteca Cochrane, Enrase, etc.), las revisiones sistemáticas y los resúmenes.

Terciarios: Son los que sintetizan los documentos primarios y secundarios para responder a nuestras necesidades particulares (p.e. un directorio de bases de datos bibliográficas en ciencias de la salud).

4.1.4 Etapas de la búsqueda Bibliográfica

La búsqueda automatizada se inicia con la pregunta objeto de estudio, que suele contener algunas de las palabras claves o descriptores (términos controlados que definen un artículo dentro de la referencia bibliográfica) que guiarán una búsqueda metódica. Después de emplear una estrategia adecuada, habremos encontrado una serie de referencias bibliográficas de artículos cuyo título puede interesarnos.

Si además incorporan los resúmenes, su lectura nos permitirá una primera valoración sobre si merece la pena la obtención del artículo completo.

Para la organización de la búsqueda bibliográfica se utilizaron cuatro (4) dimensiones:

Localizar: la cual consistió en la ubicación física de las referencias bibliográficas utilizadas.

Seleccionar: consistió en el establecimiento de los parámetros de selección de la información pertinente al tema escogido.

Consultar: nos basamos en la revisión de la literatura seleccionada, utilizando fichas bibliográficas para la recolección de la información.

Sistematizar: se refiere a la categorización de la información sobre el tema seleccionado, en este caso, sobre la Responsabilidad Social Empresarial.

Las referencias bibliográficas correspondientes a los artículos se pueden identificar de dos modos:

a) A través de palabras utilizadas por los autores (textwords).
b) A través de thesaurus, que es un diccionario controlado de términos asignados por los indexadores, para clasificar los artículos.

4.1.5 Redacción de la Revisión Bibliográfica

Es recomendable exponer la estrategia de búsqueda automatizada empleada. Esta incluirá: las bases bibliográficas, las palabras claves o descriptores, los años e idiomas consultados; también es aconsejable indicar las combinaciones (operadores And, Or, Not) y los limitadores (tipo de artículo, subencabezamiento…). Además sintetizar con las propias palabras, los aspectos metodológicos y los resultados de los estudios que son de gran interés para la actual investigación.

4.2 La Responsabilidad Social Empresarial

El hablar de Responsabilidad Social Empresarial data de mediados del siglo pasado, no obstante, en los últimos años se han acentuado la discusión sobre la materia, la creciente globalización que ha impulsado la apertura mundial de los mercados y dos eventos suscitados al final del siglo le otorgaron un matiz más relevante:

El primero, se asocia a la iniciativa de la Secretaría General de las Naciones Unidas con la creación del Pacto Global (1999/2000), red de participación voluntaria destinada a profundizar y compartir experiencias prácticas sobre cultura de responsabilidad social corporativa a través de la formulación e implementación de los diez principios inspirados en el marco jurídico internacional, divulgados por mediación de “La comunicación sobre el Progreso”, vinculados a los Derechos Humanos, a estándares en

el trabajo y al medio ambiente, que se proponen contribuir a que los mercados sean más sustentables con la participación voluntaria de todos. Por otra parte, persigue promover una relación sinérgica entre empresa y sociedad dando especial importancia a los sectores menos favorecidos. Su finalidad es fortalecer los pilares sociales de los cuales cualquier economía, incluida la economía global debe estar identificada si quiere sobrevivir y crecer.

El segundo, corresponde a lo planteado por La Comisión de la Unión Europea (2001) con la creación del Libro Verde, cuyo propósito es fomentar un marco europeo para la Responsabilidad Social de las Empresas, invitándolas a realizar sus actividades atendiendo al trinomio: Desarrollo económico, cohesión social y medioambiental. Estableciendo relaciones entre empresa y sociedad, describen lo que deberían ser las finalidades y responsabilidades de las empresas, que deben considerar las demandas y precisiones de los consumidores, los trabajadores, inversionistas y de la opinión pública, a favor de una ampliación de las responsabilidades empresariales, mas allá de las exigencias contempladas en las leyes y regulaciones. En este libro, la Responsabilidad Social Empresarial se define 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 (...). Esta responsabilidad se expresa en relación con los asalariados, y de manera más general, con todas las partes involucradas (stakeholders) que se preocupan por la empresa y que a la vez, desean influir en su éxito". (p. 46)

Esta definición contempla, los elementos esenciales de la Responsabilidad Social: La adopción por parte de la empresa de un papel socialmente activo a través de la incorporación de los valores universales aceptados, tanto en su filosofía de gestión como en todas sus prácticas, lo que implica ampliar sus objetivos, más allá de lo económico y de las exigencias legales, incorporando la naturaleza voluntaria en esa adopción. La empresa decide voluntariamente a contribuir al logro de una sociedad mejor y un medio ambiente más limpio.

En el contexto del Seminario Itinerante: Responsabilidad Social Empresarial CEDES (2001), en función de las diferentes experiencias y visiones de los distintos participantes concertó en una definición compartida a cerca de la Responsabilidad Social Empresarial, como:

> Un compromiso integral de la empresa, asumido en toda su red de relaciones incluyendo: consumidores, accionistas, empleados, gobierno, medio ambiente y comunidad, de contribuir con el desarrollo, el bienestar y el mejoramiento de la calidad de vida de los empleados, sus familias y la comunidad en general, ligado a valores éticos, y apegado a la legalidad y el respeto por la dignidad humana, su comunidad y el medio ambiente.

Dentro de este marco de ideas, la responsabilidad social amerita ser entendida como un compromiso integral, un trabajo participativo con su personal y la sociedad en general para mejorar la calidad de vida, acorde con el desarrollo económico sostenible, con base en el crecimiento económico, la equidad social y la preservación del ambiente, incorporando en su actuar el componente ético y la observancia de los aspectos legales.

La organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico-OCDE (1976/2000), promueve y define la responsabilidad social empresarial mediante una serie de principios y normas para la conducta responsable generando directrices, especialmente para empresas multinacionales, las cuales contienen recomendaciones sobre aspectos sociales y ambientales. Promueve y define la Responsabilidad Social Empresarial, a través de una seria de principios y normas voluntarias para una conducta empresarial responsable, compatible con las legislaciones aplicables, potenciando la contribución de las empresas multinacionales al desarrollo sostenible que garantice una coherencia entre objetivos económicos, sociales y ambientales con el fin de restablecer y mantener la confianza del público en las sociedades y los mercados.

Sulbarán, J. (1995), acota: “El nuevo contrato entre la empresa y la sociedad aboga por la reducción del costo social originado por los efectos colaterales de las actividades de la empresa que resultan nocivos para la sociedad” (p. 229). Desde este enfoque, las empresas procura minimizar su impacto negativo en la sociedad, como una forma de contribuir al desarrollo de ésta y de la empresa; traducida la responsabilidad en

oportunidades de desarrollo del negocio, dado que crece y compite en armonía personas-comunidad- medioambiente, producto de una toma de conciencia de su papel en la sociedad y el de esta para la empresa, por cuanto no prosperaría en una sociedad que fracasa, en cambio en la medida que la sociedad se desarrolle en un ambiente sano y seguro en esa medida tendrá mayor posibilidad de desarrollo y expansión.

Siguiendo este orden de ideologías, Tálamo, G. (2003); concibe a:

> La Responsabilidad Social Empresarial, como el motor para el progreso social, como el compromiso de las empresas de contribuir al desarrollo económico sostenible, trabajando con sus empleados, sus familias, la comunidad y la sociedad en general para mejorar su calidad de vida. Por tanto, implica aplicar estrategias basadas en ética, integridad y valores sólidos, que ofrezcan beneficios económicos a las empresas y contribuyen al bienestar de la sociedad.

Vallaeys (2006), define la Responsabilidad Social de las Organizaciones como, "una Gerencia ética e inteligente de los impactos que genera la organización en su entorno humano, social, económico y natural, para el desarrollo sostenible del conjunto de la sociedad" (p. 5). Ante todo, el hecho de gerenciar los impactos de la organización en su entorno, comprometida a minimizar sus impactos negativos y a maximizar sus impactos positivos, trabajando para dar un servicio cada vez mejor a todos, en diálogo con las partes interesadas.

Gerencia inteligente, donde la gestión responsable de los impactos de la organización, deben de retornar en beneficios para la organización. Al ser socialmente responsable, la organización se desarrolla mejor en su entorno.

Por un lado, el concepto de responsabilidad social surge del quehacer, antes de la responsabilidad existe una acción que reclama la necesidad de hacerse responsable por las consecuencias que ella ha producido, en este contexto, referida a la acción de la empresa y su efecto sobre la sociedad en general, y por el otro, está siendo asociado la idea de desarrollo sustentable, en las dimensiones: práctica, en términos de satisfacción de demandas sociales y ética, enmarcada en los valores humanos fundamentales y en los niveles: global, las consecuencias sociales de su acción en el contexto mundial, de la humanidad, y loca, frente al entorno socialmente inmediato.

Por su parte, Ferrer (2001) señala:

> Que la naturaleza voluntaria en la adopción de la Responsabilidad Social Empresarial es motorizada por la ética aplicada entendida como: la ética empresarial es una parte de la ética aplicada, como lo es toda la ética de las organizaciones y de las profesiones, la cual tiene como objeto, reflexionar como aplicar principios a la actividad empresarial" (p. 46).

Esto se traduce no sólo en la aplicación de esos principios, sino en la identificación de los beneficios que cada una de esas aplicaciones debe proporcionar a la sociedad (impacto social), que objetivos o finalidad debe perseguir, y que valores y hábitos es imprescindible incorporar para alcanzarlas y sostenerlas en el tiempo.

En este orden, la ética y la Responsabilidad Social Empresarial están en estrecha vinculación e interrelación, con base en: 1) Una ética de responsabilidad por las consecuencias de las decisiones que se toma, 2) Los miembros de la empresa, consumidores y la sociedad en general son interlocutores válidos, 3) Los actores de la empresa han de cumplir con sus obligaciones y corresponsabilizarse por los resultados, basados en la cooperación, 4) La empresa ha de atenerse a un marco de justicia no solo legal, sino ante todo ético, 5) Su filosofía de gestión ha de estar fundamentada en los valores prácticas universalmente aceptados, enmarcados en la igualdad, el amor al ser humano y conciencia planetaria, 6) Poseer una cultura organizacional que ponga en práctica esos principios, 7) Compartir prácticas sostenibles que trascienda la filantropía la publicidad engañosa, sin fines de enseñanza o aprendizaje.

La Responsabilidad Social Empresarial, es un modo de gestión integral de la empresa, que se caracteriza por la gestión de impactos, la concientización en el plano social, ambiental y económico, donde la empresa se desenvuelve de forma socialmente responsable.

En resumen, la Responsabilidad Social Empresarial como práctica social, ha de ser incorporada en los planes de negocios corporativos, como herramienta de cambio, la empresa ha de ser cada día más consciente que para hacer negocios, es fundamental elevar la calidad de vida y los niveles de ingreso de la población. Así, una empresa socialmente responsable, mantiene mejores relaciones con sus trabajadores, clientes, proveedores y comunidad en general, lo cual redunda en la calidad de los productos y la productividad de sus actividades beneficiando a su entorno y fomentando el progreso hacia mejores condiciones de vida.

Precisamente desde finales de los años noventa, la idea de la responsabilidad social empresarial, comenzó a ser asumida por numerosos actores del contexto político y económico mundial, incluidas instituciones financieras, empresas, organizaciones, agencias de desarrollo, escuelas de negocio, inversores y algunos gobiernos. Aunque este concepto es relativamente novedoso, según (Melling y Jensen, 2002), citados por (Bull, 2004, p. 565-584)

En cuanto a que la responsabilidad social empresarial es un concepto que implica la necesidad y obligación de las empresas e instituciones que desarrollan algún tipo de actividad económica, de mantener una conducta respetuosa de la legalidad, la ética, la moral y el medio ambiente. Es el compromiso de la empresa en la contribución al desarrollo sostenible; lo cual implica la adopción de una nueva ética en su actuación en

relación a la naturaleza y la sociedad, un motivo de solidaridad, el sentido de responsabilidad por salvar las condiciones que sustentan la vida en el planeta, el tributo la calidad de vida de los grupos de interés (o stakeholders), sus familias y la comunidad. En este sentido Debeljuh (2004), explica que el término los "stakeholders" fue acuñado en 1963 cuando apareció en un memorando del Stanford Research Institute como un neologismo derivado de la palabra "stockholder" (accionista). Stakeholder puede ser definido "como cualquier grupo o individuo que puede afectar o ser afectado por la realización de los objetivos de la empresa. (p. 175)

Es así como las empresas, no solo desempeñan una función económica, sino además una función social y ambiental, que se valora en diversos aspectos tales cómo la calidad de vida laboral, el respecto y protección a los recursos ambientales, el beneficio a la comunidad, la comercialización y marketing responsables y la ética empresarial. Bajo este concepto de administración y management se engloban un conjunto de prácticas y sistemas de gestión empresariales voluntarios que, con el objetivo último de la sostenibilidad, persiguen la atención de las demandas de los colectivos con los que se relaciona, generando un nuevo equilibrio entre sus dimensiones económica, social y ambiental. Además, dentro del concepto de RSE caben también las prácticas relacionadas con el buen gobierno de las compañías, como es el compromiso de transparencia que adquieren las empresas con la sociedad y que hacen efectivo a través

de la rendición de cuentas en forma, normalmente, de informes o memorias anuales verificables por organismos externos.

La responsabilidad social empresarial supone por consiguiente, que la empresa se oriente no solo hacia la maximización de los beneficios económicos, sino también al bienestar social y protección ambiental. Los indicadores de comportamiento responsable de la empresa, se analizan tanto en cuanto a las actividades externas como internas; se consideran en este sentido, categorías de elevada relevancia tales como la calidad de los productos y servicios que se ofertan, la creación de empleos, la capacitación ambiental, salud y seguridad laboral, y los programas de promoción a través de los medios, en los cuales no se debe manipular las emociones, ni distraer al público de las fuentes reales de satisfacción de sus necesidades.

Adoptando entonces, una perspectiva sistémica del ambiente en sus dimensiones natural, social y económica, resulta indudable que apremia la incorporación de argumentos ecológicos y sociales a la planificación económica del desarrollo. Es decir, "enfrentar probablemente el más complejo reto que los negocios han enfrentado, que consiste en organizarse de manera armónica con los sistemas naturales y sociales, y asegurar prosperidad a corto y a largo plazo" (Dixon, 2003). Si la empresa asume ese reto, el éxito en este caso radica en la habilidad para prosperar, de una manera

responsable, y en trabajar con otros actores sociales y económicos para lograr modificaciones en el sistema económico. Teniendo en cuenta que las organizaciones no son solamente centros económicos, productores de bienes y servicios, sino también agentes socializadores, en los cuales se crean valores, patrones morales y éticos, se construyen y desarrollan procesos sociales y culturales; resulta imprescindible, en la implementación de estrategias, experiencias e iniciativas de responsabilidad social empresarial, el desarrollo y la promoción de una cultura y valores organizacionales coherentes con el modelo de la sostenibilidad, tales como apertura, participación, trabajo en equipos, colaboración, responsabilidad y procesos democráticos, solidaridad, compromiso, justicia, contribución, consenso, persistencia, equidad, sensibilidad, y honestidad.

Estos valores son los creadores de la integridad y la responsabilidad, son los forjadores del optimismo y la autoestima, y de las definiciones de quiénes somos. Se vuelven manifiestos y vivos mediante la acción, incluso la acción de la declaración sincera. Un compromiso con la línea de fondo de la ética, los valores y la integridad, contribuye al desarrollo de poderosas fuerzas relacionales, tales como comprensión, libertad, igualdad, justicia, imparcialidad, respeto, responsabilidad, moral y cohesión social, que son superiores en su propio derecho, y cuando no se cumplen, obstruyen la capacidad de alcanzar, incluso, las líneas de fondo financieras de la empresa.

