

Responsabilidad social empresarial una visión integral (Corporate social responsibility an integral vision)

José Luis Abreu Quintero & Jesús Gerardo Cruz Álvarez

Universidad Autónoma de Nuevo León, San Nicolás de los Garza, México.

Email: spentamex@yahoo.com

Key words: corporate social responsibility, ethics, consciousness, ethical values, *vohû khshathra vairya*

Abstract. The historical origin of the corporate social responsibility concept is established in the ancient Persian civilization and an analysis of the concept evolution is carried out, bringing out a debate on the diverse actual definitions, from a perspective of recognized researchers including the approach of an extensive diversity of institutions at the international level, making emphasis in the latinamerican approximation. An own concept is concluded founded in the existence of an universal consciousness that should contemplate the balance among society, nature and corporate profitability.

Palabras Clave: responsabilidad social empresarial, ética, conciencia, valores éticos, *vohû khshathra vairya*.

Resumen. Se establece el origen histórico del concepto de responsabilidad social empresarial en la antigua civilización persa y se realiza un análisis de la evolución del concepto, presentándose un debate de las diversas definiciones que existen en la actualidad, desde la perspectiva de reconocidos investigadores incluyendo el enfoque de una extensa diversidad de instituciones a nivel internacional, haciéndose énfasis en la aproximación latinoamericana. Se concluye con un concepto propio fundamentado en la existencia de una conciencia universal que debe contemplar el equilibrio entre la sociedad, la naturaleza y la rentabilidad empresarial.

Introducción

Actualmente el tema de la responsabilidad social empresarial (RSE) se discute a nivel internacional y son muchas las iniciativas que se han

desarrollado para promover una conducta empresarial que vaya más allá de la simple generación de utilidades, y que incorpore aspectos sociales y ambientales dentro de la estrategia del negocio. La mayoría de estas iniciativas han surgido en países desarrollados, con el fin de promover determinados comportamientos por parte de empresas multinacionales, que aunque pueden tener operaciones en países en desarrollo, sus políticas corporativas se diseñan en sus casas matrices en función a las necesidades y exigencias de los públicos de interés de estos mercados. Sin embargo, responsabilidad, social y empresa son tres conceptos que no tienen significado abstraídos de un contexto específico (Prado et al, 2004).

¿Qué debe entenderse por responsabilidad social empresarial? Como podrá verse más adelante, no existe una definición única del concepto. Por el contrario, muchas de estas definiciones abordan aspectos diversos y tienen distintos alcances. A continuación se presenta una detallada discusión sobre las definiciones más conocidas y aceptadas presentadas por académicos, investigadores, instituciones y organizaciones a nivel internacional.

La discusión en este ensayo sobre el concepto de RSE dirige la atención a las varias formas conceptuales, tanto descriptivas como normativas, en que el mencionado término es empleado en la literatura.

Materiales y métodos

El artículo de investigación ha sido elaborado realizando una búsqueda en bases de datos de fuentes primarias y secundarias bajo las palabras clave: Responsabilidad social empresarial, ética, conciencia, valores éticos, *vohû khshathra vairya*, en diferentes bases de datos entre las cuales destacan Proquest, EBSCO y Emerald.

Alcance

El alcance del presente artículo de investigación es ofrecer una perspectiva del concepto amplio de Responsabilidad Social Empresarial, desde sus orígenes hasta el concepto integral de vanguardia, para ofrecer una visión clara de los retos actuales y futuros.

Resultados

El origen del concepto

Zaratustra, primer filósofo de la humanidad, quien nació el 26 de Marzo de 1767 AC, en la Antigua Persia, en su lengua natal el avesta, propuso el término “*Vohû Khshathra Vairya*” para dar origen a lo que en la actualidad conocemos como responsabilidad social. En su época, Zaratustra era un exitoso empresario dedicado ganadería y a la cría de caballos. En adición, Zaratustra dedico su tiempo a desarrollar una filosofía basada en la responsabilidad social y en tres pilares fundamentales que el distinguió como “buenos pensamientos, buenas palabras y buenas acciones”. Al definir su filosofía de responsabilidad social, Zaratustra tuvo que enfrentar grandes dificultades y hasta arriesgar su vida para convencer al rey de Persia Kavi Vishtaspa. Le tomó a Zaratustra dos años de rigurosa perseverancia para deliberar y hacer llegar el conocimiento sobre responsabilidad social al rey y a la reina, a la corte y a su comunidad. Finalmente lo logró y el mensaje se extendió por todo el imperio persa.

Zaratustra propuso sus estrategias de responsabilidad social en el primer tratado de ética que conoció la humanidad: Los Gathas. En este tratado que contempla el tema de la responsabilidad social, el mencionado filósofo declara que cada persona debe escoger servir a la sociedad y al mundo viviente. El mensaje propone un progreso humano a través de la armonía con la naturaleza y la igualdad del hombre y la mujer. La sociedad debe basarse en la familia, el distrito, el estado, el país y el mundo, sin que exista superioridad racial.

En adición a su origen persa, las discusiones sobre responsabilidad social empresarial se remontan a cuando las acciones de las compañías empezaron a tener un impacto más allá de la comunidad local en la cual proveían de empleo, bienes y servicios. En los Estados Unidos, este debate empezó a finales del siglo XIX, cuando el gobierno empezó a regular las acciones de los negocios, resultando en leyes dirigidas a influenciar la conducta de las empresas. El dilema de cuál es la responsabilidad de las empresas ha sido materia de debate desde entonces (Prado *et al*, 2004).

Fisher (2004) afirma que la evolución del concepto moderno de responsabilidad social empresarial ha sido descrita por Archie Carroll (1999).

En los años 50, de acuerdo a Carroll, una literatura formal en el tema comenzó a desarrollarse. Durante los años 60 y 70, las definiciones de RSE se expandieron y proliferaron. El enfoque en investigación empírica y temas alternativos tales como el de desempeño en RSE y la teoría de los stakeholders marcaron los años 80. Este enfoque continuo en los 90 hasta el presente con el concepto de RSE suministrando las bases o punto de partida para conceptos y temas relacionados. Paralelamente a la investigación en el área de RSE, los investigadores del ámbito gerencial comenzaron a estudiar ética empresarial en los 60 y al principio fue dicho que esto era simplemente otra moda gerencial, sin embargo, el interés en la ética empresarial ha aumentado desde ese entonces (Treviño y Nelson, 1999).

