

# LA EMPRESA INDUSTRIAL DE IBAGUÉ FRENTE A LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL: UN ENFOQUE TEÓRICO

## THE INDUSTRIAL ENTERPRISE OF IBAGUE AND THE CORPORATIVE SOCIAL RESPONSABILITY: A THEORITICAL FOCUS

Autor principal: **MARIO ENRIQUE URIBE MACÍAS**<sup>1</sup>

Coautor: **OMAR GIOVANNI ROSERO VILLABÓN**<sup>2</sup>

INSTITUCIÓN: Universidad del Tolima

DIRECCIÓN POSTAL: Altos de Santa Helena – Ibagué (Colombia)

Teléfono: (57)(8)2667746 – (57)(8)2712593 – (57)(8)2674547

Fax: (57)(8)2667746

E-mail: [meuribem@gmail.com](mailto:meuribem@gmail.com) – [orosero@gmail.com](mailto:orosero@gmail.com)

Sub-tema: Responsabilidad Social y Emprendimiento

La Responsabilidad Social Empresarial RSE es un tema nuevo que academia y empresas han empezado a abordar en los últimos tiempos. Se ha planteado un proyecto de investigación con el objetivo de realizar un análisis crítico acerca de las acciones de RSE que desarrolla la empresa industrial de Ibagué, Colombia.

Para lo anterior es definitivo realizar una buena consolidación de los alcances teóricos del tema, pues es la única manera de confrontar los resultados que se encuentren en las empresas al aplicar los diferentes instrumentos para recolectar la información primaria.

El presente trabajo presenta el marco teórico consolidado de la RSE, pero de una manera sintética, con base en el ejercicio realizado para el proyecto de investigación mencionado.

Adicionalmente se plantea su relación con el tema del emprendimiento, asumiendo que su promoción y apoyo por parte del sector empresarial de una región determinada hace parte integral de la estrategia de RSE que tengan las organizaciones.

Se presentan, para la posterior discusión, los aportes que las empresas podrían dar en términos del fortalecimiento del tejido empresarial y el mejoramiento del nivel de calidad de vida, en regiones en donde desarrollan sus actividades empresariales, enmarcado dentro del concepto de Responsabilidad Social Empresarial.

---

<sup>1</sup> Profesor de tiempo completo de la Universidad del Tolima. Magister en administración. Administrador de empresas. Miembro de los grupos de investigación GIDEUT y ECO.

<sup>2</sup> Becario de la Universidad del Tolima. Estudiante de doctorado en administración. Magister en administración. Administrador de empresas. Miembro del grupo de investigación ECO.

# LA EMPRESA INDUSTRIAL DE IBAGUÉ FRENTE A LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL: UN ENFOQUE TEÓRICO

Autor principal: **MARIO ENRIQUE URIBE MACÍAS**<sup>3</sup>

Coautor: **OMAR GIOVANNI ROSERO VILLABÓN**<sup>4</sup>

## 1. INTRODUCCIÓN

Las empresas se constituyen en un factor de desarrollo para una región, en la medida en que satisfacen las necesidades de las comunidades en materia de servicios y productos; igualmente generan oportunidades de empleo con lo cual las personas obtienen recursos económicos que hacen posible que el ciclo de producción pueda continuar. De otra parte, en lo macroeconómico el aparato industrial de una nación genera tributos a través de los cuales los estados pueden financiarse e invertir en el bienestar de la sociedad.

Dentro de este escenario el papel del emprendedor empresarial con respecto a la Responsabilidad Social Empresarial RSE tiene que ser diferente a lo que ha venido siendo; si bien son importantes las acciones que desarrollan en este sentido muchas empresas, más significativo es encauzar todas estas actividades hacia objetivos comunes y de un gran sentido social, como lo son todas aquellas acciones que permitan justificar su presencia en las comunidades de las que permanentemente se benefician; teniendo en cuenta además todas las consideraciones en materia del cuidado y preservación del medio ambiente y los intereses de sus stakeholders.

El tema, nuevo aun en la literatura empresarial, tiene diferentes enfoques teóricos y prácticos y genera confusión con respecto a sus verdaderos alcances y aplicación empresarial.