Para las organizaciones, es por tanto esencial, reconocer que los valores representan un "capital ético" que apalanca la capacidad de crecimiento financiero al aumentar la unidad interna, moral, coherencia, orgullo, y la honestidad. (Goldsmirth y Cloke, 2002, p. 17).

La responsabilidad en este sentido, no reclama sólo la ética individual de las personas que componen las empresas, sino que ven en la organización en sí misma un ente con responsabilidad propia económica, social y medioambiental a la que debe exigírsele comportamientos acordes con dicha responsabilidad.

González (2004) argumenta:

> Que desde una perspectiva puramente macroeconómica, la gestión con criterios de responsabilidad social empresarial contribuyen sin duda al desarrollo sostenible y equilibrado del planeta. Si lo que perseguimos es generar riqueza de forma sostenible sin agotar los recursos naturales y minimizando la huella medioambiental de nuestra generación, pensando en las generaciones venideras, está claro que todos tenemos que mejorar los procesos para que así sea.

La responsabilidad social de la empresa supone, en sentido general, además del logro de los objetivos económicos; la aportación de beneficios al individuo, a los colaboradores y a la comunidad; el cumplimiento cabal de los principios éticos, cívicos y la normatividad legal; la capacitación de los empleados, no solo en asuntos relacionados con su desempeño laboral, sino también en aspectos relacionados con el mejoramiento personal, familiar y social; el aseguramiento de las condiciones laborales y de salud de las personas; así como la consideración de las decisiones en función de cuestiones éticas y ambientales.

Según González, T. (2005), las acciones que se pueden realizar en una empresa u organización, en los esfuerzos por desarrollar una verdadera responsabilidad social empresarial y contribuir con ello al desarrollo sostenible, deben orientarse hacia:

Tener una política de uso racional de los recursos que evite derroche, minimiza los problemas de basura e impacto ambiental por esta causa; participa con la junta de vecinos o la acción comunal en los temas y acciones de interés del sector o comunidad a la que se pertenece; servir a las entidades educativas, policiales y diferentes grupos comunitarios en la medida que sea posible; manejo ético de la imagen de los productos en los diferentes medios publicitarios; crear sistemas de aislamiento de la contaminación, del ruido, de la generación de olores que creen molestias y similares a los vecinos del sector; encargarse de algunas zonas verdes de

la comunidad; apoyar actividades de servicio comunitario del sector, escuelas, parques, deportes y otros en la medida de sus capacidades; mejorar procesos productivos no contaminantes; crear sistema de tratamiento de aguas residuales y de otras formas para la protección del medio ambiente por la contaminación de chimeneas y otras formas que afectan el suelo, el aire y las aguas; patrocinar, promover e involucrarse directamente en campañas cívicas, sociales, ambientales, educativas y de beneficio a la comunidad. Patrocinar eventos comunales, de organismos cívicos, de voluntariados y similares; invertir en investigaciones sociales, en la capacitación integral de los empleados; en proceso de retiro o desvinculación, invertir en la preparación del grupo de personas afectadas, para que se preparen en un nuevo estilo de vida, ayudando a abril la visión y ensañando a manejar el poco capital con que cuenta.

La empresa tiene una responsabilidad independientemente de donde opere, que es la de asumir la responsabilidad por los efectos que sus actividades causan sobre la sociedad y sobre el medio ambiente, en el corto y en el largo plazo, tangibles e intangibles y toma las medidas compensatorias o mitigatorias necesarias. Pero tiene además una responsabilidad que depende del contexto en que opera, una responsabilidad de contribuir al desarrollo económico de los países menos desarrollados, mas allá del simple resultado de sus actividades cotidianas, como pagar impuestos, crear empleos y producir bienes y servicios que demanda la sociedad.

Esa responsabilidad es función del grado de desarrollo de la comunidad o país en el que opera y del grado de desarrollo de los actores que afectan la responsabilidad empresarial.

La Responsabilidad Social Empresarial por todos estos argumentos, Correa dice que es "evidente que la sociedad actual demanda que las organizaciones y compañías, reconozcan su capacidad de ocasionar serios impactos negativos sobre el medio, en sus dimensiones social, natural y económica; por lo cual deben ser totalmente responsables en la gestión de la actividad empresarial". "Los entornos naturales sanos que tienen capacidad de renovarse, y los recursos humanos mejor educados, sanos, y motivados, son la base que asegura la continuidad de la producción y el éxito de la empresa moderna". Pero indudablemente son muchas más las acciones que pueden realizar en las empresas como parte de sus estrategias y programas de responsabilidad social empresarial; dirigidas hacia el respeto por los derechos humanos, la libertad de asociación, el derecho a un sitio de trabajo seguro y sano, la compensación adecuada, la no discriminación, el respeto a la dignidad de las personas, el apoyo a programas de salud publica y el control de los impactos ambientales.

Correa (2004) nos explica que:

> Dentro de este marco de ideas una de las ventajas de la Responsabilidad Social Empresarial es que produce reducción de costos operativos, mejora la imagen de la marca en el mercado y logra mayor identidad y sentido de pertenencia de sus colaboradores, lo que se convierte en el mejor negocio, no con visión cortoplacista, sino también para el futuro. La aplicación de programas de RSE, mejora el desempeño financiero, aumenta la lealtad de los consumidores e incrementa las ventas, aumenta la productividad y calidad, mejora la capacidad para retener y contratar a los mejores empleados y favorece el acceso a capitales de las empresas.

En sentido general para Alea (2005) "…este paradigma supone el logro de una armonía entre las diversas aristas que incluyen el desarrollo humano, tales como la economía, la sociedad, la naturaleza, la cultura y la tecnología, donde la dimensión ambiental atraviese este proceso".

Esta autora en (2007) también advierte que:

> A pesar de todos los esfuerzos, programas, estrategias, iniciativas y experiencias concretas que se han implementado de responsabilidad social empresarial; estas no resultan aún suficientes para lograr la solución de la actual crisis socio-

> ambiental que enfrenta el planeta. Para alcanzar el objetivo de una verdadera sostenibilidad del modelo de desarrollo socioeconómico, resulta imprescindible la actuación desde una perspectiva sistémica, orientada precisamente hacia el cambio estructural y funcional del actual sistema social, económico y político, que predomina en el planeta.

En opinión de Hermosilla (2000):

> Es allí donde revisamos lo socioeconómico de la empresa y tomamos a la Gestión Humana donde existe un alto compromiso de los psicólogos en la Responsabilidad Social; el compromiso profesional y científico hacia la comunidad y la sociedad en que trabajan y viven. Este deber es coherente con el ejercicio de sus potencialidades analíticas, creativas, educativas, críticas y transformadoras, ejerciendo el control social a través de estudio de la realidad y promoción o facilitación el desarrollo de leyes y políticas sociales que apunten, desde su especificidad profesional, a crear condiciones que contribuyan al bienestar y desarrollo del individuo y de la comunidad.

Para los psicólogos Sloan & Toporek, (2007) En la Responsabilidad Social Empresarial se debe usar los “conocimientos y habilidades psicológicos para promover la paz con la justicia social en los niveles comunitarios, nacionales e internacionales”.

Siendo estos los gestores idóneos por sus capacidades intelectuales y de responsabilidad hacia los demás, los que deberían estar encargados de orientar en cualquier proyecto que se genere de la empresa donde se encuentre y que a futuro beneficie a la sociedad

4.3 Antecedentes de la Responsabilidad Social

Sus raíces se identifican en diversas concepciones acerca de la gestión empresarial que existen en los archivos de los Estados Unidos entre los años 1950 y 1960, donde la responsabilidad social era considerada una obligación moral y responsabilidad personal del empresario.

A partir de ese momento, han ido apareciendo en el contexto internacional diversas experiencias e iniciativas que promueven el establecimiento e implementación de nuevos códigos y normas, orientados al logro de un comportamiento empresarial ético y respetuoso con la sociedad y el medioambiente, que contribuya por tanto, al desarrollo sostenible. "La mayoría de estas recomendaciones, pretenden animar al desarrollo de políticas y estrategias empresariales que incorporen estos criterios argumentando su necesidad desde diferentes puntos de vista: morales, económicos y sociales". Bull (2004).

Desde otro escenario histórico la Responsabilidad Social se remontan a siglos pasados y se encuentran en los propios orígenes de las organizaciones que conjugaron capital y trabajo para generar riqueza y beneficio, aunque en el camino los abusos sobre los trabajadores hayan sido notorios. Todos recordamos las condiciones de explotación a la que los trabajadores se vieron sometidos en el período de la Revolución Industrial, precisamente en este entorno de dureza extrema en el que surgen líderes empresariales que actúan para cambiar las cosas, un ejemplo de ellos fue en la época Victoriana en Inglaterra Robert Owen y otros que simbolizaron muchos de los hilos conductores del pensamiento del siglo XIX sobre el impacto de la Revolución Industrial, demostrando que la producción puede ser eficiente y responsable. Owen años más tarde introdujo diversas medidas de bienestar, que comprendían sanidad pública y la educación, desterrando el trabajo infantil y las condiciones difíciles. Convencido que el "carácter" del hombre le es "formado" por su ambiente y si se cambiaba su entorno sus "vicios" serían suprimidos y sus conductas modificadas favorablemente.

Del mismo modo existieron otras experiencias que hacen parte de la historia en cuanto a la Responsabilidad Social Empresarial a saber: en España surge el movimiento cooperativo en el sector agropecuario, las colonias industriales textiles en los causes fluviales, una de las mas destacables en Cataluña por su contenido social fue la Colonia Güell de Santa Coloma de Cervelló (Barcelona), que deja constancia de las condiciones de vida de las familias de los trabajadores con escuelas, centros sanitarios y lugares de esparcimiento, pero reflejando la visión paternalista de empresarios en aquella época.

Si revisamos mas detenidamente nos encontramos con casos interesantes en donde las empresas y universidades se preocupaban por el bienestar de las familias de sus trabajadores, igualmente se observa el caso de las universidades en EEUU, donde la educación constituyó el núcleo del pensamiento empresarial sobre la responsabilidad individual y colectiva y fue la principal beneficiada. Así, en el origen de muchas grandes universidades privadas norteamericanas como Harvard, Yale, Cornell, Princeton, Duke, Columbia, etc., nos encontramos con importantes aportes de empresarios del momento. Aún en la actualidad puede comprobarse que perdura en los EEUU el compromiso de directivos norteamericanos activos en la cima de su carrera e incluso en la jubilación, en colaborar con actividades de Responsabilidad Social con su comunidad, como obligación moral y colofón profesional.

De igual forma surge en el concepto de Responsabilidad Social Corporativa o Responsabilidad Social de la Empresa, a finales de los años 50 y principios de los 60 a raíz de la Guerra de Vietnam y otros conflictos como el Apartheid despierta el interés en los ciudadanos que comienzan a creer que, a través de su trabajo en determinadas empresas o comprando algunos productos, están colaborando con el mantenimiento de determinados regímenes políticos, o con ciertas prácticas políticas, económicas éticamente censurables. En consecuencia, la sociedad comienza a pedir cambios en los negocios y una mayor implicación del entorno empresarial en los problemas sociales.

Ahora bien, no todos estos cambios fueron sencillos ya que existió una evolución y estos beneficios fueron "arrancados" por los mismos trabajadores y sus sindicatos, pero este es otro tema el cual no vamos a abordar. Retomando la idea, hoy es habitual que al amparo de las disposiciones legales que las propician, detrás de la mayoría de grandes empresas existan fundaciones para canalizar medios y recursos de Responsabilidad Social. Aunque el lucro es uno de los ejes fundamentales por el que se rigen las empresas en una economía de mercado, su dimensión social adquiere un creciente peso diferencial. Asimismo en los últimos años cuando aparecen significativas directrices y pautas de actuación en esta materia en manos de organismos internacionales tales como las Naciones Unidas y la Organización Internacional del Trabajo (OIT), la cual ha tenido un relevante papel en esta materia desde su fundación en 1914. Y en su declaración de principios fundamentales y derechos humanos es su punto básico de referencia hasta ahora. De otro lado se destaca el modelo de Excelencia Empresarial de la European Fundation Quality Management, EFQM, que aunque su origen data de 1989 ha sido revisado y actualizado en el año 2000. Este modelo establece un sistema de auditoría para evaluar los resultados alcanzados en la gestión empresarial en los tres grupos claves de interés como son los clientes, trabajadores y sociedad, así como los tipos y calidad de las acciones desarrolladas para alcanzarlos.

Además en este marco se cita una serie de disposiciones de las Naciones Unidas y la OIT orientadas fundamentalmente a evitar abusos a este respecto en las relaciones

Internacionales, tanto comerciales como laborales. Dentro de esta evolución surgen los primeros sistemas de medidas y que por su trascendencia deben destacarse:

La ANDI, Asociación Nacional de Empresarios Colombianos, con el soporte de la OIT, editó en el año 2001 el documento "*Manual de Balance Social de las Empresas"*, el cual aporta indicadores para que las empresas con carácter voluntario puedan acometer tales análisis.

La norma SA 8000 (2001), de origen norteamericano, pretende controlar abusos relevantes de Responsabilidad Social en empresas multinacionales cuando operan en países poco desarrollados.

La Guía de "Global Reporting Iniciative" (2002), elaborada por expertos de organismos internacionales e instituciones de diferentes países, facilita también criterios e indicadores para el análisis empresarial de lo que denominamos sostenibilidad, asimilable conceptualmente a la Responsabilidad Social Empresarial.

Desde otro punto, abordaremos la interpretación de la Responsabilidad Social Empresarial en varios lugares del mundo los cuales relacionamos a continuación:

En *Alemania*, el enfoque es centrado en la comunidad y la ciudadanía corporativa, mientras que los *Franceses* desconfían de ella y la perciben como una manipulación de la opinión publica (Segal, 2004). En *Estados Unidos*, parece ser la buena reputación de la empresa el motor de la RSE (Matten & Moon, 2004*).* En *América Latina*, todavía domina un enfoque de buena conducta católica que interpreta la Responsabilidad Social en términos de benevolencia voluntaria y caritativa: como lo dice la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL): el vínculo tradicional reconocido como la primera relación entre la empresa y la sociedad es filantropía (Correa, Flynn y Amit, 2004).

A pesar de estas diferencias de interpretación, una cosa cierta es que la RSE está de moda. En 35 años, el cambio de mentalidad es notable: En los años 70, se podía darle el Nobel de Economía a Milton Friedman que proclamaba que la única responsabilidad de la empresa es de maximizar la rentabilidad de sus acciones *(The Social Responsibility of Business is to Increase its Profils". The New York Times. Septiembre 13 de 1970).* Hoy en día, cuatro de cada cinco empresarios alrededor del mundo piensa que la empresa tiene una responsabilidad social adicional a la de producir ganancias (McKinsey, 2006).

4.4 Conceptos de Responsabilidad Social

Diferentes conceptos de Responsabilidad Social desde la perspectiva de sus autores:

"La RSE debe hacer parte de la estrategia de la empresa si se quieren invertir mejor los recursos que entregan para aportarle a la sociedad. Por eso es que muchas entidades crean fundaciones que se encargan única y exclusivamente de ese tema". (Austin, 2008).