Durante los años 70 la ética empresarial emergió como un campo de estudio basado en los fundamentos suministrados por los teólogos (Ferrell et al., 2000). Durante los 80, varios centros de ética empresarial fueron formados los cuales publicaron investigaciones y ofrecieron cursos, conferencias y seminarios. Desde los 80 el estudio de la ética empresarial ha sido promovido en el currículo de las escuelas de negocios. En la actualidad, la ética empresarial es un campo en evolución. Los temas pueden ser enfocados desde varias perspectivas disciplinarias, incluyendo a la filosofía y a las ciencias sociales, o pueden ser tratados pragmáticamente buscando soluciones a problemas específicos (Ferrell et al, 2000).

Debates a partir de los investigadores y académicos de la RSE

Desde una perspectiva de negocios, el principal enfoque ha sido en RSE, mientras que los filósofos han estado involucrados en aplicar la teoría ética y el análisis para estructurar la disciplina de la ética empresarial (Epstein, 1987; Ferrell et al., 2000). Sin mayores sorpresas, los líderes empresariales han tomado conceptos de varios enfoques con poco interés en las definiciones académicas que intrigan a los catedráticos (Epstein, 1987, p. 103). Davidson y Griffin (2000, p.127) definen a la RSE en forma similar a la de muchos otros escritores: "Un grupo de obligaciones que una organización tiene para proteger y promover a la sociedad en la cual funciona"

Al discutir sobre organizaciones y responsabilidad social, Davidson y Griffin (2000) toman un enfoque descriptivo. El nivel de responsabilidad social demostrado por una organización es representado por un continuo que

identifica obstrucción social, obligación social, respuesta social y contribución social. Solamente las organizaciones cuyas acciones y decisiones están arriba de la obligación social hacen más de lo que exige la ley. Las organizaciones que adoptan un enfoque de respuesta social cumplen sus obligaciones básicas legales y obligaciones éticas y hacen más en casos selectos, mientras que las organizaciones que adoptan un enfoque de contribución social son proactivas en promover el bien social.

Schermerhorn (2002, p. 157) sigue un enfoque similar, la definición que él provee de RSE es como “la obligación de la organización para actuar en formas que sirven al interés propio y al interés de muchos stakeholders externos”.

Según Boatright (2000, pp. 360–361), la responsabilidad social tiene que ver con las consecuencias de la actividad empresarial y afirma que la responsabilidad social envuelve “...la selección de metas corporativas y la evaluación de resultados no solamente por el criterio de ganancias y bienestar organizacional, sino por los estándares éticos o juicios de deseo social”. La pirámide de la RSE de Carroll (1999, p. 42) es ampliamente citada (Kitson y Campbell, 1996; Ferrell et al., 2000; Trevino y Nelson, 1991). Esta pirámide coloca responsabilidad económica en la base y moviéndose hacia arriba de la pirámide están las responsabilidades legales, éticas y filantrópicas. La sociedad requiere que las empresas descarguen sus responsabilidades económicas y legales, esta espera que la empresa cumpla con sus responsabilidades éticas y desea que la empresa se corresponda con sus responsabilidades filantrópicas (Ferrell et al., 2000).

Es interesante notar que Boatright (2000) incluye su punto de vista de la responsabilidad social en adición a su propuesta de que la ética tiene que ver con las acciones de los empleados, mientras que la responsabilidad social tiene que ver con las consecuencias de la actividad empresarial Epstein (1987, p. 104) asegura que la responsabilidad social “...se relaciona primordialmente con alcanzar resultados de las decisiones organizacionales respecto a temas específicos o problemas, las cuales tienen más efectos beneficiosos que adversos sobre pertinentes stakeholders corporativos”.

Fisher (2004) destaca que el concepto de responsabilidad social es ambiguo. En este sentido, De George (1999) ha identificado dos formas diferentes en que el término es utilizado: Primero, cuando una corporación es descrita como un ser socialmente responsable, esto algunas veces quiere

decir que, en adición a cumplir con sus obligaciones legales, la organización también cumple con sus obligaciones sociales. El punto importante sobre estos dos usos del término es que ellos se refieren al nivel de compromiso que organizaciones particulares realizan, de hecho, que lo demuestran, de tal manera que esos usos son descriptivos.

Los posibles niveles de compromiso han sido representados en libros gerenciales como un continuo que en un extremo identifica la resistencia a las demandas sociales, luego un enfoque defensivo o social (la organización cumple con sus responsabilidades económicas y legales), seguido por el enfoque de respuesta social (en adición a cumplir con sus responsabilidades económicas y legales, la organización también cumple con las expectativas éticas de la sociedad) y, en el otro extremo, un proactivo enfoque de contribución social (Davidson y Griffin, 2000), (Schermerhorn, 2002), (Samson y Daft, 2003). Una escala similar es adoptada por Black y Porter (1999): defensores, acomodadores, reactivos y anticipadores. Robbins et al (2000) identifica cuatro estadios de responsabilidad social basados en los stakeholders a quienes la organización ve como poseedores de la responsabilidad. En el estadio uno la gerencia es responsable solamente con los accionistas, en el estadio dos los empleados son agregados, en el estadio tres los stakeholders en el ambiente específico (por ejemplo, clientes y proveedores) son agregados, y en el estadio cuatro la sociedad como un todo es añadida.

Un entendimiento claro de la responsabilidad social empresarial es necesario antes de evaluar si una empresa particular ha cumplido con sus obligaciones sociales, es decir, de juzgar el desempeño social. El término responsabilidad social es también usado para representar a las mismas obligaciones, bien sean impuestas por la sociedad, o aquellas asumidas por una organización particular (aun cuando estas reflejen o no los intereses de la sociedad). Estos son los usos tres y cuatro identificados por De George (1999). Debido a que estas obligaciones que deben ser cumplidas (de acuerdo a la sociedad o a la organización en particular), esto indica el uso normativo del término. La demanda de que las empresas tienen una responsabilidad social, de que ellas deben actuar de cierta manera y abstenerse de actuar de otras maneras no es nueva, esta ha sido discutida en la literatura por más de 50 años (Carroll, 1999).

La responsabilidad social, usada de esta manera, se refiere a la obligación que las empresas tienen hacia la sociedad. Hasta ahora, esto no es controversial, sin embargo, existe un debate sobre el contenido que debe dársele al concepto. Una razón de peso por la que no hay consenso sobre la responsabilidad social de la empresa es que no hay un acuerdo general sobre el propósito de los negocios o no ha habido legítimas demandas de esto.

