

## Información Importante

La Universidad de La Sabana informa que el(los) autor(es) ha(n) autorizado a usuarios internos y externos de la institución a consultar el contenido de este documento a través del Catálogo en línea de la Biblioteca y el Repositorio Institucional en la página Web de la Biblioteca, así como en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad de La Sabana.

Se permite la consulta a los usuarios interesados en el contenido de este documento, para todos los usos que tengan finalidad académica, nunca para usos comerciales, siempre y cuando mediante la correspondiente cita bibliográfica se le dé crédito al trabajo de grado y a su autor.

De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, La Universidad de La Sabana informa que los derechos sobre los documentos son propiedad de los autores y tienen sobre su obra, entre otros, los derechos morales a que hacen referencia los mencionados artículos.

**BIBLIOTECA OCTAVIO ARIZMENDI POSADA**  
UNIVERSIDAD DE LA SABANA  
Chía - Cundinamarca



El presente formulario debe ser diligenciado en su totalidad como constancia de entrega del documento para ingreso al Repositorio Digital (Dspace).

<b>TITULO</b>	Beneficios Psicosociales de la implementación de la política de la Responsabilidad Social en el ámbito empresarial		
<b>SUBTITULO</b>			
<b>AUTOR(ES)</b> Apellidos, Nombres (Completo) del autor(es) del trabajo	Salazar Ortiz, Adriana del Pilar		
	Soler Gómez, Laura Juliana		
	Zárate Suárez, Adriana		
<b>PALABRAS CLAVE</b> (Mínimo 3 y máximo 6)	Responsabilidad Social Empresarial		beneficio social
	calidad de vida		
	crecimiento económico		
<b>RESUMEN DEL CONTENIDO</b> (Mínimo 80 máximo 120 palabras)	<p>La RSE es un factor ético de las empresas el cual se encarga de mejorar la calidad de vida de las personas. Existen argumentos en pro y en contra de este. Algunos autores como Nieto, Fernández y Heincke manifiestan que algunas empresas ven la RSE como algo obligatorio para disminuir impuestos, pues la consideran una herramienta de crecimiento económico útil que le da prestigio a la marca sin importarle realmente el impacto social y humano. Por otro lado, autores como Mercado, García y Reeves lo ven de manera positiva ya que este permite beneficiar a otros, obteniendo quizás como beneficio adicional algún crecimiento económico. Esta contraposición puede existir debido a las deficiencias en la definición de la RSE (Heincke, 2005).</p>		

Autorizo (amos) a la Biblioteca Octavio Arizmendi Posada de la Universidad de La Sabana, para que con fines académicos, los usuarios puedan consultar el contenido de este documento en las plataformas virtuales de la Biblioteca, así como en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad.

De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, "Los derechos morales sobre el trabajo son propiedad de los autores", los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables.

Beneficios Psicosociales de la implementación de la política de la Responsabilidad Social  
en el ámbito empresarial.

Adriana Salazar Ortiz, Laura Soler Gómez y Adriana Zárate Suarez  
Facultad de Psicología, Universidad de la Sabana

Febrero de 2013

## Resumen

La responsabilidad Social Empresarial es un factor ético de las empresas el cual se encarga de mejorar la calidad de vida de las personas. Existen argumentos en pro y en contra frente a este concepto. Algunos autores como Nieto, Fernández y Heincke manifiestan que algunas empresas ven la RSE como algo obligatorio para disminuir impuestos o dejar en buen nombre la compañía, pues la consideran una herramienta de crecimiento económico útil que le brinda buena imagen y prestigio a la marca sin importarle realmente el impacto social y humano que pueda generar. Por otro lado, otros autores como Mercado, García y Reeves lo ven de manera positiva ya que este permite beneficiar a personas, sociedades y al medio ambiente, obteniendo quizás como beneficio adicional algún crecimiento económico. Esta contraposición puede existir debido a las deficiencias en la definición de la RSE, o el hecho de no hacerla obligatoria y certificable (Heincke, 2005). Por esta razón, se mostraran los resultados de una revisión teórica respecto a estas dos posturas, la económica y la social, las cuales se han venido adoptando en las empresas.

Palabras Claves: Responsabilidad Social Empresarial, calidad de vida, crecimiento económico y beneficio social.

## Abstract

Corporate Social Responsibility is an ethical business factor, which is responsible for improving the quality of life of people. There are arguments either good or against addressing this concept. Some authors like Nieto, Fernández y Heincke show that some companies see the RSE as a must to reduce taxes or letting a good name of the company, because they consider it a useful tool for economic growth, which provides good image and prestige to the brand without really caring the social and human impact that can generate. On the other hand, others like Mercado, García y Reeves see it positively because this can benefit people, societies and the environment, perhaps as a bonus getting some economic growth. This contrast may be due to deficiencies in the definition of RSE, or the failure to

make mandatory and certifiable (Heincke, 2005). For this reason, it will show the results of a theoretical revision respect to this two positions, the economic and social, which have been adopted in companies.

Keywords: Corporate Social Responsibility, quality of life, economic growth and social benefit.

## **BENEFICIOS DE LA IMPLEMENTACION DE LA POLITICA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN EL AMBITO EMPRESARIAL**

Es de interés común para la sociedad y las organizaciones el significado y el alcance de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), y más aun cuando este modelo ha cobrado gran importancia alrededor de todo el mundo y ha generado variedad de investigaciones que buscan explicar su alcance.

En la ultima década la RSE se ha convertido en un modelo muy importante para la sociedad y las organizaciones especialmente en países desarrollados o en vía de desarrollo, gracias a su interés por la responsabilidad laboral, medioambiental y respeto de los derechos humanos (Argandoña, 2008). Debido a este auge surgió la siguiente pregunta: ¿Qué beneficios le brindan las empresas a la comunidad por medio de la Responsabilidad Social Empresarial?

El concepto de Responsabilidad Social según Roberto Solarte (2011) el Presidente del Comité 180 de ICONTEC en Bogotá, que trabaja en la elaboración de la Norma técnica Colombiana sobre Responsabilidad Social de las Organizaciones, es "el compromiso de las empresas de contribuir al Desarrollo Económico Sostenible, trabajando con los empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad en general, para mejorar su calidad de vida", lo cual se enfatiza en la realidad y orientación social de las organizaciones hacia el bienestar de la sociedad. La palabra "responsabilidad" indica la acción de responder por los resultados de las propias decisiones y acciones; la palabra "social" recuerda que esas decisiones y acciones afectan a otros (Icontec, 2011).

Las organizaciones han aumentado su grado de motivación para mejorar la gestión de su Responsabilidad Social, gracias a esto se han identificado dos posturas con ideales diferentes, por un lado una postura económica que busca la reputación, el acceso al capital, la necesidad de fortalecer su competitividad, y la mejora de la eficiencia de su administración. Por otro lado, la postura social busca mejorar la innovación, la motivación, el bienestar de sus empleados y una adecuada gestión del riesgo; pero tal vez lo que más motiva a las organizaciones es la comprensión de que la claridad en la gestión de su Responsabilidad Social se ha ido convirtiendo en una licencia social para operar.

Con la realización de este estado del arte, se pretende brindarle al lector conocimientos acerca de estas dos posturas nombradas: la económica y la social, y lo que estas argumentan frente a la implementación de políticas de responsabilidad social en la empresa, por esto se realizó una revisión teórica con el fin de dar sustento a la investigación y poder indagar a profundidad sobre el tema de RSE.

En este sentido, es relevante iniciar con la definición del concepto para así continuar con la historia y con los diferentes aspectos que hacen parte de él; asimismo se darán a conocer algunos estudios y posiciones de empresas gubernamentales influyentes para darle soporte a los argumentos; además algunos ejemplos de empresas nacionales e internacionales comprometidas con la RSE.

La primera postura, la económica, es una postura clásica orientada a la maximización de las ganancias, mientras que la segunda, la social, está orientada a la protección y mejoramiento del bienestar de la sociedad, donde se habla que las empresas socialmente responsables entienden la RSE como una meta, como un objetivo, lo que hace que se genere interés real en lo social y lo ambiental, que de una u otra forma promoverá a su vez beneficios económicos para la organización (Meza, 2007).

En este sentido, por medio de esta revisión teórica se pretende mostrar el impacto que genera en la sociedad la implementación de políticas de RSE como una de sus metas, para

eso es necesario que los intereses de las empresas sean realmente sociales y ambientales, para que la política empresarial pueda ser coherente y efectiva y se logren beneficios mutuos.

## **METODO**

Se realizó una investigación documental, que consistió en un estado del arte sobre la Responsabilidad Social Empresarial, incluyendo su significado, modelos, posturas económicas y sociales, además de argumentos de los beneficios o críticas que se le da a la implementación de políticas de Responsabilidad Social en las empresas.

## **RESULTADOS**

La Responsabilidad social empresarial “Es el compromiso voluntario que las organizaciones asumen frente a las expectativas concertadas que en materia de desarrollo humano integral se generan con las partes interesadas que partiendo del cumplimiento de las disposiciones legales le permite a las organizaciones asegurar el crecimiento económico, el desarrollo social y el equilibrio ecológico.” Según la Guía técnica Colombiana de Responsabilidad Social Empresarial (ICONTEC, 2011).

La RSE fue acuñada en los años 60 en los Estados Unidos de Norteamérica, sin embargo en la década del 90 fue impulsada por una serie de iniciativas de orden internacional como el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, a pesar de ser un concepto que surgió hace tanto tiempo, la normatividad de esta es de años recientes (ISO 26000 del año 2006), esta tuvo antecedentes en La Declaración Del Milenio (2000) donde 188 países además de Colombia firmaron esta declaración que contiene ocho objetivos, enumerados a continuación: “1. Erradicar la pobreza extrema y el hambre, 2. Educación Universal, 3. Igualdad entre los géneros, 4. Reducir la mortalidad de los niños, 5. Mejorar la salud materna, 6. Combatir el VIH/SIDA, 7. Sostenibilidad del medio ambiente y 8. Fomentar una asociación mundial” (Naciones Unidas, 2005).

