

.....  
*Carlos Alberto Fuentes Parrales*  
Labora en Telefonía Celular de Nicaragua  
.....

**Resumen**

El artículo versa sobre la empresa y la responsabilidad social de éstas en la sociedad. En función de lo anterior, se aborda necesariamente el concepto y evolución de la empresa a lo largo de la historia, sus fines e interrelación con la sociedad. Teniendo claro el concepto de ésta se desarrolla el concepto y evolución de la responsabilidad social empresarial y por supuesto las posiciones a favor y en contra de la responsabilidad social empresarial.

En este sentido, las posiciones en contra de la responsabilidad social empresarial basan su argumento en que no es posible la convergencia de intereses entre los dueños de las empresas y la sociedad debido a que los primeros tienen como objetivo lograr utilidades y la segunda el bienestar social. En cuanto a los puntos de vista que se encuentran o están a favor, se manifiesta que las empresas integran preocupaciones con carácter social y ambiental en sus operaciones y demás interacciones, es decir hacen negocio mediante el compromiso empresarial de contribuir al desarrollo sostenible de las partes interesadas. No obstante lo anterior, se manifiesta que las empresas pueden practicar la responsabilidad social empresarial yendo más allá de lo establecido o regulado por la legislación y que para complementar la aplicación de dicha responsabilidad se deben desarrollar indicadores de desempeño de la misma.

**Palabras clave:** responsabilidad social/ empresa/ persona

**I. Introducción**

El papel de la empresa privada es esencial para la producción de riqueza y para la creación del bienestar de la sociedad, es fuente de empleo y de reducción de pobreza, por lo que no debe ser extraño que además de la obtención de beneficios para sus dueños, como uno de sus objetivos fundamentales, la empresa persiga el desarrollo económico sostenible comprometido, con el medio ambiente, sus colaboradores, proveedores, la comunidad donde se inserta y la sociedad en general.

---

215 El presente artículo es el resultado del trabajo de investigación realizado para obtener el título de Máster en Derecho de Empresas con Especialización en Asesoría Jurídica; el cual además de ser evaluado por un Tribunal integrado por tres académicos; posteriormente, fue arbitrado por una Comisión a efectos de seleccionar a los participantes del I Encuentro de Investigación de Postgrado de la Universidad Centroamericana, 2009.



La responsabilidad social de las empresas (RSE), ha venido evolucionando desde formas como la filantropía con mayor o menor grado de implicación por parte de la empresa, hasta un concepto más integral que abarca un gran conjunto de actividades como parte de la estrategia de negocios de la empresa.

Ha sido un reto y continúa siéndolo, el que las empresas asuman concientemente que tienen la responsabilidad de contribuir en la solución de los problemas de la sociedad, muchos de los cuales ellas mismas pudieron haber provocado. Sin embargo, cada vez más, se presenta inevitable un comportamiento empresarial responsable con la sociedad y el medioambiente para ser competitivo en los mercados del siglo XXI, donde las expectativas que todas las partes involucradas tienen de las empresas son cada vez más exigentes.

Si bien se confirma que las prácticas de RSE tienen un efecto sobre la rentabilidad y competitividad de la empresa y es por ende deseable promoverla como instrumento de desarrollo. También se confirma la urgente necesidad de que la empresa respalde y vanguarde estrategias e iniciativas para promover una mayor responsabilidad ambiental implementando el desarrollo, difusión y accesibilidad a tecnologías amigables con el medio ambiente; que desde su esfera de influencia apoye y respete la protección de los Derechos Humanos; que respete los derechos laborales y contribuya a la eliminación de cualquier trabajo forzoso, a la eliminación del trabajo infantil y a cualquier forma de discriminación en el empleo. En fin, creemos que la empresa debe comprometerse en el cumplimiento de un conjunto de obligaciones ético-legales que se derivan del impacto que su actuación produce en el ámbito social, laboral y medioambiental.

Por tales razones, con este pequeño trabajo, hemos querido aportar al conocimiento de la RSE, desde su perspectiva conceptual, conjugando brevemente la experiencia de algunos casos locales y de Latinoamérica aunque sin profundizar en ellos, para quienes se sientan motivados puedan darle continuidad a este esbozo, lo critiquen, lo mejoren y contribuyan con su parte a hacer empresas socialmente responsables.



## II. Generalidades del concepto de empresa, sus fines

### 1. Breve esbozo del desarrollo histórico de la empresa

El desarrollo de la humanidad, ha estado determinado por su esfuerzo empeñado en propósitos difíciles e inciertos, encaminados de manera general a una finalidad o intensión mediante la cual ha logrado transformar la naturaleza para satisfacer sus necesidades, ese despliegue de energía física y psíquica es el trabajo, en tal sentido Marx y Engels afirman que *"El trabajo, es ante todo, un proceso entre el hombre y la naturaleza, durante el cual el hombre, mediante su propia actividad, mediatiza, controla y regula el intercambio de sustancias entre él y la naturaleza"*<sup>216</sup>.

Esta actividad le es inherente al ser humano, y se exterioriza a través de una cualidad que sólo el hombre tiene, y que además lo diferencia de los animales: la razón. Es esta misma actividad conciente y transformadora, que persigue la producción de los medios necesarios para la vida del hombre (alimentos, ropa, vivienda, instrumentos de trabajo), la que en su forma más compleja en sí misma constituye la empresa.

La empresa, como elemento fundamental y preponderante de nuestras vidas, es una realidad socioeconómica o más bien, un producto socio económico. Para Orlando Tardencilla *"La empresa es una realidad concreta del mundo social y su existencia es tan real y efectiva que toda nuestra vida se desarrolla en su seno y a ella van o de ella vienen nuestros actos y nuestras atenciones. Por eso la empresa es un quehacer, un afán de realizar algo, en lo que influyen sobre manera el estado sociológico, las ideas buenas o malas que se tengan, la personalidad de aquel que la concibe y planea"*<sup>217</sup>.

En cada momento histórico social encontramos una respuesta de desarrollo económico distinta. Al entender de Cabanellas, *"La necesidad unas veces por reacción natural, y la voluntad en otros casos, al servicio sobre todo de la conveniencia, y de índole económica de modo más particular, mueven a los hombres a la concepción de la empresa"*

216 TARDENCILLA E. Orlando "Fundamentos de Legislación Económica Apuntes Elementales de Derecho de Empresas" Managua, Marzo 1992, p. 92

217 CABANELLAS, Guillermo. Diccionario Enciclopédico de Derecho Usual, 1996. palabra Empresa.



o a formarlas de manera espontánea”<sup>218</sup>. Así pues, es probable que desde la primera división del trabajo dentro de la familia primitiva, al asignar diferentes deberes a sus miembros, por razones de necesidad o conveniencia se estuviera dando forma (inicialmente de manera inconciente) a la primera expresión de una empresa económica cuyo único fin era el autoabastecimiento para la supervivencia del grupo familiar.

El sistema de la esclavitud se caracteriza por la apropiación total del trabajo del hombre y del hombre mismo como esclavo y productor de la riqueza, la base de la economía es la agricultura y fundamentalmente la fuerza de trabajo del esclavo (fuerza muscular), lógicamente la empresa está en función del esclavista rodeado de su familia y de diferentes estratos que van surgiendo a su alrededor que no producen, pero que garantizan como forma de comercio el intercambio de productos agrícolas y de esclavos.

De igual manera, podemos ubicar durante el feudalismo a lo largo del siglo XIII, a una forma de empresa con una estructura básica familiar, de producción agrícola y artesanal, con limitados medios materiales y técnicos, que sin embargo le permiten obtener de forma conciente, excedentes más allá de lo necesario para el consumo propio de la familia, lo que a su vez le permite un moderado lucro basado en una creciente clientela.

La forma empresarial feudal, encuentra su principal limitación de desarrollo en el modelo de organización económico del Estado encabezado por el señor feudal quien imponía el modo de producción, de tal manera que *“Los pactos feudales obligaban a los campesinos a moler en el molino del señor, a cocer en su horno, a herrar en su herrería.... éstos eran los monopolios señoriales. El señor, incluso, podía tener el derecho de primicias, es decir, el derecho a vender sus productos antes que nadie. La tierra, principal riqueza económica, no podía comprarse y venderse libremente. Incluso un bien económico como el trabajo no circulaba libremente”*<sup>219</sup>.

218 SÁNCHEZ, ÁLVAREZ. Documento de estudio “La Empresa como Realidad Socioeconómica” del Módulo Administración y Economía de Empresa, de la Maestría Derecho de Empresa UCA 2007/2008.

219 CABANELLAS, Guillermo. Ob.Cit.



Poco a poco mercaderes y artesanos, se van aglutinando en las aldeas y ciudades en asociaciones llamadas gremios y talleres que constituían la unidad de producción artesanal y su objetivo principal era eliminar la competencia entre un artesano y otro, y establecer el predominio del mercado regulando la producción y el comercio, limitando la cantidad, calidad y precio de las mercancías, con lo que se eliminaba la competencia y se limitaba el desarrollo de las actividades industriales. Se controlan las rutas comerciales, como vías para conseguir una óptima organización que facilite el desarrollo de la infraestructura del país tales como comunicaciones, puertos, desarrollos de mercados exteriores que absorban exportaciones, etc., dando paso a la conformación de la empresa mercantil o comercial durante los siglos XVII y XVIII.

A finales del siglo XVIII y principios del XIX surgirá una nueva forma de organización económica más compleja determinada por el desarrollo de la técnica en los instrumentos de trabajo, pasando de la manufactura a la industria, lo que conlleva una nueva división del trabajo y una mayor especialización de la mano de obra, esto da pauta a la configuración del modo de producción capitalista y por tanto a la empresa capitalista industrial, concebida como una unidad económica de producción, con una estructura societaria.

En la segunda mitad del siglo XIX, la complejidad creciente de los procesos productores, determina que la creación de empresas requiera una fase previa, costosa y larga para evaluar todo lo que determine la viabilidad inicial o factibilidad y la rentabilidad o subsistencia estable de la empresa, es decir un primer momento donde se evalúe qué actividad se va a desarrollar, cómo la vamos a realizar, cuándo, cuánto y dónde se realizará determinando los locales, con qué y con quién es decir la selección de la maquinaria a utilizar, del personal, etc. Esto hace, que a la par del surgimiento de los grandes grupos industriales nazcan los grandes grupos bancarios que financian la empresa y con ello progresivamente van controlando a los grupos industriales, lo que significó la aparición del capitalismo financiero.

Cabanellas afirma que: *“Lo costoso de las instalaciones de tipo industrial, ya no rudimentarias, exigen, por los locales, por los equipos, por los jornales que han de adelantarse a los operarios antes de obtener la venta de los productos, un capital, que va aumentando en importancia en el correr de los siglos, y que alcanzará su mayor dimensión tras la*



*Revolución Industrial y la expansión capitalista de la etapa liberal*<sup>220</sup>. Surge la concepción de la empresa como una organización, estructurada de manera multisocietaria, divisional y multinacional, como una unidad de decisión o dirección.

La necesidad de producir más riqueza y de crear mejores condiciones económicas condujo a la búsqueda de nuevos mercados donde colocar los grandes excedentes de producción, lo que a su vez condujo a la explotación abusiva del trabajo humano y al surgimiento del imperialismo como etapa superior del capitalismo.