Una manera en que el debate sobre los requisitos de la responsabilidad social ha sido enmarcada es en términos de dos competidoras visiones del rol de la empresa en la sociedad: (1) La clásica, o visión del mercado libre, o visión estrecha; y (2) La visión socio-económica, o visión más amplia (Kitson y Campbell, 1996; Robbins et al, 2000; Schermerhorn, 2002).

De acuerdo a la primera visión, atribuida a Friedman (2000), la única responsabilidad social de las empresas es maximizar sus ganancias. La maximización de las ganancias es restringida por “las reglas del juego”, la cual requiere el cumplimiento de las leyes y otras normas sociales. Entonces, “las reglas del juego” identifican las responsabilidades sociales de la empresa. De acuerdo a Friedman (2000) las empresas deben actuar en una abierta y libre competencia sin engaño y sin fraude, de acuerdo a las normas de la sociedad. Levitt es menos específico, sin embargo, el identifica a la responsabilidad social como actuar honestamente, con buena fe y algo por el estilo (citado en Shaw y Barry, 2001, p. 204). Este punto de vista puede ser más acertadamente identificado como el enfoque del mínimo en responsabilidad social. Las empresas tienen que atender una responsabilidad que es demandada por la sociedad y nada más. La visión socioeconómica ofrece una amplia consideración de la responsabilidad social. De acuerdo a esta visión, las empresas tienen obligaciones que van más allá de buscar ganancias e incluye proteger y mejorar a la sociedad (Robbins et al., 2000; Shaw y Barry, 2001).

“El concepto de RSE es frecuentemente expresado como la adopción voluntaria de responsabilidades que van más allá de las responsabilidades meramente económicas y legales de las empresas” (Boatright, 2000, p. 340). Boatright continua diciendo que en forma implícita las empresas deben renunciar a ciertas medidas de las ganancias para alcanzar fines no económicos. De acuerdo a Ferrell et al. (2000) una empresa que es

socialmente responsable maximizara los efectos positivos que tiene en la sociedad y minimizara los efectos negativos. Backman (1975) identifico algunos ejemplos de RSE “Empleo de grupos minoritarios, reducción de la contaminación, mayor participación en programas para mejorar la comunidad, mejora de la atención médica, mejora de la seguridad y salud industrial” (en Carroll, 1999, p. 279).

Sethi expresa que la responsabilidad social puede ser definida como: “...llevar el comportamiento empresarial hacia un nivel donde sea congruente con las prevalecientes normas, valores y expectativas” (en Boatright, 2000, p. 340). La responsabilidad social compagina esas expectativas que la sociedad tiene de las organizaciones (económica, legal, ética y discrecional) en un punto dado en el tiempo. Estas son los comportamientos y normas que la sociedad espera que las empresas sigan (Carroll, 1999, p. 283)”. La sociedad espera que las empresas obtengan ganancias y obedezcan las leyes, y en adición, que se comporten de cierta manera y sean conformes a las normas éticas de la sociedad. Estos comportamientos y practicas van más allá de los requisitos de las leyes, y se están expandiendo constantemente (Carroll, 1999).

El enfoque de la visión socioeconómica está en cómo la sociedad cree que las empresas deben comportarse, por esta razón, es una visión normativa. La sociedad identifica que empresas son esperadas que hagan más allá de obtener ganancias, y esto varia en el tiempo y se está volviendo más exigente. De George (1999, p. 208) alerta sobre el nivel de responsabilidad social que la empresa debe tener: “Si como sociedad decidimos que las empresas deben ser obligadas a reconstruir la ciudad, no debería permitirse que se cierren a las plantas que no generan rentabilidad, o deberían ser hechas para entrenar a los desempleados, estas demandas deben ser reflexionadas y discutidas en el foro político, y luego claramente legisladas. Estas son demandas socialmente controversiales y no deberían ser confundidas con lo que es moralmente requerido.

La razón por la que la sociedad puede hacer demandas a las empresas es debido a que las empresas funcionan con el consentimiento público y su propósito es servir a la sociedad (Carroll, 1999; Grace y Cohen, 1998; Robbins et al., 2000). “Podemos esperar que las empresas sean socialmente responsables porque es parte del contrato con el cual ellas son creadas, con el permiso que la sociedad otorga con la condición de que la

sociedad existe primero (Kitson y Campbell, 1996, p. 98). Debido a que la sociedad espera que las empresas demuestren una genuina responsabilidad social, y las expectativas de los stakeholders reciben mucha atención pública, existen razones prudentes para que las empresas tomen seriamente su responsabilidad social.

Desde los años 60 se ha proclamado que la responsabilidad social y las ganancias a largo plazo no son incompatibles, sin embargo, Drucker en 1984 exclamó que él estaba proponiendo “una nueva idea”, que ser socialmente responsable puede ser convertido en oportunidades de negocios (Carroll, 1999). Sin embargo, los estudios sobre la relación entre responsabilidad social y desempeño financiero son ambiguos (Robbins et al., 2000). En ejemplos donde hay buen desempeño financiero y social, no está claro si el buen desempeño social conduce a un incremento en el desempeño financiero, o si desempeño financiero provee los recursos para financiar el buen desempeño social. En contraste, hay evidencia de que hay un vínculo entre irresponsabilidad social y un negativo retorno en el mercado de la bolsa (Trevino y Nelson, 1999).

De acuerdo a un punto de vista alternativo, para calificar como una acción empresarial socialmente responsable, la actividad debe ser una por la cual el retorno marginal a la empresa sea menor que el retorno disponible de algún gasto alternativo, debe ser solamente voluntario, y debe ser un gasto empresarial más que un conducto para la generosidad de un individuo (Carroll, 1999, p.276). Esto es consistente con las afirmaciones de Boatright (2000) de que la empresa debe estar preparada para sacrificar algunas ganancias con la finalidad de promover metas no económicas. Desde luego, este punto de vista no reglamenta la posibilidad de un buen desempeño financiero, más bien, este afirma que los retornos económicos máximos no han sido alcanzados debido al enfoque en el desempeño social.

Según Fisher (2004), los puntos de vista expresados por Drucker, por un lado, y Carroll y Boatright, por otro lado, representan diversas opiniones sobre responsabilidad social. El primero sugiere que ser socialmente responsable puede ser hecho para servir el interés económico del negocio, mientras que los últimos declaran que solamente cuando el interés económico sea sacrificado una acción o una decisión cuenta como socialmente responsable.