Dicho concepto nace como una respuesta necesaria a situaciones que se han ido presentando en el mundo empresarial actual, las cuales afectan negativamente a diferentes entornos. Algunos de los principales problemas que se dan actualmente son los cambios en el medio ambiente, el desmejoramiento de la calidad de vida de la población, la violación de los derechos humanos, el trabajo infantil y muchos otros problemas sociales (Aparicio y Valdes, 2009).

La Responsabilidad Social Empresarial se mueve fundamentalmente en tres dimensiones: la dimensión ambiental, la dimensión social y la dimensión económica. La dimensión ambiental se caracteriza por la promoción interna y externa del uso racional de los recursos naturales (como la energía, el agua y la biodiversidad) y la reducción de emisiones, efluentes y desperdicios con el objetivo de prevenir la contaminación. La dimensión social, busca la ejecución de actividades para la promoción del desarrollo de comunidades, respetando incansablemente su cultura y promoviendo sus iniciativas. La dimensión económica se caracteriza por la contribución que cada empresa efectúa en sus empleados y en su comunidad como parte de los beneficios que la empresa recibe de la sociedad (Hurtado y Alfonso, 2008).

Teniendo en cuenta lo mencionado anteriormente, se puede llegar a entender la responsabilidad social como el conjunto de acciones consientes y sistemáticas que las empresas realizan tanto en su parte interna como en su parte externa (comunidades, proveedores, clientes, futuras generaciones), para contribuir al mejoramiento de la calidad de vida, la preservación del medio ambiente y el desarrollo social de sus trabajadores y del país (Hurtado y Alfonso, 2008).

Algunos de los principales modelos que actualmente son muy conocidos en RSE enfocadas a los trabajadores se pueden clasificar como lo indica DNV (Det Norske Veritas) Servicios de Certificación y Fundación Másfamilia (2010) en:

- Pacto Mundial propone herramientas para demostrar el Compromiso con la RSC, Su objetivo es conseguir un compromiso voluntario de las entidades de Responsabilidad



Social con el cumplimiento de dos metas; la primera es la implementación de diez principios basados en derechos humanos, laborales, medioambientales y de lucha contra la corrupción, y la segunda, es llevar a cabo acciones que apoyen los objetivos de desarrollo de Naciones Unidas, como por ejemplo los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODMs).

- MERCO y Great Place to Work, es una empresa de consultoría de investigación y gestión la cual otorga a las empresas una puntuación que la clasifica dentro de las empresas de su mismo sector, brindándole un reconocimiento al mejor empleador, a la calidad y excelencia del lugar de trabajo.

- GRI, AA 1000, Su misión es propiciar la elaboración de herramientas de sostenibilidad por parte de las organizaciones y que sean comparables sobre su actuación y resultados en las dimensiones económica, social y ambiental.

- ISO 26000, es una guía técnica directriz del ICONTEC, que implanta medidas de RSE aplicables a todo tipo de organizaciones pero no es certificable, al igual que SGE 21 (Rodríguez, 2008).

- SAI (Social Accountability Internacional) lanzó la Norma SA 8000 (Social Accountability 8000 Standard), basada en normas laborales de convenciones de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), la Declaración de Derechos Humanos y la Convención de Naciones Unidas sobre los Derechos del Niño. Esta norma es una certificación verificable y auditable por terceras partes. Es reconocida a nivel mundial y es una de las más prestigiosas en de derechos laborales (SAI, 2012).

Finalmente, después de mostrar los distintos modelos planteados por las principales organizaciones interesadas en la RSE, es importante saber que existen discrepancias en torno a algunas de estas características en los países desarrollados y en aquellos en vías de desarrollo. Antonio Vives (2008) señala que la RSE, en los países desarrollados se centra en mitigar a través de ella todo el impacto de la empresa en la sociedad. En los países en vía de desarrollo, ante la debilidad e ineficacia del Estado, la RSE extiende el impacto de manera positiva pues no solo lo mitiga, sino que lo favorece y suplanta en muchos casos la

actividad estatal lo cual posteriormente tiende a beneficiar al Estado, pues muchas veces la empresa asume servicios que son por naturaleza públicos (Vives, 2008).

Cuando se trata de determinar el papel que cumplen las empresas frente a la sociedad, surgen dos tendencias. La primera, considera que hay un contrato implícito en el sentido que la empresa puede obtener beneficios en tanto beneficie a la sociedad. La segunda, llevaría a considerar que el buen gobierno de la empresa le tendrá que exigir a los administradores cumplir con las razones e intereses por los que la empresa trabaja, que no es otra cosa que obtener beneficios y secundariamente intentar no dañar otros intereses que pueden surgir en el camino de la satisfacción de aquellos intereses primarios, como laborales, ambientales o de los consumidores (Aparicio y Valdes, 2009).

Ligado a estas dos tendencias están dos razones de porque le interesa a las empresas adoptar políticas de RSE. La primera habla de la imagen y la reputación empresarial, la cual sustenta su hipótesis entendiendo la imagen como una estrategia que ayuda a proyectar buenas condiciones laborales, dialogo, compromiso social y demás, puesto que la RSE permite generar una mejor valoración de la empresa y una consolidación de su reputación, lo cual la favorece en su supervivencia y la hace más competitiva y una mejor opción para los consumidores. La fuerte relación entre la RSE y la buena imagen de las empresas es frecuentemente criticada por los sindicatos, ya que entienden que la RSE es utilizada por las organizaciones más como una herramienta que contribuye a la reputación que además es usada como “un imán para atraer y retener el talento” (Melo y Garrido 2012) y no como un compromiso social real.

La segunda razón explica como las presiones internas y externas logran influenciar a la organización, las externas como diferentes denuncias o campañas públicas contra una determinada política de la organización e internas como demandas de los trabajadores, sindicatos y huelgas exigiendo mejores condiciones laborales (Aparicio y Valdes, 2009).

Cuando se habla de ética y buenas prácticas laborales por parte de la empresa, se está haciendo referencia a una serie de políticas que se preocupan por aspectos como la flexibilidad de tiempo y espacio, apoyo profesional, beneficios sociales o extra salariales, servicios complementarios que contribuyan con el bienestar del trabajador y cumplan con normas éticas.

Para entender el significado de ética, se dice que “es el fundamento cuyos valores esenciales deben organizar la vida social, así como también se basa en conceptos morales como el bien común, lo bueno, lo equitativo y lo justo, en pro de la libertad y la dignidad humana” (Etkin, 1993: p.16 citado por Olmedo, I., Martínez, I., Arcas, N. Longinos, J., 2011).

De esta forma, la ética empresarial es una disciplina que trata de buscar la legitimidad y credibilidad de la labor empresarial (Valor *et al.*, 2005 citado por Olmedo et al., 2011), para crear confianza y cooperación con el entorno y con los grupos de interés, pues no sólo se deben seguir las normas legales y del mercado, sino también las de la conciencia moral (González, 2001 citado por Olmedo et al., 2011). En este sentido la empresa debe cumplir con sus políticas y valores resistiéndose a las presiones que ejerce la sociedad, teniendo en cuenta las posiciones de todos los grupos implicados en el correcto funcionamiento de la empresa.

Relacionando la ética con la responsabilidad social empresarial podemos encontrar muchos puntos en común. El principal o el más importante es la manera voluntaria en que se preocupan por temas económicos, sociales y medioambientales de los cuales pueden ser responsables. Algunas empresas actúan con una ética de convicción y otras como una ética de responsabilidad; conceptos que fueron estudiados por el sociólogo alemán Max Weber desde principios del siglo y que hasta nuestros días se sigue utilizando (Baca, 1996).

La ética empresarial recoge y analiza el marco general sobre la obligación moral de las organizaciones frente a la sociedad; mientras que la responsabilidad social promueve muchos de los conceptos éticos (Valor *et al.*, 2005 citado por Olmedo et al., 2011) que incluyen en el conjunto de acciones, decisiones y políticas que cada organización emplea

para dar respuesta a las demandas y exigencias de sus grupos de interés (García-Marzá, 2007 citado por Olmedo et al., 2011).

La ética y la RSE integradas en la estrategia empresarial proporciona ventajas competitivas relacionadas con el crecimiento, (Carrasco, 2005, citado por Olmedo et al., 2011) por eso todos los directivos y gerentes de una empresa son los encargados de establecer y divulgar el código de ética, buen gobierno y responsabilidad social que se ejecutaran en la organización y entre el resto de sus colaboradores. La organización se comprometerá a respetar aspectos laborales, sociales y medio ambientales, entre otros, por medio de un código de ética que implante objetivos claros, orienten la relación de las entidades con todos sus grupos de interés y promuevan principios claros en su actuación (Olmedo, I., et al., 2011).

Cuando una empresa hace referencia a sus grupos de interés se esta refiriendo a los stakeholders que son cualquier individuo o grupo como accionistas, trabajadores, proveedores y clientes, que al estar al interior o al exterior de una organización, puede llegar a generar cambios positivos o negativos en una empresa mediante la producción de bienes y servicios (Meza, 2007). De igual forma, Gibson (2000) plantea que los grupos de interés pueden ayudar o dañar a una empresa, pues pueden afectar o ser afectados por las acciones, decisiones, políticas, prácticas o metas de la organización.