De otra parte (Iturbida y Reyes, 2008), argumentan que:

> La Responsabilidad Social Empresarial es un enfoque que se centra en el respeto por la ética, las personas, las comunidades y el medio ambiente, como estrategia integral que aumenta el valor agregado y mejora la posición competitiva de las empresas. De igual forma consiste en un comportamiento que voluntariamente adoptan las empresas, que van más allá de las obligaciones jurídicas, que contribuyen al desarrollo económico de la comunidad y la sociedad en general, mejorando la calidad de vida de las personas y familias, y que redundará a largo plazo en su propio interés.

En (2007) López y Orellano encontraron que:

> La Responsabilidad Social Empresarial es una forma de gestión surgida del compromiso personal, moral, consciente y congruente del empresario y de los

> miembros que integran la empresa basada en la ética social cristiana, a fin de cumplir íntegramente con los objetivos internos y externos considerando las expectativas de todos los sectores y grupos de interés involucrados, en lo económico, social, humano y ambiental, para el desarrollo sustentable de la empresa y de la sociedad, demostrando el respeto a la dignidad de las personas, a las comunidades y al medio ambiente, coadyuvando así a la construcción del bien común con justicia social.

De acuerdo a Vives (2007).

> La conceptualización de RSE más reciente tiene una connotación claramente estratégica y vinculada a la competitividad. Una conducta empresarial responsable implica involucrar una serie de aspectos relevantes para el negocio como la gestión del recurso humano, la administración ambiental, el desarrollo de proveedores, la ética, el manejo de las relaciones con los clientes e inversionistas, entre otros temas p. 15

Arenas (2006) afirma que:

> El desarrollo de la responsabilidad social es otro componente del ejercicio de la ciudadanía, la Responsabilidad social se desarrolla y es el resultado de factores biológicos, cognitivos y ambientales, como la educación, las interacciones personales, la experiencia vital. Requiere del logro de ciertas tareas o ajustes conducentes a lo que se ha llamado autonomía socialmente responsable, esto es, "la capacidad, deber y derecho a dirigir la propia vida, a partir de la toma de decisiones que consideren y evalúen la situación, el contexto, el propio plan de vida, la evaluación de las consecuencias de estas decisiones, no solo en si mismos, sino también en los demás en el plan de vida y bienestar de otros y; hacerse a cargo de estas consecuencias.

Una descripción bastante clara sobre la RSE la expone Cajiga (2006), quien al respecto comenta:

> La Responsabilidad Social Empresarial es cumplir integralmente con la finalidad de la empresa en sus dimensiones económica, social y ambiental en sus contextos interno y externo. Esta responsabilidad lleva, por tanto, a la actuación consciente y comprometida de mejora continua, medida y consistente que permite a la empresa ser más competitiva no a costa de, sino respetando y

> promoviendo el desarrollo pleno de las personas, de las comunidades en que opera y del entorno, atendiendo las expectativas de todos sus participantes: inversionistas, colaboradores, directivos, proveedores, clientes, gobierno, organizaciones sociales y comunidad.
>
> La acción responsable integral se da en función a cuatro líneas estratégicas de competencia: Ética empresarial / Calidad de vida / Vinculación y compromiso con la Comunidad y su desarrollo / Cuidado y Preservación del Medioambiente.

Frente a otros conceptos ACTARES (2005) interpreta que:

> La RSE implica tomar en cuenta las consecuencias que tienen las actividades de las empresas anónimas sobre el ser humano, la sociedad y el medio ambiente, en particular gracias a que la empresa mantiene ‘relaciones leales y equitativas con todos sus socios’: accionistas, socios capitalistas, empleados, sindicatos, proveedores, clientes, competidores, colectividades públicas y todas las personas o colectividades afectadas por las actividades de las empresas.

Para Ethos Organización (2005):

> Responsabilidad Social es la forma de conducir los negocios de una empresa de tal modo que ésta se convierta en co-responsable por el desenvolvimiento social. Una empresa socialmente responsable es aquélla que posee la capacidad de escuchar los intereses de las diferentes partes (accionistas, empleados, prestadores de servicio, proveedores, consumidores, comunidad, gobierno y medio ambiente) e incorporarlos en el planeamiento de sus actividades, buscando atender las demandas de todos ellos y no únicamente de los accionistas o propietarios.

Otro de los conceptos encontrados es que, la RSE "Es la capacidad de una empresa de escuchar, atender, comprender y satisfacer las expectativas legitimas de los diferentes actores que contribuyen a su desarrollo" (Valdemar, 2005).

Para Balián 2004 "La RSE puede ser considerada como un objeto de estudio, un bien a alcanzar o un modo de acción por tanto resulta un concepto impreciso y se puede considerar desde diferentes puntos de vista como:…"

1. Un tema de investigación, con intentos de cuantificación, tal el caso de los índices de responsabilidad social elaborados por Ethos en Brasil o por el Centro para la Responsabilidad Social o diferentes tipos de "Balance Social".

2. Un bien deseable, que incluiría un mayor compromiso de la empresa para con su personal y con la comunidad.

3. Una estrategia de acción orientada al logro de diferentes ventajas: mejora de imagen y marca, mejores resultados financieros, etc.

4. Una cuestión de dimensión ética. Esto refiere a los valores de la empresa en relación a los distintos aspectos sociales como así también a la definición y observancia de determinados valores en la práctica de la gestión, generalmente regulados por códigos de ética propios de cada organización.

Según (Solarte, 2004) Concibe la Responsabilidad social de las empresas

De manera integral, a partir de una comprensión de que toda empresa es un sistema complejo de relaciones. La Responsabilidad social promueve tanto la integridad de las personas, como diversas formas de cooperación en sus distintas relaciones relevantes. Implica un sistema de gestión, que integra las obligaciones de la empresa en todas sus interacciones".

Por otra parte (Vives, 2004), afirma que:

> La responsabilidad social empresarial, consiste en "…practicas de la corporación que, como parte de la estrategia corporativa, en complementariedad y apoyo de las más importantes actividades empresariales, busca evitar daño y promover el bienestar de "Stakeholders" (clientes, proveedores, empleados, fuentes financieras, la comunidad, el gobierno y el medio ambiente); a través de cumplir con reglas, regulaciones y voluntariamente ir más allá de ellas".

Castillo (2003) argumenta que:

> En sentido genérico, la RSE es la obligación ética o moral, voluntariamente aceptada por la empresa como institución hacia la sociedad en su conjunto, en reconocimiento y satisfacción de sus demandas o en reparación de los daños que puedan haberle sido causados a esta en sus personas o en su patrimonio común por la actividad de la empresa.

Otro aspecto que la EMPRESA.ORG (2003) ilustra de"... La RSE es un amplio set de políticas, practicas y programas, que integrados en la operación empresarial, soportan el proceso de toma de decisiones y son premiados por la administración".

Frente a otros aspectos para Ethos (2003). Responsabilidad Social Empresarial es:

> La gestión con objetivos y compromisos que sobrepasan el ámbito de supervivencia del propio negocio, ampliándose hacia el ejercicio del papel de agente co-responsable del desarrollo social, político y económico de su ambiente; de la practica de acciones asociadas a una mejora de la calidad de vida, a una ética en las relaciones y al ejercicio de la ciudadanía, tanto en la empresa como en el ambiente externo.

Por otro lado Googins (2003) ilustra que la RSE "es el impacto total de la empresa en la sociedad".

En el 2003 Perdiguero expresa que:

> La RSE es el desplome del prestigio social de las grandes empresas es la historia anunciada de los efectos de la fascinación que se han ejercido en las elites, especialmente sobre la clase directiva de las grandes empresas mundiales, que han convertido la codicia y las metas de enriquecimiento personal en un derecho sagrado incompatible con los limites éticos que admitimos la mayoría de los ciudadanos.

El mismo (2003). Vives y Peinado agregan:

> La RSE es un instrumento de desarrollo que no debe ponerse en práctica solamente por motivos de imagen, ni por ser moralmente correcto, sino porque también tiene un impacto positivo para la propia empresa. Buena parte del futuro de nuestros países, en especial de las economías emergentes, está en el reconocimiento de la empresa de su responsabilidad social y que ser socialmente responsable no es una carga si no un instrumento de competitividad (p. 12).

Los autores López y Maturana (2002) señalan:

> Que las preocupaciones éticas no tienen de todas estas reflexiones una fundamentación racional, sino que tienen una fundamentación emocional. Y la preocupación ética surge en el momento que a uno le importa lo que le pasa al otro con las cosas que uno hace, o con las cosas que se están haciendo en la comunidad a la cual uno pertenece. Pero para que me importe lo que le pasa al otro tengo que verlo, y para verlo tengo que amarlo.

En este sentido va más allá de lo estrictamente económico y medioambiental.

Los autores DiPiazza y Eccles (2002) Argumentan que la responsabilidad social como la "globalización alternativa" ante el conflicto entre lo pro y lo anti globalización. Este concepto agrupa, en efecto, elementos muy diversos: cartas, certificaciones sociales, certificaciones ecológicas, inversiones socialmente responsables, códigos de conducta, etc.

Siguiendo con el concepto (Teixidó y Otros, 2002). Sustentan que “Es la contribución al desarrollo humano sostenible, a través del compromiso y confianza de sus empleados y familias, la sociedad en general y la comunidad local en pos de mejorar su capital social y calidad de vida”.

Según Lafuente (2002)

> La responsabilidad social de las empresas debe referirse de manera exclusiva a la creación de la riqueza y empleo, en el marco legal establecido por el Estado. Corresponde a la libertad de las empresas, y a nadie más, decidir si conviene (o no) atender otras demandas sociales. Corresponde al Estado la asunción primera (y casi única) de las responsabilidades sociales o medioambientales; además, debe procurar a las empresas un entorno transparente, flexible y competitivo.

Al hablar de Responsabilidad conlleva también hablar de ciudadanía y de papel activo que debemos tener como agentes sociales autónomos y solidarios garantes de los derechos humanos y los principios democráticos desde nuestro comportamiento y desde la exigencia ética hacia los demás. En definitiva, una ética de la responsabilidad debe ser una acción ética de la acción comprometida con el cambio social.

Escames y Gil (2001) consideran que:

> La dignidad de cualquier persona clama por el reconocimiento de sus derechos y por la satisfacción de sus necesidades hasta donde alcance nuestro poder de hacerlo. La ética de la responsabilidad pone en acento el compromiso vital con los otros, especialmente con los más débiles y excluidos, y con la naturaleza, que hace posible la vida humana. Tal compromiso ético exige la transformación de los escenarios sociales en los que se producen las relaciones reales de las personas y las condiciones políticas y económicas que provocan la injusta marginación y exclusión de muchas personas y de comunidades enteras. La ética de la responsabilidad nos obliga a la acción, que es la única facultad que tenemos para producir los cambios sociales necesarios, junto con los otros…

La CMT, (1977). Sostiene "la responsabilidad social de las empresas consiste en que las empresas definan por sí mismas, de manera unilateral y voluntaria, las políticas sociales y medioambientales, con ayuda de instrumentos alternativos que no sean ni los convenios colectivos ni la legislación. Para alcanzar estos objetivos, las empresas proponen alianzas con múltiples actores".

Para el Banco Mundial: La responsabilidad social empresarial es el compromiso de la empresa a contribuir al desarrollo económico sostenible –trabajando con empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad en su conjunto- para mejorar la calidad de vida, de manera que ambas sean buenas para el negocio y para el desarrollo.

En consideración la BSR aporta "La responsabilidad social empresarial se define como la administración de un negocio de forma que cumpla o sobrepase las expectativas éticas, legales, comerciales y públicas que tiene la sociedad frente a una empresa".

Ante la importancia de este concepto la CCRE concluye:

> La Responsabilidad Social es la capacidad de respuesta que tiene una empresa o una entidad, frente a los efectos e implicaciones de sus acciones sobre los diferentes Grupos con los que se relaciona (stakeholders o grupos de interés). De esta forma las empresas son socialmente responsables cuando las actividades que realiza se orientan a la satisfacción de las necesidades y expectativas de sus miembros, de la sociedad y de quienes se benefician de su actividad comercial, así como también, al cuidado y preservación del entorno.

Entre otros autores Dante (2005) dice que "la Responsabilidad Social Empresarial puede ser definida como una visión de negocios que integra en la estrategia empresarial el respeto por los valores éticos, las personas, la comunidad y el medio ambiente".

La PWBLF explica a "La responsabilidad social empresarial es el conjunto de prácticas empresariales abiertas y transparentes basadas en valores éticos y en el respeto hacia los empleados, las comunidades y el ambiente".

De igual forma la WBCSD. Presenta el concepto como: “La responsabilidad social empresarial es el compromiso que asume una empresa para contribuir al desarrollo económico sostenible por medio de colaboración con sus empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad, con el objeto de mejorar la calidad de vida”.

Por último Para VINCULAR la RSE es:

> Un conjunto de políticas transversales, basadas en buenas prácticas pertinentes y verificables, tanto internas como externas (coherencia); alineadas con los valores y principios organizacionales; cuya finalidad es contribuir al logro de los objetivos estratégicos de la empresa, mejorando su competitividad y sostenibilidad de largo plazo; respondiendo a las expectativas de sus stakeholders.

Hay una sutil diferencia en el significado de la responsabilidad social corporativa (RSC) y de la responsabilidad social empresarial (RSE), en la medida en que distinguen entre la empresa y la corporación, entendiendo que ésta última se interesa mas por el bienestar de la corporación misma, al contrario de la Responsabilidad social empresarial donde su objetivo esta basada en la comunidad sin dejar de lado sus propios interés.

Hemos visto hasta aquí innumerables conceptos pero hacemos una aclaración sobre la diferencia entre RSE o RSC y responsabilidad social (RS). La responsabilidad social se entiende como el compromiso que tienen todos los ciudadanos, las instituciones -públicas y privadas- y las organizaciones sociales, en general, para contribuir al aumento del bienestar de la sociedad local y global.

Es necesario decir que con frecuencia, se abrevian indistintamente las tres para referirse a la responsabilidad social corporativa y/o empresarial. En todo caso la RS se aplica no sólo a las compañías privadas. La Responsabilidad Social Corporativa (RSC), se ha ampliado para incorporar a las agencias gubernamentales y a otras organizaciones, que tengan un claro interés en mostrar cómo realizan su trabajo.

Y la lista de definiciones podría continuar. Ante esta diferenciación de perspectivas, compartimos el criterio expresado por Castillo Clavero, quien plantea la necesidad de diferenciar en un *sentido genérico* de la RSE, con abstracción de contextos geográficos, culturales e históricos, y un *sentido específico*, que incluye formulaciones concretas de Responsabilidad Social Empresarial y que varían de acuerdo a los intereses dignos de defensa en cada momento histórico.

En sentido específico, la Responsabilidad Social Empresarial tiene un carácter dinámico ya que sus formulaciones concretas dependen del tipo, dimensión y sector de actividad de la empresa, así como del contexto geográfico, histórico, político y social. De modo que para definir este contenido, la empresa debe identificar los valores, intereses y objetivos de sus interlocutores sociales en relación a la actividad empresarial, para posteriormente analizar en qué medida la actividad empresarial afecta o lesiona los intereses de estos diferentes grupos.

Ahora bien, hoy en día las empresas son cada vez más conscientes de la necesidad de incorporar las preocupaciones sociales, laborales, medioambientales y de derechos humanos, como parte de su estrategia de negocio. Aunque el interés de una empresa es normalmente de tipo económico, se ha demostrado reiteradamente que las condiciones de pobreza y desigualdad van en contra de las ganancias y la productividad de las empresas privada. Es precisamente en este punto donde el sector privado, con su capacidad para generar riqueza, puede encontrar un aliciente para erigirse como agente de desarrollo.