Las perspectivas institucionales

Para el Centro Interamericano de Investigación y Documentación de Formación Profesional (CINTEFOR, 2011), organismo auspiciado por la Organización Internacional del Trabajo (OIT), “la definición de la responsabilidad social de la empresa admite varias acepciones, pero todas coinciden en que se trata de un enfoque que se basa en un conjunto integral de políticas, prácticas y programas centrados en el respeto por la ética, las personas, las comunidades y el medio ambiente. Se emplea para describir una amplia variedad de iniciativas de orden económico, social y medioambiental tomadas por empresas, que no se fundan exclusivamente en requisitos jurídicos y son, en su mayoría, de naturaleza voluntaria”.

Correa, Flynn y Amit (2004) en un estudio realizado para la División de Desarrollo Sostenible y Asentamientos Humanos de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) titulado Responsabilidad social corporativa en América Latina: una visión empresarial, escriben en la introducción que “la RSE hoy en día se refiere más bien a una forma de hacer negocios que toma en cuenta los efectos sociales, ambientales y económicos de la acción empresarial, integrando en ella el respeto por los valores éticos, las personas, las comunidades y el medio ambiente”. El documento resalta, además, tres definiciones propuestas por actores claves que representan la perspectiva del sector privado, que analizan los elementos comunes en la visión moderna de la RSE:

The World Business Council for Sustainable Development (2005) en Suiza establece que: “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 en pleno, con el objeto de mejorar la calidad de vida”. (2) Prince of Wales Business Leadership Forum (PWBLF), Inglaterra: “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”. (3) Business for Social Responsibility (BSR), Estados Unidos: “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”.

El Banco Mundial (BMD, 2011) establece que la RSE “es el compromiso de las empresas para comportarse éticamente y para contribuir al desarrollo económico sustentable trabajando con todos los stakeholders relevantes para mejorar sus vidas en maneras que sean buenas para la empresa, la agenda del desarrollo sustentable y la sociedad en general”. En este sentido, para el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) [3], “es una visión sobre la empresa que concibe el respeto a los valores éticos, a las personas, a las comunidades y al medio ambiente como una estrategia integral que incrementa el valor añadido y, por lo tanto, mejora la situación competitiva de la empresa. La RSE se trata más bien de un conjunto comprensivo de políticas, prácticas y programas que se incorporan a todas las operaciones y procesos de toma de decisión empresariales. Durante la última década, el número de empresas que han reconocido los beneficios empresariales asociados a las políticas y prácticas de RSE ha ido creciendo. Las empresas también se han visto incentivadas a adoptar o a ampliar sus estrategias de RSE como consecuencia de las presiones procedentes de consumidores, proveedores, empleados, comunidades, inversores, organizaciones de activistas y otras partes interesadas. El resultado de todo esto ha sido un espectacular incremento de la RSE en los últimos años, con empresas de todos los tamaños y sectores desarrollando estrategias innovadoras”.

La Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO, 2011) reconoce a la RSE “como un comportamiento institucional que en América Latina se lleva en práctica cada vez con mayor frecuencia, más que ser filantropía o apoyo caritativo, es una forma de demostrar que el crecimiento económico de un país o región debería ir de la mano con el crecimiento social”.

El libro verde (Comisión de las Comunidades Europeas, 2001) constituye la propuesta de un marco de RSE para la Unión Europea y resalta que la mayoría de las definiciones de la responsabilidad social de las empresas entienden este concepto “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. Ser socialmente responsable no significa solamente cumplir plenamente las obligaciones jurídicas, sino también ir más allá de su cumplimiento invirtiendo «más» en el capital humano, el entorno y las relaciones con los

interlocutores. La experiencia adquirida con la inversión en tecnologías y prácticas comerciales respetuosas del medioambiente sugiere que ir más allá del cumplimiento de la legislación puede aumentar la competitividad de las empresas. La aplicación de normas más estrictas que los requisitos de la legislación del ámbito social, por ejemplo en materia de formación, condiciones laborales o relaciones entre la dirección y los trabajadores, puede tener también un impacto directo en la productividad. Abre una vía para administrar el cambio y conciliar el desarrollo social con el aumento de la competitividad”.

En España, La Fundación Ecología y Desarrollo (ECODES, 2011), ubicada en Zaragoza, dice ser una ONG diferente que valora y fomenta el dialogo plural como herramienta de trabajo para acercar a los tres sectores clave para lograr el cambio social: empresas, administraciones públicas y entidades de la sociedad civil. Igualmente, y no menos importante, cree en la importancia del mercado como herramienta fundamental para cambiar los actuales modelos de producción y consumo insostenibles. Siguiendo esa línea, la organización piensa que “la adopción de criterios de responsabilidad social corporativa (RSC) en la gestión empresarial implica la formalización de políticas y sistemas de gestión en los ámbitos económico, social y medioambiental; también, la transparencia informativa respecto de los resultados alcanzados en tales ámbitos; y, finalmente, el escrutinio externo de los mismos. Las organizaciones ejercen su responsabilidad social cuando satisfacen las expectativas que, sobre su comportamiento, tienen los diferentes grupos de interés (stakeholders: empleados, socios, clientes, comunidades locales, medio ambiente, accionistas, proveedores), contribuyendo a un desarrollo social y ambientalmente sostenible, y económicamente viable”. Así mismo, en España, la Fundación ÉTNOR (ETNOR, 2011), para la Ética de los Negocios y las organizaciones promueve el estudio, el desarrollo y la difusión de la Ética Económica y Empresarial, así como el respeto de los comportamientos éticos y los valores morales en la actividad empresarial y organizativa. La mencionada fundación postula un concepto de responsabilidad, aclarando en primer lugar, que es necesario distinguir dos aspectos fundamentales que se enmarcan dentro del término responsabilidad. Luego continúa diciendo que “el concepto de responsabilidad hace referencia a la idea de dar cuentas (accountability). Las empresas se ven obligadas a ser cada vez más transparentes en la

información que ofrecen a la sociedad en relación con sus prácticas y formas de gestionarse. Esta idea da respuesta a la exigencia de transparencia que la sociedad en su conjunto exige en la actualidad con mayor fuerza a las empresas. Por otro lado, el término Responsabilidad hace referencia a dar respuesta a las expectativas que la sociedad tiene depositadas en la empresa. La empresa es una institución social que, como tal, igual que el resto de instituciones sociales, necesita estar legitimada socialmente para seguir manteniendo su papel en la sociedad y, por tanto, para perdurar en el tiempo. Esta legitimidad la alcanza la empresa dando respuesta a lo que la sociedad espera de ella y asumiendo los valores y pautas de comportamiento que la propia sociedad le marca. De esta forma, la empresa genera confianza, valor clave para que la empresa sea un proyecto de largo plazo”.