## 2. Conceptualización y fines de la empresa

Como hemos visto en el acápite anterior, el ser humano con su esfuerzo y tenacidad durante diferentes momentos históricos, se ha valido de un instrumento valiosísimo para su propia supervivencia, el cual ha venido matizando o perfeccionando a través de su desarrollo mismo, pasando de ser una mera actividad hasta constituirse en una organización compleja. Pero ¿Qué es este fenómeno socio económico, que ha acompañado a la humanidad durante su desarrollo histórico, que llamamos empresa? Sea cual fuera la concepción que de empresa se haya tenido en cada momento histórico, nos corresponde ubicarnos en el sistema capitalista para lograr una noción actual de la empresa.

Es muy extensa la serie de argumentaciones y conjeturas que se han hecho para tratar de definir o conceptualizar a la empresa sin que el tema se haya agotado, por lo que hoy por hoy los conocedores de la materia continúan debatiendo al respecto, sin embargo, sin tratar de presentar nuevas construcciones del concepto de empresa, trataremos con ayuda de algunos de estos eruditos, de quedarnos con una noción que a través de sus fines y sus elementos, nos acerque a nuestro objetivo.

Ricardo Romero, afirma que *“En un sentido general, la empresa es la más común y constante actividad organizada por el ser humano, la cual, involucra un conjunto de trabajo diario, labor común, esfuerzo personal o colectivo e inversiones para lograr un fin determinado”*<sup>221</sup>.

220 Marketing, de Ricardo Romero, Editora Palmir E.I.R.L., Pág. 9. citado por Iván Thompson, <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/definición-de-empresa.html>. - Artículo publicado en Internet, Enero 2006. - Consultado Noviembre de 2008.

221 Del sitio web: [www.rae.es](http://www.rae.es), del Diccionario de la Lengua Española, de la Real Academia Española, URL de la Página Web <http://www.rae.es/>. Consultado de Noviembre de 2008.



El Diccionario de la Real Academia Española, en una de sus definiciones menciona que la empresa es una *"unidad de organización dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios con fines lucrativos"*<sup>222</sup>.

El Diccionario de Marketing, de Cultura S.A., define a la empresa como una *"unidad económica de producción, transformación o prestación de servicios, cuya razón de ser es satisfacer una necesidad existente en la sociedad"*<sup>223</sup>.

Para Simón Andrade, la empresa es *"aquella entidad formada con un capital social, y que aparte del propio trabajo de su promotor puede contratar a un cierto número de trabajadores. Su propósito lucrativo se traduce en actividades industriales y mercantiles, o la prestación de servicios."*<sup>224</sup>

En el mismo sentido el artículo 12 del Código del Trabajo nos brinda el único concepto que nuestra legislación nos ofrece de empresa: *"Se entiende por empresa la unidad económica de producción, distribución y comercialización de bienes y servicios. Se consideran como parte de la empresa los establecimientos, sucursales creadas para el crecimiento y extensión de sus actividades siempre que no constituyan una persona jurídica diferente"*<sup>225</sup>.

Todos estos conceptos presentan una perspectiva eminentemente económica, es decir la empresa como una *"organización de capital y trabajo destinada a la producción o a la intermediación de bienes y servicios para el mercado con el fin de generar ganancias"*<sup>226</sup>. En ellos, la empresa es sujeto agente del quehacer económico cuya actividad o función general, es la de crear o aumentar la utilidad de los bienes. Para ello, toma las decisiones sobre la utilización de factores de la producción, tales como materias primas, maquinaria y equipo, mano de obra, capital,

---

222 Diccionario de Marketing, de Cultural S.A., Pág. 110. citado por Iván Thompson, [http://www.promonegocios.net/Mercadotecnia/Definición de Empresa - Artículo publicado en Enero 2006..](http://www.promonegocios.net/Mercadotecnia/Definición_de_Empresa_-_Artículo_publicado_en_Enero_2006..) Consultado Noviembre de 2008.

223 Diccionario de Economía, Tercera Edición, de Andrade Simón, Editorial Andrade, Pág. 257. citado por Iván Thompson, ob. Cit.

224 Ley 185 Código del Trabajo de Nicaragua, artículo 12.

225 HERRERA ESPINOZA, Jesús Jusseth, LA EMPRESA, Documento de estudio del módulo Orden Público Económico, de la Maestría Derecho de Empresa UCA 2007/2008.

226 Font Galán, citado por el Prof. Herrera Espinoza Jesús Jusseth en ob. cit.



etc., para obtener los bienes y servicios que se ofrecen en el mercado. Básicamente, la actividad productiva consiste en la transformación de bienes intermedios (materias primas y productos semielaborados) en bienes finales, mediante el trabajo y capital.

También se ha tratado de establecer un concepto jurídico de empresa que logre regular de manera unitaria todos los aspectos con los que la empresa interacciona, sujeto, objeto, actividad, establecimiento y patrimonio, sistematizándolos en un régimen jurídico para el Derecho en general, y en particular para el Derecho Mercantil.

A decir del profesor Jesús Jusseth Herrera Espinoza, “... se han elaborado una serie de construcciones jurídicas, que ofrecen diversas acepciones de la noción de empresa: 1. Empresa/sujeto (El sujeto de la actividad empresarial, destinatario de numerosas normas legales). 2. Empresa/establecimiento (Una organización socioeconómica, objeto de derechos y susceptible de transmisión unitaria y de garantía real). 3. Empresa/patrimonio (organización objetiva integral de todos los activos y pasivos y de todos los establecimientos del sujeto/empresa, que éste puede transmitir globalmente). 4. Empresa/actividad (La actividad empresarial misma que es la que en el esfuerzo concurrencial en el mercado produce un establecimiento y un patrimonio).” Por lo que concluye proponiéndonos la concepción jurídica de empresa de Font Galán: “... desde un punto de vista estrictamente jurídico patrimonial, la empresa se habrá de concebir, como una específica modalidad de “riqueza” productiva, constitutiva de un bien o valor patrimonial de explotación, resultante de la materialización de la iniciativa creadora del empresario, de la proyección patrimonial de su labor organizadora de los distintos factores productivos, facultades, “poderes” y técnicas jurídicas, y de la actividad de producción e intermediación de bienes y servicios para el mercado a través del establecimiento mercantil”<sup>227</sup>.

### *3. Elementos que componen la empresa*

Para Julio García y Cristóbal Casanueva, la empresa es una "entidad que mediante la organización de elementos humanos, materiales, técnicos y financieros proporciona bienes o servicios a cambio de un precio que

---

227 Prácticas de la Gestión Empresarial, de GARCÍA DEL JUNCO Julio y CASANUEVA ROCHA Cristóbal, Mc Graw Hill, Pág. 3. citado por Iván Thompson, <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/empresa-definicion-concepto.html>.- Artículo Publicado en Enero 2006. Consultado Noviembre de 2008.





le permite la reposición de los recursos empleados y la consecución de unos objetivos determinados"<sup>228</sup>. Con tal razón y sobre la base de los anteriores conceptos y definiciones, podemos intentar obtener una noción de empresa a partir de los elementos que la caracterizan y la constituyen en un todo organizado para el cumplimiento de sus fines. De manera general tales elementos son:

**Elemento humano social:** Toda empresa está conformada por personas que determinan y ejecutan la actuación empresarial, trabajan y/o realizan inversiones para su desarrollo. Este elemento lo constituye el hombre asociado con otros ya sea como jefe o empresario junto y con sus colaboradores. El ser humano con pretensiones o deseos por lograr algo es imprescindible en la esfera empresarial y encuentra su compensación en la satisfacción que sienten los miembros de la empresa cuando logran cumplir aquello que aspiraban.

**Los bienes:** Son todas las cosas materiales que posee la empresa, constituyen su fondo patrimonial, por lo que se encuentran en todas ellas. Son de naturaleza variada, unos conforman un conjunto de fuerzas y sustancias naturales tales como la energía eléctrica, las minas, terrenos, etc., y otros conforman un conjunto de medios e instrumentos, como el capital real, fijo, etc.

**La organización:** La empresa es una entidad, es decir, una colectividad considerada como unidad compleja, que puede incluir varias sociedades (una corporación, compañía, institución, etc., tomada como persona jurídica), puede estar presente en diversos países y conformada por varias divisiones productivas, o un ente individual conformado por una sola persona (por lo general el propietario).

Además, la empresa es concebida como un sistema compuesto de diversos subsistemas:

- **El técnico económico:** Tangible (inversiones, equipo industrial, materiales, mercancías); intangible (tecnología, software, procedimientos industriales, métodos de análisis, patentes y marcas, etc.), es responsable de la productividad y rentabilidad de la empresa. En su conjunto determinan la capacidad técnica que es el conjunto de

---

228 Iniciación a la Organización y Técnica Comercial, de CHIAVENATO Idalberto, Mc Graw Hill, Pág. 4. citado por Iván Thompson, Ob. Cit.



conocimientos y habilidades que poseen los miembros de la empresa para realizar o ejecutar algo.

- El financiero: Recursos financieros líquidos, lo cual determina la capacidad financiera, es decir las posibilidades que tiene la empresa para realizar pagos e inversiones a corto, mediano y largo plazo para su desarrollo y crecimiento, además de tener liquidez y margen de utilidad de operaciones (por citar algunas).
- El humano: Propietarios, empleados y directivos, la empresa encargada a la satisfacción de las necesidades de los individuos.
- El Jurídico económico o de dirección: Se establece la calidad y grado de derechos y obligaciones que la empresa asume en su constitución y operaciones con relación a los demás sujetos. La empresa es una unidad de decisión y dirección.
- El cultural: Determina el desarrollo organizativo.
- El político o de poder: Establece el equilibrio interno, el gobierno y administración, los criterios de gestión, etc., es responsable de la eficiencia y eficacia de la gestión de la empresa.

En conclusión, las diferentes definiciones y conceptos de empresa que se han esbozado, nos permiten concebir a toda empresa como una organización conformada por elementos tangibles (elementos humanos, bienes materiales, capacidad financiera) e intangibles (aspiraciones, deseos, realizaciones y capacidad técnica); cuya finalidad hasta ahora se ha presentado como la satisfacción de las necesidades y deseos de la sociedad para la obtención de una utilidad beneficio o lucro.

#### *4. Evolución del concepto de empresa*

La empresa además de su profundo significado económico, tiene también un significado social que se ha venido acentuando. La empresa no es un fortín amurallado, no es una isla, es decir no es una estructura cerrada, sino que también percibe valores del exterior, crea rentas, obtiene recursos a través del mercado de capitales, establece relaciones, etc. Esto hace necesario el abandono de algunas posiciones puristas, para replantear conceptos de empresa que integren nuevos elementos y/o que nos ofrezcan una visión más amplia de los fines u objetivos que debe cumplir esta realidad económica social.

Para Idalberto Chiavenato, la empresa *"es una organización social que utiliza una gran variedad de recursos para alcanzar determinados*



*objetivos*"<sup>229</sup>. Explicando este concepto, el autor también menciona que la empresa *"es una organización social por ser una asociación de personas para la explotación de un negocio y que tiene por fin un determinado objetivo, que puede ser el lucro o la atención de una necesidad social"*<sup>230</sup>.

Según Zoilo Pallares, Diego Romero y Manuel Herrera, la empresa es *"un sistema dentro del cual una persona o grupo de personas desarrollan un conjunto de actividades encaminadas a la producción y/o distribución de bienes y/o servicios, enmarcados en un objeto social determinado"*<sup>231</sup>.