Por eso, el objetivo de una empresa no puede ser reducido solo a incrementar las ganancias de sus accionistas, sino que debe hacer frente a otros objetivos de igual importancia como los de sus grupos de interés: “protegiendo al medio ambiente, promoviendo empleos estables, mejorando el entorno donde se desempeñan, fomentando el desarrollo de las comunidades locales donde operan, estando al día con los impuestos, etc”. (Van Marrewijk, 2002, citado por Borjas, 2007), para así generar acciones óptimas para un gran número de interesados.

Cada integrante tiene su propio objetivo personal, pero sólo podrá alcanzarlo a través de su compromiso con la acción colectiva realizada a través de la empresa. En esas condiciones, se piensa que el objetivo económico general de la empresa se focaliza en

promover la creación y el crecimiento de la riqueza total para todos los trabajadores participes o grupos de interés sin olvidar los costos, gastos y beneficios (Rodríguez 2008).

Para esta investigación es de gran importancia entender los beneficios que trae consigo la RSE siendo el motor clave que impulsa a beneficiar la sociedad además que genera competitividad en la organización frente a las demás por medio de cinco dimensiones: las relaciones laborales, las cuestiones de diversidad de productos, problemas, relaciones comunitarias y las cuestiones ambientales (Melo y Garrido, 2012), además le permite fidelizar a clientes, empleados, y ayuda a mantener relaciones de cooperación con las comunidades sociales donde opera la empresa, dando acceso al ahorro y ofertas en el mercado de productos financieros reservado a las empresas que se comprometen y tienen altos niveles aceptables de RSE (Lafuente y Pueyo, 2001).

El Ministerio de Educación Nacional Colombiano es un ejemplo en donde se evidencian los beneficios de la RSE en una institución del Estado, pues según este instituto, el éxito de una organización está relacionada con el bienestar de los empleados debido a que son éstos el activo más importante que posee una organización y su gerencia efectiva será la clave para el éxito de ésta; pero tal éxito dependerá de la manera como se implementen las políticas y los procedimientos en el manejo del personal, para que éstos puedan contribuir al logro de los objetivos y planes corporativos; además que propiciará una adecuada cultura, se podrán reafirmar valores y se creará un buen clima organizacional.

Montoya (2008) asegura que el paradigma del hombre económico que solo le interesa y es motivado por el dinero es un tema pasado de moda, por lo cual plantea un cambio del área de recursos humanos el cual propone ofrecer recompensas, beneficios y compensaciones diferentes a las económicas, no sólo dando alternativas de bienestar sino brindando un ambiente estable que le brinde seguridad tanto al trabajador como a su familia, condiciones óptimas para la realización de su labor y por consiguiente crecimiento de la organización.

La fidelización del personal va arraigada a un tema importante: la calidad de vida laboral de los empleados, por lo que es preciso brindar seguridad, calidad y bienestar para así evitar accidentes y ahorrar millones al empleador. Para esto se deben generar políticas que protejan a los colaboradores de riesgos físicos y de condiciones insalubres, generando desde recursos humanos políticas que busquen brindar las condiciones más seguras para el desempeño de la labor. Estas políticas no solo abarcan aspectos económicos, señalización, elementos de protección personal y planes de emergencia, sino que se extiende a prevenir los riesgos psicológicos en el lugar de trabajo, es decir, atención a posibles problemas psicológicos evitando la violencia en sus puestos de trabajo especialmente en aquellas labores que son más vulnerables (Sherman, 2001).

Las empresas deben cuidar a sus trabajadores no solo por ley, sino porque es una estrategia para retener a los empleados en una compañía, pues es importante que éstas apoyen al personal en su crecimiento y formación profesional. Algunos de los aspectos importantes que la empresa debe suplir son: formación continua; delegación y trabajo en equipo; transparencia y comunicación interna; balance trabajo-familia; diversidad de la fuerza laboral; política de retribuciones transparente y coherente; igualdad de oportunidades y contratación responsable; participación en beneficios y en el capital; empleabilidad y perdurabilidad del puesto de trabajo; seguridad e higiene en el puesto de trabajo y procesos de recolocación (Server, 2005).

La implementación de políticas de RSE y buen manejo de los recursos humanos empiezan a jugar un papel imprescindible, generando beneficios para la empresa y sus trabajadores, ya que la información y la tecnología están al alcance de cualquiera pero solo aquel que tenga el mejor personal será quien triunfe; pues el poseer a los mejores implica agregarle valor a la actividad empresarial. Es por esto que la RSE para cualquier tipo de empresas puede llegar a ser una herramienta muy útil, ya que por medio de esta se puede mejorar la capacidad para retener, mejorar la productividad y disminuir el absentismo del personal (Melo y Garrido, 2012).

Solano (2009) propone otras razones que pueden beneficiar a la empresa practicando políticas de RSE, entre estos se encuentran los siguientes: uno, disminuye los costos por paralización de operaciones o seguridad al reducir la posibilidad de conflictos con la población; dos, mejora la productividad, al contar con trabajadores motivados o con mejores condiciones de salud lo cual contribuye a incrementar su fidelidad con la empresa; tres, mejora el ambiente interno y la seguridad de los trabajadores al considerar sus necesidades; cuatro, mejora el ambiente externo, al identificar y mitigar los impactos que sus actividades pueden generar en el entorno; y cinco proyecta una imagen de responsabilidad en la empresa.

Las razones que describe Solano tienen todas en común lo siguiente: a diferencia de actos comunes de inversión que proveen beneficios exclusivamente a los accionistas de la empresa, éstos generan beneficios también a terceros y al Estado por medio de diferentes actividades que mejoren la salud, el desarrollo del talento, el ocio y el entretenimiento, el alivio y el acceso a la educación (Bagire, Tusiime, Nalweyiso y Kakooza, 2011).

Por esto, toda organización debe preocuparse por alcanzar objetivos y estrategias sociales que generen ventajas competitivas en el desarrollo de capacidades y competencias que fomenten el desempeño financiero de la empresa para que de esta forma pueda crear y promover estrategias diferenciadoras en el diseño de proyectos, programas de acción social o en el desarrollo de productos y servicios propios de la RSE (Borjas, 2007).

En Colombia la RSE se percibe como una estrategia para responder a los nuevos desafíos y para facilitar construcciones colectivas a largo plazo. Desde los años 40 y 70 algunas empresas Colombianas desempeñaron un papel social importante al comenzar a preocuparse por el bienestar de los empleados; algunas de estas empresas fueron: Carvajal de Cali, Postobón, Haceb y Coltejer; las cuales otorgaron facilidades para que sus empleados compraran vivienda o recibieran becas para la educación de sus hijos (Heincke, 2005).

Las empresas alrededor del mundo son cada vez más conscientes que el equilibrio personal repercute directamente en el rendimiento y sentido de pertenencia de un trabajador con la empresa. El modelo de RSE implementa propuestas para la ejecución de buenas prácticas laborales, sociales y ambientales mostrando posibles rutas de mejora continua a través del desarrollo ético del capital humano que afecta la productividad y la competitividad de las empresas. A continuación se nombrarán ejemplos claros de algunas empresas que son reconocidas por la implementación de estas políticas de RSE.

Una de las empresas colombianas responsables socialmente desde sus inicios es Servientrega S.A. la cual se encarga de la recolección, transporte, almacenamiento, embalaje y empaque la cual hace la logística de los desplazamientos de documentos y mercancías de sus clientes. Esta empresa da ejemplo a los colombianos frente a la responsabilidad social empresarial, ya que aporta al desarrollo y a la mejora de las condiciones de vida de las mujeres colombianas y sus familias por medio de dos fundaciones (Servientrega S.A., 2011).

La primera fundación de Servientrega, “Corporación Entrégate a Colombia” tiene como objetivo potenciar el desarrollo empresarial, capacitando a los trabajadores para generar culturas emprendedoras en las empresas, y de esta manera lograr mejorar la calidad de vida de las comunidades. Por otro lado, la segunda fundación “Mujeres de Éxito” se enfoca en las necesidades de las mujeres vulnerables, su calidad de vida y sus familias, fortaleciendo las iniciativas de la mujer en diferentes campos a través de procesos de formación, empoderamiento, e intermediación social para propiciar en ellas autonomía económica y autogestión, un ejemplo de esto es cuando comparten en navidad con las familias de sus trabajadores entregando mercados y regalos a los niños, también premian a mujeres menores de 18 años las cuales se encargan de promover la paz y el respeto para un mejor país (Servientrega S.A., 2011).

Otro ejemplo de una empresa colombiana es Bavaria S.A., la cual es una de las más grandes y antiguas compañías de bebidas del país, creó la fundación Bavaria con el fin de beneficiar a las comunidades más necesitadas por medio de proyectos sociales para generar



empleo. Su objetivo principal es disminuir la pobreza y aumentar empleos para lograr tener un país más desarrollado, su misión es “ejecutar programas de inversión social que contribuyan con la generación de empleo e ingresos, la disminución de pobreza, el mejoramiento de calidad de vida de las comunidades y la cadena de valor de Babarí, para el progreso y desarrollo sostenible de Colombia” (Bavaria S.A. 2012).

La fundación Bavaria ofrece un apoyo educativo ya que tienen presente que el nivel educativo en Colombia es muy bajo, con una cifra de 35.5% de educación en el año 2009. Por esto, la fundación decidió donar 2.200 cupos educativos a hijos y nietos de los empleados y a grupos específicos de comunidades vulnerables. Igualmente patrocina con el 80% del valor de las matriculas para las personas que pertenecen a estas comunidades, ayudándolas con carreras técnicas, tecnologías y carreras universitarias (Bavaria S.A. 2012).

Otra empresa socialmente responsable es FEMSA, donde las políticas enfocadas a los trabajadores forma parte integral de su cultura corporativa, además que ellos mismos expresan que su principal objetivo es “fomentar el bienestar de los colaboradores y sus familias; invertir en las comunidades, promover una mayor cultura, respetar la diversidad cultural y reducir los impactos ambientales a través de prácticas de negocio sustentables” (Femsa, 2010), esforzándose por ser una organización responsable, teniendo en cuenta a cada uno de sus públicos de interés.