Forética (FORETICA, 2011) es una **asociación sin ánimo de lucro** cuya iniciativa surge en el seno del X Congreso de Empresas de Calidad, de Barcelona (España), en el año 1999, donde un nutrido grupo de directivos y líderes de opinión que se cuestionan de qué manera pueden poner en valor una cultura de empresa basada en la **responsabilidad** de todos sus miembros frente al conjunto de la **sociedad** y el **entorno**. Para esta institución, “un **sistema de gestión** de la Responsabilidad Social trata de dotar a las organizaciones de herramientas que permitan **planificar, monitorizar y evaluar** el desarrollo de las relaciones de la empresa con todas las partes interesadas (*stakeholders*), **conforme a unos valores compartidos** por la organización. Los valores incorporan un componente ético y subjetivo, lo cual dificulta el análisis e interpretación de su grado de cumplimiento. Los sistemas de gestión tratan de garantizar la **integración estratégica** de los mismos en las operaciones, mediante un enfoque de procesos, evaluaciones y planes de mejora”.

En Argentina, “Comunicarse” (COMUNICARSE), organización conocida como Comunicación de Responsabilidad Social de la Empresa La Responsabilidad Social Empresaria, la cual busca ser un espacio de divulgación de la responsabilidad social que promueva los valores éticos y solidarios a favor del cambio social tiene la visión de que la RSE “es una nueva forma de gestionar la práctica de los negocios que contempla una administración responsable de los impactos de las acciones de las empresas sobre su entorno económico, natural y social. Abarca la totalidad de sus acciones y tiene como eje la generación de valor. Surge como una

consecuencia inmediata de la creciente importancia que la empresa ha comenzado a adquirir en las sociedades contemporáneas, como una de las instituciones clave del desarrollo sustentable”.

En Chile, Acción Empresarial (Acción Empresarial, 2011), una institución sin fines de lucro creada por el sector empresarial Chileno, manifiesta que “Aunque no existe una definición única de la RSE, esta generalmente se refiere a una visión de los negocios que incorpora el respeto por los valores éticos, las personas, las comunidades y el medio ambiente. La RSE es vista por las compañías líderes como algo más que un conjunto de prácticas puntuales, iniciativas ocasionales o motivadas por el marketing, las relaciones públicas u otros beneficios empresariales. Ella es vista como un amplio set de políticas, prácticas y programas que son integrados a través de la operación empresarial y que soporta el proceso de toma de decisiones y es premiado por la administración. En la última década, un gran número de empresas ha reconocido los beneficios en el bottom-line de incorporar prácticas y políticas socialmente responsables. Sus experiencias han sido respaldadas por una serie de estudios empíricos que demuestran que la RSE tiene impactos positivos sobre los valores empresariales, medidos en varias formas. Las Compañías además se han alentado a adoptar o expandir esfuerzos de RSE como resultado de la presión proveniente de los consumidores, los proveedores, la comunidad, los inversionistas, las organizaciones activistas y otros stakeholders”.

Por su lado, el Centro de Información del Comportamiento Empresarial (CICE, 2011) en una columna de opinión expresa que “si bien la responsabilidad social es un tema que involucra a diversos actores (Estado, Sociedad civil y empresas), es claro que en el actual escenario, son las empresas las primeras convocadas a asumir el desafío de reorientar sus prácticas hacia la conformación de una nueva visión de negocios, capaz de lograr la armonía necesaria entre la generación de riqueza y asumir el impacto que este objetivo -legítimo por lo demás- causa en los trabajadores/as, la comunidad y el medio ambiente. Las acciones de las empresas involucran cuestiones que van más allá de su mera función económica o rentabilidad de un determinado negocio. Por ejemplo, a través de sus políticas de contratación tienen una injerencia directa en aspectos de carácter social que inciden positiva o negativamente en las condiciones de vida de un porcentaje importante de la población. Del mismo modo, existen

innumerables evidencias empíricas de empresas que desarrollan actividades productivas con un impacto negativo sobre el medio ambiente y los recursos naturales”.

En Colombia, el Centro Colombiano de Responsabilidad Empresarial (Centro Colombiano de Responsabilidad Empresari, 2011), menciona que “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. Al hablar de la capacidad el CCRE se refiere principalmente a la habilidad para el buen ejercicio de una gestión empresarial que atraviesa los diferentes escenarios de actuación de las empresas, éstos son: Normativo, que hace referencia al conjunto de leyes y normas generales que las diferentes instancias del estado dictan para regular el funcionamiento de las empresas, los mercados y la competencia. Operacional, que hace referencia a los factores que permiten que las empresas produzcan bienes y presten servicios de acuerdo a sus objetivos corporativos.

Económico, que hace referencia a los recursos relacionados con la creación de valor y rentabilidad, capital e inversiones, costos, precios, tarifas y prácticas de mercado. Social, que hace referencia a los aspectos que vinculan el quehacer de la organización con el contexto social en el que actúa, de modo que le permita contribuir a la calidad de vida y el bienestar de la sociedad. Ambiental, que hace referencia a los aspectos para la identificación del impacto ambiental, la protección del medio ambiente y el desarrollo sostenible.

En general, el concepto de RSE se corresponde con una visión integral de la sociedad y del desarrollo que entiende que el crecimiento económico y la productividad, están asociados con las mejoras en la calidad de vida de la gente y la vigencia de instituciones políticas democráticas y garantes de las libertades y los derechos de las personas. Igualmente, asume que el fin general de la economía es proporcionar bienestar a la sociedad y que dichas demandas sociales se expresan insuficientemente en las normas legales, lo

que implicaría un compromiso más profundo y exigente de los actores económicos con el resto de la sociedad”.

En Costa Rica, El Centro Internacional para el Desarrollo Humano (CIDH, 2011), percibe a la RSE como “una estrategia de negocios, la cual ha adquirido mucha importancia en el mundo de hoy. Las empresas, los gobiernos, las ONGs y la diversidad de actores que componen nuestras sociedades, constatan los beneficios de cambiar prácticas, comportamientos y nociones que han perjudicado la calidad de vida actual y amenazado la de generaciones futuras”.

