

La responsabilidad social de las empresas: orígenes, aproximaciones conceptuales y estrategias

Mónica Martínez¹
Carlos Soza²

Resumen

La tendencia a pasar del modelo económico hacia un modelo socioeconómico, en el cual las empresas no solo tienen como objetivo la maximización de los beneficios, se manifiesta con la adopción de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en la gestión empresarial. Esta temática ha adquirido en los últimos años una notable relevancia, ya que se percibe la imperiosa necesidad de llevar adelante estrategias y prácticas con un mayor compromiso de las empresas para con la sociedad, los diversos grupos de interés, incluyendo a los miembros que integran las mismas. Desde la ciencia de la administración se observa la temática de la RSE como uno de los fenómenos sociales y organizacionales más sobresalientes de la actualidad en nuestro país y, en forma incipiente, en nuestra provincia.

Es así que el objetivo de este artículo es realizar una revisión de la literatura que analiza el origen, la evolución del concepto de RSE, las áreas de contenido y sus aspectos, y las estrategias posibles para abordar la dimensión social.

Palabras clave: Responsabilidad Social Empresarial / responsabilidades organizacionales / grupos de interés de las empresas

Abstract

The trend of moving from an economic model to a socio-economic model, in which companies do not have the sole purpose of maximizing profits, is shown in the adoption of the Corporate Social Responsibility (CSR) in business management. In the last few years this issue has become

- 1 Lic. en Administración, Egresada del IV Programa de Formación de Formadores en Responsabilidad Social Empresarial de la Red Universitaria en RSE – PNUD. Prof. Adjunto en las carreras de Lic. en Administración y Contador Público de la FHCSyS, (UNSE). Investigadora Categoría II. E-mail: monimartsgo@yahoo.com.ar
- 2 Lic. en Administración. Aprobó el Curso: "Lo que hay que saber sobre RSE", otorgado por la Universidad Tecnológica Nacional. Facultad Regional Buenos Aires. Prof. Adjunto en las carreras de Lic. en Administración y Sociología de la FHCSyS (UNSE). Investigador Categoría V. E-mail: carlossoza@outlook.com

significantly relevant due to the urgent need to carry out strategies and practices with a greater commitment to society, the various stakeholders, including the members of such companies.

From the Management Science, the CSR issue is viewed as one of the most transcendent social and organizational phenomena in our country at present, and also emerging in our province.

Thus, the objective of this work is to carry out a literature review that analyzes the origin and evolution of the CSR concept, the content areas and their aspects, and feasible strategies to deal with the social dimension.

Keywords: Corporate Social Responsibility / organizational responsibilities / stakeholders

1. Introducción

El modelo económico clásico, que postula que la única responsabilidad social de la empresa es incrementar los beneficios de sus accionistas, ha entrado en debate según Geoffrey P. Lantos (2001 citado en Cancino y Morales, 2008) con un nuevo modelo de gestión empresarial denominado modelo socioeconómico. Ambos modelos tienen una concepción distinta sobre la relación entre los aspectos sociales y los económicos. Por un lado, el modelo clásico se fundamenta en la concepción del economista liberal Milton Friedman (1962, citado en Truñó, 2007) el cual considera que las responsabilidades sociales son individuales y no empresariales, es decir, los responsables de los temas sociales son los accionistas con sus dividendos o los trabajadores con sus salarios, y no la empresa con sus beneficios.

Por otro lado, el modelo socioeconómico (Carroll, 1979 y Freeman, 1984 citados en Truñó, 2007) sostiene que si la empresa no considera las necesidades, las expectativas de los distintos grupos de interés, *stakeholders*, habrá un efecto negativo sobre su performance y sobre la rentabilidad de los accionistas y/o dueños. Esta nueva mirada de las relaciones de la empresa con la sociedad supone que los aspectos sociales son inseparables de los económicos y, además, mejoran la competitividad de la empresa (Porter y Kramer, 2006). Destacan que la responsabilidad social debe estar integrada a la cadena de valor y a la estrategia de la empresa.

La responsabilidad social se ha extendido a otro tipo de empresas, más allá de las corporaciones, como son las PYMES, es por ello que hablaremos de Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

2. Conociendo el origen de la RSE

Algunos autores asocian la preocupación sobre la responsabilidad social de las empresas, a partir de los años 20 del siglo pasado, con las actitudes filantrópicas inspiradas en la caridad y beneficencia.