En este orden de ideas es importante tener en claro qué se entiende de manera objetiva por este aspecto; para unos la RSE puede ser construir parques, señalar sitios, dar una beca, generar incentivos para los empleados y sus familias, etc; para otros este paradigma debe ante todo resarcir el daño que las industrias hacen al ecosistema; y seguramente entre estas posturas existirán muchas más que la academia analice y las empresas apliquen, con el fin de ser socialmente sostenibles.

Lo que resulta claro es que independientemente de su interpretación, la RSE debe constituirse en un elemento importante dentro del marco teleológico de toda organización, que guíe las acciones de las empresas hacia el logro no solo de sus objetivos corporativos, sino también a contribuir de alguna manera al bienestar de sus colaboradores, la comunidad de la cual forma parte y sus demás stakeholders.

---

<sup>3</sup> Profesor de tiempo completo de la Universidad del Tolima. Magister en administración. Administrador de empresas. Miembro de los grupos de investigación GIDEUT y ECO.

<sup>4</sup> Becario de la Universidad del Tolima. Estudiante de doctorado en administración. Magister en administración. Administrador de empresas. Miembro del grupo de investigación ECO.

Desde la perspectiva del acervo teórico que debe sustentar la investigación, es necesario abordar algunos enfoques teóricos, unos propios del campo de la RSE y otros complementarios pero igualmente importantes, que darían las bases teórico-conceptuales en el cumplimiento no solo del propósito del estudio, sino para comprender desde allí cuáles han sido los desarrollos desde el punto de vista práctico de la RSE en las organizaciones industriales de Ibagué.

La investigación que enmarca este trabajo tiene como objetivo realizar un análisis crítico de las actividades de Responsabilidad Social Empresarial RSE que vienen desarrollando las empresas del sector industrial de Ibagué. Por lo cual es necesario primero determinar el marco teórico sobre el cual se validarán los resultados obtenidos en la misma.

Antes de abordar el análisis teórico anunciado, conviene plantear que algunas personas han empezado a entender el emprendimiento empresarial como una manera en que las empresas pueden emprender acciones de RSE, en la medida en que se vinculen con su participación y apoyo decidido al desarrollo y fortalecimiento de nuevas unidades empresariales que impacten positivamente los mercados.

## **2. OBJETIVO**

Analizar el marco teórico aplicable a la Responsabilidad Social Empresarial, como marco de referencia para el análisis de las acciones que en este sentido adelantan las empresas industriales de Ibagué.

## **3. MATERIALES Y MÉTODOS**

Para cumplir con el objetivo del proyecto de investigación del cual se desprende este trabajo se realizará recopilación, interpretación y análisis de un conjunto de hechos presentes dentro del contexto social, político y económico de la ciudad de Ibagué; toma como población de análisis todas las organizaciones industriales de la ciudad de Ibagué, según reporte de la Cámara de Comercio de Ibagué. Para ello se acudiría a fuentes de información primaria y secundaria; en el primer caso mediante entrevistas a profundidad y cuestionarios estructurados de objetivo claro; en el segundo mediante indagación teórica en libros de texto, revistas, ediciones electrónicas e internet.

Con respecto al objetivo específico de este trabajo (el marco teórico) se realizó indagación amplia en materiales relacionados con el tema, se consolidó la información y posteriormente fue sometida a revisiones de profesores y académicos interesados en el tema. Una vez presentado se realiza una primera aproximación del tema con el movimiento del empresarismo.

## **4. RESULTADOS**

A continuación se sintetizan los principales resultados obtenidos a partir del análisis del marco teórico de la RSE:

La mayoría de las definiciones del término Responsabilidad Social Empresarial (también conocida como Corporativa) establecen que las empresas deben realizar unas actividades para responder a sus stakeholders y a su vez presentar resultados no solo en lo financiero sino también en aspectos sociales y medioambientales.