En ambos conceptos observamos, que además de los elementos meramente económicos, tales como producción, bienes y servicios encaminados a la obtención del lucro, se da mayor preponderancia al elemento humano que a través de la organización que constituye la empresa, también se persigue un interés no necesariamente lucrativo sino en atención a una necesidad social, o un objeto social determinado. La definición clásica de empresa ha sido relegada por estas nuevas concepciones que integran nuevos objetivos dándole a la misma un nuevo significado.

Para Fernando Llena, *"Los cometidos de la entidad empresarial actual sobrepasan el papel tradicional de creación de riqueza debido a la existencia de múltiples interrelaciones sociales entre los distintos agentes, las cuales ha provocado la aparición de mayores responsabilidades para las compañías y, en definitiva, mayores funciones para conseguir cubrirlas"*<sup>232</sup>.

De igual manera, Amaia Arizkuren Eleta, plantea la integración de nuevos elementos al concepto de empresa al decir que: *"La idea de que*

---

229 Idem.

230 PALLARES Zoilo, ROMERO Diego y HERRERA Manuel, Hacer Empresa: Un Reto, Cuarta Edición, Fondo Editorial Nueva Empresa, 2005, Pág. 41, citado por Iván Thompson, Ob. Cit.

231 LLENA MACARULLA, Fernando. (2001). Profesor de la Universidad de Zaragoza (España): *La responsabilidad social de la empresa*. Página web. Dirección: <http://www.5campus.com/leccion/medio13>. Consultado Noviembre 2008.

232 ARIZKUREN ELETA, Amaia. (1995). *"Una aproximación al ambiguo concepto de responsabilidad social de la empresa"*. Estudios Empresariales. Nº 89/3. Pag. 10-13. La Responsabilidad social de la empresa. El Marco Conceptual de la A.E.C.A y el Medio Ambiente. [www.eumed.net/tesis/2006/erbr/2d.htm](http://www.eumed.net/tesis/2006/erbr/2d.htm). Consultado. Noviembre 2008.



*empresa ha evolucionado desde un concepto cerrado como unidad económica cuyo fin es la maximización del beneficio, a un concepto abierto donde se la considera como un sistema en el que se incorporan tanto la organización interna como las interdependencias con el entorno. Esta evolución ha ido unida a importantes cambios de todo tipo, sociales, económicos, demográficos, etc. lo que ha condicionado y obligado a evolucionar la propia noción que se tenía sobre el concepto de responsabilidad social”<sup>233</sup>.*

En resumen, en relación al concepto o definición de empresa y a la variedad de opiniones vertidas, podemos decir que en el mundo están dándose un sinnúmero de importantes cambios sociales, económicos, demográficos, etc., que han determinado la evolución de una nueva noción de empresa. Ya no es, la obtención del lucro o la maximización de beneficios el único ni más importante de los fines que cumple la empresa.

Por tanto, queremos concluir este acápite afirmando junto con Fernando Llena, que *“La tendencia actual es hacia la flexibilidad en la definición de empresa, orientándose en definiciones abiertas en las que se la considera como un sistema social y abierto, en los que los asuntos y aspectos económicos se encuentran restringidos por las posibilidades y exigencias internas y externas a la empresa”<sup>234</sup>.*

### **III. Interrelación empresa y sociedad**

En un principio, esas exigencias externas que hemos venido comentando no se tenían en cuenta o más bien eran relegadas a un segundo plano, sin embargo en la actualidad es cada vez mayor la preocupación manifiesta de integrar y atender las relaciones entre la empresa y el entorno socioeconómico.

De acuerdo con Amaia Arizkuren Eleta, existen dos tipos de cambios fundamentales que exige la sociedad a la empresa: *“1) Cambios en la sociedad. Lo que implica una crítica al orden social y cultural imperante, la sociedad exige la mejora de su calidad de vida, y por lo tanto pide al mundo de los negocios que intervenga en la resolución de problemas que se plantean como la conservación de la energía, la contaminación, etc. 2) Cambios en las relaciones empresa-sociedad. Debido a la*

233 Llena, F : Ob. Cit.

234 ARIZKUREN ELETA, Amaia. Ob. Cit.



*creciente concentración de poder económico en unas cuantas personas y firmas. Lo que muchas veces provoca una actuación con falta de ética que provoca el rechazo de amplios sectores de la sociedad que pide un mayor control que permita la garantía de que su comportamiento se corresponda con lo que la sociedad espera de las empresas*<sup>235</sup>. En relación a esta propuesta, que consideramos correcta pero limitada en su concepción europea de la realidad socioeconómica que no incluye a América Latina, nos permitimos especificar los cambios en la sociedad que demanda de los diferentes sectores sociales una mejor distribución de la riqueza, la empresa debe contribuir a ir cerrando cada vez más la inmoral e inhumana brecha entre ricos y pobres, no basta la conservación de los recursos naturales y la protección del medio ambiente, sí la explotación de estos recursos, aunque racional y controlada, sólo va a beneficiar a un reducido sector de la población.

En cuanto a los cambios de la relación empresa-sociedad, consideramos que es por esa concentración excesiva de poder económico en unas cuantas personas y firmas, que la sociedad demanda una conducta ética de la empresa, de una gestión transparente, que permita diferenciar entre propiedad y dirección de la empresa, que ayude a establecer un equilibrio entre los intereses propios y los de diferentes grupos de referencia, que ofrezca productos de calidad y a precios correctos para los consumidores, dentro de una libre competencia.

La inclusión de estos nuevos elementos en una nueva visión de la empresa que considera o integra las exigencias externas supone asumir una responsabilidad que anteriormente no se tenía en cuenta y que sin embargo es determinante en la interrelación existente entre empresa y sociedad.

Recíprocamente, la empresa sufre la influencia de la sociedad y la sociedad recibe la influencia directa de la empresa, por ser ésta una de las principales instituciones socioeconómicas que la integran. Es interesante ver como la empresa puede provocar, cambios en la sociedad a través de su propia configuración, estructura exigencia y evolución, por ejemplo la disminución o el aumento en la producción de bienes que cubran las necesidades básicas de la sociedad, la implantación por marketing

---

235 LEGUIZAMÓN, María Laura “La Responsabilidad Social Empresaria”. Trabajo presentado para el Congreso Internacional Responsabilidad Social Empresarial, Universidad y Desarrollo. Buenos Aires, 4, 5 y 6 de septiembre de 2006. p. 1



de determinados productos, la moda, etc., todo esto va a influir en los niveles de calidad de vida de ésta, igual que su desequilibrio podría determinar cambios importantes en la sociedad. A su vez la empresa se ve influenciada por la sociedad en su propia estructura organizativa, en los procesos de toma de decisiones, estructura de gobierno, etc.

María Laura Leguizamón, expresa que: “... las empresas – agentes importantísimos de la sociedad moderna – integren preocupaciones de índole social y ambiental en sus operaciones y en sus interacciones con los empleados, los accionistas, los inversores, los proveedores, los clientes y las comunidades en las que se encuentran inmersas.”<sup>236</sup> Es pues, esta interrelación inevitable y vital de la empresa con la sociedad, la que determina que surjan nuevas exigencias y responsabilidades de la empresa, que no se limitan a la maximización de sus beneficios, puesto que también deben responder a sus empleados clientes, proveedores, la comunidad donde están situadas y a la sociedad en general.

En definitiva creemos que esta visión de la empresa como sistema socioeconómico abierto debe perseguir resultados que concilien los intereses de todas las partes interesadas, es decir tanto el beneficio para sus accionistas como el desarrollo de sus empleados, consumidores, proveedores y sociedad en la cual la empresa afecta o es afectada por la misma, sin dejar por fuera el cuidado y preservación del ambiente<sup>237</sup>.

#### **IV. Responsabilidad social empresarial (RSE): Evolución, generaciones y conceptos**

##### *1. Evolución de responsabilidad social empresarial<sup>238</sup>*

A pesar que el tema de la responsabilidad social empresarial o responsabilidad social corporativa, es aparentemente de reciente aparición, es posible identificar en algunos países latinoamericanos,

---

236 LEGUIZAMÓN, María Laura. Ob.cit. “Tanto interna como externamente se debe tener una visión sistémica de la empresa, de manera de comprender cómo las acciones de una corporación llevan a la generación de resultados que deben ser analizados en tres dimensiones: económica-financiera, ambiental y social. En inglés se conoce este concepto como la “Triple P” (Profit, Planet, People).”

237 Toda esta sección, ha tenido como referencia básica el acápite: PyMEs y RSE desde una Perspectiva Latinoamericana, del libro: “Responsabilidad Social de la Empresa en las PyMEs de Latinoamérica” Antonio Vives del Banco Interamericano de Desarrollo, Antonio Corral de IKEI e Iñigo Isusi de IKEI p. de la 9 a la 16.

238 Perdiguero, T.G. (2003). La responsabilidad social de las empresas en un mundo global. Ed. Anagrama. Barcelona. Citado por Moreno, Charro. Presidenta del Club de la Comunicación, en el artículo: “Definición del concepto de responsabilidad social empresarial” del Libro: “Estrategia y conducta social de la organización.” p. 18



inclusive en Nicaragua, actuaciones como prácticas “socialmente responsables” aunque con algunas diferencias según los distintos países donde se dieron. Así, podríamos encontrar en el siglo XVIII y XIX, actuaciones de la iglesia católica catalogadas como obras de “caridad” en iniciativas de asistencia social, financiadas a través de donaciones de agentes privados y a requerimientos de orden fundamentalmente ético o religioso.

A comienzos del siglo XX en algunos países las empresas, aunque de manera informal, sin que sea parte de su estrategia empresarial ni de un marco de ideas preciso, impulsan voluntariamente acciones llamadas “filantrópicas” (tanto financieras como no financieras), basadas en donaciones orientadas a instituciones de beneficencia y obras sociales tanto religiosas como laicas.

Es hasta después de la segunda guerra mundial, en los años cincuenta, en Estados Unidos donde comienza a reflexionarse sobre el tema, es *“cuando se producen las primeras contribuciones teóricas relevantes sobre el concepto de “responsabilidad social empresarial” en su sentido moderno, aunque en este primer período las relaciones empresa sociedad no constituyen todavía un foco importante en las preocupaciones de la comunidad científica, ni ocupa un lugar destacado en el debate público”*<sup>239</sup>. Este debate continúa durante los años sesenta y setenta, cuando en la Nación norteamericana se da una explosión de demandas sociales originadas por la pobreza, el racismo y la contaminación y se ve, en la responsabilidad social de las empresas una solución a estos problemas sociales.