Estas inquietudes sobre las relaciones de las empresas con la sociedad se afianzaron después de la II guerra mundial. En 1944 se alcanzó la formalización mediante la Declaración de Filadelfia en la cual la Organización Internacional del Trabajo (OIT) concretó cuáles eran las obligaciones del sector privado de la economía, respecto del progreso de la sociedad.

En las décadas del 50 al 70 se suceden varios acontecimientos destacables: la publicación del libro de Howard R. Bowen, donde hace explícita la inquietud de relacionar la acción del directivo con los valores sociales, esto es, reconocer que la empresa no tiene una exclusiva función económica, como organización debe prestar atención a grupos específicos y puede colaborar con la solución de algunos problemas sociales. Bowen (1953 citado por Ruiz García 2011, pág. 8) definía el término RSE como “las obligaciones de los hombres de negocios de aplicar políticas, tomar decisiones o seguir líneas de acción que son deseables en términos de objetivos y valores de nuestra sociedad”.

Esto motivó que el concepto de responsabilidad social se expandiera más allá de los círculos empresariales y académicos. Durante la década de los 70 se profundiza la reflexión sobre el tema de la RSE en diferentes países desarrollados, logrando acuerdos entre empresas y el gobierno para el progreso social.

Contrariamente a estas ideas, en 1971 Milton Friedman publicó, en el *New York Time Magazine*, un artículo donde sostiene que la responsabilidad de las empresas debe limitarse al cumplimiento de las leyes, así como a las regulaciones de la actividad económica, y que no es responsable de resolver problemas sociales. Por lo que las empresas deben enfocarse en maximizar los beneficios para los accionistas, respetando las leyes, costumbres y principios éticos.

Posteriormente, una sistematización de las responsabilidades empresariales es planteada por Archie Carroll (1979 citados en Truño, 2007), la que se desarrolla más adelante, en el presente artículo.

Es pertinente destacar que han existido enfoques opuestos a la RSE, uno centrado en los accionistas (*shareholders*), en el que prevalecen criterios netamente financieros y donde el centro de la preocupación está en los intereses de los accionistas. Y otro enfoque, el de la RSE plantea, según Vargas Niello (2006), que es posible la creación de valor con un comportamiento social-

mente responsable y teniendo en cuenta los intereses de los accionistas. Esta perspectiva reconoce que “el gobierno de la empresa es un proceso complejo de negociación que busca equilibrar todos los intereses de los grupos a los cuales el quehacer de la empresa afecta”.

En los años 80 surge el enfoque de los grupos de interés o *stakeholders* de la mano de Edward Freeman (1984 citado en Setó y Rabassa, 2008), que los define como toda persona o grupo que afectan o son afectados por la actividad de la empresa. En 1989, Peter Drucker, en su libro *las nuevas realidades*, plantea que la responsabilidad social de las empresas debía integrar el núcleo duro de la gerencia, en razón de que las empresas son instituciones sociales basadas en las relaciones de confianza entre todos los actores involucrados.

Otro aporte esencial en el desarrollo del concepto de RSE es el de Donna Wood (1991 citado por Vásquez Paniagua y Gonzales Isaza 2009, pág. 51), a mediados de los años 90 hace referencia, básicamente, a lo siguiente: “los negocios y la sociedad están entretnejidos y por tanto son más que entidades independientes”. Por lo tanto, la sociedad tiene ciertas expectativas con respecto a cómo debe ser el comportamiento de un negocio y cuáles son los resultados apropiados. Además, plantea tres niveles de relación social:

El nivel institucional que insta a las empresas a realizar sus actividades en el marco de la ley, regulaciones económicas y en un marco de respeto a las normas éticas.

El nivel organizacional que compromete al sector económico con el desarrollo social equitativo y con el progreso de la sociedad.

El nivel individual que exhorta a los directivos y demás miembros de una empresa a asumir el rol de agentes morales para contribuir al comportamiento socialmente responsable de las empresas.