En su informe de sostenibilidad, FEMSA (2010) muestra como se involucra económicamente con la creación de proyectos de responsabilidad social donde han invertido más de US\$30 millones en programas de calidad de vida de la empresa, con eventos de capacitación, salud, bienestar y seguridad ocupacional.

En Colombia han formado a 150 personas que han entregado las armas y se han acogido a los programas de reintegración diseñados por el estado para que así puedan desarrollar sus planes de negocio y puedan competir en igual condiciones en el mercado laboral; de los cuales, 49 han hecho realidad sus planes de negocio y 35 han hecho parte de

empresas proveedoras de Coca-Cola; de esta forma Coca-Cola FEMSA Colombia aporta a la paz de nuestra nación con su programa Banco de Tiempo (Márquez, 2012).

Otra empresa influyente es la multinacional alemana Bayer, ha invertido cerca de US\$55 millones en RSE en todo el mundo durante los últimos años, en su más reciente informe de sostenibilidad para la Región Andina y como lo dijo el presidente de la compañía, Matthias Haug, donde expresa que el objetivo final es trabajar por la sostenibilidad en los tres frentes estratégicos: salud, nutrición y cambio climático que marca la casa matriz, que a su vez se enmarcan en un principio corporativo de “hacer ciencia para una vida mejor” (Science For A Better Life) de esta manera lo dan a entender con su misión donde el enfoque principal es mejorar la vida de las personas previniendo, aliviando y curando enfermedades, suministrando una alta calidad en los alimentos, contribuyendo a buen uso de la energía y otros recursos (Bayer, 2010).

Otra empresa líder en implementación de políticas socialmente responsables en Colombia es la Empresas Públicas de Medellín (EPM) donde entienden la responsabilidad social como un compromiso obligatorio o voluntario que la empresa asume en su relación con los grupos de interés conservando como objetivo central la sostenibilidad (EPM, 2012).

Gracias a distintos proyectos en materia ambiental que hace 56 años contribuyen con la mejora de la calidad de vida en las distintas regiones que ha estado presente, donde su gran iniciativa en la conservación de los recursos naturales y los programas y proyectos en pro de la sostenibilidad ambiental, EPM recibió la Orden al Mérito Ambiental “Barón Alexander von Humboldt”, otorgada por la Embajada de la República Federal de Alemania, el Congreso de la República y la Sociedad Colombiana de Prensa y Medios de Comunicación SCP (EPM, 2012).

El Grupo EPM actúa en unión por el desarrollo de las regiones donde hace presencia con servicios de energía eléctrica, gas natural, agua potable, saneamiento básico, recolección, aprovechamiento y disposición final de basuras y tecnologías de información y comunicación.

EPM, a través de la prestación de diversos servicios mejora la calidad de vida de más de 13,5 millones de personas. Genera más de 15.900 empleos directos y 20.000 indirectos. En el año 2006 se adhirió al Pacto Mundial y es miembro fundador de la Corporación Red Local del Pacto Global en Colombia; ha restablecido el servicio de energía eléctrica a las poblaciones desplazadas por la violencia en la región del oriente antioqueño con el fin de contribuir con el proceso de retorno de las familias a sus viviendas de origen. (Moncada, 2012)

Otra empresa Colombiana en la cual se refleja la RSE es Corona; esta empresa define la RSE como una manifestación basada en el compromiso que tiene esta organización dirigida al mejoramiento del medio ambiente o por medio de iniciativas que aspiren al desarrollo sostenible como un elemento fundamental para su planeación estratégica (Corona, 2012). Corona esta comprometida con el desarrollo sostenible de la sociedad y el planeta desde la perspectiva de la “triple cuenta de resultados”, es decir, en términos sociales, económicos y ambientales.

Esta empresa en el proceso de producción de revestimientos cerámicos utiliza principalmente recursos naturales tales como arcillas, agua y combustibles. Después del respectivo proceso de fabricación se generan pérdidas de materias primas contaminantes y no funcionales, es decir residuos, los cuales eran un problema a nivel social con la salud de los empleados, a nivel ambiental con la contaminación y a nivel económico el incremento en costos de materia prima. Teniendo en cuenta lo anterior, Corona desarrolló un proyecto para eliminar las pérdidas de recursos naturales en el proceso de preparación de pasta a través de herramientas de gestión, mejoramiento, colaboración e innovación. En marzo del 2010 se crea un equipo de trabajo interdisciplinario que aplica la metodología “Ciclo DMAIC” (Definir, Medir, Analizar, Mejorar y Controlar) para darle solución al problema (Moncada, 2012).

En el ámbito social, plantea que una herramienta fundamental es la educación la cual les permite el desarrollo económico y social del país. El rol de esta empresa en la

sociedad está presente en zonas donde operan con programas de educación que promueven la lectura, la escritura, la cultura ambiental, la orientación vocacional, capacitaciones a líderes y en centros de formación académicos. Para lograr este objetivo, la empresa tiene programas para estudiantes y maestros (Moncada, 2012).

Un ejemplo de estos programas se llama “Club Amigos del Agua” en las poblaciones de Madrid y Funza, el cual se encarga de educar a niños y sus familias de cómo preservar los recursos naturales y el medio ambiente por medio del cuidado, el respeto y el uso racional del mismo. Por otro lado, en las comunidades de Girardot, Barbosa, Copacabana, La Unión y Caldas, se suministran unidades sanitarias limpias para educar a las comunidades hacia el mejoramiento de las condiciones sanitarias de las organizaciones y las escuelas, todo esto, para educar a las familias y generar sensibilización ambiental (Corona, 2012).

Corona también colabora junto con Homecenter en el programa “Manos Capacitadas”, en el cual se pretende contratar personas con discapacidad física, cognitiva o sensorial, con el fin de ofrecerles mejor calidad de vida y vivienda a personas con bajos recursos (Corona, 2012).

Desde el año 2009, la Fundación ProHumana y la Revista “Qué Pasa” han incorporado numerosas empresas dentro del ranking de las Empresas Socialmente Responsables. Un ejemplo de ello es Sodimac y Falabella que obtuvieron muy buenos lugares en esta clasificación.

Sodimac una multinacional conocida en Colombia como Homecenter, es una empresa que se encarga de desarrollar y otorgar soluciones por medio de tiendas que contribuyen al mejoramiento del hogar y a proyectos de construcción y decoración. Según Corvalán y Urbina (2010) su compromiso a la RSE se ve reflejado en los siguientes 5 aspectos:

1. Las relaciones laborales: procura mantener relaciones transparentes y constructivas con los trabajadores, implementa diferentes programas de prevención, capacitación, bienestar integral, clima laboral y comunicaciones internas.

2 Medioambiente, se implementan políticas de reciclaje, productos ecoeficientes, y estándares internacionales relacionados con la sustentabilidad y la eficiencia energética de sus tiendas, pues son conscientes de los impactos medio ambientales que causan. Siendo la primera tienda en Latinoamérica que cumple con los parámetros de certificación internacional LEED (Leadership in Energy & Environmental Design) otorgada por el US Green Building Council. Asimismo, todas las nuevas tiendas inauguradas en el 2010 utilizan equipos de iluminación y tecnología que permiten un menor consumo de energía de aproximadamente 15% con respecto a un local tradicional.

3. Gobierno corporativo y ética empresarial, se preocupan por instalar y fortalecer los valores y principios éticos, el respeto a los derechos humanos, la no discriminación y el rechazo a de la corrupción. Por ello se creó el Programa de Probidad Corporativa que establece diversas obligaciones, con énfasis en el respeto a los derechos de los trabajadores.

4. Compromiso con la comunidad, promueve la educación mediante el Programa Círculo de Especialistas Sodimac (CES) y el “Plan Buen Vecino–Sodimac en Acción”, por el cual potencia la participación de sus trabajadores en apoyo a la comunidad. Además, de sumarse a campañas como Chile Ayuda a Chile para reunir fondos y materiales de construcción tras el terremoto.

5. Comercio y marketing responsable, procura mantener relaciones transparentes con proveedores, enfatizando los vínculos a largo plazo, el respeto, el cumplimiento de los acuerdos y el beneficio mutuo, en contra del trabajo infantil y forzado.

Por otro lado, en el 2011 Falabella Retail Chile se encuentra en el puesto número 5 en el Ranking de RSE. Su misión es “generar una oferta innovadora de productos y servicios de buena calidad, a precios convenientes y con soluciones a la medida de cada mercado, para las personas y el hogar, siendo líderes y con un desarrollo sostenible” (Carvajal y Dufeu, 2010). Según Juan Benavides, gerente general corporativo de esta compañía, la responsabilidad social lleva a esta organización a ser una empresa integral,

preocupada por sus clientes, trabajadores, proveedores y a brindar apoyo extra a la sociedad.

Falabella por más de 40 años en su compromiso con la comunidad, ha desarrollado el programa Haciendo Escuela el cual consiste en apadrinar escuelas de sectores en riesgo social en cada ciudad donde existe una tienda Falabella. Su principal objetivo es contribuir anualmente en educación integral y de calidad para los niños, en donde se llevan a cabo actividades complementarias como: programas deportivos, asistencia tecnológica, becas de inglés, aportes en agendas y zapatos para los alumnos. De igual forma, Falabella tiene compromiso con la cultura, un ejemplo de esto son las Bibliotecas Vivas que están presentes en diez de sus Malls en Chile y que durante 2011 recibieron más de un millón de visitas (Carvajal y Dufeu, 2010).