En el cuadro 1 se observan las diferentes definiciones de RSE, organizadas en orden cronológico:

#### CUADRO 1. DEFINICIONES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

AUTOR / ENTIDAD	DEFINICIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL
Frederick (1960)*	La responsabilidad social significa que los empresarios deben supervisar el funcionamiento del sistema económico para que satisfaga las expectativas del público. Y esto significa a su vez que la economía de la producción debe emplearse de tal manera que la producción y la distribución deban mejorar el bienestar socio-económico total. Responsabilidad social implica una posición pública respecto a los recursos humanos y económicos de la sociedad y la voluntad de ver que esos recursos sean utilizados para fines sociales amplios y no sólo por los intereses estrechamente circunscritos de las personas y las empresas privadas.
Carroll (1979)	La responsabilidad social de las empresas comprende atender las expectativas en los campos económico, legal, ético y discrecional que tiene la sociedad de las organizaciones en un determinado tiempo.
Freeman (1984)	La empresa debe atender no solo a los accionistas sino a todos los grupos o individuos que afectan o son afectados por la actividad conducente al logro de los objetivos de la compañía.
Epstein (1987)*	RSE se refiere principalmente a la consecución de resultados por las decisiones de la organización sobre cuestiones o problemas específicos que (por algún criterio normativo) tienen efectos más beneficiosos que perjudiciales para los stakeholders de la empresa. La corrección normativa de los resultados de la acción empresarial han sido el foco principal de la responsabilidad social corporativa
Unión Europea (2001)	La RSE es la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores
AECA (2004)	La RSE es el compromiso voluntario de las empresas con el desarrollo de la sociedad y la preservación del medio ambiente, desde su composición social y un comportamiento responsable hacia las personas y grupos sociales con quienes se interactúa. La RSE centra su atención en la satisfacción de las necesidades de los grupos de interés a través de determinadas estrategias, cuyos resultados han de ser medidos, verificados y comunicados adecuadamente. La RSE va más allá del mero cumplimiento de la normativa legal establecida y de la obtención de resultados exclusivamente económicos a corto plazo. Supone un planteamiento de tipo estratégico que afecta a la toma de decisiones y a las operaciones de toda la organización, creando valor en el largo plazo y contribuyendo significativamente a la obtención de ventajas competitivas duraderas.
ISO (2009)	Responsabilidad de una organización por los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y el medio ambiente, a través de un comportamiento transparente y ético que: <ul style="list-style-type: none"> <li>• contribuya al desarrollo sostenible, la salud y el bienestar de la sociedad;</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• tome en consideración las expectativas de sus partes interesadas;</li> <li>• cumpla con la legislación aplicable y sea coherente con la normativa internacional de comportamiento; y</li> <li>• esté integrada en toda la organización y se lleve a la práctica en sus relaciones.</li> </ul>
--	--

FUENTE: GIDEUT. Proyecto de investigación La empresa industrial de Ibagué frente a la Responsabilidad Social Empresarial

La Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA) planteó la definición ya citada en el documento Marco conceptual de la responsabilidad social corporativa, en el cual además se mencionan los elementos conceptuales que facilitan su definición. Éstos son:

- Responsabilidad: capacidad para reconocer, aceptar y, en su caso, plantear respuestas a la consecuencias de un comportamiento realizado consciente y libremente.
- Social: cualidad que tiene la persona como elemento integrante de un sistema social o colectivo de individuos.
- Corporación: entidad de interés público, comúnmente asociada a un proyecto económico: en particular la empresa.
- Compromiso voluntario: obligación contraída por voluntad propia, sin que medie imperativo de clase alguna.
- Organización: conjunto estable de personas, institucionalizado y estructurado adecuadamente dotado de medios para alcanzar determinados fines.
- Sociedad: Agrupación natural o pactada de personas, que constituyen unidad distinta de cada uno de sus individuos, con el fin de cumplir, mediante mutua cooperación, todos o alguno de los fines de vida.
- Medio Ambiente: entorno físico natural, incluidos el aire, el agua, la tierra, la flora, la fauna y los recursos no renovables, tales como los combustibles fósiles y los minerales.
- Persona: individuo de la especie humana.
- Grupos de interés, partes interesadas o *stakeholders*: grupos de personas o individuos afectados de una u otra forma por la existencia o acción de las organizaciones, con algún interés legítimo sobre las mismas y que pueden ejercer poder sobre ellas.