Por otra parte, la cuestión sobre la importancia de la RSE, tal como señala Truñó (2007: pág. 2 y 3), está centrada en identificar si aporta beneficios (especificando de qué tipo y para quién) cuando se incluye en la gestión y dirección empresarial: “En esta dirección, Simpson y Kohers (2002) defienden que la RSC mejora el rendimiento financiero de la empresa. Maignan (2001) especifica que este mejor rendimiento financiero es causa del aumento significativo de las ventas, producido por una mayor fidelidad de los clientes. En la misma línea, Smith (2003) defiende una revalorización de la imagen y reputación de las empresas socialmente responsables. Además, también se encuentran otros investigadores que se refieren al aumento de la capacidad de atraer y retener trabajadores como beneficio de la RSC (McGuire, 1988), o al incremento de las facilidades de acceso al capital que han obtenido las compañías socialmente responsables (Hockerts y Moir, 2004)”.

En el 2006 Porter y Kramer, en su artículo “Estrategia y Sociedad”, proponen una nueva forma de observar la relación entre la empresa y la sociedad al presentar un marco que las empresas pueden utilizar para identificar los efectos positivos y negativos de su accionar en la sociedad, y determinar cuáles abordar. Este marco incluye las herramientas de la cadena de valor y de las cinco fuerzas competitivas.

3. Aproximaciones conceptuales

La delimitación de la responsabilidad de las empresas no es muy nítida, constatándose en la mayor parte de las instituciones internacionales que impulsan este tipo de iniciativas –así como en la comunidad empresarial– la inexistencia de un consenso a la hora de expresar una definición del término.

A pesar de ello, se ha producido una integración de un conjunto de prácticas y actividades afines estructuradas en torno a la RSE en una serie de ámbitos o contenidos concretos: la responsabilidad económica, ética, medioambiental y social, la transparencia, el diálogo con las partes interesadas y el buen gobierno.

Este esfuerzo sinérgico, aunque se encuentra en construcción, ha producido definiciones y propuestas que comienzan a ser coincidentes en sus estructuras básicas. Algunos de los planteos teóricos que provienen de las organizaciones internacionales, tanto públicas como privadas, y autores que se ocupan del tema, se detallan a continuación:

- “Responsabilidad social empresarial es una forma de gestión que se define por la relación ética de la empresa con todos los públicos con los cuales ella se relaciona, y por el establecimiento de metas empresariales compatibles con el desarrollo sustentable de la sociedad; preservando recursos ambientales y culturales para las generaciones futuras, respetando la diversidad y promoviendo la reducción de las desigualdades sociales” Instituto ETHOS de Empresas y Responsabilidad Social. Brasil.

- “Las Empresas deben asumir su responsabilidad por los impactos que sus actividades tienen en la sociedad y el ambiente, las cuales deben:
-Ser consistentes con los intereses de la sociedad y el desarrollo sostenible.
-Estar basadas en el cuidado ético y el cumplimiento de las leyes aplicables.
-Estar integradas en las actividades cotidianas de la organización”. International Organization for Standardization (ISO).

- De acuerdo con la definición del Libro verde, la RSE estaría definida como: “La integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con el entorno. Ser socialmente responsable no significa solamente cumplir a plenitud las obligaciones jurídicas, sino también ir más allá de su cumplimiento, invirtiendo más en el capital humano, el entorno y las relaciones con los interlocutores”. Comisión de las Comunidades Europeas, Bruselas, 2001.

- La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) emplea el concepto de Responsabilidad Corporativa y lo define sucintamente como “las acciones desarrolladas por negocios para consolidar sus relaciones con las sociedades en las que actúan”. Las Líneas Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales son recomendaciones dirigidas por los gobiernos a este tipo de empresas. Las líneas enuncian principios y normas voluntarias para una conducta empresarial responsable y compatible con las legislaciones. El cumplimiento de las Directrices por parte de las empresas es voluntario y no tiene carácter obligatorio.

- Para la World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) (Correa, Flynn, Amit, 2004), entidad que agrupa a las empresas más grandes del mundo, es “el compromiso de los negocios para contribuir al desarrollo económico sostenible, trabajando con sus empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad en general para mejorar su calidad de vida”³. La RSE es vista como una guía, una mirada para que las empresas puedan orientarse al abordar sus responsabilidades.

El Pacto Mundial o Global Compact de las Naciones Unidas es una iniciativa a la que los participantes ingresan voluntariamente y que provee un marco general para fomentar el crecimiento sustentable y la responsabilidad cívica de las empresas comprometidas y creativas. Si bien no contiene una definición de RSE elabora unos principios que se asemejan. Los 10 principios del Pacto Mundial⁴ están relacionado con las siguientes temáticas: Derechos Humanos, Normas Laborales, Medio Ambiente y Anticorrupción.