Por todo esto, Falabella ha sobresalido en numerosas ocasiones y le han otorgado numerosos premios y reconocimientos, pues en el 2009, obtuvo el Premio de Mega “Vivan las Mujeres” por su campaña publicitaria que fomenta el rol de la mujer en todos sus ámbitos y edades en la sociedad chilena. En el 2010, ocupó el puesto 22° en el Ranking 2010 de Great Place to Work Institute y Revista Capital, el cual destaca a las 35 mejores empresas para trabajar en Chile. En este mismo año, ocupó el 5° lugar en el Ranking RSE 2010 de la Fundación ProHumana y Revista Qué Pasa, en donde destacan a las 20 empresas socialmente más responsables de Chile. Por medio de una evaluación que realizan los trabajadores y las empresas respecto a la gestión en Responsabilidad Social (Carvajal y Dufeu, 2010).

De igual forma, Falabella por su interés con la RSE, presenta alianzas y asociaciones con organizaciones reconocidas a nivel mundial por su trabajo con la RSE, como: Green building council, asociación que promueve que las ciudades y edificios sean medioambientalmente responsables, rentables y saludables para las personas que viven o trabajan en ellos; el Ministerio del medio ambiente, encargado principalmente de la protección y conservación de la diversidad biológica y de los recursos naturales renovables e hídricos. Fundación chilenter, se encarga de reacondicionar alrededor de 15 mil

computadores al año con la reutilización de tecnología obsoleta. Prochile, fomento las exportaciones de pequeñas y medianas empresas en su proceso de internacionalización, promoviendo el posicionamiento y la imagen de Chile en otros mercados. Acción RSE, la cual se encarga de promover y difundir buenas prácticas empresariales y servir de herramienta para que compañías de todos los tamaños y sectores incorporen acciones de Responsabilidad Social en su estrategia de negocios (Carvajal y Dufeu, 2010).

Otra empresa la cual es congruente entre su misión-visión y sus proyectos de RSE es Nestlé Colombia S.A., una multinacional que llegó a Colombia en el año 1944. La misión de aquella es ser una empresa líder en alimentos dando prioridad a la nutrición, salud y bienestar de las personas. Su objetivo es ofrecer a los consumidores alimentos y bebidas saludables, promoviendo un estilo de vida saludable (Nestlé S.A., 2012).

Nestlé ofrece un programa escolar para que los jóvenes logren adquirir buenos hábitos alimenticios y comprendan la importancia de la actividad física. El programa se llama “Aprende a Comer Bien (Nestlé Healthy Kids Global Programme)” y se practica en 60 países. Nestlé junto a la Fundación Española de la Nutrición; aquella encargada de programas pedagógicos de nutrición, y a la Catedra Ferrán Adria’ de Cultura Gastronómica y Ciencias de la Alimentación de la Universidad Camilo José Cela; encargada de fomentar la educación gastronómica, están encargadas de desarrollar estas iniciativas en nuestro país (Nestlé S.A., 2012).

El objetivo es estar presente en los colegios a los cuales el programa de nutrición facilitara gratuitamente material informativo desarrollado por nutricionistas profesionales para los estudiantes y profesores de cada grupo para promover los beneficios de adoptar hábitos saludables de alimentación y de realizar actividad física (Nestlé S.A., 2012).

Similarmente otra empresa Colombiana de alimentos y dulces que contribuye a la sociedad es Colombina S.A. la cual se encarga de producir alimentos prácticos dirigidos a varios grupos de consumidores, fundadora de la Fundación Colombina por la cual ofrece

múltiples programas o donaciones para sus empleados e igualmente a la comunidad (Colombina S.A., 2011).

La Fundación Colombina inicio en el año 2006 y ofrece varios programas a la comunidad tales como donaciones, educación, becas, entre otros dirigidos al bienestar de los jóvenes y niños, en su mayoría enfocados en el cuidado del medio ambiente; para esto enseñan programas de limpieza, poda de árboles y siembra. Por otro lado, la fundación brinda clases de danza folclórica para jóvenes, los cuales son invitados a participar en concursos a nivel nacional además brinda planes de orientación integral para jóvenes, los cuales consisten en formar a las personas por medio de talleres y proyectos sensibilizando a los jóvenes con el fin de mejorar sus relaciones con sus familias y con la sociedad (Colombina S.A., 2011).

Alpina es otro ejemplo importante de fabricas colombianas, es una empresa de productos alimenticios, principalmente de lácteos y jugos naturales. La gestión estratégica de Alpina en lo que se refiere a responsabilidad social se focaliza en el eje ambiental; hasta el año 2010 se centro en un trabajo enfocado en la reducción del consumo de agua y energía, la reducción en la generación de aguas residuales y su adecuado tratamiento, la reducción en los residuos sólidos, el fomento del reciclaje y la adecuada disposición de los residuos no aprovechables, en pocas palabras, un foco de ecoeficiencia en las operaciones propias.

Una acción concreta de cambio se ve reflejada con su principal proveedor de empaques, originalmente, Carvajal Empaques producía los vasos en su planta en Ginebra (Valle del Cauca), y desde ahí los distribuía hacia las plantas de producción de Alpina en Sopó (Cundinamarca), esto implicaba grandes distancias de contaminación en los miles de kilómetros recorridos mensualmente, para la distribución de más de 25 millones de vasos.

Para el 2011 se construyo una fabrica de Carvajal en Tocancipa (Cundinamarca) a tan solo 8km de la fabrica de alpina en de Sopo, esto trajo beneficios económicos para las dos empresas, permitió la creación de cerca de 200 nuevos puestos de trabajo permanentes



en la región y aseguró una reducción de la huella de carbono de aproximadamente 1.000 ton de CO<sub>2</sub>eq/año. (Moncada, J. 2012)

Hurtado y Alfonso (2008), afirman que no se considera responsabilidad social empresarial a todo aquello que la empresa hace por cumplir ante las obligaciones legales, ya que es lo mínimo que cada empresa tiene que realizar legalmente, a menos que quiera someterse a sanciones por parte del Estado. Igualmente, tampoco consideran responsabilidad social a las acciones de caridad empresarial, pues ellos consideran que la responsabilidad social son el conjunto de acciones consientes y sistemáticas que las empresas realizan tanto en su parte interna como en su parte externa (comunidades, proveedores, clientes, futuras generaciones), para contribuir al mejoramiento de la calidad de vida, la preservación del medio ambiente y el desarrollo social del país.

La responsabilidad social empresarial debe pasar por una lógica distinta a la racionalidad económica dominante en las empresas, pues desde una perspectiva ética es necesario entrar a valorar otros compromisos que tiene la empresa con: los empleados, la comunidad, el Estado, los clientes y los proveedores (Hurtado y Alfonso, 2008).

Algunas empresas tienden a cumplir con los mínimos requerimientos establecidos por la ley como: el pago justo y a tiempo de empleados, proveedores, e impuestos del gobierno, la atención de obligaciones parafiscales, y el cumplimiento de reglamento de higiene y seguridad industrial; muchas veces sin preocuparse por el nivel de capacitación y proyección de las familias de los trabajadores, la adquisición de vivienda para sus empleados y las donaciones para apoyar proyectos comunitarios, se podría decir que todo esto es debido a la poca importancia que se le da en consolidar un buen departamento de recursos humanos (Hernández, 2008).

Se llevó a cabo una investigación para examinar las percepciones de los stakeholders hacia actividades de RSE en Uganda, en donde se evidencia que muchas empresas están involucradas en diversas actividades de RSE de las cuales las principales protagonistas son las multinacionales, pero lastimosamente se encontró que muchas de ellas no distinguen

entre la RSE como una herramienta de marketing y como acción social, pues aunque la conciencia pública de la RSE es alta, hay gran confusión en lo que realmente trata (Bagire, Tusiime, Nalweyiso y Kakooza, 2011).

La empresa Gallup encontró en una investigación que se realizó en 65 países en los cuales encuestaron más de dos millones de personas, que se reconoce de palabra la importancia del talento humano, pero en realidad las empresas poco o nada conocen de éste y las prácticas administrativas son poco adecuadas lo que genera unos niveles muy bajos de bienestar y buena calidad de vida del trabajador, “somos muy competentes en los procesos de reingeniería y calidad de productos, pero somos ignorantes en todo lo relativo al recurso humano” (González, 2001, 2002 p. 32 citado por Giraldo, J. 2005). Se pudo concluir entonces que no se está siendo responsable en estas empresas pues no se han dado cuenta que su crecimiento y sostenibilidad se da en la medida en que se ocupen del bienestar y condiciones de vida de sus trabajadores (Fernández, 2004 citado por Giraldo, J. 2005).

En este sentido, muchas multinacionales al desentenderse de estas funciones de recursos humanos, les delegan la responsabilidad a contratistas, los cuales al tratar de controlar costos y mantener los contratos con las compañías someten a los trabajadores a condiciones infrahumanas; esto se debe a que muchas de ellas buscan generar riqueza individual, sin pensar en los profundos daños que le pueden causar a la sociedad y su desarrollo. Es verdad que las compañías a través de sus directivos tienen el derecho de obtener el nivel de rentabilidad que esperan, pero también tienen el deber de lograrlo sin ocasionar daño o afectación negativa a los miembros de la sociedad y de garantizar su distribución en forma equitativa (Hernández, 2008).

La RSE al estar activamente promovida entre las fuerzas del mercado y los programas estatales hace que existan grandes interrogantes de si la implementación de políticas de RSE aportan o no al crecimiento económico mundial de las acciones de grandes multinacionales, puesto que algunos de sus ideales son incompatibles con la priorización de valor para los accionistas, lo que hace que exista una desintegración social y una arrogancia empresarial, al estar siendo usada por algunas empresas para el crecimiento de su marca y reputación corporativa, en lugar de guiar o administrar las políticas

empresariales a fines sociales y ambientales generando así operaciones sostenibles (Jones y Nisbet, 2011).