Además, es necesario entender que la sostenibilidad de un negocio debe estar basada en un entorno favorable en términos de seguridad jurídica, humana, donde haya gente capacitada y se puedan generar oportunidades y condiciones de prosperidad para la mayor parte de la población que hace parte de ese entorno. Pero la no inexistencia de un concepto unificado y de no ser un requisito legal exigible, la empresa comienza a

obligarse a abordar el reto de cómo incorporar la Responsabilidad Social Empresarial dentro de sus estrategias de negocios para poder cumplir con las exigencias del mercado actual y, en muchos casos homologarse con su competencia. Más importante aun, se enfrentan a la pregunta de cómo crear una estrategia de RSE que sea reconocida positivamente por los actores interesados y generen beneficios para el negocio.

La responsabilidad social tiene como objetivo propiciar las acciones socialmente responsables, con la finalidad de contribuir al desarrollo sostenible, logrando en las empresas creación de un valor y generar rentabilidad. Orientar los esfuerzos de la empresa solamente a producir resultados basados en las teorías de producir y vender más con el mismo costo, sin importar el impacto social a lo largo del tiempo, en el peor negocio del sector productivo que busca la rentabilidad. La estrategia actual y sus esperados beneficios, con dicha posición, puede ser mañana el motivo de su fracaso.

La responsabilidad social de la empresa abarca tanto aspectos Internos como externos; los cuales han sido objeto y tratados por expertos en el tema; los primeros, orientados a los colaboradores o al equipo de trabajo, sus asociados y accionistas, y los segundos, los externos a clientes, proveedores, familia de los trabajadores, la vecindad y el entorno social y entre este el medio ambiente.

El controvertido mundo empresarial ha tenido grandes cambios en los últimos años, especialmente por el fenómeno de la globalización que ha impulsado grandemente la apertura mundial a los mercados. Muchas compañías han obtenido grandiosas utilidades, mediante fusiones millonarias; lo que a su vez, ha afectado radicalmente a otras empresas, especialmente medianas y pequeñas, que han sucumbido y dejado a miles de trabajadores desempleados en el mundo entero.

Asimismo; han ocurrido grandes desastres medioambientales, sociales, financieros y económicos, provocados por algunas compañías inescrupulosas, que cegadas por la ambición, han traspasado con creces la línea de los valores éticos para alcanzar ganancias estratosféricas. Estos hechos han suscitado tanto la admiración como el rechazo en el mundo entero, se han agudizado los fenómenos de exclusión y desigualdad de los sectores más vulnerables de la población, aumentando aún más la brecha existente entre ricos y pobres, especialmente en los países del tercer mundo.

En este contexto, podemos visualizar que las empresas tienen grandes responsabilidades, no solo frente a los procesos de desarrollo económico, sino que también y sobre todo, en términos sociales y medioambientales. En las últimas décadas, especialmente en el mundo desarrollado, cobra sentido el desarrollo teórico del concepto de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), como un modo de poner coto a una actitud empresarial, que esta fuera de todo valor ético, centrándose únicamente en la obtención de ganancias.

Es así como la discusión pública acerca de las responsabilidades empresariales, están en debate plenamente. Incluso se han implementado normativas legales especialmente en torno a los temas medioambientales e iniciativas voluntarias.

Y todo este trabajo está teniendo resultados positivos, pues ya se ha comenzado a trabajar y adoptar acciones de RSE.

De este modo, se entiende que la Responsabilidad Social de las Empresas abarca tres aspectos fundamentales Responsabilidad económica, responsabilidad social y responsabilidad medioambiental. Las cuales se refieren a:

Responsabilidad Económica: la riqueza que se genere ha de basarse en valores y prácticas universales. La empresa socialmente responsable pretende minimizar los costos económicos, medioambientales y sociales de su actividad.

Responsabilidad Social: para alcanzar la legitimación social, la empresa ha de dar respuesta a las demandas que la sociedad plantea, desde los valores y pautas de comportamientos que la propia sociedad le indica.

Responsabilidad Medioambiental: la responsabilidad debe expresarse también a través del cuidado del medio ambiente este es aspecto es una cuestión clave para llevar a cabo un desarrollo sostenible.

La idea de empresa ha evolucionado desde un concepto cerrado como unidad económica cuyo fin es la maximización del beneficio, a un concepto abierto donde se la considera como un sistema en el que se incorporan tanto la organización interna como las interdependencias con el entorno. Esta evolución ha sido unida a importantes cambios de todo tipo, sociales, económicos, demográficos, etc. lo que ha condicionado y obligado a evolucionar la propia noción que se tenía sobre el concepto de responsabilidad social.

4.5 Principios Generales de la Responsabilidad Social

Las empresas deberán tener plenamente en cuenta las *políticas* fijadas por los países en que ejercen su actividad y tener en consideración las opiniones de los demás terceros interesados. (Foro Económico Mundial, Suiza julio 2000)

Deberán:

Contribuir al progreso económico, social y medioambiental con vistas a lograr un desarrollo sostenible.

Respetar los derechos humanos de las personas afectadas por sus actividades de conformidad con las obligaciones y compromisos internacionales del gobierno de acogida.

Estimular la generación de capacidades locales mediante una cooperación estrecha con la comunidad local, incluidos los sectores empresariales locales, desarrollando al mismo tiempo actividades de la empresa en los mercados interiores y exteriores de una manera compatible con la necesidad de prácticas comerciales saludables.

Fomentar la formación del capital humano, particularmente mediante la creación de oportunidades de empleo y el ofrecimiento de formación a los empelados.

Abstenerse de buscar o aceptar exenciones no contempladas en el marco legal o reglamentario relacionadas con el medioambiente, la salud, la seguridad e higiene, el trabajo, la fiscalidad, los incentivos financieros u otras cuestiones varias.

Apoyar y defender unos correctos principios de gobierno empresarial y desarrollar y aplicar unas buenas prácticas de gobierno empresarial.

Desarrollar y aplicar prácticas auto-disciplinarias y sistemas de gestión eficaces que promuevan una relación de confianza recíproca entre las empresas y las sociedades en las que ejercen su actividad.

Promover el conocimiento por los empleados de las políticas empresariales y su conformidad con ellas, mediante una difusión adecuada de las mismas, incluso a través de programas de formación.

Abstenerse de tomar medidas discriminatorias contra los trabajadores que elaboren, de buena fe, informes para la dirección o, en su caso, para las autoridades públicas competentes acerca de prácticas contrarias a la ley, a las Directrices o a las políticas de la empresa.

Alentar, cuando sea factible, a los socios empresariales, incluidos proveedores y subcontratistas, para que apliquen principios de conducta empresarial compatibles con las Directrices.

Abstenerse de cualquier injerencia indebida en actividades políticas locales.

4.5 Principios Universales de la Responsabilidad Social

El Pacto Mundial es una iniciativa del Secretario General de las Naciones Unidas, Kofi Annan. Lanzado en enero de 1999, el Pacto Mundial es un llamamiento a las empresas del mundo entero para que participen.

Los diez principios que abarca el Pacto Mundial corresponden al ámbito de los derechos humanos (extraídos de la Declaración Universal de Derechos Humanos), laboral (extraídos de la Declaración de la OIT relativa a los principios y derechos fundamentales en el trabajo), medioambiental (extraídos de la Declaración de Río de Janeiro sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo) y corrupción (extraídos del Convenio de la ONU contra corrupción). El décimo principio relativo a la corrupción se agregó en junio de 2004. La mayoría de los gobiernos nacionales del mundo entero han aceptado estos principios; por tanto se alude a ellos con frecuencia como "principios universales". Los principales organismos de Naciones Unidas que están implicados son la Organización Internacional del Trabajo (OIT), el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) y el Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos (ACNUDH). El Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) también participa ayudando a estos organismos a formular respuestas y actividades específicas para cada país.

El Pacto Mundial no es un código de conducta, ni es un instrumento prescriptivo ligado a un control o a una auditoría exterior, a cargo de las Naciones Unidas o de cualquier otro grupo u organismo, para verificar los esfuerzos que desarrollan las empresas. La ONU no tiene ni el mandato ni la capacidad para controlar o auditar los resultados empresariales relativos al Pacto Mundial. El Pacto crea un foro para aprender y compartir experiencias en relación con la promoción de los diez principios. A través del Pacto Mundial, las empresas demuestran a sus empleados y a la comunidad que son empresas comprometidas a actuar como ciudadanas responsables. La empresa escoge cómo asume, e incluso si da a conocer su compromiso.

Los instrumentos de los que se han extraído los principios corresponden al ámbito de responsabilidad de los gobiernos. El Pacto Mundial no traslada esta responsabilidad a las empresas. El Pacto promueve la idea de que es mucho lo que las empresas pueden hacer y están haciendo en sus propios ámbitos de influencia para promover y fomentar los diez principios en su seno y en el de sus empresas y de su comunidad, como es el caso de las Empresas Socialmente Responsables.

El Pacto Mundial no es un instrumento legal, sino una aspiración. Al aceptarlo, la empresa se declara dispuesta a trabajar para lograr los objetivos del mismo. No se espera lograrlos de la noche a la mañana, pero se confía en que los empresarios

mantengan el impulso de mejora. Es un buen principio para la empresa que desea ir incorporando una cultura y gestión socialmente responsable en su organización

El Pacto Mundial desempeña un papel en la promoción de prácticas adecuadas inspiradas en los diez principios. No se creó como foro para debatir el significado de los principios ni para evaluar resultados. Aunque se trata en primer lugar de un llamamiento a las empresas, el Pacto Mundial también implica a participantes distintos de las empresas, a saber, los sindicatos y toda una serie de organizaciones de la sociedad civil (OSC) activas en el ámbito de los derechos humanos y del medio ambiente entre otras.

La promoción de los diez principios es una manera de apoyar el actual enfoque de apertura de los mercados y de demostrar que se trata de la única vía para garantizar el desarrollo económico. Esto también se aplica a otros tipos de iniciativas emprendidas por las empresas durante los últimos años. Los códigos de conducta voluntarios, el apoyo a las Directivas de la OCDE para las Empresas Multinacionales, la Declaración Tripartita de la OIT relativa a las empresas multinacionales, los Principios Globales de Sullivan, el Decálogo de la Empresa Socialmente Responsable (Cemefi 2001) y otras iniciativas privadas voluntarias constituyen otras tantas respuestas válidas de las empresas a los problemas que se les plantean en la actualidad. El Pacto Mundial es compatible y concuerda con estas iniciativas, ya que no sólo no trata de suplantar o de

imponerse a estos otros enfoques, sino que facilita un instrumento viable para que las empresas puedan comprometerse a promover los principios en un contexto voluntario.

El Pacto Mundial consiste en tratar a los demás del mismo modo que usted querría que se le tratara. Es una cuestión de respeto. Se refiere a la manera en que usted hace negocios sin perder de vista las cuestiones de derechos humanos en el contexto de su empresa y de la sociedad en la que vive. Se trata de asegurar que, a través de un trato justo, sus empleados se sientan capaces de aportar su mejor contribución a la empresa en beneficio de la misma. Se trata de que usted examine los procesos de trabajo atendiendo a las repercusiones medioambientales que puedan estar generando. No se trata de convertirle a usted en el patrono de estas causas; más bien se trata de introducir algunas consideraciones muy simples en su manera de dirigir su negocio.

Los 10 Principios

Derechos Humanos

Principio 1: Las empresas deberían apoyar y respetar la protección de los derechos humanos proclamados internacionalmente. Es de sentido común. Si un empleador actúa de una manera que infringe los derechos humanos de los trabajadores, está perjudicando la productividad del personal. Existen medidas muy simples que un empleador puede adoptar para asegurarse de que sus trabajadores reciben un trato digno. Del mismo modo

que las empresas esperan que se respeten sus derechos humanos, los trabajadores no esperan menos de su empleador.

Principio 2. Asegurarse de que no son cómplices de abusos de los derechos humanos. Las empresas no deberían aprovecharse de situaciones en que se estén produciendo abusos de los derechos humanos, o utilizar esto como pretexto para actuar indebidamente. Las empresas no sólo no deberían rebajarse a este nivel de complicidad sino que, a través de su comportamiento, deberían tratar más bien de mantener y restaurar un reconocimiento social de tales derechos. Las empresas también pueden propagar entre sus proveedores la consigna de que ha de observarse un comportamiento correcto, y ocuparse de los abusos que pudieran perjudicar su reputación ante el personal y la clientela.

Trabajo

Principio 3: Las empresas deberían defender la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva. Como se indicó anteriormente, este principio laboral y los que se mencionan más delante se han extraído de la Declaración de la OIT relativa a los principios y derechos fundamentales en el trabajo, y por tanto deben considerarse en dicho contexto. En primer lugar, la referencia a la libertad de asociación no se refiere a que se abran las puertas a los sindicatos o a que se obligue a la gente a afiliarse a sindicatos. Se trata de una cuestión de respeto. Si un trabajador escoge libremente afiliarse a un sindicato, este principio le pide a usted que

respete esa opción. Del mismo modo, si un trabajador decide libremente no afiliarse a un sindicato, esa decisión también debe respetarse. Se pide a las empresas que no ejerzan una influencia indebida sobre la decisión de un trabajador. En lo que atañe a la negociación colectiva, el Pacto Mundial no espera que el empleador altere el marco de las relaciones laborales; no obstante, muchas organizaciones líderes reconocen la utilidad del diálogo y la negociación para lograr la competitividad. La negociación colectiva ha de ser una cuestión de libre elección. Sólo puede darse si usted está de acuerdo. El Pacto Mundial no le exige estar de acuerdo.

Principio 4: Eliminación de todas las formas de trabajo forzoso y obligatorio. Este principio se refiere tanto a problemas ligados al trabajo en régimen de servidumbre, que implica el trabajo en pago de una deuda, como a problemas de trabajo forzoso. Afirma que los trabajadores tienen derecho a ser remunerados por su trabajo con dinero, y no en especie; que deben prestar su trabajo libremente; y que, si así lo desean, pueden renunciar a su trabajo de acuerdo con la legislación y la práctica nacionales. No deberían estar encerrados en su lugar de trabajo ni quedar expuestos a la violencia en el trabajo.

Principio 5: Abolición efectiva del trabajo infantil. La OIT adoptó un Convenio sobre la eliminación de las peores formas de trabajo infantil (Convenio núm. 182), y el primer objetivo han de ser los principios recogidos en este instrumento. Los niños representan la fuerza laboral del futuro. Puesto que la calidad de la fuerza de trabajo determina tanto la competitividad de las empresas como la del propio país, el hecho de

mantener a los niños en el empleo en lugar de educarlos socava la competitividad futura. Las empresas no deberían recurrir a modalidades socialmente inaceptables del trabajo infantil, que llevan al niño a perder sus oportunidades de educación. Es preciso encontrar un equilibrio en virtud del cual, si un niño tiene que trabajar, no tenga que hacerlo en un entorno de explotación o peligro, sino en un entorno en que se atienda a sus necesidades educativas. Sin embargo, como objetivo a largo plazo, las empresas tienen que considerar la manera de que tanto ellos como la sociedad en la que viven reemplacen a los niños que forman parte de la fuerza laboral a fin de proteger la vida de esos niños y de contribuir al desarrollo del capital humano de la sociedad.

Principio 6: Eliminar la discriminación en relación con el empleo y la ocupación. Esto sólo exige a las empresas contratar a las personas en base a su capacidad para realizar el trabajo que requiere el puesto que ofrecen. Si, en lugar de ello, basan la contratación en el género de las personas, la raza, la religión u otros prejuicios, significa que están perjudicando a su negocio. Los ascensos también deberían basarse en el mérito de las personas. Existen sobradas pruebas de las consecuencias positivas de las prácticas no discriminatorias sobre la productividad y la rentabilidad de las empresas. Este principio le pide que, en la manera de dirigir su empresa, no caiga en la trampa de los prejuicios.