Durante la guerra de Vietnam y contra el apartheid, con el surgimiento de la sociedad civil, se alienta a los ciudadanos a involucrarse de manera más activa con la comunidad desde otros ámbitos que escapan al enfoque meramente económico, castigando a algunas empresas no comprando sus productos si consideraban que estas colaboraban al establecimiento de regímenes políticos o cometían actuaciones empresariales censurables. Se provocó un desplazamiento de las preocupaciones teóricas hacia el campo de las relaciones empresa sociedad. Durante este período

---

239 Citado por Moreno, Charro. Presidenta del Club de la Comunicación, en el artículo: “Definición del concepto de responsabilidad social empresarial” del Libro: “Estrategia y conducta social de la organización.” p. 19 y 20.



fundamental importancia reviste “la declaración de 1971 del *Comitee for Economic Development*, que describe la responsabilidad social de las empresas en tres círculos concéntricos:

*Círculo interno. Incluye las responsabilidades y funciones económicas para el normal funcionamiento de la empresa.*

*Círculo intermedio. Compagina la función económica con la sensibilidad y conocimiento del cambio de valores y prioridades de la sociedad: respeto al medio ambiente, más rigurosa información a los clientes, mejora en las relaciones con los empleados, etc.*

*Círculo externo. La empresa asume un nuevo papel de responsabilidades, aún no muy definidas, dirigidas a mejorar el entorno social, no tanto porque la sociedad crea que los problemas los ha ocasionado el sector empresarial sino porque piensa que cuenta con los medios para ayudar a solventarlos”<sup>240</sup>.*

Hasta mediados de los ochenta, las actividades sociales de las empresas (fundamentalmente las grandes) se van a formalizar y desarrollar con la figura jurídica de las fundaciones, especialmente con las de carácter corporativo, hecho éste que se ve correspondido con el desarrollo en numerosos países, de legislación destinada a estimular las donaciones privadas de los contribuyentes de primera categoría.

Grandes empresas privadas nacionales de países como Argentina y Chile, comienzan a gestar la noción de la responsabilidad social interna para con sus empleados. Resulta curioso, que en Nicaragua durante la década de los ochenta, es el Gobierno de esa época quien impulsa a manera de reivindicación, a lo interno de las empresas estatales, pero también impone en las grandes empresas privadas el inicio de programas de atención a las necesidades de sus empleados, y posteriormente de alguna manera los formaliza en la legislación nacional laboral y de seguridad social.

---

240 En Chile, la Ley 18.681, artículo 69, permitía descontar a las empresas del pago de impuesto a la renta parte de las donaciones destinadas a Universidades e Institutos profesionales estatales y privados o la Ley 19.247, artículo 3, que promueve las donaciones con fines educacionales y fomenta la participación de la empresa privada en el mejoramiento de la calidad de la educación. Igual pasa en Nicaragua en materia fiscal, se estimula a las empresas para que inviertan en proyectos sociales, pudiendo descontar del pago del impuesto a la renta hasta el 10% de su renta anual.





Siempre durante los años ochenta, aparece el concepto de “inversión social”, el cual consistía fundamentalmente en que se promueven acciones de las empresas en materia social que no sean asistencialistas, sino que promuevan el desarrollo de las comunidades en un sentido amplio y no se limite solamente a la satisfacción de necesidades<sup>241</sup>. También durante este período, toman importancia las políticas de gestión medioambiental, basadas en las teorías de desarrollo sostenible. A mediados de los años noventa, toda esta forma de acción hasta ahora referenciada comienza a denominarse, con variaciones según los países, con la expresión “responsabilidad social empresarial” (RSE).

La tendencia en los últimos años, refleja un pensamiento más amplio del concepto de RSE, hay mayor aceptación y difusión del mismo y una creciente implementación de sus prácticas, ya no solamente entre las empresas, sino también entre distintas organizaciones como Universidades, Escuelas de negocios, ONG, Fundaciones de empresas, etc., las que de diferentes maneras, abordan la temática de responsabilidad social.<sup>242</sup>

## 2. Generaciones de RSE

Hemos visto como ha venido evolucionando en el tiempo un concepto de RSE, desde la denominación religiosa de caridad, pasando por la calificación altruista de filantropía al tecnicismo de inversión social, hasta llegar a la RSE. Cada una de estas concepciones presenta diversos elementos que en algunos casos les son comunes lo cual hace que en algún momento los confundamos por sus similitudes, sin embargo también se presentan otros elementos que les son únicos y los caracterizan y diferencian entre si. Con ayuda de Caravedo<sup>243</sup> y a manera de resumen podemos establecer una relación comparativa de esos elementos que nos ayudan a diferenciar entre estas categorías.

Aunque la caridad no constituye una acción de RSE, precisamente es oportuno relacionarla en cuanto ésta, encuentra su motivación en

241 En el año 2001 se lanza en México la primera convocatoria para poder obtener el distintivo de ESR a la empresa socialmente responsable, en tanto que en el 2003 se crea el Foro de Empresas Socialmente Responsables (integrado por 50 empresas y 38 Fundaciones Empresariales mexicanas).

242 Caravedo, B., “Perú: empresas responsables”, SASE y Perú 2021, Lima, 1998. Citado en el Libro: “Responsabilidad Social de la Empresa en las PyMEs de Latinoamérica” Antonio Vives del Banco Interamericano de Desarrollo, Antonio Corral de IKEI e Iñigo Isusi de IKEI. p. 17

243 Libro Verde Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas. Presentado por la Comisión de las Comunidades Europeas. Bruselas, 18.7.2001 COM(2001) 366 final. p 7.



fundamentos éticos-religiosos cristianos y su fuente principal de recursos son las donaciones de agentes privados y principalmente persigue con la realización de buenas obras que los donantes expíen sus pecados para la salvación de su alma. Quien decide totalmente qué acciones emprender es la iglesia católica y sus actuaciones son meramente asistencialistas por lo que su impacto es ajeno totalmente a la empresa.

La primera generación de RSE es filantrópica, caracterizada por actividades al margen del negocio, sin ninguna connotación estratégica y con costos para la empresa relativamente insignificantes.

Tradicionalmente, hemos confundido o relacionado a la RSE con actividades filantrópicas, sin embargo este enfoque ha venido cambiando, sobre todo cuando la visión de RSE se integra a la empresa como parte de su estratégica y es relacionada con la competitividad, trascendiendo la orientación de carácter filantrópico y de cumplimiento legal. La filantropía empresarial, tiene una motivación altruista, su fuente de recursos son exclusivamente las utilidades de la empresa y lo que se persigue es mejorar la calidad de vida de la sociedad para satisfacción personal, por lo que su impacto es en el entorno externo de la empresa. La instancia encargada en la toma de decisiones es el directorio. Estas acciones se miden mediante reportes de actividades de la institución ejecutora.

La segunda generación la constituye la llamada inversión social, en ella hay una relación mucho más estrecha entre la conducta empresarial responsable y los beneficios para el negocio, es decir conlleva un análisis más profundo de los costos y beneficios de la RSE, y principalmente se persigue la obtención de beneficios para la empresa a través de brindar beneficios que mejoren la vida de la comunidad de influencia de la empresa, por lo que su principal impacto es en el entorno externo de la empresa, pero también se busca el mejoramiento de la imagen y reputación de la empresa.

La responsabilidad social a este nivel inicia a formar parte del pensamiento estratégico de la empresa, se trata de mejorar la reputación, fortalecimiento de las marcas, o de innovar productos, servicios y procesos. Los fondos a utilizar salen principalmente del presupuesto de la empresa y la toma de decisiones es más expedita y corresponde a la



Presidencia del Directorio, gerencia general o a Comités Especiales. Los efectos de los impactos de las acciones se hacen mediante evaluaciones de procesos, no periódicas, eventualmente evaluaciones de impacto y/o apreciaciones sobre la repercusión de la acción.

Finalmente la tercera generación de RSE, que es la actual o más recientemente desarrollada, persigue principalmente la obtención de beneficios para sus trabajadores, sus familias y la comunidad en la que se asienta, con la finalidad de obtener beneficios para la empresa en el mediano y largo plazo, es decir involucra la necesidad de acciones colectivas entre las empresas y públicos de interés alineadas hacia el logro de la competitividad responsable. En este nivel, la RSE se da a una escala más amplia, tiene como objetivo la mejora de la calidad de vida de la sociedad en general, de la comunidad de influencia de la empresa y de la productividad de los trabajadores, por lo que su impacto se localiza en el entorno externo e interno de la empresa, con ello persigue incrementar la reputación e imagen de la empresa y como consecuencia el incremento de sus utilidades. La conceptualización de la RSE más reciente tiene una connotación claramente estratégica y vinculada a la competitividad, los recursos para su implementación no sólo provienen de las utilidades y/o fondos del presupuesto de la empresa, sino también de equipos y recursos humanos de la misma empresa.

En esta tercera generación, se reflexiona sobre cuál debe ser la conducta empresarial responsable, cuál debe ser el impacto de las acciones de RSE, se incluye la discusión de temas relevantes para el negocio tales como la gestión del recurso humano, la administración ambiental, el desarrollo de proveedores, la ética, el manejo de las relaciones con los clientes e inversionistas, entre otros temas. Por su importancia, las decisiones descansan en el Presidente del Directorio, el Directorio, la Gerencia General y en Comités Especiales y en los Socios.

### *3. Conceptos de RSE*

Diversos estudios, coinciden en afirmar que no existe una definición única de RSE, sino que en las últimas décadas se han desarrollado varias conceptos en dependencia de los diferentes campos de trabajo e intereses concretos que sostienen cada uno de los autores, ya sean estos empresas, instituciones o académicos, por lo que se considera que este concepto se encuentra en pleno desarrollo.



Tal como hemos señalado, además de la comunidad empresarial, se han destacado en la elaboración de una definición de RSE instituciones internacionales como la Unión Europea, la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OECD), World Business Council on Sustainable Development (WBCSD), Business in the Community-UK, CSR Europe y el World Economic Forum (WEF) entre otras. Algunas de estas definiciones son:

La Unión Europea, en su Libro Verde para fomentar la responsabilidad social de las empresas, expresa que *“La mayoría de las definiciones de la responsabilidad social de las empresas entienden este concepto como la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores”*<sup>244</sup>.

AECA (2004), Marco Conceptual de la Responsabilidad Social Corporativa, puntualiza que la RSC 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 con quienes interactúa<sup>245</sup>.

El World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)<sup>7</sup>, Holme yWatts (2000) en una publicación de 1999 define la RSE como *“...el continuo compromiso de los negocios para conducirse éticamente y contribuir al desarrollo económico mientras mejoran la calidad de vida de sus empleados y familias, así como de la comunidad local y sociedad en general”*. El WBCSD, resalta que no existe una definición única de lo que significa la responsabilidad social de la empresa, pues generalmente ésta depende de la cultura, religión o tradición de cada sociedad. No existe una talla única, por lo que se debe diseñar una para cada caso y necesidad.<sup>246</sup>

Según el Fórum Empresa, *“aunque no exista una definición única de la responsabilidad social empresarial, ésta generalmente se refiere a una*

244 Comisión de responsabilidad social corporativa. Página de Internet, <http://www.aeca1.org/comisiones/rsc/rsc.htm> Consultado noviembre 2008

245 El World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) es una asociación global que trata de la inserción del desarrollo sostenible en los negocios. Cuenta con aproximadamente 190 empresas asociadas. Página de Internet del WBCSD, <http://www.wbcscd.ch>, consultada en abril de 2007. Fuente El Argumento Empresarial de la RSE: 9 casos de América Latina y el Caribe. p. 6

246 El Forum EMPRESA es una red hemisférica de organizaciones empresariales que promueven la RSE en las Américas. En 2007 contaba con 22 organizaciones que representan a 20 países en la región y reúne cerca de 3.500 empresas a través de las organizaciones miembros. Página de Internet del Forum EMPRESA, <http://www.empresa.org>, consultada en noviembre de 2008.