La mayoría de los gerentes y accionistas de una empresa buscan participar en la responsabilidad social simplemente como un medio de promoción de sí mismos, debido a una motivación egoísta para aumentar su propio bienestar, en contraposición a la de la corporación (Handelman y Arnold, 1999, citado por Melo y Garrido, 2012).

En las propias palabras de Milton Friedman, quien ganó premio Nobel de economía, hace una crítica a la RSE resaltando: “El que nuestros dirigentes de empresa aceptaran la idea de que les corresponde una responsabilidad social que no sea el obtener el mayor beneficio posible para sus accionistas sería tanto como socavar los cimientos de nuestra sociedad libre” (Friedman, 1970 citado por Nieto, 2004 ).

Por otro lado desde la postura social de Heincke (2005), el concepto de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) adquiere todo su vigor, en el momento en que se construya una ética de responsabilidad local, nacional y global, en la que se involucren a los diferentes actores de la sociedad, en la que se tolere las diferencias personales y la cual atenúa las inequidades sociales, sin perder la perspectiva global. En este sentido, para Heincke (2005), la RSE adquiriría mucha más relevancia, puesto que los líderes de las compañías se unen con un propósito de crecimiento y sostenibilidad de la sociedad a la que pertenecen, y en la cual también son responsables.

Es de primordial importancia después de las posturas nombradas anteriormente y la gran acogida que ha tenido en las empresas, en los medios de comunicación, en la prensa económica, y en informes corporativos el tema de la RSE que se ha generado un debate frente a dos posturas; una en la cual los directivos y accionistas no ven resultados económicos productivos al implementar planes de RSE, ya que su enfoque es netamente financiero y no social; y dos en la que se observa que al implementar políticas de RSE puede llegar a generar efectos positivos a largo plazo como aumentar el rendimiento de los trabajadores y el valor de las empresas (Nieto, 2004).

Estas dos posturas son un punto importante dentro de la investigación, puesto que se contraponen: la visión netamente económica y la social. La primera no ve útil implementar políticas de RSE, y si lo hace, la usa como una herramienta de crecimiento económico, que le brinda buena imagen y prestigio a la marca sin importarles realmente el impacto social y humano que pueda generar. En contraposición la visión social busca que así sea con pocos recursos disponibles para la implementación del programa de RSE en su empresa, este logre beneficiar a sus grupos de interés (stakeholders), al medio ambiente y a la sociedad, obteniendo quizás como beneficio adicional algún crecimiento económico.

Esta contraposición puede existir debido a las deficiencias en la definición de la RSE, o el hecho de no hacerla obligatoria y certificable (Heincke, 2005); lo que hace que muchas veces corra el riesgo de ser interpretada desde perspectivas relacionadas con el capital económico como único objetivo y principal fuente de riqueza, u otras perspectivas que valoran capitales económicos, naturales, sociales y simbólicos, pero no considerándolos fines, sino medios para otros propósitos empresariales más amplios y significativos (Heincke, 2005).

La RSE se ha convertido en un concepto tan ideal para una empresa que puede entenderse como una práctica beneficiosa para la organización con la que se pueden lograr sus diferentes objetivos; relacionándose estrechamente con la misión, la visión y los valores de la organización al igual que con la producción, la administración y el valor de la empresa, logrando ventajas competitivas y mayores beneficios (Meza, 2007).

Otros afirman que la adopción de criterios de RSE permite a las empresas resolver los conflictos y distribuir el valor creado entre los distintos grupos de interés, además que los comportamientos socialmente responsables conllevan a efectos positivos a largo plazo con los que se aumenta el rendimiento y valor de las empresas, compensando la aparente “expropiación” sufrida por los accionistas (Nieto y Fernandez, 2004).

Teniendo en cuenta lo anterior se puede inferir entonces que una de las decisiones más difíciles por las que diariamente pasan las empresas es el hecho de decidir en qué van a invertir sus utilidades o recursos teniendo en cuenta sus prioridades, ya sea para 1: repartirlos en forma de dividendos a sus accionistas; 2: reinvertirlos en maquinaria o bienes para aumentar la producción y 3: invertir en actos de RSE con el fin de favorecer a la propia empresa y a terceros (Aspillaga, 2010).

Cabe distinguir que pueden existir actos de reinversión de una empresa que favorezcan a terceros pero que no sean calificados como actos de RSE, un ejemplo sería cualquier acto de reinversión que genere externalidades positivas, lo que hace referencia a cuando una empresa hace una inversión en productos, servicios o personas externas a la compañía, beneficiándolas de alguna manera. Por ejemplo, en caso de que una compañía done un monto de dinero a una fundación o establecimiento social para su mejora (Aspillaga, 2010).

Según Mercado y García (2007), se resalta que la responsabilidad social es una estrategia para alcanzar beneficios externos e internos en las organizaciones planteando cuatro motivos para su implementación:

El primer motivo plantea que las empresas siempre están en continua competitividad dentro del mercado, y por esto deben preocuparse por su papel como constructoras del bien común y no deben ser egoístas en buscar solo ganancias económicas para la organización. El segundo motivo busca generar balance entre lo económico y lo social, entre el interés individual y el bienestar común. El tercer motivo promueve obtener tanto beneficios externos como internos, refiriéndose a beneficios externos a aquellos que están relacionados con la imagen pública, la percepción de marca, fidelidad de los clientes entre otros y beneficios internos a los valores, motivación, calidad de ambiente laboral y otros temas relacionados dentro de la organización. Por último, el cuarto motivo se enfoca en los logros sociales (Mercado y Garcia, 2007).

Otra perspectiva que habla de los beneficios de la implementación de RSE en las compañías dice que aunque la RSE no va a arreglar los problemas del mundo, es un camino para que exista un beneficio mutuo entre las compañías y la sociedad, plantea James Espstein-Reeves en un artículo de la revista Forbes (2012), donde a partir de esta premisa plantea las seis razones por las que las empresas deberían adoptar una estrategia de RSE.

Estas son: 1. Innovación, un importante beneficio para la compañía y la sociedad, 2. ahorro y sostenibilidad para disminuir los costos: menos agua o menos energía implicarán un rápido ahorro. 3. Diferenciación de marca, para llegar a ser una empresa reconocida, un claro ejemplo es el caso de Coca-Cola y Pepsi, que siguen estrategias de RSE muy similares. 4. Planificación a largo plazo, pensar en un futuro prospero y sostenible. 5. Compromiso del consumidor, es decir comunicar a los clientes sus propósitos para que el consumidor también aporte a ellos. 6. Compromiso de los empleados. Así como las acciones de RSE deben conocerse públicamente, los empleados también tienen que colaborar y ser participes de las políticas de RSE (Forbes, 2012).

Por otro lado, según el artículo que publico Microsoft “Valores de la empresa ante la crisis” sobre RSE una de las clasificaciones que debemos conocer es la de los diferentes niveles de responsabilidad asumida; existen tres niveles básicos:

1. Nivel de responsabilidad legal, el cual no se entiende como una norma sino como algo voluntario y este nivel se limitaría al cumplimiento correcto de la legalidad existente.

2. Nivel de responsabilidad normativa: se crean unos requisitos o condiciones de trabajo voluntario considerado como adecuado y superior a la ley.

3. Nivel de responsabilidad estratégica: Es el nivel de crecimiento, en él se engloban expectativas y necesidades externas y se da participación a la ciudadanía y organizaciones cívicas y políticas (Palma, 2011).

Ademas de estos niveles, existen tambien unos objetivos esperados por la implementacion de estas politicas, donde todos los miembros de la empresa, desde el mas alto nivel organizativo y de gestión hasta el mas bajo se deben comprometer a trabajar de

un modo socialmente responsable con el objeto de conseguir mayor y mejor negocio. Rafael Moreno Prieto, propone siete principales retornos para que se valore una empresa económica y empresarialmente: (Palma, 2011)

La primera es lo colaborativo lo cual es la reducción de huelgas, y la fidelización de los empleados; la segunda es la comunidad la cual refleja la buena relación que existe entre los grupos; la tercera es la comercial, la cual representa la fidelidad de los clientes, la cuarta es la comunicación, la cual se encarga de mejorar la imagen a través de la publicidad; la quinta es la cadena de producción que es la reducción de las devoluciones y de las quejas que se presentan; la penúltima es la competencia y por último es la financiación la cual significa más inversores.

En definitiva, se debe mejorar las condiciones de trabajo de una empresa en todos los niveles puesto que la responsabilidad social en las organizaciones no solo debe ir dirigida a los empresarios o directivos, sino a todo aquel personal que pertenece a la organización. Estas deben ser implementadas tanto en las empresas públicas como las privadas. Al actuar éticamente, la organización crece económicamente ya que hay una mejora de la calidad de vida de la fuerza laboral y de sus familias (Ramírez, Miquilena, Galuppo, Bermudez y Blanco, 2010).

## **DISCUSIÓN**

Retomando nuestra pregunta inicial ¿Qué beneficios le brindan las empresas a la comunidad por medio de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE)? Se encontraron varios argumentos los cuales se enfocan en beneficios económicos, sociales y ambientales.

El principal objetivo de las organizaciones que implementan políticas de RSE es poder contribuir de varias maneras al entorno devolviendo parte de los recursos que ha utilizado. Algunos de sus enfoques son la sostenibilidad del medio ambiente, la salud y calidad de vida de las personas, la educación, entre otros. De esta manera las personas dentro y fuera de una organización se ven beneficiadas directa e indirectamente según las

políticas de la organización.