Medioambiente

Principio 7: Las empresas deberían apoyar un enfoque preventivo ante los retos medioambientales. La obligación relativa a la legislación medioambiental recae sobre los gobiernos nacionales, y seguirá siendo de actualidad el debate en torno a lo que se entiende en la práctica por un enfoque preventivo.

No obstante, para las empresas significa en términos prácticos que deberían guiarse por criterios científicos fiables en cuanto a las posibles repercusiones medioambientales de un determinado producto o proceso. No debería exigírsele a usted lo que resulta imposible en la práctica, a saber, demostrar que un determinado producto o proceso no tendrá repercusiones medioambientales negativas. Antes bien, basándose en su propia valoración, fundada en criterios científicos fiables, y en su propia evaluación del riesgo, y en ausencia de pruebas científicas de que un determinado producto o proceso pueda resultar peligroso, debe sentirse libre de recurrir al mismo con arreglo a lo dispuesto en la legislación nacional.

Principio 8: Adoptar iniciativas para promover una mayor responsabilidad medioambiental. La respuesta en este apartado depende de las características y del tamaño de la empresa. Sin embargo, al aplicar políticas y prácticas medioambientales responsables, las empresas mejoran la productividad y dan ejemplo a los demás.

Se alienta a las empresas a pronunciarse en favor de la responsabilidad medioambiental dentro de su red de contactos comerciales.

Principio 9: Fomentar el desarrollo y la difusión de tecnologías respetuosas del medio ambiente. Se insta a las empresas a estudiar el uso y el desarrollo de tecnologías respetuosas del medio ambiente, que no sólo benefician al medio ambiente local y mundial, sino que mejoran además la eficacia y productividad de las empresas. Las tecnologías respetuosas del medio ambiente contribuyen a garantizar que el aire y el agua, así como los recursos naturales, son accesibles a un costo razonable. Las empresas deberían empeñarse en el perfeccionamiento continuo de las tecnologías respetuosas del medio ambiente.

Corrupción

Principio 10: Las empresas deberán trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluyendo la extorsión y el soborno. Este décimo principio se incorporó a raíz de la adopción de la Convención de las Naciones Unidas contra la Corrupción en diciembre de 2003, y pretende fortalecer los valores fundamentales del estado de derecho, la honradez, la responsabilidad, la integridad y la transparencia. También aborda la cuestión de la desconfianza en las instituciones generada por la corrupción y de sus consecuencias en términos de "deslegitimación" del gobierno.

En la Convención se reconoce que la responsabilidad de adoptar medidas contra la corrupción incumbe a los gobiernos. Sin embargo, también se reconoce que tanto el sector privado como la sociedad civil tienen un papel que cumplir en este ámbito. Un cometido primordial es la promoción, el apoyo y la instigación a los gobiernos para que cumplan con sus obligaciones en virtud de la Convención, así como la exigencia de responsabilidades a los gobiernos por sus acciones. A través de este principio, las empresas también pueden contribuir a garantizar que se establece el entorno de estabilidad y seguridad que requieren las inversiones para producir beneficios. A través de la lucha contra la corrupción, las empresas pueden enfrentarse a las distorsiones del mercado que ésta genera, y contribuir así a la creación de un entorno de igualdad de oportunidades.

Como puede apreciarse, los requisitos planteados son muy generales y se corresponden con la finalidad de ambos documentos, ya que se trata de trasladar a países y regiones muy dispares, unos principios básicos para avanzar en el terreno de la responsabilidad social, para lo que algunas sociedades están más preparadas que otras.

4.7 Responsabilidad Social a Nivel Mundial

The Caux Round Table está formada por empresarios líderes de Europa, Japón y Estados Unidos y tiene la misión de activar el papel de la empresa y la industria como

impulsoras de un movimiento innovador mundial para buscar soluciones equitativas a asuntos globales fundamentales. De igual forma ha centrado su atención en la importancia que la responsabilidad corporativa mundial tiene en la reducción de las amenazas socioeconómicas a la paz y estabilidad internacionales; como también reconoce que el liderazgo compartido, el cual es indispensable para conseguir un mundo más estable y armonioso. Propugna, por tanto, el fomento de la amistad duradera, de la comprensión y de la cooperación; basadas en el común respeto por los valores morales más altos y en la actuación responsable de los individuos dentro de sus propias esferas de influencia.

La Mesa redonda de Caux, aspira a expresar una norma mundial para "medir" la conducta de las empresas; se pretende establecer un procedimiento que identifique valores compartidos, que reconcilie valores no compartidos y que desarrolle, consecuentemente, una común interpretación de la conducta empresarial aceptada y respetada por todos.

Estos principios están basados en dos ideales éticos fundamentales: el "kyosei" y la dignidad humana. El concepto japonés de "kyosei" significa vivir y trabajar juntos para el bien común, permitiendo que la cooperación y la prosperidad mutua coexistan con una competencia justa y saludable. Por "dignidad humana" entendemos, en este

contexto, el supremo valor de la persona como fin, y no como medio para la consecución de los objetivos de otros, incluso cuando estos son de la mayoría.

Y estos principios implican:

Extender la responsabilidad de las empresas más allá de los accionistas, hacia todas las personas involucradas en los negocios; orientar el impacto social y económico de las empresas hacia la innovación, la justicia y una comunidad mundial; la conducta de las empresas va más allá de la letra de la ley, orientada hacia un espíritu de confianza; respeto por las reglas; apoyo al comercio multilateral; respeto por el medio ambiente y prevención de operaciones ilícitas.

4.7.1. Organizaciones a Nivel Mundial.

En 1993, la llamada del Presidente Delors a las empresas europeas para que participaran en la lucha contra la exclusión social dio lugar a una movilización importante y a la creación de redes europeas de empresas. En marzo de 2000 el Consejo Europeo de Lisboa apeló en particular al sentido de responsabilidad social de las empresas en lo relativo a las prácticas correctas en materia de aprendizaje permanente, organización del trabajo, igualdad de oportunidades, inclusión social y desarrollo sostenible. Al afirmar su responsabilidad social y asumir voluntariamente compromisos

que van más allá de las obligaciones reglamentarias y convencionales, que deberían cumplir en cualquier caso, las empresas intentan elevar los niveles de desarrollo social, protección medioambiental y respeto de los derechos humanos y adoptar un modo de gobernanza abierto que reconcilia intereses de diversos agentes en un enfoque global de calidad y viabilidad. Si bien reconoce la importancia de todos estos aspectos; en el presente documento se centra, principalmente, en las responsabilidades de las empresas en el ámbito social.

Esta actuación da lugar a la creación de nuevas asociaciones y esferas novedosas para las relaciones existentes en la empresa; con respecto al diálogo social, la adquisición de cualificaciones, la igualdad de oportunidades, la previsión y la gestión del cambio; a nivel local o nacional, con respecto al refuerzo de la cohesión económica y social y la protección de la salud; y de manera general, a escala mundial, respecto a la protección del medio ambiente y el respeto de los derechos fundamentales.

El concepto de responsabilidad social se aplica sobre todo en las grandes empresas, aunque en todos los tipos de empresas, públicas y privadas, incluidas las PYME y las cooperativas, existen prácticas socialmente responsables. La Unión Europea está interesada en la responsabilidad social de las empresas en la medida en que puede contribuir positivamente al objetivo estratégico establecido en Lisboa:

«convertirse en la economía basada en el conocimiento más competitiva y dinámica del mundo, capaz de crecer económicamente de manera sostenible con más y mejores empleos y con mayor cohesión social».

Dentro de las distintas organizaciones que trabajan en pro de la Responsabilidad Social Empresarial cabe destacar a la Comisión de las Comunidades Europeas que con su máximo exponente el Libro verde del año 2001, busca "Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas", en el que se aboga por un mayor compromiso empresarial en esta materia, incitando a la reflexión en diversos frentes, de la que están surgiendo interesantes aportes y el principal es respecto a la Responsabilidad Social. En dicho documento se establece una nueva estrategia global europea para esta década cuyo objetivo esta poseer una economía basada en un conocimiento más competitivo y dinámico del mundo. Capaz de conseguir un crecimiento económico sostenible, además, mayores y mejores empleos y por último una mayor cohesión social.

Este desafío, traducido a la operativa de las empresas, representa alcanzar el reto de dar respuesta satisfactoria a metas relativas a responsabilidades económicas, sociales y medioambientales.

De igual forma manifiesta que : Para practicar la responsabilidad social de las empresas es esencial el compromiso de la alta dirección, así como una forma de pensar innovadora, nuevas aptitudes y una mayor participación del personal y sus representantes en un diálogo bidireccional que pueda estructurar una realimentación y unos ajustes permanentes. El dialogo social con representantes de los trabajadores, que es el principal mecanismo de definición de la relación entre una empresa y su persona, desempeña un papel crucial en la adopción más amplia de prácticas socialmente responsables.

4.8 Responsabilidad Social en Latinoamérica

Los países Latinoamericanos están en un proceso rudimentario en términos de RSE, comparado con el nivel alcanzado en el mundo desarrollado. Sin embargo, tanto los gobiernos como diversas organizaciones de la sociedad civil y también algunas compañías, se han unido para llegar a acuerdos entorno a la adopción voluntaria de normativas de RSE, especialmente en temas medioambientales y de apoyo a la comunidad. Especialmente las multinacionales, cuyas acciones son las que se realizan sus empresas en el extranjero, aplicándolas en el medio latinoamericano. Pero también por que los tratados de libre comercio internacionales, han comenzado a exigir el cumplimiento de estas normas de RSE a las empresas.

En este contexto, se está creando en América Latina una nutrida red de organizaciones no gubernamentales, dedicadas a la difusión y trabajo conjunto con las empresas, en el tema de la RSE, especialmente en inversiones hacia la comunidad y la acción social. Los países que están a la vanguardia en este trabajo son: Brasil y México, sin desestimar lo que están haciendo al respecto Chile, Colombia, Venezuela, Uruguay, Argentina, Ecuador y Perú, así como la red Centro Americana, especialmente Guatemala y El Salvador.

Tenemos por ejemplo, entidades latinoamericanas que están trabajando con diferentes organizaciones a nivel mundial para lograr tener unos buenos resultados, dentro de esas organizaciones están: CEADS, CECODES, DERES, Perú 2021, ALIARSE, CENTRARSE, ALIANZA SOCIAL, FUNDEMAS, CEDIS, FIRJAN. Sin duda que es en Brasil, donde la RSE, está más difundida, existen más empresas comprometidas y organizaciones trabajando en torno al tema.

Una de estas es: El Instituto Ethos, Empresa y Responsabilidad Social (Brasil): Organización empresarial brasileña, cuya misión es ayudar a las empresas a incorporar la RSE a su gestión diaria. Dispone de un conjunto de herramientas y publicaciones, así como también, organiza periódicamente conferencias anuales de RSE, de gran repercusión nacional. Entre las herramientas de gestión ha elaborado indicadores de

RSE, para grandes, pequeñas y microempresas. Además de una guía para la elaboración del Balance Social, manuales para la aplicación de la RSE en diversos ámbitos de la empresa.

De igual forma Ethos, ha organizado un importante debate acerca del Proyecto Ley que Reglamenta la RSE en Brasil. Este proyecto ley que fue lanzado en 2003, el cual dispone sobre la reglamentación de la responsabilidad social tanto en empresas nacionales como extranjeras. Pretende establecer la RSE con carácter obligatorio para empresas con más de 500 trabajadores. Su objetivo principal es hacer ética y transparente las relaciones de las empresas con sus diferentes públicos: consumidores, proveedores, trabajadores, accionistas, comunidad y medio ambiente.

Así también en Brasil, existen programas que se destacan por si mismos. Pero más allá de eso, el fenómeno brasilero sobresale debido a la clara tendencia y conciencia que ninguno de los actores fundamentales (estado, mercado y sociedad civil) pueden por sí solos abordar los grandes problemas de la pobreza, la marginación y la inequidad social.

En este sentido, se ha producido un auge de instituciones, en diversos estados brasileros, en términos de desarrollo urbano, cultural y educativo, el cual está siendo acompañado por la construcción de toda una infraestructura institucional que le da apoyo y la promueve: centros de desarrollo de la inversión social, asociaciones de

donantes, empresas consultoras de asesoría y asistencia técnica, intercambios estructurados de aprendizaje, etc. Aún cuando en otros países de América Latina, estas prácticas de RSE, no logran generalizarse, podemos encontrar algunas instancias de debates, seminarios, encuentros, etc., que se están realizando para tratar el tema de la responsabilidad social, tanto desde la ciudadanía, como en el ámbito empresarial.

En este opinar, la discusión en ámbitos académicos, ha estado centrada en reconocer que, si bien es cierto la Responsabilidad Social se ha consolidado en los últimos años en ámbitos académicos y empresariales como un elemento diferenciador desde el punto de vista del marketing, su rol va más allá y que sus actos comunican elementos que se encuentran inmersos en temas de competitividad e inversión económica. Las empresas en América Latina, no han asumido aún la RSE como una práctica social a ser incorporada en sus planes de negocios corporativos. Con excepción de algunas multinacionales que como ya lo señalamos, replican acciones de RSE, que se realizan en el extranjero. El desafío entonces, está en modificar cierto paradigmas como el que la empresa sólo funciona a partir de sus cantidades económicas o la mayor cantidad de utilidades, dejando de lado cualquier otro tipo de preocupación los empresarios no ven a la Responsabilidad Social como una práctica que genere beneficios, sino como una actividad que genera gastos y altos costos, lo que se denomina ‘política de riesgo’, lo cual tiene que ver con la condición de crisis y la lógica que impera en el sector empresarial.

Al respecto, se hace un llamado a las organizaciones de la sociedad civil o tercer sector, para buscar relaciones con las empresas. Son las personas que trabajan en estas instituciones quienes tienen por misión aprender a hablar con las empresas. Se plantea entonces, la creación de empresas más sensibles a estos llamados de la comunidad, de tal manera que el dirigente popular pueda percibir que no esta hablando con los grandes capitalistas, sino con personas con necesidades como cualquiera. De tal manera que se pueda contar con empresas u organizaciones que desde su constitución contemplan espacios o proyecciones a nivel comunal más incondicionales.

En este contexto, se plantea la necesidad que opere un cambio en el empresariado, en términos de visualizar el voluntariado corporativo, como una estrategia de RSE a ser incorporada en el quehacer empresarial y puesto en práctica por las personas que trabajan en la empresa, como un aporte hacia la comunidad. Sin embargo, no se desarrolla por la falta de una clase empresarial preocupada por la solidaridad del país. Se propone, construir un cambio en la orientación de las empresas, que implique un cambio en el paradigma del funcionamiento, orientarlo hacia una visión más social, si se quiere solidaria, donde la preocupación no está en las utilidades, sino en la satisfacción de la propia población que conforma el grupo humano de una empresa. Hay muchas empresas (en Brasil, por ejemplo) cuyas bases constitutivas contemplan la Responsabilidad Social, como una función no para generar beneficios económicos, sino para cumplir una función social. La Responsabilidad Social se transforma así en una

herramienta de cambio y de lucha, que de promoverse correctamente, puede alentar a la sociedad a asumirse como agente de cambio y a ejercer una democracia real y amplia.