Cadbury define, al respecto, tres niveles de responsabilidad social empresarial:

Un nivel primario en el que la empresa se compromete a cumplir sus responsabilidades básicas de retribuir a sus empleados, pagar a sus proveedores y sus préstamos, remunerar a sus accionistas, etc. El incumplimiento de estas responsabilidades es relativamente fácil de determinar y da lugar a las sanciones previstas en las leyes.

En el nivel secundario, las empresas deben preocuparse por los impactos que produce su actividad en su entorno y evitar el daño medioambiental. En este nivel no sólo se debe cumplir con los mínimos establecidos, sino algo más.

Finalmente en el tercer nivel la empresa debe preguntarse acerca de cómo ésta puede influir positivamente en la sociedad en que opera.

De otra parte, cuando se analiza el concepto de RSE aparece una serie de términos relacionados, algunos fueron desarrollados antes del concepto de RSE, otros han evolucionado a partir del mismo; éstos se presentan a continuación:

Filantropía empresarial: ésta es una responsabilidad que compone la RSE, al igual que las éticas, legales y económicas. La RSE incluye contribuciones filantrópicas pero no se limita a ellas; Carroll (1991:42) afirma que la filantropía es muy deseada y apreciada, pero en realidad es menos importante que las otras tres categorías de responsabilidad social, ya mencionadas. Kakabadse (2005:283) establece que la filantropía corporativa se refiere a la idea de que la empresa debe devolver (en términos financieros) a la sociedad parte de la riqueza que se ha creado gracias a ella.

Marketing social: es una parte especializada del marketing que se aplica a programas o instituciones sociales con el objetivo de verse apoyada y asistida por las técnicas y herramientas propias del marketing en el logro de sus objetivos. Carneiro (2007:46).

Ciudadanía empresarial: esta expresión aparece en los Estados Unidos en los años 80's con el objeto de designar acciones filantrópicas empresariales para contribuir a solucionar determinadas necesidades sociales de la comunidad en la cual opera la empresa. Se afirma que la empresa debe ser una buena ciudadana, de tal manera que no se quede atrás de lo que ciudadanos comunes y corrientes y con menos posibilidades, hacen con relación a la solución de problemas o necesidades sociales. Melé (2007:62)

Crane, Matten y Moon (2008:21), presentan tres visiones diferentes que posee la ciudadanía empresarial: la visión limitada, la visión equivalente, y la visión extendida. La primera se refiere a lo expuesto por Carroll (1991), en la cual el término sigue siendo utilizado para identificar las responsabilidades filantrópicas de la empresa, que se compromete voluntariamente en la comunidad local a realizar donaciones de caridad. Visto de esta manera, es esencialmente un re-etiquetado de la filantropía o la acción comunitaria.

La segunda visión, llamada como equivalente, es quizás la más generalizada ya que ve la ciudadanía empresarial como una fusión de conceptos junto con la RSE, la gestión de *stakeholders*, o sostenibilidad empresarial, sin tratar de definir un nuevo papel para la empresa. Esto se evidencia en que muchos autores definen la ciudadanía empresarial al igual que la RSE.

La última visión presentada es denominada como extendida; en ella se plantea cómo la ciudadanía empresarial en algunos campos académicos tiene un amplio debate y es tomado más en serio, realizando contribuciones que intentan ampliar o enriquecer la comprensión actual de las relaciones empresa-sociedad, recurriendo a la teoría política, sugiriendo ampliar las responsabilidades de las empresas.

Actuación social de la empresa: ésta surge por la necesidad de verificar cómo las empresas reaccionan después de haber contraído las obligaciones de la RSE y por lo tanto se centra en observar sus procesos y resultados al respecto. (Schreck, 2009:13)

Sensibilidad social empresarial: se refiere a la capacidad de una empresa para responder a las presiones sociales; busca la organización de los mecanismos, procedimientos, disposiciones y patrones de comportamiento que, tomados colectivamente, indican a la organización como más o menos es capaz de responder a dichas presiones. En los años 70's este término remplazaba el ya existente de Responsabilidad social empresarial.