*visión de los negocios que incorpora el respeto por los valores éticos, las personas, las comunidades y el medio ambiente. La RSE es vista por las compañías líderes como algo más que un conjunto de prácticas puntuales, iniciativas ocasionales o motivadas por el marketing, las relaciones públicas u otros beneficios empresariales. La RSE es un amplio conjunto de políticas, prácticas y programas que, integrados en la operación empresarial, soportan el proceso de toma de decisiones y son premiados por la administración”<sup>247</sup>.*

La asociación Business for Social Responsibility (BSR) propone que la RSE implica “...lograr éxito comercial en formas que honren los valores éticos y respeto por la gente, comunidades, y el ambiente natural; abordando las expectativas legales, éticas, comerciales, y otras que la sociedad tiene de los negocios, y haciendo decisiones que balancean de modo justo las demandas de todos los grupos involucrados”<sup>248</sup>.

Por su parte el Instituto Ethos de Brasil afirma que: “La responsabilidad social empresarial es la forma de gestión definida a partir de la relación ética y transparente de la empresa con todos los grupos con los cuales ella está relacionada y por el establecimiento de objetivos empresariales compatibles con el desarrollo social sostenible, conservando recursos ambientales y culturales para las futuras generaciones, respetando la diversidad y fomentando la reducción de las desigualdades sociales”<sup>249</sup>. No obstante la falta de una definición común de RSE, las diferentes definiciones o conceptos ofrecidos coinciden en una serie de elementos comunes:<sup>250</sup>

247 La asociación Business for Social Responsibility (BSR) es una organización de fomento de prácticas de negocios que consideran los valores éticos, las personas, las comunidades y el medio ambiente. Por medio de herramientas, entrenamientos y servicios de asesoría, el BSR apoya las empresas miembros en el desarrollo de sus políticas y prácticas de negocios responsables. Página de Internet de BSR, <http://www.bsr.org>, consultada Noviembre de 2008.

248 El Instituto Ethos de Empresas y Responsabilidad Social es una asociación de empresas, sin fines lucrativos, creada con la misión de movilizar, sensibilizar y ayudar a las empresas a gestionar sus negocios de forma socialmente responsable. Con este propósito ha desarrollado una serie de indicadores de responsabilidad social. “Preguntas frecuentes”, Página de Internet del Instituto Ethos, <http://www.ethos.org.br>, consultada en noviembre de 2008.)

249 Elementos tomados de 1 libro: El Argumento Empresarial de la RSE: 9 casos de América Latina y el Caribe. p. 6 Juliano Flores, Enrique Ogliastri, Estrella Peinado-Vara e Imre Petra Editores. y de 1 libro: “Responsabilidad Social de la Empresa en las PyMES de Latinoamérica” Antonio Vives del Banco Interamericano de Desarrollo, Antonio Corral de IKEI e Iñigo Isusi de IKEI. p. 18.

250 El concepto de ‘stakeholder’ puede ser definido como aquellas personas o grupos que tienen (o reclaman tener) un derecho o un interés en las actividades pasadas, presentes y futuras de las empresas. En castellano se suele utilizar a veces la expresión “partes interesadas”. Ejemplos de ‘stakeholders’ incluyen los dueños, los propios empleados de la empresa, sus clientes y contratistas, sus suministradores, el medio ambiente o la comunidad en general. Tomado del libro Responsabilidad Social de la Empresa en las PyMES de Latinoamérica. Antonio Vives del Banco Interamericano de Desarrollo, Antonio Corral de IKEI e Iñigo Isusi de IKEI. p. 19.



- a) El punto de partida está ubicado por encima del cumplimiento legal
- b) El *compromiso cívico de las empresas* de operar de tal forma que agreguen valor social a la comunidad. a nivel local y/o regional.
- c) La *decisión voluntaria* de las empresas de adoptar prácticas de RSE.
- d) La consideración de los *intereses* de las diversas partes y la búsqueda de *beneficios para la sociedad y grupos involucrados (stakeholders<sup>251</sup>)*: Éste es un tema amplio, sin embargo algunas definiciones hacen una lista concreta que incluye las comunidades, consumidores, proveedores, empleados y familias como parte de la sociedad que debe beneficiarse de las operaciones de la compañía.
- e) El concepto de *ética empresarial y transparencia en los negocios*: La ética en estas definiciones frecuentemente va más allá de las expectativas tradicionales de los negocios, e incluye las expectativas de la sociedad acerca de lo que significa prácticas de negocio aceptables.
- f) La búsqueda de equilibrio en la *sostenibilidad económica, ecológica y humana*. La vinculación con el concepto y la estrategia del negocio, la supervivencia económica a largo plazo de la empresa y la generación de sólidas ventajas competitivas
- g) El *desempeño ambiental*: Aunque la RSE es un concepto amplio que atañe a distintas áreas del negocio, se resalta frecuentemente el desempeño en la conservación del medio ambiente.
- h) La *adaptabilidad*: Una de las definiciones hace referencia a la importancia de adaptar la RSE al contexto y realidad de las sociedades en las que operan las empresas, es decir en diseñar modelos de RSE a la medida, según las particularidades del entorno en que se desarrollan.

#### 4. Posiciones en contra y a favor de la RSE

Alejándonos de cualquier pretensión de elaborar un concepto unificador, creemos mejor precisar que, en las diferentes definiciones presentadas y sus elementos comunes revisados, encontramos un ensayo general que nos introduce al tema de RSE pero que de ninguna manera lo agota, por lo que coincidimos totalmente con lo que parece convertirse en un principio de adaptabilidad de la RSE, el cual entendemos como la

---

251 GARCÍA ECHEVARRÍA, Santiago. (1982). *Responsabilidad Social y Balance Social*. Ed. Mapfre. Madrid. Pag. 67-68. Citado en el artículo: La responsabilidad social de la empresa. El Marco Conceptual de la A.E.C.A y el Medio Ambiente. Página web: [www.eumed.net/tesis/2006/erbr/2d.htm](http://www.eumed.net/tesis/2006/erbr/2d.htm) consultada en noviembre 2008.



necesidad de que la responsabilidad social de la empresa deba ajustarse a la cultura, creencias y tradición de cada sociedad. No existe una receta o talla única, cada sociedad, cada empresa debe concebir o diseñar su propia forma de responsabilidad social según cada caso y necesidad.

Para Santiago García Echevarría, “el concepto de responsabilidad social depende de variables como:

- a) *El marco legal*. Referente al reparto de actividades sociales que tienen que prestarse a una sociedad moderna por instituciones supraempresariales, como el Estado (*Dimensión legal*), es decir las reglas del juego.
- b) *La presión social*. Debido a la posición más o menos crítica de la sociedad con respecto a la función de la empresa y el empresario. (*Dimensión social*).
- c) *La propia capacidad de Management*. A la dimensión ética y empresarial que conduzca al empresario a asumir determinadas funciones dentro de su función objetiva (*Dimensión ética*). A la exigencia de la propia organización empresarial y a su gestión respecto de los recursos humanos y sociales en el propio proceso económico (*Dimensión directivo-cultural*).<sup>252</sup>

De acuerdo con la anterior afirmación, cabe preguntarnos ¿Cuál debe ser el rol que deben jugar las empresas en las sociedades, qué responsabilidades deben asumir?

Esta, reflexión nos conduce a identificar básicamente dos posiciones relevantes sobre el papel y la responsabilidad de las empresas en las sociedades, la primera de ellas limita el rol de las compañías a la creación de valor para el negocio y su contribución al desarrollo a través de los mecanismos de mercado, la segunda posición plantea un cambio radical con respecto a la óptica empresarial tradicional de simple maximización de beneficios y parte de la necesidad de que las empresas tengan un papel más activo en el desarrollo y bienestar de la sociedad en su totalidad. Esto *“implica que la empresa tiene responsabilidades para con la sociedad que van más allá de la mera producción y comercialización de bienes y servicios para satisfacer necesidades humanas. También implica que las empresas asumen compromisos no sólo con los inversionistas sino también con los grupos de interés muy variados; y, aún más, que las*

252 SULBARÁN, Juan Pedro, El concepto de Responsabilidad Social de la Empresa. Revista Económica No. 10 Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Universidad de los Andes. p. 228.



*empresas tienen responsabilidades en el sentido de cooperar con la comunidad en la solución de problemas, muchos de los cuales ellas han contribuido a crear*<sup>253</sup>.

#### 4.1. Posiciones en contra de la RSE

A partir de esta clasificación, entre quienes esgrimen una posición contraria a la RSE, se destaca Milton Friedman, economista defensor del libre mercado y sus seguidores contemporáneos, quien argumentó que, *“...existe una y solo una responsabilidad social para los negocios: usar sus recursos e involucrarse en actividades dirigidas a aumentar ganancias, mientras respete las reglas del juego, es decir, involucrarse en una abierta y libre competencia sin practicar actividades fraudulentas... porque el negocio del negocio es el negocio...”*<sup>254</sup> dicho de otra manera, desde su punto de vista, la función no solamente básica sino la única que debe perseguir la empresa, es el aumento de utilidades bajo principios éticos determinadas por un marco legal preestablecido.

Friedman afirma que *“en una empresa libre, en un sistema de propiedad privada, un ejecutivo corporativo es un empleado de los propietarios del negocio. Él tiene una responsabilidad directa ante sus patronos. Esa responsabilidad consiste en dirigir la empresa conforme sus deseos, los cuales generalmente consistirán en ganar tanto dinero como sea posible conformándose a la vez a las reglas básicas de la sociedad, aquellas incorporadas en las leyes y aquellas incorporadas en la costumbres éticas....*

*.... En tanto que estas acciones reduzcan los rendimientos para los inversionistas, él estará gastando el dinero de ellos. En tanto sus acciones eleven el precio a los clientes, él estará gastando el dinero de los clientes.”*<sup>255</sup> A través de este enfoque, Friedman escandaliza, sobre un peligro de extinción que corre el sistema de libre empresa y trata de enclaustrar las acciones de quienes están al frente de las empresas recordándoles que son subordinados de los accionistas a quienes

253 FRIEDMAN, Milton. (1970).“The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits”. *NewYork Times Magazine*, 13 de Septiembre.) Citado por El Argumento Empresarial de la RSE: 9 casos de América Latina y el Caribe.p. 7 Juliano Flores, Enrique Ogliastri, Estrella Peinado-Vara e Imre Petra Editores.

254 FRIEDMAN, Milton. “Does Business Have Social Responsibility”, *Administración Moderna*, p. 543. Citado por Sulbarán Juan Pedro, El concepto de Responsabilidad Social de la Empresa. *Revista Económica* No. 10 Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Universidad de los Andes. p. 238.

255 Citado por SULBARÁN, Juan Pedro, en *Obg. Cit.*





deben servir y para con quien tienen responsabilidades, por tanto sus actividades deben estar únicamente orientadas hacia la maximización de la ganancia para sus patronos, cualquier otra actividad que no esté directamente asociadas con el manejo del negocio, que reduzca esas ganancias (decidir la donación o gasto del dinero), es tratada como un robo, pues afirma, se gasta el dinero que pertenece a los accionistas de igual manera sí esto repercute o se traslada en el precio dado al cliente se le roba dinero al cliente, en ambos casos se estaría disponiendo de fondos que en realidad no les pertenecen.