Planteado en esos términos, la Responsabilidad Social es, evidentemente, un paso que la sociedad debe dar en conjunto para recuperar el sentido de su vida cívica. Sin embargo, en el ámbito empresarial latinoamericano, es fundamental, que la RSE comience por manifestarse primero internamente con los trabajadores.

Aún podemos ver que, en términos generales, las relaciones empresarios-trabajadores, no son de las mejores y esto incide en un medio que muchas veces tiraniza la necesidad de la labor social. Si el empresario cree que sus empleados son recursos, tendrá una posición muy diferente a si considera que sus empleados son personas. En este último caso sabrá que las personas tienen motivaciones propias muy potentes que van más allá de lo que él cree dominar.

Las conductas de los empleados motivadas por la ayuda al prójimo, pueden no sólo producir efectos muy positivos fuera de la empresa sino mejorar notablemente el clima interno de la organización. Podemos ver que se trata de un problema de conciencia de parte de los empresarios primero, para luego poner en práctica acciones de RSE. Se trata de entender lo que le pasa al otro. No existen empresas solidarias como tampoco empresas egoístas, existen sólo personas. En este sentido, es que los integrantes de una

organización entenderán el voluntariado corporativo, no como un hecho aislado sino que como parte de la política general de la empresa, sintiéndolo como un hecho coherente.

Con relación al establecimiento de ciertas normativas y reglamentación, resulta difícil y complejo imponer por ley aspectos de responsabilidad social a las empresas, pues harían muy rígidas sus operaciones. Al respecto Vives, A (2006), especialista en RSE del Banco Interamericano de Desarrollo, señala que debe regularse por ley lo más básico, lo más fundamental, aquello que no es negociable, como la mano de obra infantil o cierto tipo de contaminación del medio ambiente. Se debe dejar lo más voluntario posible para asegurarse de que se cumpla, pero usando todos los medios posibles de presión o de estímulo por parte de las partes interesadas En este sentido, y como lo señaláramos anteriormente, es destacable que en Brasil se haya impulsado en el año 2003, un proyecto de ley que reglamenta las relaciones de las empresas con sus diversos públicos como lo son: consumidores, proveedores, trabajadores, accionistas, comunidad y medio ambiente y que pretende volver ética y transparentes dichas relaciones. Esta instancia legal, puede constituir un ejemplo a seguir por otros países latinoamericanos, que verdaderamente están por asumir, voluntaria pero honestamente, políticas y normativas de RSE.

4.9 La Responsabilidad Social en Colombia

Reglamentación de la Responsabilidad Social Empresarial en Colombia dictado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

Orígenes. Según el estudio de aportes y desafíos de la RSE en Colombia realizado por Gutiérrez, Avella y Rodrigo 2003. Los orígenes de la responsabilidad social empresarial en Colombia se remontan a dos iniciativas importantes:

La primera fue la de la Andi en 1954, donde se propuso establecer un sistema de subsidio familiar mediante la creación de cajas de compensación autónomas financiadas con aportes patronales liquidados sobre el valor de la nomina de las empresas. En 1957, el estado hizo obligatoria esta innovación y se demostró que este sistema de subsidio familiar era una alternativa para mejorar la vida de los colombianos.

La segunda tuvo lugar en el gobierno de Carlos Lleras Restrepo, que inspirado en el modelo del Instituto Colombiano de Bienestar Familiar, hizo obligatorio el programa de guarderías.

Desde 1960 surgen las primeras fundaciones de origen empresarial y gracias a la legislación laboral y tributaria se les dio protección a los empleados y se permitió que las donaciones, fueran objeto de deducción de impuestos. En la década de 1990 el concepto de RSE fue evolucionando y cobrando fuerza lo que se evidencia a través de la

creación de ocho corporaciones dedicadas a temas como educación, salud, justicia y transparencia por parte del sector privado.

Actualmente, los esfuerzos por aumentar la inversión social privada se traduce en diversas iniciativas que involucran sector público y organizaciones de sociedad civil. Según una encuesta sobre la RSE de la Andi, el 98% de los encuestados cree que su empresa debe asumir responsabilidad social con la comunidad y el 96% piensa que la RSE debe regirse por códigos de gobierno corporativos independientemente de si la empresa esta suscrita o no en el Registro Nacional de Valores. Para esto existe un proyecto de ley del Senado 153/2006 mediante el cual se reglamenta la responsabilidad social e las empresas y se dictan otras disposiciones.

De esta manera las sociedades deben generar confianza dentro de la comunidad donde operan y establecer propósitos que sirvan al bien común, sin descuidar el fin de maximizar el retorno económico para sus asociados.

Las sociedades adoptarán mecanismos que les permitan responder a las exigencias de los procesos de globalización, las políticas para-arancelarias y las convenciones internacionales con miras a lograr mayor competitividad y promover la inversión extranjera.

Las sociedades adoptarán las siguientes políticas, entre otras:

Política Ambiental. La sociedad debe generar las estrategias para prevenir y minimizar los impactos y riesgos a los seres humanos y al ambiente, garantizando la protección ambiental de la localidad en la que se encuentra ubicada mediante la optimización en el uso de los recursos naturales, materias primas y energía, prevenir y minimizar la contaminación, los residuos y los impactos ambientales, adoptar tecnologías limpias y prácticas de mejoramiento continuo, apoyándose en estructuras como promoción de la producción más limpia y promoción de la autogestión y autorregulación ambiental empresarial.

Las sociedades colombianas, sean o no industriales, propiciarán una administración ambiental sana y ayudarán a controlar el impacto de sus actividades, productos y servicios sobre el medio ambiente de acuerdo con las siguientes directrices:

1. Trabajo de Planeación: Las sociedades deberán conocer la normatividad ambiental que les sea aplicable e incorporarán dentro de su plan estratégico o ejercicio de planeación, programas de evaluación y mejoramiento ambiental que permitan dar cumplimiento a las disposiciones legales y cuando los costos resulten razonables frente a los beneficios obtenidos, desarrollar proyectos que vayan más allá de la exigencia normativa.

2. Trabajo de Prevención: Las sociedades asumirán políticas que enfaticen la prevención de la contaminación, a través del uso de tecnologías limpias y un manejo adecuado de los desechos industriales.

3. Tecnologías limpias: Las sociedades desarrollarán sistemas de administración ambiental en los procesos de producción diarios y propenderán por el manejo de tecnologías limpias en las diferentes etapas productivas con participación activa de los empleados, los proveedores y demás terceros.

4. Desechos industriales: Las sociedades desarrollarán sistemas eficientes de recolección, eliminación, almacenamiento y recirculación segura de desechos industriales.

5. Uso eficiente de los recursos: Las sociedades deberán desarrollar, diseñar, operar instalaciones, realizar actividades y proveer productos y servicios considerando el aprovechamiento eficiente de la energía y otros insumos, el uso sostenible de los recursos renovables, y la minimización de los impactos ambientales adversos.

6. Educación y promoción: Las sociedades adoptarán mecanismos para educar y promover la gestión ambiental, el uso adecuado de los desechos industriales, el desarrollo sostenible, y las tecnologías limpias entre los empleados, proveedores, contratistas y en la comunidad en donde opera la empresa.

Protección de la Propiedad intelectual.

Las sociedades deben asegurar el cumplimiento de las normas nacionales y convenciones internacionales, sobre los derechos de autor, propiedad industrial e intelectual, con las cuales se respetan las creaciones de terceros. Para ello se adoptarán los siguientes mecanismos:

1. Reglamentar internamente el uso de: La copia, su distribución y demás acciones sobre los productos propios y ajenos protegidos con derechos de propiedad intelectual, (como software, música ambiental, fotocopias, marcas, patentes, etc.), para evitar las infracciones intencionales o por equivocación de estos derechos por parte de los empleados, y en general por parte de la sociedad.

2. Convenciones internacionales: Considerar la protección que en otros países se ha reconocido, a los distintos elementos de propiedad intelectual, para garantizar su protección internacional independientemente de la territorialidad de las normas, cuando ello resulte adecuado.

3. Cláusulas contractuales: Incluir cláusulas de protección de la propiedad intelectual (derechos de autor y de propiedad industrial), en los contratos con los empleados, proveedores y demás terceros relacionados con la empresa, en los que se

defina claramente su titularidad y su uso adecuado con el fin de evitar problemas interpretativos futuros.

4. Promoción: Educar, entrenar y motivar a los empleados para que conozcan la importancia y las consecuencias legales de la protección de la propiedad intelectual.

5. Contrabando: Las sociedades promoverán la protección de los derechos de propiedad intelectual entre los proveedores y contratistas, desestimulando la adquisición de productos de contrabando o sin licencias.

6. Valoración de la propiedad intelectual: Las sociedades colombianas considerarán sus creaciones como un activo valioso del patrimonio de la misma, de manera consistente con las normas contables.

Políticas Anti - Soborno y Anti – Corrupción. Se recomienda a las sociedades adoptar los siguientes mecanismos de tal manera que se impidan y prevengan la aparición de fenómenos de soborno y corrupción en su interior:

1. Contemplar principios éticos que sean preferiblemente el resultado de una construcción colectiva al interior de las empresas.

2. Darle publicidad a las normas éticas y advertir sobre la determinación inquebrantable de cumplirlas en el giro ordinario de sus actividades.

3. Promover la suscripción de pactos de integridad y de transparencia por parte de los proponentes en las licitaciones públicas y concursos de méritos, como herramienta que mejora las condiciones estructurales de la contratación estatal, al discutir públicamente los pliegos, evaluar las ofertas dando prioridad al espíritu de la norma y no a los aspectos formales, promover el control social.

4. Fomentar procesos internos claros, equitativos, viables y transparentes.

5. Denunciar las conductas irregulares que se observen al interior de la sociedad o en otra empresa.

6. Capacitar al personal de la sociedad en materia de ética ciudadana y responsabilidad social, como parte de una estrategia empresarial.

7. Crear Comités de Ética al interior de la sociedad para conocer y dirimir los conflictos que se presenten entre sus miembros.

Políticas de Inversión Social. Las sociedades desarrollarán programas de mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades en donde están ubicadas y

promoverán y estimularán la participación de las personas vinculadas con la empresa en proyectos de interés general.

Política de Información - E-Governance**.** Las sociedades colombianas que utilicen tecnologías de información establecerán mecanismos para garantizar que la información transmitida por medios electrónicos responda a los más altos estándares de confidencialidad, veracidad e integridad.

Política de Cumplimiento de la Ley. Las sociedades deben establecer mecanismos que aseguren el cumplimiento de las disposiciones constitucionales, legales y reglamentarias sobre materias laborales, tributarias y de libre competencia.

4.10 Antecedentes Legales en Colombia

Es importante aclarar que los problemas por la Inadecuada responsabilidad social no es causa generada por una sola fuente, es decir, por la empresa; todas las esferas de un estado son igualmente responsables de sus males: las políticas blandas, imprecisas e irresponsables de los gobiernos, gobernantes permisibles y transigentes; los sistemas de corrupción; la poca preocupación e importancia concedida en el tema por parte de entidades educativas; la ignorancia misma o falta de conocimiento sobre el tema por parte de empresarios Y actores del sector productivo y comercial; el bajo escrúpulo de

muchos empresarios y personas que conociendo el tema y sus consecuencias, actúan de forma irresponsable.

En pocas palabras, todos los estamentos que hacen parte del estado, gobierno y sus políticas, colegios y universidades, empresas, empleados, padres de familia, medios informativos y demás que inciden en patrones de comportamiento y en la cultura, son igualmente responsables en los daños ocasionados, bien por acciones directas o por omisión. Las empresas son partícipes de la responsabilidad en algunos de los problemas causados por un proceder no "responsable socialmente", o en todos, por sus políticas o la carencia de las mismas, por sus sistemas de dirección y por una serie de costumbres y vicios empresariales que le alejan de una actuación Responsable que mida la consecuencia de sus actos. La responsabilidad o la no responsabilidad, es parte de la cultura de una empresa. Habría que distinguir todo lo relativo a la aplicación del amplio marco legislativo en todos los campos del derecho civil, laboral, penal, administrativo, etc., y sus Reglamentos específicos (que son además de una responsabilidad legal, una responsabilidad social), de lo que se entiende actualmente por Responsabilidad Social, que más allá de lo recogido en la legislación, se aplica con carácter "voluntario". El estado interviene en las empresas a través de su Legislación, tanto para imponer normas, conceder Beneficios a las mismas, como para penalizarlas.

Colombia esta trabajando con gran interés para propiciar la creación de un mejor país, es el interés común de muchas empresas. Es reconfortante saber que en Colombia goza de un puesto reconocido dentro del contexto latinoamericano debido a la diversidad y originalidad de sus iniciativas, la calidad de su gestión y los resultados obtenidos. Los temas de interés dentro de la práctica de la RSE, que acá se presentan son diversos y abarcan vivienda, cultura, salud, educación, respeto del medio ambiente, capacitación de los recursos humanos, etc. Sin embargo, esta claro que en un país como Colombia donde hay tantas deficiencias se encuentran temas que ocupan un lugar prioritario.

Según la encuesta de Responsabilidad Social Empresarial realizada por la Andi, las principales áreas de inversión de las empresas Colombianas son la vivienda, la salud y la educación. Se constata igualmente que cada vez mas, las compañías empiezan a adoptar medidas de RSE no solo por las presiones de sus empleados, comunidad o inversionistas, sino que el mercado mismo lo esta exigiendo. En efecto las empresas son conscientes de las ventajas competitivas que genera la RSE y cada vez más, forma parte de su actividad estratégica en la competencia comercial.

La educación es un común denominador en los programas de RSE. El sentido de responsabilidad de los empresarios Colombianos ocupa un lugar más que destacado a escala de latinoamericana. Sin embargo queda mucho por hacer. Todavía son

relativamente pocas las empresas que han incorporados los conceptos y prácticas de la RSE dentro de su gestión. Si se tiene en cuenta que Colombia tiene cerca de un millón y medio de unidades empresariales, es necesario reconocer que el trabajo apenas comienza se está permeando la primera capa de las empresas, que hacen parte de las más grandes y visibles.

Pero el problema no es solo de cantidad, sino de calidad, aun aquellas empresas que cuentan con practicas de RSE corren el riesgo de sentirse satisfechas al contar con unos mínimos de comportamiento, una gerencia interna para manejar estos asuntos y la publicación anual de una memoria narrativa ajustada a alguno de los patrones internacionales existentes.

El siguiente paso, es el más importante este se refiere a asegurar que los resultados que se hacen en términos de beneficio sean real para el país, sea efectivo y tenga resultados. Por lo tanto no son suficientes las buenas intenciones.

La educación es la empresa más grande del país, los empresarios pueden tener un importante efecto en mejorar esta gran empresa a través de la política, el conocimiento y la inversión. Es de gran importancia saber como cada uno de estos aspectos influyen dentro de las políticas que se manejan para apoyar la educación y así poder contribuir con el trabajo de la Responsabilidad social empresarial.

En cuanto a la política, esa gran empresa que es la educación tiene una característica se administra de manera descentralizada. El responsable de lo que pasa en las escuelas de una ciudad o un pueblo no es el ministerio de educación, que tiene una función rectora y de asignación de recursos, sino el gobernante local, llámese alcalde o gobernador.

Los empresarios pueden mejorar esta situación exigiendo a los candidatos a las alcaldías y gobernaciones el cumplimiento de los compromisos con la educación y que esta se refleje en tres cosas simples: un secretario de educación competente, honesto y estable, un esfuerzo local de inversión en educación, que complemente los aportes del gobierno nacional. Y por ultimo una política deliberada para que no existan niños sin escuela en su territorio.