Desarrollo sostenible, sostenibilidad y triple cuenta de resultados: al unir estos tres términos se considera que el desarrollo sostenible es el modelo, la sostenibilidad es el compromiso con el modelo, y la triple cuenta de resultados es la forma como se presentan los avances en el desarrollo del modelo.

El desarrollo sostenible es aquel que satisface las necesidades de la generación actual sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades. La sostenibilidad es la expresión del impacto de la empresa en las dimensiones económica, social y ambiental; en ocasiones se le da un tratamiento igual al de la RSE.

De manera complementaria, es importante mencionar algunas herramientas (estándares o normas) orientadas a la operacionalización y promoción de la RSE, de tal forma que se pueda trascender de lo académico a lo empresarial. A continuación se desarrollan:

Pacto mundial de las Naciones Unidas: pretende promover, mediante la fuerza de acción colectiva, el civismo empresarial responsable, a fin de que el mundo de los negocios forme parte de la resolución de los grandes problemas de la mundialización y a hacer realidad una economía mundial más sostenible.

Norma AccountAbility AA1000: es una herramienta de responsabilidad, publicada por la institución inglesa del mismo nombre, que pretende garantizar la calidad de las

rendiciones de cuentas, evaluaciones y divulgaciones sobre aspectos sociales y éticos de la gestión empresarial. Es una norma de procedimiento que especifica los procesos que debe llevar a cabo una organización para responder por sus acciones en lo social, lo ambiental y lo económico.

Estándares de desempeño IFC: en 2006 fueron publicados por la Corporación Financiera Internacional, los cuales establecen las funciones y obligaciones de los clientes con respecto a la gestión de sus proyectos y los requisitos para recibir y conservar el apoyo de la IFC.

Norma SA 8000: Creada por la Social Accountability International SAI en 1997, para auditar y certificar el cumplimiento de la responsabilidad corporativa, específicamente para demostrar a todos los *stakeholders* el interés por el bienestar de los colaboradores.

Principios de Ecuador: es un parámetro de la industria financiera para el desarrollo de políticas, procedimientos y prácticas sociales y ambientales internas individuales; es un marco para el sector de la banca que permite hacer frente a los riesgos ambientales y sociales en la financiación de proyectos.

Global Reporting Initiative: Son normas de uso voluntario por parte de las organizaciones a fin de difundir el impacto de sus actividades, productos y servicios. Se establecieron para desarrollar y difundir directivas mundialmente aplicables para hacer las memorias o reportes de sustentabilidad.

Con lo anteriormente presentado se evidencian argumentos económicos, éticos y sociales que fundamentan la RSE que se pueden concretar de la siguiente manera:

Desde lo económico se observa que la RSE se vuelve un tema importante en la estrategia organizacional, pues marca también el modelo económico en la gestión de la firma. Este modelo económico corresponde en un sentido al modelo accionarial o financiero, en la cual se observa la teoría de la agencia entre los accionistas y directivos; en otro sentido, está el enfoque pluralista o de stakeholder, que sustenta de manera decidida el tema de estudio.

En el modelo financiero se posee una visión estándar de la firma como nexo contractual, dentro del cual los accionistas ejercen el poder, tienen derecho a controlar en exclusiva la junta directiva y supervisan las acciones de los directivos para lograr que la compañía no se desvíe del objetivo general de crear valor para ellos. En esta escuela prima la responsabilidad económica de la empresa, buscando la eficiencia financiera, basada en precios competitivos y beneficios suficientes para satisfacer a los capitalistas.

En el modelo stakeholder la firma se entiende como una organización que, mediante la producción de bienes y servicios, se orienta a satisfacer las necesidades de los diferentes grupos que la integran y de los cuales depende para su permanencia en el mercado. De acuerdo con lo anterior se considera que el objetivo económico general



de la organización consiste en promover la creación y el crecimiento en el tiempo de la riqueza neta total para el conjunto de partes interesadas, incluyendo el efecto de los efectos externos positivos y negativos.