Carroll (1979 citado en Cancino y Morales, 2008: pág. 23 a 25) fue el que realizó la definición más conocida de las cuatro partes de la RSE: «La responsabilidad social de la empresa abarca las expectativas económicas, legales,

3 Para esta organización, la noción de RSE es un concepto fundamental comparable con la libertad e igualdad, sujeto a redefiniciones de acuerdo a las necesidades cambiantes y a las circunstancias.

4 Los 10 Principios del PG derivan de: Declaración Universal de los Derechos Humanos, la Declaración de Principios de la Organización Internacional del Trabajo relativa a los Derechos Fundamentales en el Trabajo, la Declaración de Río sobre Medio Ambiente y el desarrollo y la Convención de las Naciones Unidas contra la Corrupción.

éticas y filantrópicas de la sociedad, en un momento determinado del tiempo». Entonces, la pirámide de los componentes de la RSE se crea asumiendo que cada una no excluye a la otra. Carroll sugirió la siguiente ecuación:

$$\text{RSE Total} = \text{Responsabilidades económicas} + \text{Responsabilidades Legales} + \text{Responsabilidades Éticas} + \text{Responsabilidades filantrópicas}$$

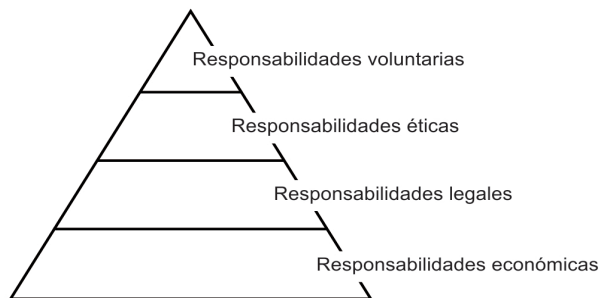
Se trata de una construcción formada por cuatro dimensiones:

1. Responsabilidad Económica, relativa a los negocios propiamente dichos, esto es, ve a la empresa como una institución con utilidad económica básica de la sociedad y, como tal, tiene la responsabilidad de producir bienes y servicios que la sociedad desea y venderlos con ganancia.

2. Responsabilidad Legal, se refiere a las leyes vigentes que representan a las “reglas de juego” a través de las cuales los negocios deben funcionar.

3. Responsabilidad Ética, representa el comportamiento y las normas éticas vigentes que la sociedad espera de los negocios.

4. Responsabilidad Discrecional, consiste en las acciones positivas de la gerencia en respuesta a las expectativas sociales y representa los roles voluntarios que los negocios asumen. Esas actividades son guiadas por el deseo de los negocios en encajar en roles sociales no legalmente obligatorios y tampoco resultan de las expectativas del marco ético vigente.



De las conceptualizaciones y aproximaciones anteriores podemos destacar que la Responsabilidad Social Empresarial enfatiza el impacto de las actividades de la empresa para los agentes con los cuales interactúa: empleados, proveedores, clientes, consumidores, colaboradores, competido-

res, gobiernos y comunidades. Es un concepto asociado al reconocimiento de que las decisiones y los resultados de las actividades de las empresas alcanzan a un universo de agentes sociales más amplio del compuesto por sus socios o accionistas.

El enfoque de RSE plantea que a largo plazo las empresas pueden incrementar su rendimiento y valor, compensando de mejor forma a sus accionistas. Dado que se entiende que un comportamiento empresarial responsable permite reducir riesgos y conflictos e incrementar la reputación empresarial.

4. Los grupos de interés (*stakeholders*) de las empresas

Como señala Freeman (1984 citado en Setó y Rabassa, 2008), los *stakeholders* o grupos de interés son los grupos o individuos que afectan o son afectados por la actividad tendiente al logro de los objetivos de la empresa. Lozano (1999 citado en Setó y Rabassa, 2008) agrega que además deben tenerse en cuenta los intereses, demandas y expectativas que entran en juego en cada caso en particular y el poder real que tiene cada uno en ese juego de relaciones.