A nuestro entender, la posición de Friedman, trata de establecer la imposibilidad de que interactúen conjuntamente los intereses de los dueños del negocio y de la sociedad, por que los primeros quieren lograr utilidades y la segunda bienestar social, tanto así que esto podría conllevar a la extinción misma de la institución empresarial sí ésta es continuamente forzada a adoptar un comportamiento social que esté en conflicto directo con los objetivos de la propia empresa.

En el mismo sentido que Friedman, Theodore Levitt, plantea que *“la esencia del sistema de libre empresa es ante todo la obtención de un beneficio lo cual es consistente con las propias leyes de la supervivencia en un sistema económico”*<sup>256</sup>. En fin para Levitt, la maximización de beneficio es la naturaleza misma de la empresa.

Ambos exponentes excluyen el bienestar social como una responsabilidad de la empresa, relegando esto a una función del Gobierno, por lo que se debe dejar que éste realice las labores que le son propias enfrentándolo solamente cuando de una u otra forma se entrometa o entorpezca las funciones y responsabilidades básicas de la libre empresa.

#### 4.2. Posiciones a favor de la RSE

No obstante la posición en contra de la RSE, este tema ha tomado un interés creciente en el ámbito latinoamericano, en los años recientes han aparecido voces de miembros de organizaciones de la sociedad civil, académicos, empresarios, ejecutivos de corporaciones, como entre las propias empresas, que están comprometidos con la responsabilidad

---

256 Correa, M. E.; Flynn, S. y Amit, A. (2004). *Responsabilidad social corporativa en América Latina: una visión empresarial*. CEPAL, Serie: Medio ambiente y desarrollo, Santiago de Chile. 2004. Citado en libro: *El Argumento Empresarial de la RSE: 9 casos de América Latina y el Caribe*. p. 7. Juliano Flores, Enrique Ogliastrì, Estrella Peinado-Vara e Imre Petra Editores.)



social y que son cada vez más conscientes de su importancia estratégica, de forma que la perspectiva de la responsabilidad social comienza a estar incorporada al discurso empresarial y por tanto resulta decadente la lógica del “*negocio del negocio es el negocio*”.

Especialmente en las empresas grandes (las multinacionales) que requieren altos niveles de competitividad, se analiza la introducción y permanencia de las compañías en los mercados globales, lo cual implica no solamente un análisis comercial o financiero, sino que contiene dimensiones de transformación social, política y ambiental, cada vez más se asocia la competitividad, con una visión empresarial ética y de mayor solidaridad que permita atender las necesidades del entorno.

Según Correa, existen tres conceptos que subyacen a este cambio hacia una visión empresarial responsable: (1) el reconocimiento de la importancia social de la empresa, (2) la gestión de efectos en la totalidad de la cadena de valor, y (3) la consulta y comunicación con los involucrados. El primero de los conceptos, la importancia social de la empresa, parte “de la base de que una empresa cumple un papel en la sociedad que va más allá de su mera función económica o filantrópica”. Por medio de contribuciones positivas la empresa puede participar activamente en el desarrollo de la calidad de vida de las personas y apoyar la minimización de los impactos ambientales resultantes de las actividades de producción y consumo. A su vez, la gestión de efectos exige que las empresas comprometidas con el desarrollo social que identifiquen y asuman su responsabilidad sobre la totalidad de los efectos que genera su cadena de valor. Esta perspectiva incluye los impactos desde la compra de materia prima hasta el uso del producto final por parte del consumidor. Por último, la interacción con los grupos involucrados indica que la “*empresa no puede determinar por sí sola su importancia social ni la contribución que debe hacer a la sociedad*”. Como cada empresa “*posee un conjunto único de públicos interesados, cuyos intereses, expectativas y preocupaciones definen la responsabilidad social de la misma*”, ella debe entrar en un proceso continuo de diálogo con los diferentes grupos interesados.<sup>257</sup>

La posición a favor de la RSE, principalmente la enfoca como una nueva manera de hacer negocios mediante el compromiso empresarial de contribuir al desarrollo sostenible de todas las “partes interesadas” (stakeholders) de la empresa. “*Es una nueva forma de hacer negocios, y va mucho más allá que la filantropía. Hoy la empresa debe sentirse*

257 DIETRICH, Mathías W., Director Ejecutivo de INIRSE Nicaragua, en Revista Comercio, edición 42 septiembre-octubre 2008. Artículo: Construir puentes que unan empresas, sociedad civil y Estado.



*responsable para impulsar el desarrollo socioeconómico del país, la RSE es una excelente oportunidad y creciente necesidad de construir puentes entre la empresa, la sociedad civil y el Estado...*<sup>258</sup>. En otras palabras se incorpora a la RSE no solamente como una forma de realizar trabajos sociales en la comunidad, sino más bien como parte de la estrategia de la empresa, como parte de la gestión del negocio y sus valores.

De acuerdo con María Laura Leguizamón, la “... RSE es una noción que implica que las empresas – agentes importantísimos de la sociedad moderna – integren preocupaciones de índole social y ambiental en sus operaciones y en sus interacciones con los empleados, los accionistas, los inversores, los proveedores, los clientes y las comunidades en las que se encuentran inmersas”<sup>259</sup>.

Contrario al planteamiento de Freadman, Carlos March plantea que “... la empresa moderna, en una sociedad cada vez más compleja, ya no debe limitarse a producir bienes y servicios privados, sino que también debe asumir su responsabilidad en la construcción de bienes y servicios públicos. Al mismo tiempo, la empresa ya no puede limitarse a operar para sus dueños y accionistas, sino que debe involucrarse en la construcción de comunidad. La desafiante misión de la empresa, que era crear valor económico y financiero, ahora se amplía a la creación de capital social”<sup>260</sup>. Tanto así, que la responsabilidad social se ha convertido en un recurso estratégico para la sobre vivencia de las organizaciones públicas y privadas, convirtiéndose (la práctica de la RSE) en una cuestión rentable, en la respuesta comercial ante la necesidad de un desarrollo sostenible que proteja el medio ambiente y a las comunidades sin descuidar los temas económicos, es decir es actualmente la dimensión social es la que inclina la balanza al momento de emitir juicio sobre la

258 LEGUIZAMÓN, María Laura “La Responsabilidad Social Empresaria”. Trabajo presentado para el Congreso Internacional Responsabilidad Social Empresarial, Universidad y Desarrollo. Buenos Aires, 4, 5 y 6 de septiembre de 2006.

259 MARCH, Carlos. Representante en Buenos Aires de la Fundación AVINA. “La Empresa como Agente de Cambio” Trabajo presentado para el Congreso Internacional Responsabilidad Social Empresarial, Universidad y Desarrollo. Buenos Aires, 4, 5 y 6 de septiembre de 2006.

260 GONZÁLEZ, I.A. y otros, “Responsabilidad Social Empresaria. Análisis, comparaciones y propuestas sobre el comportamiento del "ciudadano empresa". Normativa y realidades. Una visión integral incluyendo Argentina”. IDEA, Buenos Aires, 2003. Citado en el libro: “Responsabilidad Social de la Empresa en las PyMEs de Latinoamérica” Antonio Vives del Banco Interamericano de Desarrollo, Antonio Corral de IKEI e Iñigo Isusi de IKEI. p. 19.



calidad de una determinada actividad empresarial, es por ese motivo que las empresas persiguen otros beneficios como ser más atractivas para los clientes, para sus empleados y para los inversionistas; razón por la cual son más competitivas y pueden obtener mayores ganancias.

Aunque la RSE aparece como un tema relativamente reciente y procedente de otros ámbitos geográficos (EE.UU. o Europa), se presenta con vocación de quedarse entre las prioridades del tejido productivo latinoamericano. Así, algunos autores, sintetizan la percepción actual del concepto diciendo que *“la responsabilidad social empresarial es una realidad que ha llegado para quedarse, de forma que los reduccionismos cortoplacistas de visualizar al ente empresario como un mero productor de rentabilidad para sus dueños pierden vigencia ante la realidad económica y social”*<sup>261</sup>.

Los argumentos vertidos a favor, parecen confirmar la existencia dentro del concepto de RSE, de dos dimensiones complementarias entre sí: por un lado la responsabilidad interna que se relaciona con el grupo de afectados por la actividad empresarial que corresponden a su entorno inmediato (relacionada con el público interno de la organización, conformado por sus trabajadores (colaboradores), además de los clientes que al margen de sus derechos legales pueden esperar atención más directa, mejor calidad de producto, etc., proveedores y accionistas) y, por otro lado, la responsabilidad externa, referido a un círculo más alejado, aunque siempre relacionado con ella, que constituiría su entorno general y cuyo objetivo primordial es el de atender a los agentes externos a la actividades de la empresa, como el medio ambiente, la comunidad local donde la empresa ejerce su actividad y se nutre en buena medida de mano de obra y servicios o la sociedad en general como sujeto pasivo de residuos, ruidos, polución y otras agresiones ecológicas.

## V. Iniciativas y temas claves de RSE

Una vez que hemos hecho el esfuerzo por presentar las diferentes definiciones de RSE, nos corresponde determinar qué es lo que hacen las empresas en la práctica por ser socialmente responsables basadas

---

261 FLORES, Juliano; OGLIASTRI, Enrique; PEINADO-Vara, Estrella e PETRA, Imre. Editores del libro *El argumento empresarial de la RSE: 9 casos de América Latina y el Caribe*. p. 1



en esa concepción. Sí bien es cierto hemos afirmado que no existe una receta o talla única sobre lo que debe ser la RSE y que cada empresa deba ajustarse a la cultura, creencias y tradición de cada sociedad, entonces lógicamente podemos asegurar que en general, esas prácticas también varían de país a país y de cultura a cultura, y tienen un papel diferente en cada contexto, pero “... *las prácticas deben adaptarse al medio en el que se opera y la definición de lo que es responsabilidad de la empresa varía en cada contexto. Prácticas que pueden ser consideradas innecesarias, o hasta filantrópicas, en un país desarrollado pueden ser básicas en países en vías de desarrollo. La empresa puede verse forzada, para llevar a cabo sus negocios, a cubrir deficiencias en la prestación de servicios públicos*”<sup>262</sup>.

Si nos aferráramos a una posición meramente dogmática, sería inadmisibles considerar siquiera que algunas prácticas responsables de la empresa no sean necesariamente parte integral de la estrategia empresarial o que no estén directamente relacionadas con el negocio de la empresa, y sobre todo que no contribuya, de una manera tangible, a los beneficios netos de la empresa. Sin embargo, debemos considerar que la empresa debe tener discrecionalidad en cuanto al uso de sus recursos, siempre que su uso esté significativamente relacionado con el negocio y que de alguna manera contribuya al desarrollo de la empresa o de la sociedad.

Sí bien es cierto que la empresa no puede renunciar a su obligación de poder demostrar que todas sus actividades redundan en beneficios para los accionistas o dueños, también es cierto que los gerentes de empresa tienen la facultad de decidir sobre la administración de los recursos y pueden, discrecionalmente, dedicar parte de ellos a actividades que beneficien a terceros teniendo en cuenta que no perjudiquen a la empresa. Lo que no es aceptable es que estos recursos se utilicen en beneficio personal, lo cual muchas veces sucede bajo la excusa de la filantropía empresarial, donde se busca publicidad personal (más que institucional) con recursos de las empresas.