Desde lo ético se plantea que la empresa tiene una moral y unas obligaciones; por lo tanto la RSE se funda en la afirmación de que las empresas en la medida en que actúan libre y voluntariamente y están integradas por la suma de diferentes personas que viven en una sociedad con una determinada conciencia, también tienen ética; y también pueden construir un carácter. Son por tanto responsables.

Si las empresas que dicen practicar la responsabilidad social empresarial, no tienen un compromiso ético, se puede concluir que no es más que una simple estrategia de publicidad o, peor aún, están en una justificación de situaciones moralmente injustificables, ya que no son capaces de definir, en primer lugar, en qué consiste esta responsabilidad, cuáles son sus márgenes; y, en segundo lugar, cómo se puede medir y evaluar.

Desde lo social, el enfoque se basa en el contrato social, el cual da solución al problema de “encontrar una forma de asociación que defienda y proteja de toda fuerza común a la persona y a los bienes de cada asociado, y por virtud de la cual cada uno, uniéndose a todos, no obedezca sino a sí mismo y quede tan libre como antes” (Rousseau, 1980:42).

Siendo así, el contrato social debe existir entre las organizaciones y los individuos de la sociedad. Así la sociedad, como un conjunto de individuos, proporciona a las empresas el soporte legal y la autoridad para poseer y utilizar recursos naturales y para contratar empleados. En contraprestación, las empresas ofrecen productos, servicios y residuos, al entorno general. De esta manera, la sociedad espera que los beneficios que recibe superen los costes que le ha supuesto el permitir la existencia de dichas entidades. (Lleno, 1999:94)

Finalmente, es importante abordar el tema de los stakeholders (participantes o implicados) entendidos como aquellos grupos sin cuyo apoyo una organización dejaría de existir. Sobre el particular se han desarrollado diferentes definiciones, algunas de las cuales plantean que el stakeholder es un individuo o grupo que puede afectar o verse afectado por el logro de objetivos de una firma, o que son grupos que son vitales para la supervivencia y el éxito de la organización.

Freeman y Liedtka (1991:96) presentan a los *stakeholders* como una nueva proposición para abandonar el término de responsabilidad social de las empresas. Manifiestan que las empresas deben llegar a ser como conjuntos conectados de *stakeholders*, todos los cuales estén "juntos en esto", es decir que exista una participación directa de todos en la toma de decisiones; entonces la sociedad será capaz de vivir de una manera en la que no tendrá que repartirse el mundo en partes "económico, social, político y tecnológico".

De la misma manera se aborda la relación entre la Responsabilidad Social Empresarial y el Emprendimiento, incluyendo como una obligación de las organizaciones la generación de mayor tejido empresarial y mejor calidad de vida en las regiones, basada en el fomento al emprendimiento.

Ésta es una aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial que aun no ha sido explotada, pero que resulta ser viable desde el enfoque de stakeholders ya mencionado anteriormente. La generación de empresas que aborden el desarrollo de actividades específicas por outsourcing de otras empresas (en ejercicio de su responsabilidad social empresarial), o para el suministro de materiales, materias primas y servicios, a manera de una red de proveedores promovidos y apoyados por las empresas (RSE), o para completar la cadena de distribución, entre otras muchas posibilidades.

Queda abierto un amplio campo de estudio, interesante para explorar y para crear lazos entre el sector productivo, la academia, el Estado y la población en general, llamada a fortalecer su espíritu emprendedor para el mejoramiento de las condiciones de todos, en una sociedad determinada.

## 5. CONCLUSIONES

La mayoría de las definiciones del término Responsabilidad Social Empresarial (también conocida como Corporativa) establecen que las empresas deben realizar unas actividades para responder a sus stakeholders y a su vez presentar resultados no solo en lo financiero sino también en aspectos sociales y medioambientales.

Existen nueve elementos conceptuales asociados al tema de la RSE: responsabilidad, social, corporación, compromiso voluntario, organización, sociedad, medio ambiente, persona, y stakeholders.

Cuando se analiza el concepto de RSE aparece una serie de términos relacionados, algunos fueron desarrollados antes del concepto de RSE, otros han evolucionado a partir del mismo: filantropía empresarial; marketing social; ciudadanía empresarial; actuación social de la empresa; sensibilidad social empresarial; y desarrollo sostenible, sostenibilidad y triple cuenta de resultados.