En Ecuador, el Centro Ecuatoriano de Derecho Ambiental (CEDA, 2011) define a la RSE “como una estrategia para impulsar el desarrollo sustentable y potenciar el trabajo”. Su programa de RSE se orienta a fortalecer el vínculo de las empresas con las organizaciones de la sociedad civil y promover la participación e involucramiento del empresariado ecuatoriano en actividades que contribuyan a mejorar la conservación de los recursos naturales y la calidad de vida en el Ecuador. En este mismo país, el Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social (CERES) [14] entiende por responsabilidad social a una forma de gestión que se define por la capacidad de respuesta que tienen las organizaciones humanas para enfrentar las consecuencias de sus acciones sobre los distintos públicos y espacios naturales con los cuales se relacionan. Las organizaciones son socialmente responsables cuando adquieren un compromiso con el desarrollo social, político y económico de su ambiente, en los contextos internos y externos de sus actos.

En Guatemala, El Centro para la Acción de la Responsabilidad Social Empresarial (Centrarse, 2011), declara que “La RSE es una decisión estratégica y prácticas empresariales basadas en principios éticos y apegados a la legalidad. La empresa por lo tanto, al mismo tiempo que eleva su competitividad está contribuyendo al desarrollo sostenible del país, en un compromiso de mutuo beneficio. La RSE se pone de manifiesto con la ejecución de prácticas empresariales que generan un impacto positivo tanto a lo interno como a lo externo para las corporaciones que las apliquen. En el área interna, estas prácticas están enfocadas en valores y transparencia que definan el actuar de la empresa, e inciden directamente en los actores internos (colaboradores).

Las prácticas externas están vinculadas a toda la cadena productiva (proveedores, consumidores / clientes) Además, abarcan otros sectores como el respeto al medio ambiente, las comunidades que los rodean y al Estado. Al implementar la RSE, un empresario puede lograr incrementar su nivel de competitividad. La aplicación de estas prácticas se traduce en tres áreas fundamentales para el desarrollo de las empresas: incremento a la productividad, asegurar la lealtad del cliente y tener acceso a mercados. El objetivo principal que persigue la responsabilidad social empresarial radica en el impacto positivo que estas prácticas generen en los distintos ámbitos con los que una empresa tiene relación. Con esto, se pretende que las empresas se comprometan a cumplir con sus obligaciones y a actuar responsablemente en aspectos como: apego al régimen legal; lograr que se ofrezcan óptimas condiciones internas a sus colaboradores y que el empresariado presente un aporte sustancial al desarrollo sostenible del país. Este aporte se verá representado en beneficios, tanto para los colaboradores de las empresas, como a sus familias y comunidades que estén directamente involucrados con ellos, así como a toda la cadena productiva y a otros sectores externos”.

En Honduras, la Fundación Hondureña de Responsabilidad Social Empresarial (Fundarse, 2011) promueve la RSE, “entendida como un compromiso continuo de la empresa de contribuir al desarrollo económico sostenible, mejorando la calidad de vida de sus empleados y sus familias, así como de la comunidad local y de la sociedad en general. Promulgando una visión de negocios que integra armónicamente el respeto por los valores éticos, las personas, la comunidad y el medioambiente. La RSE va más allá de la Filantropía o la caridad, implica un involucramiento real de las empresas en la toma de decisiones estratégicas e inteligentes que generen conceptos y valores que sirvan de referencia a todos los miembros de una comunidad. Es crear una conciencia y práctica de acción social y política responsable, dentro de una nueva cultura de responsabilidades compartidas. Introducir la Responsabilidad Social en el pensamiento estratégico significa integrarla en la toma de decisiones y en la gestión empresarial, con el fin de agregar valor al negocio y a la sociedad en su conjunto”.

En México, AliaRSE (Aliarse, 2011) es una institución que integra la alianza de COPARMEX, CCE, CONCAMIN, Confederación USEM, Cemefi, Caux Round Table México e Impulsa, la cual expresa que está comprometida

e interesada en promover la responsabilidad social empresarial en México. AliaRSE expresa que Uno de los logros más importantes de la Alianza es haber logrado el consenso de un concepto y marco ideológico común en México, en este sentido han llegado a la conclusión de que la RSE puede ser entendida “como el compromiso consciente y congruente que asume el empresario y la empresa de cumplir integralmente con la finalidad de la empresa tanto en lo interno, como en lo externo, considerando las expectativas de todos sus participantes en lo económico, social o humano y ambiental, demostrando el respeto por los valores éticos, las personas, las comunidades y la construcción del bien común con justicia social”.

En adición, El Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI, 2011), cuyo propósito es el de apoyar a la empresa a iniciar en el camino de la RSE, a mejorar o medir sus prácticas ha expuesto que se identifica con el concepto expresado por AliaRSE.

En Panamá, se encuentra una organización llamada IntegraRSE (Integrarse, 2011), sin fines de lucro, que desde el año 2000 con el apoyo inicial de la Fundación Kellogg, ha sido la entidad pionera en la divulgación y promoción de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en el mencionado país. IntegraRSE se constituye en un Centro Generador de Ideas especializado en difundir información, transferir conocimientos, experiencias y guías que faciliten la comprensión y adopción de una cultura de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), como estrategia de negocios que agrega valor y contribuye al crecimiento socio-económico del país. Sus esfuerzos están orientados a ser un agente de cambio y un promotor, facilitador y armador de iniciativas de RSE dirigidas a los diferentes públicos involucrados (Stakeholders) en las actividades empresariales. Al facilitar información y capacitación, que sensibilice a los empresarios y futuros empresarios, acerca del impacto y ventajas competitivas de incorporar la RSE en sus estrategias de negocios, IntegraRSE busca formar empresas comprometidas con un país más competitivo y a la vez socialmente responsable.

La organización sostiene que La RSE no goza de una definición universal precisa, quizás porque aborda una multiplicidad de ámbitos. Según la definición de IntegraRSE, la RSE es la estrategia de negocios que incorpora en las operaciones y procesos de toma de decisión de la empresa, los intereses y expectativas de todos sus "Stakeholders".