Los empresarios tiene influencia, capacidad de liderazgo, su voz suele ser escuchada con respeto en el ámbito municipal y departamental de manera efectiva de ejercer la ciudadanía corporativa exigir a los futuros gobernantes una gestión responsable y vigilar atentamente para que posteriormente se cumplan.

En cuanto al conocimiento. Las empresas cuentan con el talento, el conocimiento la generosidad de miles de empleados que están dispuestos a compartir

su saber y experiencia con las escuelas publicas cercanas a su lugar de trabajo. No se trata de remplazar el trabajo de los que los maestros Colombianos realizan con limitaciones de recursos y en condiciones, a veces, dramáticas, sino de dar una mano de ayuda encaminada a mejorar la calidad de la gestión de esas escuelas.

La inversión. Revisemos como empresarios en que programas educativos se están invirtiendo sus donaciones y aportes. Se debe vigilar que los programas que apoyan respondan a las necesidades reales, y que produzcan resultados efectivos y sean sostenibles, se apoyan intervenciones integrales, que mejoren la capacidad de los Maestros para enseñar, de las escuelas para gestionar sus recursos y de las autoridades para rendir cuentas.

Teniendo en cuenta lo anterior y de acuerdo a la importancia que tiene la Educación respecto a este tema vital como es la RSE, el compromiso de la Universidad es el realizar acciones de acuerdo a lo que le corresponde como institución de formación y ofrecer beneficios a toda la sociedad. Respondiendo a las exigencias del entorno en el que esta inmersa la universidad, desde el departamento de extensión la universidad Simón bolívar aborda esta temática siendo de gran importancia para los objetivos que se tiene como universidad y como entidad formadora.

5. DEFINICIÓN DE VARIABLES

5.1 Definición Conceptual

El concepto de responsabilidad social se aplica sobre todo en las grandes empresas, aunque en todos los tipos de empresas, públicas y privadas, incluidas las PYME y las cooperativas, existen prácticas socialmente responsables. Dentro de las distintas organizaciones que trabajan en pro de la RSE cabe destacar a: La Comisión de las Comunidades Europeas que con su máximo exponente el Libro verde del año 2001, busca "Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas, así como también en las *internacionales*" y en el que se aboga por un mayor compromiso empresarial en esta materia, incitando a la reflexión en frentes diversos, de la que están surgiendo interesantes aportes y el principal es respecto a la Responsabilidad Social.

De lo anterior surge el concepto del cual hemos tomado como nuestro referente:

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Significa la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores (...). Esta responsabilidad se expresa en relación con los asalariados, y de manera más general, con todas las partes involucradas (stakeholders-grupos de interés) que se preocupan por la empresa y que a la vez, desean influir en su éxito". (Comisión Europea, 2001)

5.2 Definición Operacional

	DIMENSION	*INDICADORES*
Responsabilidad Social Empresarial	**Responsabilidad Económica:** la riqueza que se genere ha de basarse en valores y practicas universales. La empresa socialmente responsable pretende minimizar los costos económicos, medioambientales y sociales de su actividad.	-Los socios empresariales, incluidos proveedores y subcontratistas, deben aplicar principios de conducta empresarial compatibles con las Directrices Nacionales e Internacionales y deben estimular la generación de capacidades locales mediante una cooperación estrecha con la comunidad local, incluidos los sectores empresariales locales, desarrollando al mismo tiempo actividades de la empresa en los mercados interiores y exteriores de una manera compatible con la necesidad de prácticas comerciales saludables.
	Responsabilidad Social: para alcanzar la legitimación social, la empresa ha de dar respuesta a las demandas que la sociedad le plantea desde los valores y pautas de comportamientos que la propia sociedad le indica.	-Respetando los derechos humanos de las personas afectadas por sus actividades de conformidad con las obligaciones y compromisos internacionales del gobierno de acogida. Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos proclamados en el ámbito nacional; y evitar verse involucrada en abusos de los derechos humanos. Desarrollar programas de mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades en donde están ubicadas y promover y estimular la participación de las personas vinculadas con la empresa en proyectos de interés general. -Fomentar la formación del capital humano, particularmente mediante la creación de oportunidades de empleo y el ofrecimiento de formación a los empleados.
	Responsabilidad Medioambiental: la responsabilidad debe expresarse también a través del cuidado del medio ambiente es una cuestión clave para llevar a cabo un desarrollo sostenible.	-La sociedad debe generar las estrategias para prevenir y minimizar los impactos y riesgos a los seres humanos y al ambiente, garantizando la protección ambiental de la localidad en la que se encuentra ubicada mediante la optimización en el uso de los recursos naturales, materias primas y energía, prevenir y minimizar la contaminación, los residuos y los impactos ambientales, adoptar tecnologías limpias y prácticas de mejoramiento continuo, apoyándose en estructuras como promoción de la producción más limpia y promoción de la autogestión y autorregulación ambiental empresarial. -Las empresas deben apoyar la aplicación de un criterio de precaución respecto de los problemas ambientales, adoptar iniciativas para promover una mayor responsabilidad ambiental y alentar el desarrollo y la difusión de tecnologías inocuas para el medio ambiente.

6. METODOLOGÍA

6.1 Paradigma

El paradigma de esta investigación es el empírico – analítico, el cual se utiliza con frecuencia en las ciencias sociales que trabajan con información cuantitativa o cuantificable, ya que éste paradigma busca descubrir, predecir, elaborar explicaciones a los fenómenos de la realidad para transformarla y fundamentarla en el rigor científico (Hernández y otros, 2003)

Es un procedimiento clave para entender todo un conjunto de concepciones y principios sobre la investigación científica, a la cual se incorporaron como premisas básicas dos criterios fundamentales, la veracidad y la verificabilidad, que a la postre caracterizan y definen el método empírico. Uno de los rasgos fundamentales de este método es el lugar que ocupa el dato o sea la circunstancia cuyo conocimiento es necesario para formarse una idea de un asunto o deducir las consecuencias correctas de un hecho. Para este sistema el dato es el resultado más inmediato del conocimiento de la realidad y que se logra mediante la práctica. Es más que una concepción teórica, es un conjunto de procedimientos y técnicas para reconocer la realidad ya que los datos se registran a través del empleo de técnicas (Cerda, 2002)

En la presente investigación se trabajó en la búsqueda de conceptualizaciones de la construcción histórica e identificación de aportes sobre el tema, lo que se justifica que no posea mucha profundidad, en distintos niveles de análisis que se relacionan con varios enfoques teóricos y metodológicos.

Este paradigma facilitó al grupo de investigadores en la búsqueda de la información debido a que existe variada documentación respecto al tema investigado.

6.2 Tipo de Investigación

La investigación documental es de tipo Teórico-Descriptiva, la cual depende fundamentalmente de la información que se recoge o consulta en documentos, extendiéndose éste término, en sentido amplio, como todo material de índole permanente es decir, al que se pueda acudir como fuente de referencia en cualquier momento o lugar, sin que se altere su naturaleza en sujetos para que aporte información mas correcta de una realidad o acontecimiento (Cazare, 1990)

Una de las funciones principales del método descriptivo es la capacidad para seleccionar las características fundamentales del objeto de estudio y su descripción detallada dentro del marco conceptual de referencia.

La descripción científica se basa en el propósito de dar a conocer una información, un hecho, simplemente un dato, tal cual es, depurado al máximo de las apreciaciones subjetivas del sujeto. Las cualidades del estilo que predominan este tipo de investigación son la objetividad, la claridad, precisión, coherencia lógica y referencia, y lenguaje denotativo (Cerda, 2002)

6.3 Población

Población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones, podemos decir que la población es la totalidad del fenómeno a estudiar, en donde las unidades de población posee una característica común la cual estudia y da origen a los datos. (Hernández y otros, 2003).

Los documentos que hicieron parte de esta investigación, fue la literatura encontrada como: libros de tipo general, de texto y especializados. Revistas profesionales, técnicas y científicas. Informes técnicos como memorias de conferencias, los informes de congresos, reuniones y otros, monografías, artículos, ensayos, estudios críticos, periódicos, páginas web, entre otros que tratan el tema de Responsabilidad Social.

6.4 Muestra documental

La muestra se define como un subgrupo de la población. Para delimitar las características de la población. (Hernández & otros, 2003). La muestra documental que hizo parte de esta investigación fueron las referencias seleccionadas por los investigadores en un total de 75 documentos como las enciclopedias, diccionarios y libros; artículos, revistas, tesis, informes técnicos, manuscritos, monografías; el propio centro de trabajo, la comunidad a la que se pertenece; los adelantos de la tecnología, las conferencias, las discusiones académicas, los seminarios, las clases, los congresos, las mesas redondas, la consulta a especialistas en la materia que interesa estudiar; libros de texto, publicaciones periódicas de la especialidad, folletos, programas de estudio, programas de investigación, guías bibliográficas, catálogos, índices, boletines informativos, reseñas, ensayos.

De forma intencional de acuerdo al interés y las necesidades que se requerían para la investigación.

El muestreo intencional es un procedimiento que permite seleccionar los casos característicos de la población limitando la muestra a estos casos. Se utiliza en situaciones en las que la población es muy variable y consecuentemente la muestra es muy pequeña.

6.5 Técnicas e Instrumentos

La técnica es indispensable en el proceso de la investigación científica, ya que integra la estructura por medio de la cual se organiza la investigación, La técnica pretende los siguientes objetivos: Ordenar las etapas de la investigación; aportar instrumentos para manejar la información; llevar un control de los datos y orientar la obtención de conocimientos.

En cuanto a las técnicas de investigación, se utilizará la técnica documental. Es la que permite la recopilación de información para enunciar las teorías que sustentan el estudio de los fenómenos y procesos. Incluye el uso de instrumentos definidos según la fuente documental a que hacen referencia.

El objetivo de la investigación documental es elaborar un marco teórico conceptual para formar un cuerpo de ideas sobre el objeto de estudio, con el propósito de elegir los instrumentos para la recopilación de información es conveniente referirse a las fuentes de información.

Fuentes primarias de información. Estas fuentes son los documentos que registran o corroboran el conocimiento inmediato de la investigación. Incluyen libros, revistas, informes técnicos y tesis. Fuentes secundarias: enciclopedias, anuarios, manuales, bibliografías e índices.

Los Instrumentos: Constituyen los medios naturales, a través de los cuales se hace posible la obtención y archivo de la información requerida para la investigación (Hernández y otros, 2003).

6.6 Procedimientos

Para la recopilación del mayor número de documentos se visitaron bibliotecas, librerías, hemerotecas se localizo la literatura y otros documentos relacionados con el tema de investigación desde las diferentes fuentes primarias como los libros, revistas, monografías, tesis, documentos oficiales, reportes de asociaciones, trabajos presentados en conferencias y seminarios. Las fuentes secundarias como los comentarios en artículos y otros documentos; de igual forma se realizo la selección de información por medio de buscadores especializados de Internet como Wikipedia, Google y algunas bases de datos, bibliotecas en línea de instituciones educativas y entidades privadas que trabajan la temática; para identificar los documentos que tenían la calidad científica necesaria y ser ubicados inmediatamente en el sitio Web.

Por otro lado se revisaron, otros documentos elaborados por especialistas asesores y consultores de las diferentes asociaciones y entidades gubernamentales de otras partes del mundo.

Se encontró información a nivel general y se tomó como base para saber cuales habían sido sus orígenes, inicios, primeros autores etc. De igual forma se encontró información a nivel Mundial, en Latinoamérica incluyendo a Colombia. Se acopió la bibliografía básica sobre el tema se reunió todo el material publicado o inédito; artículos, monografías, cartas, oficios, circulares, folletos, expedientes, leyes, se organizaron los datos y se elaboró un esquema para facilitar la búsqueda e interpretación de los datos lo que nos apoyó en la relación del tema investigado entre sí y con el todo de la Responsabilidad Social Empresarial.

Luego del análisis de estos datos se tomaron los elementos más significativos, que respondieron a nuestros objetivos, las causas, consecuencias e implicaciones de la Responsabilidad Social Empresarial. Se hicieron las aclaraciones y luego se sistematizó lo hallado teniendo en cuenta las tendencias conceptuales, las metodológicas, el contenido y las tendencias bibliográficas que se encuentran en los informes finales de la investigación.

Se desarrolló la redacción del trabajo, comenzando con el titulo, justificación, planteamiento del problema, objetivos, definición de variables, y la metodología a utilizar para alcanzar las metas de la investigación.

Por ultimo se dieron las conclusiones y recomendaciones orientadas al desarrollo de la investigación sobre Responsabilidad Social Empresarial.

7. *CONCLUSIONES*

La Responsabilidad Social Empresarial y su práctica real de las empresas transnacionales tienen el poder de atraer a otros para unirse e incorporarlas dentro de las estrategias de negocios. Está también la presión de algunas comunidades que de manera indeterminada, es percibida como un llamado para una mayor orientación social de parte de las empresas. El vacío dejado por un Estado a menudo menos capaz y solvente podrá ser visto por algunos como un llamado de emergencia para llenarlo y ganar algo en el proceso. Tendencias religiosas con una nueva cara pueden estar empujando también para llenar los espacios, tanto política como culturalmente.

En estos momentos la Responsabilidad Social Empresarial presenta muchos riesgos. Podría, al final, convertirse más en una experiencia de marketing social que una reorientación sustantiva, o podría conducir a la incitación a una movilización social y generar expectativas que pueden romperse en las murallas de las contradicciones estructurales. Puede inflar el poder y la capacidad del sector privado a través de la exaltación de los poderes y promesas de la empresa que, sin embargo, puede resultar incapaz de superar la fragmentación y la in efectividad. En el camino, puede dañar el rol universal que los Estados deben desempeñar en asuntos sociales y políticos.

Pero, junto con los riesgos, hay oportunidades. . Una mayor cantidad de recursos privados que podrían destinarse al consumo privado se están dirigiendo al uso social, que irá a beneficiar seguramente a los más pobres. El talento humano y organizativo, junto con la tecnología y los equipos, podrán ser movilizados para honestos propósitos sociales. A las empresas, entonces, habrá que exigirles que cumplan con lo prometido, y hacerlas rendir cuentas. Sin embargo, para poder aprovechar las oportunidades, se necesita mucho más estudio y pensamiento creativo.

8. RECOMENDACIONES

La Responsabilidad Social contribuye sin duda, al desarrollo sostenible pero debe integrarse dentro de los programas y estrategias de negocios que tienen las empresas. Y dentro de las estrategias hay dos puntos importantes.

El primero es que no se quede en acciones solo altruistas, en donde solo el beneficio sea para las empresas y no se de cumplimiento a su objetivo principal.

Segundo el no convertirse en moda pasajera el tema de RSE en donde muchas empresas obtengan grandes beneficios y quieran figurar por cuestión de imagen y reconocimiento social.

Es importante establecer unos propósitos que busquen siempre el beneficio entre las empresas, universidades, comunidad y otros: La responsabilidad social debe ser compatible con la maximización de beneficios y la función social de las empresas.

Es importante integrar la económica y para ello los directivos tienen que demostrar la relación entre el incremento de valor para los accionistas y la responsabilidad social, de manera que esta sea percibida y valorada por la sociedad.

Es importante que la Responsabilidad Social Empresarial este dentro de las estrategia y estructuras de la empresa. La definición de valores y principios empresariales en todos los niveles de la compañía. La innovación de la Responsabilidad Social Empresarial como una oportunidad de creación de valor a través de su incorporación en los planes de desarrollo y estudio.

El compromiso en utilizar indicadores de cumplimiento de las estrategias establecidas.