### *1. Iniciativas de RSE*

Según el libro producido por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), “El argumento empresarial de la RSE: 9 casos de América Latina y el Caribe”, que hemos venido analizando y citando insistentemente,

262 Revista del diario La Prensa, “RSE Generando Riquezas para Todos.” Lunes 29 de octubre 2007. p 49



en los últimos años en América latina, se vienen desarrollado una serie de iniciativas que trabajan tanto en la promoción de la RSE como en la identificación de indicadores y metodologías de informes de responsabilidad. Esas organizaciones promotoras de la RSE, son en su mayoría, organizaciones sin fines de lucro y tienen como misión la promoción del desarrollo sostenible a escala internacional. Entre estas iniciativas podemos destacar:

- *Los fondos de inversión socialmente responsables*, concretamente en Nicaragua, organizaciones como la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID) financian programas como “Alianza” ejecutado por la organización *Research Triangle Institute* (RTI), que cuentan con un fondo de inversión destinado a proyectos sociales formados por una relación de un dólar aportado por USAID y dos por las empresas y/o por las organizaciones que integren la alianza para desarrollar actividades diversas, por ejemplo con la Cámara Americana de Comercio (ANCHAM) en beneficio de la educación, mediante el apadrinando de centros escolares, incidiendo en la calidad de la de la enseñanza con asesoría pedagógica e introduciendo conceptos empresariales como la sostenibilidad tecnológica, la seguridad alimentaria y el empresarialismo; otra actividad es la desarrollada con Gran Pacífica como proyecto turístico de responsabilidad social sostenible, quien fomenta la construcción de infraestructura turística y crea oportunidades de empleo, negocios y progreso social para la comunidad, al tiempo que protege el medio ambiente<sup>263</sup>. Este tipo de fondos, sin descuidar la rentabilidad, toman en cuenta además del desempeño social y ambiental de las empresas, en el momento de decidir dónde harán su inversión porque de alguna manera esto podría afectar también al futuro desempeño financiero. Fundamentalmente, las empresas escogidas son aquellas que además de tener un buen resultado financiero hacen contribuciones positivas a la sociedad.
- *Los índices de sostenibilidad*, que están orientados a dar seguimiento al desempeño financiero de las empresas destacadas por sus prácticas de RSE. Estos índices han surgido principalmente en Norteamérica y Europa Occidental debido al aumento creciente de inversionistas éticos. Asimismo, la creación de estos índices surgió también por la

263 Tomado de la Revista del diario La Prensa, “RSE Generando Riquezas para Todos.” Lunes 29 de octubre 2007. p 57 y 59



necesidad de demostrar que el logro de desempeños sobresalientes en el plano financiero y social es compatible. Un ejemplo de este seguimiento podría ser la alianza desarrollada por el Consejo Mundial Empresarial para el Desarrollo Sostenible (*World Business Council on Sustainable Development* (WBCSD)), el Servicio Holandés de Cooperación al Desarrollo (SNV) y la Unión Nicaragüense para la Responsabilidad Empresarial (uniRSE) quienes tramitan oportunidades de negocios reales y sostenibles, en beneficio tanto de empresas como para el desarrollo de la sociedad, focalizando su esfuerzo en generar conciencia sobre el trabajo en nuevos modelos y oportunidades de negocios, buscando incentivos económicos, laborales y/o fiscales para las empresas que tomen la iniciativa de incluir a los sectores más pobres y a las comunidades de más bajos ingresos. Además de Nicaragua, esta misma iniciativa se implementa en Bolivia, Colombia, Ecuador, el Salvador, Guatemala, Honduras y Perú. En septiembre del 2007 el SNV y WBCSD firmaron un convenio con el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) para unir esfuerzos que permitan acelerar el desarrollo de Negocios Inclusivos de escala significativa.<sup>264</sup>

- Los estándares técnicos con esquemas de certificación, que corresponden a sistemas gerenciales comúnmente enfocados en el proceso de implantación, de verificación o de reporte de las prácticas socialmente responsables. Esto permite medir, garantizar y avalar lo que se está haciendo en materia de RSE. Según Mathías Dietrich, Director Ejecutivo de uniRSE a la pregunta de *“¿... por qué tiene que estar interesada la empresa en medir los resultados de su trabajo en ámbitos de la RSE? Es simple: la RSE siempre será un imperativo categórico para la empresa privada en el mundo de la globalización. Otros países lo demuestran, la RSE es la entrada en nuestros mercados y el sello de la nueva forma de hacer negocios responsables. La RSE bien aplicada es un instrumento más para la competitividad y la sostenibilidad de la empresa y la integra más a la sociedad”*<sup>265</sup> En Nicaragua Ramacafé es un caso emblemático quien ha implementado una serie de programas de reforestación, conservación de suelos, manejo integrado de desechos, producción de abono orgánico, protección de la vida silvestre y manejo integrado de

264 LÓPEZ, Miguel: Construir puentes que unan empresas, sociedad civil y Estado. p. 23. Revista de la Cámara de Comercio de Nicaragua “Comercio”.

265 Tomado de la Revista del diario La Prensa, “RSE Generando Riquezas para Todos.” Lunes 29 de octubre 2007. p 22 y 23.



plagas y enfermedades lo que le ha valido importantes certificaciones como UTZ Certified, Rainforest Aliance u C.A.F.E. practices de Starbucks.

Por otro lado, el SNV y uniRSE están sistematizando casos exitosos de negocios inclusivos, para divulgar como han funcionado, dar impulso a otros emprendimientos y tener insumo para la discusión en la temática. Además de las normas internacionales ISO 9000, ISO 1400 y SA 8000 se prevé se introduzca para el año 2010 un ISO 26000, para medir exclusivamente el tema de la RSE.

- Las cumbres y acuerdos internacionales, que, por un lado, son eventos de intercambio de experiencias y formación de redes de apoyo y fomento a la RSE y por otro, son declaraciones de compromiso con la RSE o temas relacionados a la sostenibilidad.
- Los principios de empresas precursoras en el terreno de la RSE, que han servido de inspiración y ejemplo para muchas otras empresas. El efecto de las iniciativas de empresas pioneras sumado a las crecientes presiones del entorno para que las empresas adopten mayores rangos de responsabilidad, ha generado un crecimiento marcado del número de empresas privadas, especialmente multinacionales, que han concebido a la responsabilidad social como un componente esencial en la gestión de sus negocios.

Vale la pena citar el ejemplo del Grupo Pantaleón, en Guatemala y Nicaragua, quien ha venido estableciendo una cultura de responsabilidad social que le ha permitido aumentar la productividad en el campo, en la fábrica y con sus empleados. Son muchos los proyectos que le han permitido transformar positivamente su entorno y la vida de sus colaboradores a la vez de reducir los costos de producción, lo que se traduce directamente en mayor rentabilidad y competitividad.

En la búsqueda de mejorar en RSE la Fundación Pantaleón, financia en su totalidad la casa Materna Refugio Belén, Chinandega, para mujeres embarazadas, lactantes y recién alumbradas, la cual ha contribuido a bajar los índices de mortalidad materna. Otro proyecto de la Fundación, es el Centro de Desarrollo Infantil Arco Iris, en la ciudad de Chinandega que beneficia a hijos de madres vivanderas del mercado. Además la Fundación brinda apoyo a cinco escuelas con primaria y secundaria





para adultos. En protección al medio ambiente se está desarrollando un programa de letrificación en diferentes comunidades cercanas al ingenio y el mejoramiento de agua potable e iluminación en las colonias. Así mismo la Fundación desarrolla, junto con la Alcaldía de Chinandega, un proyecto de manejo de desechos sólidos<sup>266</sup>.

Otro caso ejemplar lo constituye el Grupo Coen quienes a través de la Fundación Coen, vienen aplicando acciones de RSE como una inversión que les ha resultado sumamente rentable y beneficiosa con resultados tangibles en la productividad y reducción de costos operativos, decididos a conciliar los intereses de la actividad empresarial con las inquietudes de las demandas de la sociedad han integrado la acción social a la estrategia de todas y cada una de sus empresas. Como parte de su estrategia, el grupo Coen decidieron crear dos grandes proyectos: uno interno dirigido a sus colaboradores, clientes y su entorno mediante una gestión a través de las buenas prácticas de RSE. El otro proyecto es externo dirigido a los menos favorecidos de la sociedad nicaragüense a través de programas y proyectos en las áreas de educación, salud, obras sociales, cultura y medio ambiente<sup>267</sup>.

## 2. Temas claves de RSE

Pese a nuestra renuencia de buscar fórmulas mágicas que nos ayuden a encontrar las acciones ideales de RSE, no podemos dejar de identificar los temas claves que son contemplados a la hora de definir, promover y evaluar la estrategia de RSE de una empresa para conocer su grado de compromiso con la RSE, de tal manera que se puedan evaluar los avances en temas de responsabilidad social. Entre los temas más recurrentes encontramos:

- *Valores y principios éticos.* Para María Leguizamón “La ética y la responsabilidad social son dos elementos constitutivos de la estrategia corporativa, para que la misma llegue a cumplimentar los objetivos anteriormente enunciados de satisfacción de los múltiples interesados. Para su consecución, es esencial que estos conceptos deban internalizarse en la gestión de la empresa de manera de definir objetivos teniendo como visión la sostenibilidad, la cual contempla

266 Tomado de la Revista del diario La Prensa, “RSE Generando Riquezas para Todos.” Lunes 29 de octubre 2007. p 44 y 45.

267 LEGUIZAMÓN, María Laura. Ob. Cit.



la generación de riqueza -o rentabilidad del negocio- y al mismo tiempo remarcando los valores de equilibrio ambiental y equidad social”<sup>268</sup>. La empresa debe hacer suyo un conjunto de principios básicos en la toma de decisiones en sus procesos para el alcance de sus objetivos estratégicos. Estos principios conforman los ideales y creencias de la organización que sirven como marco de referencia para la toma de decisiones. Por lo que un enfoque de los negocios basado en la RSE estará sustentado en los valores y principios de la empresa que van más allá de las expectativas tradicionales de los negocios, e incluye las expectativas de la sociedad acerca de lo que significan las prácticas de negocio aceptables. Estas prácticas se reflejan en general en la Misión y Visión de la empresa, así como en sus Códigos de Ética y de Conducta.

- *Sostenibilidad financiera.* La permanencia de la responsabilidad social está directamente vinculada a la robustez financiera de la empresa, la relación con los inversores, la gerencia de crisis y riesgos y el planeamiento estratégico. La relación entre la empresa y sus accionistas e inversores debe estar basada en un nivel mínimo de transparencia de información y rendición de cuentas. Aunque en ningún momento la empresa abandona su propia lógica empresarial y la base de su responsabilidad primaria con los shareholders, puede apoyar otras actividades que no contribuyen a las ganancias, pero estas actividades deben tener un impacto positivo para la empresa.
- *Proveedores.* Son parte fundamental del ciclo de producción o cadena de valor, tanto así que algunas compañías toman la decisión de establecer un sistema de monitoreo para sus proveedores, incorporando a las prácticas de RSE criterios de selección y evaluación de sus *proveedores*, descartando aquellas empresas de la cadena productiva que por ejemplo utilizan trabajo infantil, trabajo forzado o prácticas depredadoras del medio ambiente. Además, el manejo responsable también puede incorporar medidas de apoyo al desarrollo de proveedores de calidad.
- *Condiciones de ambiente de trabajo y empleo.* Se refiere a las políticas que incorporan aspectos de participación de los colaboradores, una cultura de diálogo, de respeto al individuo, con el compromiso de la empresa en el desarrollo individual de su personal – valoración de la diversidad, equidad racial, equidad de género, etc., mejoramiento del ambiente en donde trabajan con condiciones de trabajo decentes,

268 FLORES, Juliano; OGLIASTRI, Enrique; PEINADO-Vara, Estrella e PETRA, Imre. Editores del libro El argumento empresarial de la RSE: 9 casos de América Latina y el Caribe. p. 10



con acciones de seguridad laboral y una política transparente y coherente de compensaciones y beneficios, carrera administrativa, capacitación, balance trabajo-tiempo libre, trabajo y familia, salud, seguridad laboral, etc.