Existen algunas empresas las cuales se enfocan en la sostenibilidad ambiental donde promueven el ahorro de energía, agua, materiales, entre otros, apoyando al medio ambiente para lograr promover el buen uso de los recursos y así evitar su extinción y disminuir la contaminación. Por otro lado, otras empresas se enfocan en la sociedad, promoviendo actividades para las personas o comunidades en las cuales logran enseñar e implementar nuevos conocimientos para lograr un mejor desarrollo y un mejor país. Otra manera en la que las empresas colaboran es económicamente, donde aportan a personas, fundaciones o comunidades de bajos recursos para aportar a sus necesidades.

Corona, es un ejemplo claro de cómo la multinacional esta comprometida con el desarrollo sostenible de la sociedad y el planeta desde la perspectiva de la triple cuenta de resultados, es decir, en términos sociales, económicos y ambientales. Las acciones que se realizan en el presente buscan garantizar a las futuras generaciones la satisfacción de sus necesidades. Desarrolla proyectos en donde aprovechando sus fortalezas de negocio genera valor para sus grupos de interés.

También se puede evidenciar en el caso de la empresa Bavaria S.A., por medio de becas y/o donaciones ayuda a las personas de bajos recursos con su educación. Este tipo de empresas son un ejemplo para la sociedad, ya que utiliza parte de sus altos ingresos para promover la educación en los estratos bajos en Colombia. Gracias a este acto, el país será beneficiado ya que la empresa contribuye a la formación de profesionales y crecimiento educativo del país.

Otro claro e importante ejemplo es EPM, la cual le interesa abordar aspectos de desarrollo humano sostenible pertinentes a la línea temática de Derechos humanos, contribuyendo con el proceso de retorno de las familias desplazadas por la guerra a sus viviendas de origen, brindándoles servicios públicos que les generen una mejor calidad de vida.

De acuerdo al artículo de Julio Rodríguez (2009), “La Responsabilidad Social Nuevo Paradigma para las Empresas y para los Sindicatos”, la empresa Nestlé Colombia



S.A. está cumpliendo con la RSE ya que aquella empresa decidió voluntariamente aportar a la sociedad de una manera generosa con su programa de nutrición “Aprender a Comer Bien” a través del cual la empresa está generando nuevas oportunidades de salud, de capacitación y de entrenamiento por medio de las actividades productivas en las escuelas en las que participa.

Igualmente según Rodríguez, Nestlé esta siendo responsable socialmente ya que está aportando a personas distintas a sus colaboradores, las cuales pertenecen a su mismo entorno o sociedad. Rodríguez respalda que las empresas deberían contribuir a los objetivos sociales y del medio ambiente por medio de sus actividades o programas. Una frase muy importante que destaca es que “la responsabilidad social debe considerarse una inversión y no un gasto, al igual que la gestión de la calidad” (Rodríguez, J., 2009).

En el ejemplo que se mencionó anteriormente, se puede observar como Nestlé está considerando una inversión en un programa nutritivo para educar a jóvenes. Se refleja en el programa tan completo que brinda, desde la iniciativa para la implementación del programa hasta el final donde promueven a los jóvenes a continuar educando a otras personas de su misma edad por medio del concurso del anuncio.

El artículo “La Formación Universitaria en Responsabilidad Social Empresarial: Un asunto de desarrollo” argumenta que las empresas han desarrollado diferentes acciones frente a la RSE. Algunas acciones evidentes son: la publicación de informes sobre el desempeño en los campos económicos, ambientales y sociales, el involucramiento de los grupos de interés en la toma de decisiones, la colaboración con gobiernos y ONGs para mejorar la calidad de vida de grupos vulnerables y viabilidad de las operaciones, y también la adopción de compromisos globales (Villegas, L. & Giraldo, L. 2008)

De acuerdo al artículo mencionado previamente, se puede observar como la empresa Colombina S.A. está cumpliendo con la RSE ya que está fomentando programas dentro de los campos educativos y ambientales para la sociedad. Recordando algunos de los programas que ofrece, está la educación a la comunidad sobre el cuidado y la importancia

del medio ambiente y también impulsar a las personas a sembrar nuevas plantas para enriquecer la naturaleza.

Villaveces (2004), afirma que la mayoría de empresas colombianas no cumple adecuadamente con la implementación de la RSE, comparándolas con empresas de países como España y Chile en donde una cantidad significativa de empresas emplean numerosas políticas de RSE e incentivan el desarrollo y crecimiento sostenible del país y de la misma empresa a través de estas políticas, pues para él, la responsabilidad social empresarial juega un papel definitivo en el logro de esta meta. Esto se demuestra claramente en las empresas chilenas que han sido reconocidas a nivel mundial por sus prácticas de RSE, ejemplo de esto son Sodimac y Falabella las cuales son algunas de las mejor ubicadas en el Ranking ProHumana 2011.

Tanto Sodimac como Falabella, entienden que la creación de valor económico no puede separarse de las obligaciones que una organización tiene con su capital humano, la sociedad y el medioambiente. Por ello, su doble objetivo no es sólo crecer en el mercado, sino también contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de las personas en las comunidades en donde actúan, lo que hace que sean empresas socialmente responsables, comprometidas con sus clientes, trabajadores, proveedores, el entorno y la sociedad en general, aportando de esta forma al desarrollo integral del país.

Por otro lado es importante discutir y poner en tela de juicio cual es la intención real de las empresas al realizar estos programas, si su principal objetivo es beneficiar a la comunidad o si es para disminuir sus impuestos. Según el artículo 125, “Donaciones y Contribuciones”, del estatuto tributario Colombiano, cada empresa que done un porcentaje de sus ganancias netas a la educación, recibirá un descuento para el pago de sus impuestos. Desafortunadamente no existen artículos científicos suficientes que respalden este tema, probablemente por que las empresas no quieren reflejar un mal nombre, y prefieren mantener estos datos confidenciales. Muchos de estos casos podrían ser estudiados en los casos nombrados anteriormente con empresas como Bavaria, Cerro Matoso, Nestlé, Colombina, entre muchas otras que también realizan donaciones.

Uno de los pocos artículos encontrados es el artículo ‘‘Responsabilidad Social

Empresarial; Superintendencia de Sociedades'' de Macías, L., donde se encontraron algunos beneficios que la empresa puede recibir por las prácticas de RSE, estas son unas de las razones por la cual las empresas son motivadas para realizar algunas actividades y de esta manera reflejar una buena imagen de la compañía frente a la sociedad. Los beneficios que reciben son: mejora de reputación de la empresa frente a la comunidad ya que genera confianza, se asegura la inversión de los socios, genera atracción para nuevos inversionistas, se reducen los costos y se incrementan los ingresos, entre otros.

Una postura que vale la pena discutir es la de Oligastri (2005), quien ha generado controversia gracias a sus ideas, y logra poner en duda las intenciones reales de muchas empresas frente a la RSE. El afirma que anteriormente las grandes empresas del mundo se enfocaban al 20% de los consumidores de altos ingresos, descuidando a los personas que viven en estratos medios bajos e informalidad económica, y que ahora se observa como las grandes multinacionales buscan incorporarlos, no solo como su población de mercado, sino en diversos roles como proveedores y empleados, con el claro propósito de involucrar a los grupos de bajos ingresos en sus relaciones corporativas para contribuir con sus planes de vida y con esto ser socialmente responsables.

De acuerdo a esta información mencionada anteriormente, surge la siguiente pregunta: ¿Es esto responsabilidad social? O es más una obligación empresarial de implementar las políticas de RSE. Oligastri, sustenta que muy probablemente es una táctica de las organizaciones en la que se considera audacia al presentarlo como RSE, pues aunque su objetivo es socialmente deseable hace falta profundidad de análisis y comprensión de la realidad empresarial (Oligastri, 2005).

Por otro lado, retomando el tema de los beneficios hacia los empleados de una organización, se recomienda a las empresas dar una mayor importancia al área de recursos humanos, ya que según la investigación que encontró la empresa Gallup (2005), las personas no reconocen el trabajo de esta área, no perciben los beneficios generados por parte de ellos. Sienten que las compañías no le dan importancia al talento humano, a la calidad de vida o bienestar de los trabajadores, dejando a un lado la importancia del área de recursos humanos y enfocándose en los resultados financieros de la empresa.

En esta área es donde el psicólogo puede intervenir dentro de una empresa, el psicólogo organizacional puede aportar desde muchas áreas, en el área de bienestar se encarga que sus trabajadores se encuentren satisfechos y seguros en sus puestos de trabajo. Los psicólogos están en capacidad de recordar a los directivos la importancia del ser humano y su calidad de vida. Es importante incentivar a la empresa a preocuparse por los trabajadores ofreciéndoles tiempos de trabajo justos, beneficios como auxilios, actividades lúdicas, capacitaciones y buenos hábitos laborales para mantenerlos motivados y que estos respondan de la mejor manera a sus responsabilidades laborales creando un ciclo de servicio.

Después de tener un mayor conocimiento de los beneficios que trae la Responsabilidad Social Empresarial a las organizaciones y a la sociedad, nos surge las siguientes dudas las cuales podrían ser recomendaciones para futuros estudios: ¿Por qué aun, existen algunas empresas que deciden ignorar esta postura o el por qué toman la decisión de no adoptarla?, ¿Qué tipo de capacitaciones se le podrían brindar a las empresas para que relacionen esta postura con beneficios a largo plazo?, ¿Qué tipo de información podría motivar a las personas para fomentar el cuidado del medio ambiente?

Para futuras investigaciones se recomienda indagar sobre creencias negativas de las personas hacia la RSE y de igual manera establecer estrategias del como poder cambiar esta postura negativa. También se recomienda investigar más sobre las compañías que aplican la RSE por obligación y por intereses internos para reducir costos de la empresa, indagar y publicar las consecuencias positivas que trae la aplicación de la RSE en diferentes ámbitos para promover y ejecutar estas buenas prácticas.