Existen algunas herramientas (estándares o normas) orientadas a la operacionalización y promoción de la RSE, de tal forma que se pueda trascender de lo académico a lo empresarial; las más conocidas son: Pacto Mundial de las Naciones Unidas; Norma AccountAbility AA 1000; estándares de desempeño IFC; Norma SA 8000; Principios de Ecuador; y *Global Reporting Initiative*.

La RSE se fundamenta en argumentos económicos, éticos y sociales, que le dan soporte a su accionar prioritario para las organizaciones.

Los *stakeholders* (participantes o implicados) son aquellos grupos sin cuyo apoyo una organización dejaría de existir; son partes que se interesan en la organización y que además pueden ejercer poder sobre ellas.

El fomento al emprendimiento, por parte de las empresas, debe y puede ser parte de su estrategia de RSE, en términos de contribuir a la generación de tejido empresarial y espíritu emprendedor que, finalmente, logre mejoramiento en el nivel de la calidad de vida de la población.

## 6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ACCOUNTABILITY (2008): Norma de Principios de AccountAbility AA1000APS. Disponible en [http://www.accountability21.net/uploadedFiles/publications/AA1000APS%202008%20español\(1\).pdf](http://www.accountability21.net/uploadedFiles/publications/AA1000APS%202008%20español(1).pdf), [Consultado 17 de febrero de 2010]

ASOCIACION ESPAÑOLA DE CONTABILIDAD Y ADMINISTRACION DE EMPRESAS – AECA (2004): Marco conceptual de la responsabilidad social corporativa, Madrid.

CADBURY, A. (2006): Corporate social responsibility. *21st. Century Society*, Vol. 1 No. 1, pp. 5 – 21.

CARROLL, A. B. (1999). Corporate social responsibility, evolution of a definitional construct. *Business & Society*, Vol. 38 No. 3, pp. 268 – 295.

CARROLL, A. B. (1991): The pyramid of corporate social responsibility: toward the moral management of organizational *stakeholders*. *Business Horizons*, July – August, 1991 pp. 39 – 48.

CARROLL, A. B. (1979): A three-dimensional conceptual model of corporate performance. *Academy of management review*, Vol. 4, No. 4, pp.497– 505.

CORPORACION FINANCIERA INTERNACIONAL – CFI (2006): Las nuevas exigencias de la Corporación Financiera Internacional en materia social y ambiental. Disponible en [http://www.ifc.org/ifcext/enviro.nsf/AttachmentsByTitle/pr\\_BackgroundNoteES\\_Spanish/\\$FILE/Background+Note+-+New+ES+Standards\\_Spanish.pdf](http://www.ifc.org/ifcext/enviro.nsf/AttachmentsByTitle/pr_BackgroundNoteES_Spanish/$FILE/Background+Note+-+New+ES+Standards_Spanish.pdf), [Consultado 18 de febrero de 2010]

COMISION DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS. Libro verde. Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas. COM (2001) 366 final, Bruselas, 18 de julio.

CORTINA, A. et al (1994): Ética de la empresa. Claves para una nueva cultura empresarial. Madrid: Editorial Trotta.

CRANE, A; MATTEN, D y MOON, J. (2008): *Corporations and citizenship*. Cambridge: Cambridge University Press.

DONALDSON, T. y PRESTON, L. (1995): The stakeholder theory of the corporation: Concepts, evidence, and implications. *Academy of management review*, Vol. 20, No. 1, pp. 65 – 91.

ECUADOR – PRINCIPLES (2006): Los principios de Ecuador. En <http://www.equator-principles.com/principles.shtml>, [Consultado 19 de febrero de 2010].

ERSE (2006): Observatorio de ética y responsabilidad social de la empresa de la Comunitat Valenciana. Editado por la Fundación ÉTNOR. Disponible en <http://www.etnor.org/html/pdf/ERSE-06.pdf>, [Consultado 24 de enero de 2010].