Los *grupos de interés internos* están conformados por los que tienen una relación directa con los aspectos organizacionales y funcionales de la empresa. En este grupo encontramos a:

- Trabajadores: personas que desarrollan su trabajo en la organización con un contrato y una retribución dineraria y/o en especie. En términos generales los podemos agrupar en directivos y no directivos.
- Accionistas/Propietarios: personas o entidades que poseen participación en la propiedad de la empresa.

Los principales grupos de interés de la empresa se pueden clasificar de la siguiente manera:

Los *grupos de interés relativos al entorno* representan una vinculación explícita con el negocio y, en consecuencia, conforman su periferia estratégica:

- Clientes: consumidores o usuarios de los bienes y servicios producidos por la empresa. Es el grupo social al que se dirige la empresa y son imprescindibles para la supervivencia de la empresa.
- Proveedores: personas y organizaciones que aportan trabajos, productos y servicios a la empresa sin pertenecer a ella.
- Competidores: empresas del mismo sector que ofrecen bienes y servicios similares a los producidos por otra empresa, a los mismos clientes o consumidores.

- Agentes sociales: grupos de interés público que con su accionar pueden influir de manera determinante en la forma de gestionar la empresa, condicionando incluso su futuro. Se incluye en este grupo los sindicatos de trabajadores, asociaciones de consumidores, acreedores, grupos de opinión como los medios de comunicación y las Ong, etc.

Por último, están *los grupos de interés del contexto* que está conformado por los que se vinculan en un segundo orden de resonancia:

- Comunidad local: conjunto de entidades de iniciativa pública o privada del entorno local circundante a la actividad de la empresa con la que se interactúa estrechamente: iglesia, asociaciones, las ong, fundaciones, partidos políticos, etc.

- Gobierno (municipal, provincial y nacional): los poderes públicos reconocen derechos e imponen deberes a las organizaciones.

5. Las áreas de contenido o dimensiones de la RSE

La RSE incluye varias áreas de gestión de la empresa en forma directa. A continuación se presenta un resumen de los contenidos que la empresa que aspire a ser socialmente responsable deberá considerar todas estas dimensiones cuando diseñe su propia estrategia de responsabilidad social. Estos contenidos están indicados por organismos internacionales que estudian el tema, tales como Organización de las Naciones Unidas (ONU), Global Reporting Initiative (GRI). La GRI se basa en una serie de recomendaciones orientadas a homogeneizar la rendición de cuentas en materia de responsabilidad corporativa.

Dimensión Interna

1. Gestión de Recursos Humanos: a título ilustrativo podría incluir, entre otras cuestiones: remuneración razonable, calidad de vida digna, posibilidades de desarrollo, entrenamiento; estabilidad programada, igualdad de retribuciones y perspectivas para las mujeres, equilibrio Trabajo-Familia.

2. Salud y seguridad en el lugar de trabajo, relacionadas con las condiciones de trabajo en la empresa y también de los contratistas.

3. Gestión del impacto ambiental y de los recursos naturales; incluyendo aspecto tales como la disminución de consumo de recursos, prevención de la contaminación, protección del medio ambiente.

4. Actuación económica: impuestos pagados, dividendos, comercio justo.

5. Gobernabilidad corporativa, relacionada con el sistema de reglas y prácticas que dirigen y controlan las empresas, la distribución de derechos y responsabilidades entre los diferentes actores relacionados con las empresas y la toma de decisiones.

Dimensión Externa

1. Comunidades locales: se sugiere la integración de las empresas con su entorno local a fin de tener una participación activa en el desarrollo de la comunidad.

2. Proveedores, se espera que los proveedores como integrantes de la cadena de valor estén alineados con la posición de la empresa frente a la RSE.

3. Consumidores, ofrecer a los consumidores productos en condiciones aceptables de calidad servicio plazo y precio. Incluye aspecto tales como salud y seguridad del cliente, etiquetado de bienes y servicios, comunicaciones de *marketing*, privacidad de los datos del cliente.

4. Desarrollo sostenible del medioambiente.

5. Emprender la alianza entre estado, la sociedad civil y la empresa para lograr el fortalecimiento del tejido social.

6. Estrategias de RSE en materia social

Las relaciones de la empresa con su entorno pueden dividirse en tres grupos. Los diferentes tipos de estrategia que pueden perfilarse en materia social provienen de la respuesta a la siguiente inquietud: ¿qué puede hacerse para ayudar, para repotenciar o para dignificar a los grupos de interés más vulnerables? Las posibles respuestas nos conducen a tres estrategias diferentes: la filantropía, la inversión social y la integración social.