En el Perú, el Centro de Asesoría Laboral del Perú (CEDAL, 2011) manifiesta ser una institución Peruana con amplia línea de trabajo en el campo de la RSE, y en la defensa de los derechos humanos en el ámbito laboral y social. Además, forma parte de diversas redes nacionales y regionales vinculadas al tema del desarrollo social y la promoción de una cultura democrática en ámbitos empresariales y laborales. El CEDAL conceptualiza a la RSE “como una nueva estrategia empresarial que asegura la competitividad de las empresas en un mundo globalizado, donde las ventajas comparativas de los negocios están basadas en los valores intangibles que éstas generen. La responsabilidad empresarial asume que la empresa tiene impactos internos (trabajadores) y externos (comunidad y ambiente) y que del control y manejo de estos impactos dependen sus sostenibilidad y rentabilidad a largo plazo. De esta manera se define el rol de la empresa como el motor del desarrollo sostenible

En Uruguay, DERES (DERES, 2011) reúne a las principales empresas y empresarios de Uruguay que buscan desarrollar la RSE, tanto desde el punto de vista conceptual como de su aplicación práctica. DERES ha adoptado la siguiente definición: “La RSE es una visión de negocios que incorpora a la gestión de la empresa, el respeto por: los valores y principios éticos, las personas, la comunidad y el medio ambiente. La RSE es vista por las principales empresas líderes como algo más que un conjunto de prácticas puntuales, iniciativas ocasionales o motivadas por el marketing, las relaciones públicas u otros beneficios particulares. Ella es concebida como un amplio grupo de políticas, prácticas y programas integrados en la operación empresarial, que soportan el proceso de toma de decisiones y son reconocidos explícitamente por la administración. Este concepto se enlaza con las mejores tradiciones de la Gestión Empresarial y parte de la generalización de las prácticas exitosas de las mejores empresas en todas las regiones del planeta. Es una nueva forma de gestionar la empresa frente a la nueva realidad económica y social de las últimas décadas.

Estos principios de RSE se han demostrado como experiencias exitosas en los casos concretos en los que se han aplicado y hoy existen numerosos estudios empíricos que muestran que las empresas alineadas con este concepto tienen resultados positivos en su gestión general. Este proceso se ha visto alentado como resultado de la presión proveniente de los consumidores, los proveedores, la comunidad, los inversionistas, las

organizaciones no gubernamentales y otros actores sociales. Habiendo sido los inicios en los países más desarrollados, hoy se expande en todo el mundo y en particular en América Latina”.

ISO 26000

La organización internacional ISO (ISO, 2011), identificó la necesidad de lineamientos internacionales en responsabilidad social en el año de 2001 y turnó al comité técnico la realización de una búsqueda internacional en la materia. En 2004 se definió un comité técnico específico para la realización del estándar (ISO/WG SR). El estándar está avalado por 99 países miembros de la organización ISO y la participación de 450 expertos, además de 210 observadores. El estándar internacional no es certificable, es una guía que incorpora conceptos, términos, definiciones, antecedentes, principios, prácticas, enfocadas a la puesta en marcha dentro del sistema de gestión de la organización. Acorde a la organización ISO, el estándar logrará proveer un campo de trabajo en el cual las organizaciones se moverán de buenas intenciones a buenas acciones.

Una Visión Integral

La evolución del concepto RSE ha sobre pasado los conceptos tradicionales de la filantropía; El concepto amplio de la RSE se ha extendido a nivel mundial agrupando conceptos clave con la aportación de diversas nacionales en el comité técnico de la ISO/WR SR en la cual se definen y establecen los lineamientos globales para RSE en el aspecto globalizado. La RSE resulta ser una herramienta estratégica de la dirección de las organizaciones, tanto públicas como privadas, debido a que define, alinea y plantea principios universales que sobre la base de estos las organizaciones definirán su estrategia a seguir. Hoy en día algunas estrategias de negocio ligan a la RSE como una herramienta de competencia en los mercados globalizados, además de incorporar las filiales de empresas trasnacionales en mercados emergentes.

Conclusiones

En general, el concepto de RSE se corresponde con una visión integral de la sociedad y del desarrollo que entiende que el crecimiento económico y la productividad, están asociados con las mejoras en la calidad de vida de la gente y la vigencia de instituciones políticas democráticas y garantes de las libertades y los derechos de las personas. Igualmente, asume que el fin general de la economía es proporcionar bienestar a la sociedad y que dichas demandas sociales se expresan insuficientemente en las normas legales, lo que implicaría un compromiso más profundo y exigente de los actores económicos con el resto de la sociedad.

Luego de analizar a profundidad la diversidad de conceptos presentados en este estudio y en base a extensas reflexiones sobre el tema de la RSE, se ofrece como conclusión una conceptualización más universal que las que se han identificado en el estudio. Desde nuestro propio punto de vista en el cual la ética es “la disciplina filosófica que investiga y educa sobre los procesos de toma de decisiones de hacer lo correcto, en el momento correcto, en el lugar correcto y con los medios correctos para obtener los resultados correctos”, y considerando que los valores éticos “son estados de conciencia que se van desarrollando progresivamente con el aprendizaje en el individuo o en la organización, constituyéndose en la percepción interna de las personas para la toma de decisiones y el comportamiento de forma ético”, se puede conceptualizar a la responsabilidad social empresarial como “el estado de conciencia de la empresa en el cual para su toma de decisiones se compromete a hacer lo correcto, en el momento correcto, en el lugar correcto y con los medios correctos para obtener los resultados correctos dentro de un marco de desarrollo sustentable que respete el equilibrio entre la sociedad, la naturaleza y la rentabilidad empresarial”.

Referencias

- Acción Empresarial. (2011). *Acción Empresarial*. Recuperado el 2011, de <http://www.accionrse.cl/app01/>
- Aliarse. (2011). *Aliarse*. Recuperado el 2011, de Aliarse: <http://www.cce.org.mx/NR/exeres/F638C6C1-0D84-44AD-AA81-57432B8D2DDF,frameless.htm?NRMODE=Published>