FREDERICK, W. (2008): Corporate social responsibility, en: CRANE, A. y otros. (ed.): *The Oxford handbook of corporate social responsibility*. Oxford: Oxford University Press, pp. 522 – 531.

FREDERICK, W. (1994): From CSR1 to CSR2. *Business and Society*, Vol. 33, No. 2, pp. 150 – 164.

FREEMAN, R. E., HARRISON, H., y WICKS, A. (2007): *Managing for stakeholders*. New Haven: Yale University Press

FREEMAN, R. E. y LIEDTKA, J. (1991): Corporate social responsibility: a critical approach. *Business Horizons*, July – August, pp. 92 – 98.

FRIEDMAN, A. y MILES, S. (2006): *Stakeholders*. New York: Oxford.

GIDEUT (2008): Proyecto de investigación La empresa industrial de Ibagué frente a la responsabilidad empresarial social. Ibagué: Universidad del Tolima.

HOFFMAN, R. C. (2007): Corporate social responsibility in the 1920s: an institutional perspective, *Journal of Management History*, Vol. 13 No. 1, pp. 55-73.

HOLLENHORST, T y JOHNSON, C. (2004): Herramientas sobre responsabilidad social empresarial. Disponible en <http://www.ciceenlinea.cl/intranet/documentos/aa1000-es.pdf>, [Consultado 17 de febrero de 2010]

ISO (2009): Draft international standard ISO/DIS 26000. Disponible en [http://isotc.iso.org/livelink/livelink/fetch/2000/2122/830949/3934883/3935837/ISO DIS 26000 Guidance on Social Responsibility.pdf?nodeid=8385026&vernum=0](http://isotc.iso.org/livelink/livelink/fetch/2000/2122/830949/3934883/3935837/ISO_DIS_26000_Guidance_on_Social_Responsibility.pdf?nodeid=8385026&vernum=0), [Consultado 8 de febrero de 2010].

MELÉ, D. (2007): Responsabilidad social de la empresa: una revisión crítica a las principales teorías. *Revista Ekonomiaz*, n. 65, 2 cuatrimestre, pp. 50 – 67.

NAVARRO, F. (2008): Responsabilidad social corporativa: teoría y práctica. Madrid: Editorial ESIC.

ORGANIZACIÓN DE LA NACIONES UNIDAS – ONU (1987): Informe de la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo. Disponible en <http://documents-dds-ny.un.org/doc/UNDOC/GEN/N87/184/70/pdf/N8718470.pdf>, [Consultado 21 de febrero de 2010]

PACTO MUNDIAL (n.d): Los 10 principios. Disponible en [www.pactomundial.org](http://www.pactomundial.org) [Consultado 18 de enero de 2010].

RODRÍGUEZ FERNÁNDEZ, J. M. (2008): Modelo stakeholder y responsabilidad social: el gobierno corporativo global. *M@n@gement*, vol. 11 n. 2, pp. 81 – 111.

RODRÍGUEZ FERNÁNDEZ, J. M. (2007): Responsabilidad social corporativa y análisis económico: práctica frente a teoría. *Revista Ekonomiaz*, n. 65, 2 cuatrimestre, pp. 12 – 49.

ROUSSEAU, J.J. (1980): Contrato Social. Segunda edición. Madrid: Editorial Espasa – Calpe.

SOCIAL ACCOUNTABILITY ACREDITATION SERVICES – SAAS (n.d): SA 8000 standard. Disponible en <http://www.saasaccreditation.org/certSA8000.htm>, [Consultado 18 de febrero de 2010]

SCHRECK, P. (2009): The business case for corporate social responsibility. Munich: Physica – Verlag.

STEURER, R., LANGER, M., KONRAD, A., MARTINUZZI, A. (2005): Corporations, Stakeholders and sustainable development i: A theoretical exploration of business–society relations. *Journal of Business Ethics*, Vol. 61, pp. 263 – 281.

WADDOCK, S. (2008): Corporate responsibility / corporate citizenship: the development of a construct, en: SCHERER, A. y PALAZZO, G. (ed.): Handbook of research on global corporate citizenship. Reino Unido, Edward Elgar, pp. 50 – 73.