La filantropía

Una de las estrategias es la filantropía que conjuga las razones del 'deber social' y de la 'solidaridad'. Se trata de prácticas que resultan del acto de

donar dinero, bienes (mobiliario, equipos, instrumentos, alimentos, medicamentos, etc.) o servicios (trabajo voluntario) a personas o grupos organizados con un fin humanitario. En este nivel se piensa en dar sin esperar nada a cambio, con lo cual se intenta responder: ¿cuánto damos? Se destaca que la filantropía es adecuada cuando se asume como estrategia coyuntural que se pone en práctica para atender situaciones puntuales y urgentes.

La inversión social

Las empresas que comprendieron las limitaciones de la estrategia de la filantropía pasaron a remarcar el concepto de responsabilidad que, en lugar de agotarse en el ¿cuánto damos?, se plantea así: ¿cuál es el compromiso que se asume con los beneficiarios y cuáles son los impactos que se promueven con la acción? En esta estrategia la consulta con los públicos interesados juega un papel importante para identificar la forma de colaborar con la comunidad y la acción está ligada a los procesos de la empresa.

La inversión social implica entre otras cuestiones en vincularse con las comunidades apoyando proyectos específicos, relacionando a los empleados mediante trabajos voluntarios.

La integración social

Finalmente, aparece la corresponsabilidad –sugiere que no solo se es responsable de lo que se hace, sino también se comparte con quienes se tiene un tácito o explícito compromiso– que es una extensión de la inversión social, pero con un compromiso y una participación más explícita y enfocada. La idea es promover el empoderamiento de las poblaciones al compartir proyectos y el asumir la corresponsabilidad para hacerlos avanzar.

A favor de esta integración estratégica contribuyen también las organizaciones del tercer sector. Es así como se ha favorecido que las empresas se sensibilicen para crear valor social, las organizaciones no gubernamentales se profesionalicen para generar valor económico y las comunidades se han abierto para facilitar una colaboración intersectorial que promueva una convergencia motivadora.

Comentarios de cierre

La RSE es un paradigma a partir del cual se puede construir un nuevo significado que tienen, o deben tener, las empresas con su entorno interno y externo. El mismo orienta el comportamiento de las empresas y la percepción de la población con relación a ellas. Todas las definiciones de RSE tienen en común que plantean una nueva manera de considerar a las empresas. Es una mirada novedosa desde su concepción, es un mensaje para sus accionistas y gerentes, para sus trabajadores, para los consumidores y la comunidad.

La RSE es también una nueva forma de gerencia ya que necesita considerar en sus decisiones, al menos, cuatro dimensiones fundamentales: la económica, la laboral, la ambiental y la de la comunidad.

La responsabilidad social de las empresas es un tema presente en la Latinoamérica desde principios del siglo XX, aunque el vínculo tradicionalmente reconocido como la primera relación entre la empresa y la sociedad es la filantropía. La concepción de la RSE como parte de la gestión de negocios es un tema con más de 10 años de presencia en nuestro país; todas las iniciativas claves se iniciaron en la década de los noventa. Además, ha crecido el interés y la cantidad de propuestas, seminarios, organizaciones, trabajos universitarios que aparecen en los últimos años en la región, sobre el rol de la empresa en la sociedad.

Por ello es que se entiende que el enfoque de RSE se encuentra en evolución constante. De un tiempo a esta parte la RSE –aunque lenta y dificultosamente– ha trascendido desde círculos expertos reducidos al debate público, como consecuencia del papel que juegan y del impacto que suponen hoy por hoy las empresas en las sociedades en las que operan, y, por tanto, también comienza a instalarse en las agendas públicas.