**REFERENCIAS**

- Argandoña, A. (2008). Responsabilidad social de la empresa: ¿Qué modelo económico? ¿Qué modelo de empresa? *IESE Business School, Universidad de Navarra*. 146, 11-24
- Aparicio, J. & Valdes, B. (2009) Sobre el concepto de responsabilidad social de las empresas. Un análisis europeo comparado. *Cuadernos de Relaciones Laborales* 27, núm. 1 53-75.
- Aspillaga, V. (2010). La responsabilidad social empresarial: conciencia, solidaridad y eficiencia. *Revista de la facultad de derecho PUGP*. no.64, 345-368.
- Baca, L., (1996) Ética de la Responsabilidad. *Revista Mexicana de Sociología*, Vol. 58, No. 4, pp. 37-49
- Bayer S.A. (2010). Sustainable development report. Obtenido el 16 de septiembre de 2012 de: <http://www.sustainability2010.bayer.com/en/sustainable-development-report-2010.pdf>
- Bayer S.A. (2012). Responsabilidad social empresarial. Bayer. Región Andina. Obtenido el 20 de septiembre de 2012 de [:http://www.bayerandina.com/responsabilidad\\_social/responsabilidad\\_social.htm](http://www.bayerandina.com/responsabilidad_social/responsabilidad_social.htm) en septiembre de 2012.
- Bagire, V., Tusiime, I., Nalweyiso, G., & Kakooza, J. (2011). Contextual environment and stakeholder perception of corporate social responsibility practices in uganda. *Corporate Social Responsibility & Environmental Management*, 18(2), 102-109. doi:10.1002/csr.252
- Borjas, C. (2007). Responsabilidad Social Empresarial y Desempeño Financiero: un Enfoque Estratégico. (Spanish). *Revista De Ciencias Empresariales Y Economía*, (6), 137-146.
- Carvajal, C. & Dufeu, M. (2010) Reporte de Sostenibilidad 2010. Recuperado de: <http://contenido.falabella.com/pdf/MemoriaAnual/2010/ReportedeSostenibilidad%202010.pdf>
- Colombina S.A. (2011) Obtenida en Febrero 2013. <http://www.colombina.com.co/interna.php?ids=56&id=113>
- Corona. (2012) Responsabilidad Social Empresarial. Obtenido el 17 de octubre de 2012 de: <http://www.corona.com.co/2010/Corona/Pages/Responsabilidad-social-empresarial>
- Corvalán, J. & Urbina, P., (2010) Reporte de Sostenibilidad Chile 2012 Sodimac. Recuperado de:

[http://www.sodimac.com/NE/reporte\\_sostenibilidad\\_2010/reporte\\_sostenibilidad\\_2010.pdf](http://www.sodimac.com/NE/reporte_sostenibilidad_2010/reporte_sostenibilidad_2010.pdf)

DNV (2010) Integración del modelo efr con otros modelos de gestión dentro de la organización. Rsc vs. Efr. edición 1 DNV ( Det Norske Veritas) Servicios de Certificación y Fundación Másfamilia. España.

Empresas Publicas de Medellin, EMP. (2012) Qué es Responsabilidad Social Empresarial. Obtenido el 10 de septiembre de 2012 de <http://www.epm.com.co/site/Home/Institucional/SostenibilidadEPM.aspx>.

Femsa (2011) Informe de sostenibilidad. Acciones con valor. Monterrey, Nuevo Leon. Obtenido el 18 de octubre de 2012 de: <http://www.informesostenibilidad.femsa.com/PrincipalesAccionesResultados.html>

Gibson, K. (2000) "The Moral Basis of Stakeholder Theory", Journal of Business Ethics, Volumen 26, Páginas 245-257.

Giraldo, J. (2005) Perspectiva del acoso laboral en el contexto colombiano. Diversitas. Vol 1, No 002. Pp 205-216.

Heincke, M. (2005) "La responsabilidad social empresarial: ¿Una herramienta para el desarrollo local sostenible en Colombia?" Revista Opera, Universidad Externado de Colombia. vol 5, numero 005.

Hernández, G. (2008) "Responsabilidad social empresarial en Antioquia." Universidad Eafit, vol. 44, numero 149.

Hurtado, A. y Alfonso, F. (2008) "Responsabilidad social empresarial: entre la ética discursiva y la Racionalidad técnica". Revista Escuela de Administración de Negocios Universidad EAN Núm. 62, pp. 125-139.

James Espstein -Reeves (2012) Six Reasons Companies Should Embrace CSR. Revista Forbes. Obtenido el 12 de octubre de 2012 de: <http://www.forbes.com>.

Jones, B., Nisbet, P. (2011) A better model for socio economic Governance. Obtenido el 14 de noviembre de 2012 de: <http://regulation.revues.org/9158>.

Lafuente, A. Pueyo, R. (2001) "Noticia sobre la RSC en la empresa española." Responsabilidad social corporativa recopilación de artículos. Publicado en el diario Expansión, el 24 de noviembre de 2001.

Macías, L. (2009). "Responsabilidad Social Empresarial; Superintendencia de Sociedades". Obtenido en Febrero de 2012. <http://www.jccconta.gov.co/conferencia2009/responsabilidadesocial.pdf>

- Márquez, F. (2012). Banco de Tiempo Coca-Cola FEMSA vinculación con la comunidad. Responsabilidad Social Empresarial. Obtenido el 24 de enero de 2013 de [www.cemefi.org/reunion/imagenes/stories/innovar/femsacolombia.pdf](http://www.cemefi.org/reunion/imagenes/stories/innovar/femsacolombia.pdf)
- Melo, T., & Garrido-Morgado, A. (2012). Corporate Reputation: A Combination of Social Responsibility and Industry. *Corporate Social Responsibility & Environmental Management*, 19(1), 11-31. doi:10.1002/csr.260
- Mercado, P. y Garcia, P. (2007) “La Responsabilidad Social en empresas del Valle de Toluca, Mexico. Un estudio exploratorio”. Universidad Iseci. Estudios gerenciales. Vol 23 No 102.
- Moncada, J. (2012) Sostenibilidad en Colombia Casos empresariales 2011. Concejo empresarial colombiano para el desarrollo sostenible. Colombia.
- Montoya, A., Portilla, L., Castaño, J. (2008). “Compensación y beneficios salariales; atracción y retención de trabajadores”. *Scientia et Technica*, Universidad Tecnológica de Pereira 265-269
- Naciones Unidas (2005) “Objetivos de desarrollo del milenio: una mirada desde América latina y el caribe” Capitulo V. Santiago de Chile
- Nestlé: Aprende a Comer Bien (2012) Obtenida en Febrero 2013. <http://www.nestle.es/programaescolar/presentacion.html>
- Nieto, M. & Fernandez, R. (2004) “Responsabilidad social corporativa: La última innovación en management.” *Universia Business Review*, primer trimestre, numero 001. Grupo Recoletos Comunicación. Madrid, España. 28-39.
- Ogliastri, E. (2005, Dec 15). Opinion - evolucion del concepto de responsabilidad social empresarial; [source: Portafolio]. *NoticiasFinancieras*. Retrieved from <http://search.proquest.com/docview/465914474?accountid=45375>
- Olmedo, I., Martinez, I., Arcas, N. & Longinos, J. (2011) Relación circular entre ética, responsabilidad social y reputación de las cooperativas. *Revesco* No 107 (p.129-154).
- Palma, L. (2011) Responsabilidad Social Corporativa. Valores de empresa ante la crisis. Microsoft corporation, Zona Centro de econet. Obtenido el 12 de octubre de 2012 de: <http://www.microsoft.com/business/es-es/content/paginas/article.aspx?cbcid=186>
- Ramirez, F., Miquilena, M., Galuppo., R., Bermudez, J. y Blanco, C. (2010) “Responsabilidad social e Identificación de los trabajadores en las empresas de Venezuela”. *Quorum Académico*, vol 7 núm. 2, 33-53.

- Rodríguez, J. (2008) "Modelo stakeholder y responsabilidad social: el gobierno corporativo global". Universidad de Valladolid, Dpto. Economía Financiera y Contabilidad. Management, Vol. 11, 81-111.
- Rodríguez, J. (2009) "La Responsabilidad Social Nuevo Paradigma para las Empresas y para los Sindicatos". Umbral Científico, Junio-Sin mes, 103-110.
- Server, R., Villalonga, I. (2005) "La responsabilidad Social Corporativa y su Gestión Integrada". CIRIEC Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, no 53, pp. 137-161. Valencia.
- Sherman, A. (2001). Administración de Recursos Humanos. México: International Thomson.
- Social Accountability International, SAI. (2012) SAI's mission is to advance the human rights of workers around the world. Obtenido el 18 de septiembre de 2012 de: <http://www.sa-intl.org>.
- Solarte, R (2011) Comités técnicos de normalización, 180 Responsabilidad Social. Icontec internacional. Obtenido el 10 de septiembre de 2012 de: <http://www.icontec.org.co/index.php?section=507>
- Solano, D. (2009) Responsabilidad social corporativa: qué se hace y qué debe hacerse. Universidad Esan Peru. No. 10, 163- 175
- Villegas, L. & Giraldo, L. (2008) *La formación universitaria en responsabilidad social empresarial: un asunto de desarrollo*. Revista Virtual Universidad Católica del Norte, Septiembre- Diciembre.
- Villaveces, J. (2004). Opinion - Mayoria de empresas colombianas no cumple con responsabilidad social; [source: Portafolio]. NoticiasFinancieras. Retrieved from <http://search.proquest.com/docview/468296549?accountid=45375>
- Vives, A. (2008) "Corporate social responsibility: the role of law and markets and the case of developing countries" Chicago-Kent Law Review, No 199.