- Black, J. S. y L. Porter: 1999, *Management: Meeting New Challenges*. Prentice Hall, Upper Saddle River, NJ.
- BMD (2011). *BMD*. Recuperado el 2011, de BMD:
<http://web.worldbank.org/wbsite/external/wbi/wbioprograms/cgcsrtp/0,,contentmdk:20760254~pagepk:64156158~pipk:64152884~thesitepk:460861,00.html>
- Boatright, J. R. 2000. *Ethics and the Conduct of Business*, 3rd Edition. Prentice Hall, Upper Saddle River, NJ.
- Carroll, A. J. 1999. Corporate social responsibility: Evolution of a definitional construct of business and society 38(3), 268–295.
- CCE. (2011). *CCE*. Obtenido de 11. <http://www.cce.org.mx/NR/exeres/F638C6C1-0D84-44AD-AA81-57432B8D2DDF,frameless.htm?NRMODE=Published>
- CEDA. (2011). *CEDA*. Obtenido de
<http://www.ceda.org.ec/contenidos.php?idio=1&plant=2&cod=20&lgua=14&nivel=2>
- CEDAL. (2011). *CEDAL*. Recuperado el 2011, de CEDAL: <http://www.cedal.org.pe/rse/>
- CEMEFI. (2011). *CEMEFI*. Recuperado el 2011, de <http://www.cemefi.org/>
- Centrarse. (2011). *Centrarse*. Obtenido de
http://centrarse.org/main.php?parent_id=2&id_area=2
- Centro Colombiano de Responsabilidad Empresari. (2011). *CCRE*. Recuperado el 2011, de <http://www.ccre.org.co/>
- CICE. (2011). *CICE*. Obtenido de <http://www.ciceenlinea.cl/cm/cm4.php?id=8>
- CIDH. (2011). *CIDH*. Obtenido de <http://www.cidh.ac.cr/corporate.html>
- CINTEFOR. (2011). *CINTEFOR*. Obtenido de CINTEFOR: <http://www.cinfefor.org>
- COMUNICARSE WEB. (2011). *comunicarse Web*. Obtenido de
<http://www.comunicarseweb.com.ar/varias/que-es-comunicarse.html>
- COMUNICARSE. (s.f.). *COMUNICARSE*. Recuperado el 2011, de 2011:
<http://www.comunicarseweb.com.ar/varias/que-es-comunicarse.html>
- Correa, M., S. Flynn y A. Amit. 2004. *Responsabilidad social corporativa en América Latina: una visión empresarial*. División de Desarrollo Sostenible y Asentamientos Humanos de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). Impreso en Naciones Unidas, Santiago de Chile. ISSN impreso 1564-4189 ISSN electrónico 1680-8886.
- Davidson, P. y R. W. Griffin. 2000. *Management: Australia in a global context*. Wiley, Brisbane.
- De George, R. T. 1999. *Business Ethics*, 5th Edition. Prentice Hall, Upper Saddle River, NJ.
- DERES. (2011). *DERES*. Recuperado el 2011, de DERES:
http://www.deres.org.uy/sitionuevo/src/home/rse_que_es.php
- Deres. (2011). *DERES*. Recuperado en
http://www.deres.org.uy/sitionuevo/src/home/rse_que_es.php
- Drucker, P. F. 1993, *Managing for the Future. The 1990s and Beyond* (Truman Talley Books/Plume, New York).

- ECODES. (2011). *ECODES*. Obtenido de <http://www.ecodes.org/pages/areas/rsc/index.asp>
- Epstein, E. M. 1987. The corporate social policy process: Beyond business ethics, corporate responsibility, and corporate social responsiveness, *California Management Review* 29(3), 99–114.
- ETNOR. (2011). *ETNOR*. Obtenido de <http://www.etnor.org/html/publicaciones.htm>
- FAO. (2011). *FAO*. Obtenido de <http://www.rlc.fao.org/ong/info13.htm>
- Ferrell, O.C., J. Fraedrichand. y L. Ferrell. 2000. *Business Ethics*, 4th Edition. Houghton Mifflin, Boston.
- Fisher, Josie. 2004. Social Responsibility and Ethics: Clarifying the Concepts *Journal of Business Ethics*. Dordrecht: Jul 2004.Vol.52, Iss. 4; pag. 381.
- FORETICA. (2011). *FORETICA*. Obtenido de http://www.foretica.es/rse/?accion=que_es
- Friedman, M. 2000. The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits, in Des Jardins, J. R. and J.J. Mc Cal. led. *Contemporary Issues in Business Ethics*. Wadsworth, Belmont, CA, pp.8–12.
- Fundarse. (2011). *Fundarse*. Obtenido de <http://www.fundahrse.org>
- Grace, D. y S. Cohen. 1998. *Business Ethics: Australian Problems and Cases*. 2nd Edition. Oxford University Press, Melbourne.
- IADB. (2011). *iadb*. Recuperado el 2011 de 01 de 01, de <http://www.iadb.org/mif/v2/spanish/rse.html>
- ILO. (2011). *Centro Interamericano para el Desarrollo del Conocimiento en la Formación Profesional*. Recuperado el 01 de 05 de 2011, de <http://www.ilo.org>
- Integrarse. (2011). *Integrarse*. Obtenido de <http://www.integrarse.org.pa/rse/default.htm>
- ISO. (2011). *ISO*. Obtenido de 15. (Deres, 2011) http://www.iso.org/iso/iso_catalogue/management_and_leadership_standards/social_responsibility/sr_iso26000_overview.htm#sr-8
- ISO. (2011). *ISO*. Recuperado el 2011, de ISO: http://www.iso.org/iso/iso_catalogue/management_and_leadership_standards/social_responsibility/sr_iso26000_overview.htm#sr-8
- Comisión de las Comunidades Europeas (2001). Libro verde, Bruselas. http://europa.eu.int/eur-lex/es/com/gpr/2001/com2001_0366es01.pdf
- Prado, Andrea., Juliano Flores., Lawrence Pratt y Enrique Ogliastrri. Marco Lógico y Conceptual del Modelo de Responsabilidad Social Empresarial para Costa Rica. CLACDS. Estudio desarrollado para la Asociación de Empresarios para el Desarrollo en el marco del proyecto Diseño y elaboración de un Modelo de RSE para Costa Rica financiado por la Fundación HIVOS de Holanda. Costa Rica. Copyright INCAE. Octubre, 2004.
- Redceres. (2011). *Redceres*. Obtenido de <http://www.redceres.org/index.php>
- Robbins, S. P., R. Bergman, I. Stagg y M. Coulter. 2000. *Management*. 2nd Edition. Prentice Hall, Sydney.

Samson, D. y R. L. 2003. Management. Pacific Rim Edition. Thomson , Southbank, Victoria.

Schermerhorn, J. R. 2002. Management, 7th edition. Wiley, New York.

Shaw, W. H. y Barry, V. 2001. Moral Issues in Business. 8th Edition. Wadsworth, Belmont, CA.

Trevino, L. K. y D.A. Nelson. 1999. Managing Business Ethics, 2nd Edition. Wiley, New York.

Worldbank. (2011). *Worldbank*. Obtenido de <http://web.worldbank.org>