Bibliografía

- Cancino, Christian y Morales, Mario (2008): “Responsabilidad Social Empresarial”, Serie Documento docente N° 1, Santiago de Chile, Departamento de Control de Gestión y Sistemas de Información. Facultad de Economía y Negocios. Universidad de Chile. Disponible en: www.redunirse.org/?q=node/480 Fecha de Consulta: 29/03/2012
- Comisión de las Comunidades Europeas (2001): “Libro verde: Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de la empresa”, Disponible en: www.eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/es/.../2001/

- com2001_0366es01.pdf Fecha de Consulta: 29/03/2012
- Correa, María Emilia; Flynn, Sharon y Amit, Alon (2004): "Responsabilidad social corporativa en América Latina: una visión empresarial", Disponible en: www.eclac.cl/publicaciones/xml/5/28375/lc-w-109.pdf Fecha de Consulta: 17/04/2012
- Drucker, Peter (1989): *Las nuevas realidades*, Barcelona, Ed. Edhasa.
- Iniciativa de Reporte Global (GRI) (2011): "GRI e ISO 26000: Cómo usar las Directrices del GRI, en conjunto con la Norma ISO 26000", Disponible en: <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/Spanish-GRI-ISO-Linkage-Document-Updated-Version.pdf> Fecha de Consulta: 29/11/2011
- Instituto Argentino de Normalización y Certificación (IRAM) (2011): "Norma ISO 26000: Guía sobre Responsabilidad Social", Disponible en: http://www.iram.org.ar/RespSocial/2011-11_DESCUBRIENDO_LA_ISO_26000.pdf Fecha de Consulta: 29/11/2011
- Instituto ETHOS: "Conceptos básicos e indicadores manual", Disponible en: <http://www1.ethos.org.br/EthosWeb/archivo/0-59dConceptosBasicoseIndicadoresManual.pdf> Fecha de Consulta: 29/11/2011
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) (2004): Principios de Gobierno Corporativo de la OCDE, Disponible en: <http://www.oecd.org/daf/ca/corporategovernanceprinciples/37191543.pdf> Fecha de consulta: 29/11/2011
- Pacto Global de Naciones Unidas para el desarrollo (2004): "El Pacto Global en Argentina. Documento de adhesión del sector privado argentino", Disponible en: <http://www.pactoglobal.org.ar/content.asp?id=5> Fecha de Consulta: 29/11/2011
- Porter, Michael y Kramer, Mark (2006): "Estrategia y Sociedad. El vínculo entre ventaja competitiva y responsabilidad social corporativa", *Harvard Business Review América Latina*, Disponible en: <http://www.empresa.org/sitio-2009/documentos/Estrategia-y-sociedad.pdf> Fecha de Consulta: 29/11/2011
- Red Iberoamericana de Universidades por la Responsabilidad Social Empresarial (REDUNIRSE) (2010): "Programa de Formación de Formadores en RSE", Módulo 1 (4º ed.), Universidad de Buenos Aires – Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo de América Latina y el Caribe (PNUD) y la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID)
- Ruiz García, Silvia (2011): Responsabilidad Social Empresaria, *AZ Revista*

de Educación y Cultura N° 42, Disponible en <http://www.educaciony-culturaaz.com/042/42-AZFEBRERO2011.pdf> Fecha de Consulta: 10/04/2012

Setó, Dolors y Rabassa, Noemí (2008): “Responsabilidad Social Corporativa: Reflexiones sobre futuras líneas de investigación”, Disponible en: www.dialnet.unirioja.es/servlet/fichero_articulo?codigo=2483090 Fecha de consulta: 16/05/2012

Truñó, Jordi (2007): “La responsabilidad social corporativa. Gestión empresarial de un activo intangible”, Disponible en: www.accid.org/revista/ARTICLES/RCD_7_AD4CAS.PD Fecha de consulta: 05/04/2012

Vargas Niello, José (2006): “Responsabilidad Social Empresarial (RSE) desde la perspectiva de los consumidores”, Disponible en: www.eclac.cl/publicaciones/xml/5/28375/lc-w-109.pdf Fecha de Consulta: 17/04/2012

Vásquez Paniagua, José y Gonzales Isaza, Diana (2009): “Metodología para implementar un modelo de responsabilidad social empresarial (RSE) en la industria de la curtiembre en Colombia”, Disponible en: [www.revistas.pucp.edu.pe/index.php/contabilidadyNegocios /article.../904](http://www.revistas.pucp.edu.pe/index.php/contabilidadyNegocios/article.../904) Fecha de Consulta: 1/04/2012

Vives, Antonio y Peinado-Vara, Estrella (Comp.) (2011): *La responsabilidad social de la empresa en América Latina*, Nueva York, Banco Interamericano de Desarrollo.