Teniendo en cuenta lo anterior el programa de Extensión debe proponer la ejecución de iniciativas orientadas a mejorar la calidad y el acceso a la oferta de servicios educativos, el fortalecimiento de la función docente, una mayor cooperación familia-comunidad y la vinculación de la educación con los sectores productivos. Se debe entender que la empresa no se desarrolla aislada del contexto social, sino en sintonía con el y reconoce que solo en el fortalecimiento mutuo se dará el bienestar.

Asimismo realizar estrategias y programas de acción social pensados y planificados, contando para ello con personas capacitadas profesionalmente y conscientes de la importancia de la proyección social de la empresa para el desarrollo humano.

REFERENCIAS

Agencia europea para la Seguridad y Salud en el Trabajo (2002). Responsabilidad Social de las Empresas y Salud Laboral. *Forum Revista,* (3).

Alea, A. (2005). Breve historia de la educación ambiental; del conservacionismo hasta el desarrollo sostenible. *Revista Futuros, 3*(12), 23. Revisado el 15 de septiembre de 2008 desde http://www.revistafuturos.info/indices/indice_12_home.htm

Alea, A. (2007). Responsabilidad social empresarial. Su contribución al desarrollo sostenible. *Revista Futuros, 5*(17), 22. Revisado el 15 de septiembre de 2008 desde http://www.revistafuturos.info/indices/indice_17_home.htm

Altahona, Y., Goenaga, P., Gravini, M., Restrepo, M., Ruiz, P. y Vásquez, F. (2003). Lineamientos para la presentación de trabajos de investigación. *Revista Psicogente, 11*, 84 – 98

Asociación de Productores de Energía Renovables (2005). *El Protocolo de Kyoto*. Revisado el de 2008 desde http://www.appa.es/05kioto/05_k2.htm.

ANDI (2001). *El Manual del Balance Social ANDI – OIT*. Bogotá: Autor.

Arenas, C. (2006). Democracia y desarrollo: Límite entre la realidad y la ficción, la perspectiva de la psicología política. Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Revisado el 01 de mayo de 2008 desde http://www.unmsm.edu.pe/psicologia/documentos/documentos2007/libro%20eap/12LibroEAParenas.pdf

Austin, J. (2008). La Responsabilidad Social Genera Valor. Colombia: *Centro Nacional de Productividad Colombia*. Revisado el 17 de septiembre de 2008 desde http://www.cnp.org.co/contenidos/La-responsabilidad-social-genera-valor.php

Balián, B. (2004). *La responsabilidad social empresaria, un estudio empírico de 147 empresas*. Colección Documentos de trabajo. Universidad Católica Argentina, F (1), Buenos Aires.

Banco Mundial Instituto). *El sector privado como un verdadero aliado en el desarrollo 2006* [artículo]. Revisado el 7 de septiembre de 2008 desde http://siteresources.worldbank.org/CGCSRLP/Resources/El_sector_privado_como_un_verdadero_aliado_en_el_desarrollo_v.final.pdf.

Bestraten B., M., Pujol S. L. (2003). Portal de relaciones públicas: Responsabilidad social en las empresas. Revisado el día 27 de mayo de 2008 desde http://www.rrppnet.com.ar/rse.htm

Bull, B. (2004). Responsabilidad social de las empresas: ¿Una solución para el desarrollo en América Latina? *RVG*, *9*(28) 565-584.

Cajiga, J.F. (2006). Fundamentos de la Responsabilidad Social Empresarial. Centro Mexicano para la Filantropía-CEMEFI, A.C. Revisado el 20 de septiembre de 2008 desde http://www.cemefi.org/spanish/content/view/632/19/

Castillo, A. M. (2003). *La responsabilidad en el contexto social; su articulación y control.* Tesis de doctorado. Universidad de Málaga, Málaga.

Cazare, L (1990). *Técnicas actuales de investigación documental*. México: Trillas Editorial.

Caux Round Table. (n.d.). *Principios para las Empresas*. EEUU: Autor. Revisado el 05 de mayo de 2008 desde http://www.cauxroundtable.org/documents/PrinciplesforBusinessSpanishTranslation.pdf

CEDES, (2001). Responsabilidad Social Empresarial. *Seminario Itinerante*. Revisado el 07 de junio de 2008 desde http://www.deres.org.uy/

CCRE-Centro Colombiano de Responsabilidad Empresarial. *Responsabilidad Social en Colombia 2006* [Boletín]. Revisado el 19 julio de 2008 desde http://www.ccre.org.co/boletines/EDITORIAL.asp

Cerda, H. (2002). Los *elementos de la investigación: Como reconocerlos, diseñarlos y construirlos*. Bogotá: Ed. El Búho Ltda.

Correa, M. E. (2004). Responsabilidad social empresarial: Una Nueva Forma de Hacer Negocios. *Revista Futuros 2(*6).

Comisión de las Comunidades Europeas (2001). *Libro Verde: Fomentar un Marco Europeo para la Responsabilidad Social de las Empresas*. Bruselas: Autor.

Correa, M. E., Flynn, S. y Amit, A. (2004).Responsabilidad social corporativa en América Latina: una visión empresarial. *CEPAL. Serie: Medio ambiente y desarrollo*, Santiago de Chile. Revisado el 29 de marzo de 2008 desde http://www.eclac.cl/pulicaciones/MedioAmbiente/4/LCL2104P/lcl2104.pdf.

Danke G.L. (1986). *Investigación y comunicación*. Citado en: Hernández, R – Fernández, C, Metodología de la investigación 2da. Ed. Editorial Mc Graw Hill. México. (p. 60).

Dante, P. G. (2005), Responsabilidad social empresarial. Colombia: Universidad de los Andes. Revisado el 02 abril de 2008 desde http://ctp.uniandes.edu.co/Empresas/Servicios/Articulos/responsabilidad_social_emp.php

Debeljuh, P. (2004). La conquista de las virtudes en la empresa. *Revista Temas*, Buenos Aires. (p. 175).

DiPiazza, S. A. y Eccles, R. (2002) "Recuperar la confianza". *Financial Times* - Prentice Hall.

Dixon F. (2003). Total Corporate Responsability. Achieving Sustainability and Real Prosperity. *Ethical Corporation. L. Magazine, 1*(4).

Escamez, J. y Gil, R. (2001). *La Educación en la Responsabilidad*. Barcelona: Paidós Ibérica Editores

Feres, J. C. (2001). *La pobreza en Chile en el año 2000*. CEPAL – ECLAC Santiago de Chile.

Ferrer, j. (2001). *Presencia del componente ético en sectores de actividad industrial*. Maracaibo, Venezuela: *Ediciones Astro Data. S.A.* (p. 46)

Friedman, M. (1962-1970). Capitalismo y libertad. Madrid: Biblioteca Orbis.

Global Reporting Initiative. (2002). *Sustainability Reporting Guidelines*. GRI, Boston – USA. Revisado el 20 de julio de 2008 desde http://www.globlareporting.org.

Global Compact. *Los Diez Principios (2007)*. Revisado el 20 de julio de 2008 desde http://www.unglobalcompact.org/Languages/spanish/Los_Diez_Principios.html

Goldsmirth, J. & Cloke, K. (2002). El Fin del Management y el Surgimiento de la Democracia Organizacional. *Jossey Bass – Wesley.* (p.17)

González, M. (2004). *El porqué de la responsabilidad social corporativa*. Boletín Económico de ICE Nº 2813.

González, Tito (2005). *La responsabilidad social de la empresa*. Un buen negocio. Revisado el 17 de septiembre de 2008, desde http://www.monografias.com/trabajos13/bune/bune.shtml

Hernández. R.; Fernández, C.; Baptista, P. (2003). *Metodología de la Investigación.* 3ª ed. Mc Graw Hill. 15-96.

Hermosilla, A. (2002). Psicología y Mercosur: La dimensión ética de la integración y antecedentes del debate en Argentina. *Fundamentos en Humanidades*. *1*, (002), 48.

Hodges, A. (2005). *La Responsabilidad como Generadora de Valor*. Bogotá: Ed. Formato Comunicación Diseño Ltda. (p. 15)

Instituto Ethos (2003). *Regulamentacâo da Responsabilidade Social Empresarial*. Debates Revisado el 07 de agosto de 2008 desde http://www.ethos.org.br

Instituto Ethos de Responsabilidad Social Empresarial (2005). *Indicadores Ethos de Responsabilidad Social Empresarial.* Sao Pablo. Instituto Ethos de empresas y Responsabilidad Social. Revisado el 07 de agosto de 2008 desde http://www.ethos.org.br

Iturbina, L., Reyes, J. (2002). *Responsabilidad Social Empresarial en Chile: Perspectivas para una Matriz de Análisis.* Santiago de Chile.

Iturbina, L., Reyes, J. (2008). *La Responsabilidad Social: Una fuente de Ventaja Competitiva.* Univ. Anáhuac - Instituto de Desarrollo Empresarial Anáhuac. México.

Lafuente, A., Viñuales, V., Pueyo, R. y Llaría, J. (2001). Responsabilidad Social Corporativa y Políticas Públicas. Revisado el 09 de agosto de 2008 desde http://www.ecodes.org/documentos/archivo/articulos_rsc_ecodes.pdf

López, J. M., Orellano, M. J. (2007). *Nuestra Visión de La Responsabilidad Social Empresarial: Por empresas que Perduran en el Tiempo*. (UNIAPAC). Revisado el 19 de abril de 2008, desde http://es.catholic.net/empresarioscatolicos/484/2989/articulo.php?id=35309

López, M., Maturana, H., Pérez, A. (2003) *Conversando con Maturana de Educación*. Málaga: Ed. Aljibe.

Matten, D., & Moon, J. (2004). *A Conceptual Framework for Understanding CSR- Corporate Social Responsability Across Europe: Discovering Nacional Perspectivas of Corporate Citizenship*. Ed. Habish. Berlin: Springer - Verlag.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Cooperación ambiental (2007). Revisado el 27 de marzo de 2008, desde http://www.mincomercio.gov.co/eContent/NewsDetail.asp?ID=6137&IDCompany=

MC Kinsey. (2006). *The McKinsey Global Survey of Business Executives:* Business and Society.

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico-OCDE (2000). *Directrices de la Organización para la Cooperación*. Revisado el 01 de mayo de 2008 desde http://www.ocde.org/

ONU. Organización de las Naciones Unidas. Carta *Internacional de los Derechos del Hombre (2005).* Revisado el 06 de julio de 2008 desde http://daccessdds.un.org/doc/RESOLUTION/GEN/NR0/046/82/IMG/NR004682.pdf?OpenElement

Organización de las Naciones Unidas-ONU (2004). *Pacto mundial de las naciones unidas: Diez principios de las naciones unidas para las empresas multinacionales y transnacionales.* Revisado el 28 de marzo de 2008 desde http://www.unglobacompact.org/

Organización Internacional del Trabajo-OIT (2001) *Declaración tripartita de la OIT sobre las empresas multinacionales y la política social*. Revisado el 28 de marzo de 2008 desde http://www.oit.org/public/english/employment/multi/download/spanish.pdf

Organización Vincular. Responsabilidad Social Empresarial (2002). Revisado el 27 de septiembre de 2008 desde http://www.vincular.org/html/prensa.php?indice=P

Perdiguero, Tomás. (2003). La Responsabilidad Social de las Empresas en un Mundo Global. Editorial Anagrama S.A. Barcelona.

PNUD. (2001). Pro – Humana. *Seminario Internacional de Responsabilidad Social Empresarial.* ¿Hacer o Parecer? Santiago de Chile.

PNUD. Pobreza e Inequidad. *La Pobreza e Inequidad en los Informes del PNUD sobre Desarrollo Humano 2005.* Revisado el 05 de julio de 2008 desde http://www.pnud.org.co/img_upload/9056f18133669868e1cc381983d50faa/HDR05_sp_overview.pdf

PWBLF (2004). *Corporate Social Responsability.* Revisado el 21 de agosto de 2008 desde http://www.blf.cz/csr/cz/vyzkum.pdf

PNUMA (2008). *Kick the Habit A UN guide to climate neutrality*. Revisado el 06 de julio de 2008 desde http://www.unep.org/publications/ebooks/kick-the-habit/pdfs/KickTheHabit_en_lr.pdf

Ramírez, J. y Silva, I. (2008). Globalización y Desarrollo Regional: Evolución Económica de las Regiones Chilenas, 1990-2002. *Revista de la CEPAL,* (95), 103-124. Revisado el 30 de agosto de 2008 desde http://www.cepal.cl.

Responsabilidad Social Corporativa en América Latina. (s.f.) Disponible en: http://www.nebrija.com/responsabilidad-social/america-latina.htm.

Responsabilidad Social: ¿Bondad o Interés? (2004). Revisado el 25 abril de 2008 desde http://news.bbc.co.uk/hi/spanish/forums/newsid_3472000/3472549.stm

Segal, Jean Pierre. (2004). *Pluralitè des lectures politiques de la responsabilité sociale de I'entreprise en Europe.* Documento de trabajo. Citado en Wagenber, Alan: La Narrativa de la Responsabilidad Social Empresarial.

Social Accountability Internacional (2001). *Norma Voluntaria de Responsabilidad Social de las Empresas (SAI8000*). Revisado el 20 de julio de 2008 desde http://www.sa-intl.org/index.cfm?fuseaction=document.showDocumentByID&nodeID=1&DocumentID=140

Sloan, T. & Toporek, R. (2007). La mission de los Psychologists for Social Responsibility. *Journal for Social Action in Counselling and Psychology, 1*(1). Revisado el 15 de abril 2008 desde http://www.psysr.org/

Solarte, R. (2004). Gestión de la Responsabilidad Social Empresarial. Revisado el 23 de septiembre de 2008 desde en: http://www.ccre.org.co/cgi-bin/showproduct.asp?ISBN=May04

Sulbarán, J. (1995) El concepto de Responsabilidad Social de la Empresa. *Revista económica (*10), 229. Revisado el 20 de julio de 2008 desdehttp://www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/19207/2/articulo9.pdf

Tálamo, G. (2003). Ética, Responsabilidad Social y Empresa. *Foro 7. Seminario Internacional*. 106 Universidad Metropolitana. Caracas, Venezuela: Ediciones OPSU. Revisado el 01 de mayo de 2008 desde http://www.revistanegotium.org.ve/8/Art4.pdf/

Teixidó, S., Chavarri, R., Castro, A. (2002). Fundación Pro humana. *Responsabilidad Social. 12 Casos Empresariales en Chile*. Santiago de Chile.: Pro humana Ediciones.

Vallaeys, F. (2006). *La Responsabilidad Social Universitaria*. Pontifica Universidad Católica del Perú. Revisado el 27 de septiembre de 2008 desde http://www.contruyepais.cl/

Vives, A. (2003) Banco Interamericano de Desarrollo. Revisado el 02 de octubre de 2008 desde http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getDocument.aspx?DOCNUM=1337282

Vives, A. y Peinado, E. (2003). *Conferencia interamericana de responsabilidad social de la empresa*. Revisado el 02 de junio de 2008 desde http://www.iadb.org/csramericas/2003/doc/proceedingspanamaspa.pdf/

Vives, A. (2004). *The Role of Multilateral Development Institutions in Fostering Corporate Social Responsability*, Sustainable Development Department Bank.

Vives, A. (2007) El argumento empresarial de la RSE: 9 casos de América Latina y el Caribe. *Banco Interamericano de Desarrollo- IADB-ICAE.* Revisado el 19 julio de 2008 desde http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getDocument.aspx?DOCNUM=1337282

WBCSD (2002). *El Caso Empresarial para el Desarrollo Sostenible*. Revisado el 24 agosto de 2008 desde http://www.wbcsd.org/web/publications/business-case-spanish.pdf.