- *Apoyo a la comunidad.* Está referido por la relación de responsabilidad que una empresa mantiene con la comunidad puede ser descrita por el amplio rango de acciones que la empresa realiza para maximizar el impacto de sus contribuciones, ya sean en dinero, tiempo, productos, servicios, conocimientos u otros recursos que están dirigidas hacia las comunidades en las cuales opera o por el involucramiento en el desarrollo de las mismas directamente o por medio del apoyo de organizaciones e instituciones locales, de financiación de la acción social y del voluntariado social de los colaboradores.
- *Protección del medio ambiente.* Es el compromiso de la organización empresarial con el medio ambiente y el desarrollo sustentable y constituye un componente intrínseco de la RSE. Tradicionalmente abarca temas tales como la optimización de los recursos naturales, el control de la contaminación, su preocupación por el manejo de residuos o desechos, la gestión del ciclo de vida de los productos, la capacitación y concientización de sus colaboradores. Actualmente se busca que las empresas reconozcan cómo sus impactos ambientales, por los cuales son inmediata y directamente responsables, inciden en los problemas ambientales y sociales del entorno, esto implica una inclinación permanente y consciente del empresario para evaluar el impacto medio ambiental que tienen sus acciones. Igualmente, las empresas deben participar activamente en los asuntos relacionados con salud pública, acceso al agua potable, saneamiento básico, vivienda, alimentación y transporte, tanto para sus empleados como para las comunidades. Además, la RSE motiva a las compañías a reconocer y manejar su rol en los problemas ambientales globales, tales como el cambio climático y el deterioro de la biodiversidad.
- *Marketing responsable.* Está referido a una política que involucra un conjunto de decisiones de la empresa relacionadas fundamentalmente con sus consumidores y una publicidad, se vincula con la integridad de los productos y servicios ofrecidos, los cuales deben cumplir con el propósito anunciado, garantizar las características del mismo y ser producidos con prácticas laborales de respeto a la dignidad humana, las prácticas comerciales, los precios, la distribución, la divulgación de producto, el marketing y la publicidad. Dentro de la cadena de valor, este elemento se relaciona con la responsabilidad para con



los *clientes* (y consumidores), está referida a la dimensión social del consumo. La defensa del consumidor, la promoción de valores y estándares de consumo y comportamientos de la sociedad, el compromiso con la calidad de los servicios de atención al consumidor, y el conocimiento y gerenciamiento de los daños potenciales de los productos y servicios brindados son elementos de la RSE que afectan a los clientes y consumidores.

- *Ciencia y tecnología.* Hace referencia al desarrollo de tecnologías en los países anfitriones y la transferencia y difusión de conocimientos en las sociedades locales. Ese proceso de diseminación es importante para cerrar la brecha tecnológica e informacional entre los países desarrollados y los países en vías de desarrollo. De acuerdo con algunas iniciativas de promoción de la RSE, las empresas socialmente responsables deberían contribuir al desarrollo tecnológico e informacional local, posibilitando la creación de núcleos productivos alrededor de la compañía.

Atendiendo a los principios que propone el Pacto Mundial de las Naciones Unidas (Global Compact) y a la guía de elaboración de informes de sostenibilidad o RSC de la Global Reporting Initiative (GRI) encontramos aspectos similares que nos ayudan a saber si una empresa está cumpliendo con la RSE son:

- *Económico:* Desempeño económico, desempeño en el mercado, impactos económicos indirectos
- *Derechos Humanos:* prácticas de inversión y abastecimiento, no discriminación, libertad de asociación, explotación infantil y trabajos forzados, prácticas de seguridad, derechos de los indígenas.
- *Derechos laborales:* Empleo, relación empresa/trabajadores, salud y seguridad en el trabajo, formación, igualdad de oportunidades.
- *Sociedad:* Comunidad, corrupción, política pública, competencia desleal, cumplimiento de normativa.
- *Medio ambiente:* Impactos de/en materiales, energía, agua, biodiversidad, emisiones, vertidos, residuos, productos y servicios, transportes

Uno de estos elementos que también nos ayuda a saber si una empresa está cumpliendo con la RSE y que por su importancia hemos querido tocar por separado, es la *relación de la RSE con el Estado y la sociedad.*



Aunque la relación de las empresas con el Estado depende mucho del tamaño de la empresa y su peso dentro de la industria en que está ubicada, la responsabilidad social ha venido a establecer un nuevo balance dentro de esa relación. Generalmente, las empresas grandes y aquellas que se destacan en sus sectores de actividades económicas tienden a mantener relaciones más próximas con los órganos gubernamentales, debido a su peso en la economía nacional, pero también aquellas que comienzan a tener, independiente de su tamaño, una participación en la vida pública y en programas gubernamentales de desarrollo social. No solamente las empresas grandes o las transnacionales, sino también las pequeñas y medianas empresas, por medio de su involucramiento social, asumen un papel de liderazgo en la discusión de temas como participación popular y combate a la corrupción y desarrollan programas de educación para la ciudadanía. Tanto el liderazgo social de la empresa como la participación en proyectos gubernamentales de desarrollo social son elementos claves de una postura responsable hacia el estado y la sociedad<sup>269</sup>.

Producto de la relación con el Estado, surge inevitablemente el debate sobre cuál debe ser el papel del Estado en la implementación de la RSE, para muchos resulta claro que la empresa privada, grande, mediana y pequeña prefiere a un Estado que promueva la adopción de prácticas responsables, a través de instrumentos de apoyo, pero no mediante coerción o de regulación, es decir “te ayudo, pero no me obligues”.

Para María Laura Leguizamón, *“Son funciones del Estado el promover y regular las acciones de RSE, brindar apoyo a aquellas empresas que comiencen a transitar el camino de la RSE y concientizar del tema a todos los actores sociales de manera de que cumplan de una forma mas activa con el rol que le corresponde, ya que a todos nos incumbe ser socialmente responsable.*

*En el rol de regulador el Estado debe sancionar normativas que impulsen el desarrollo de la RSE y velar por su cumplimiento efectivo”<sup>270</sup>.*

Hasta ahora los mecanismos de apoyo público se consideran insuficientes o inefectivos, aunque *“La primera obligación de la actividad pública (para con la empresa privada) es la de generar un escenario estable económica, política y socialmente que permita a las empresas en*

269 LEGUIZAMÓN, María Laura. OB. Cit.

270 Vives, Antonio del Banco Interamericano de Desarrollo; Corral, Antonio de IKEI e Isasi, Iñigo de IKEI. “Responsabilidad Social de la Empresa en las PyMEs de Latinoamérica” p. 118.



*general prosperar y desarrollar sus actividades con éxito. La creación de un marco legal y administrativo justo en lo social y favorable en lo empresarial, así como velar por su cumplimiento, es una condición necesaria para el desarrollo de la RSE, especialmente en aspectos relativos a condiciones laborales, protección al consumidor o protección medioambiental*<sup>271</sup>. Es decir que, el mejor apoyo que puede dar el Estado es garantizar que las reglas del juego sean transparentes y equitativas para todos los agentes, en correspondencia con esto e necesariamente, la responsabilidad social empresarial pasa por el cumplimiento de la legislación vigente. Desafortunadamente no podemos jactarnos de que las reglas sean tan claras ni que el cumplimiento de las obligaciones legales sea una realidad completa entre todas las empresas.

En América Latina los marcos regulatorios como forma de intervención de los gobiernos han determinado el grado de desarrollo de la RSE. Así mismo, en Europa y varios países desarrollados los marcos regulatorios en materia ambiental están siendo cada vez más exigentes. En la mayoría de los países de América Latina, como en Nicaragua, existe una legislación relacionada a algunos temas de la actividad empresarial básica, como la conservación ambiental, prácticas laborales, protección de los derechos del consumidor, gobernabilidad corporativa y ética en los negocios, pero carece de los mecanismos para asegurar su cumplimiento, pudiéndose dar el caso de que se fuerce a la empresa a un comportamiento corrupto para poder seguir operando.

La empresa privada debe exigir al Estado, caso de ser inevitable, establecer marcos regulatorios adecuados y sobre todo con mecanismos de fiscalización efectivos en aspectos relacionados con la responsabilidad social de las compañías y sobre todo con los remedios legales necesarios. Por ejemplo, en materia de legislación laboral, los inspectores visitan a la empresa para asegurar las condiciones de trabajo de higiene y seguridad social, pero en ocasiones podría prestarse a intereses personales y no con la intención de asegurar el cumplimiento de la ley, sin los recursos legales de protección, el empresario esta indefenso. O puede darse el caso de que la legislación sea tan onerosa, que el empresario prefiera el castigo al cumplimiento. El marco legal e institucional incompleto es un gran desincentivo al comportamiento responsable.

---

271 Tomado de la Revista del diario La Prensa, "RSE Generando Riquezas para Todos." Lunes 29 de octubre 2007. p 37 a la 39.



Es necesario incrementar la presión para el cumplimiento de la normativa laboral, medioambiental, derechos el consumidor, etc., que permitiría un punto de apoyo clave para el impulso de las actividades de RSE, aunque esto podría ocasionar la desaparición de muchas pequeñas empresas que se amparan en la informalidad como única vía para asegurar su supervivencia. Sin embargo, es de destacar que la imposición del cumplimiento sólo puede darse dentro de lo que podríamos llamar un marco legal e institucional completo, que contenga además de las medidas obligatorias, los remedios legales efectivos y eficientes en caso de deficiencias o abusos de poder o en los casos en que el costo de la regulación es excesivo.

Como hemos dicho antes, una de las características de la RSE es ir más allá de lo que las leyes nos exigen no basta con cumplir la ley, pues simplemente estaríamos cumpliendo con nuestra obligación y en caso contrario estaríamos ubicándonos en el lado equivocado. Ante las debilidades institucionales de algunos de nuestros países es casi normal, no correcto, que las leyes presenten muchas imperfecciones por lo que no es difícil para la empresa superar el cumplimiento de lo exigido por la regulación, aunque también muchas veces estos raquitismos legales dan la pauta para el aprovechamiento y la corrupción.

Por otro lado, aunque es un deber inherente del Estado el promover y llevar a cabo las políticas públicas, el ir más allá del cumplimiento legal, ha llevado a la empresa privada en el desempeño de acciones que abordan la temática de la responsabilidad social a invadir terrenos del Estado pero también de los Municipios. Por ejemplo, diversas empresas están realizando acciones en el campo de la educación y la salud; brindando instrucción y capacitación y distribuyendo alimentos dentro de las comunidades donde operan, ¿Está la empresa, socialmente responsable, sustituyendo al Estado o por lo menos a los gobiernos locales? Antonio Vives, ex Gerente de Desarrollo Sostenible del BID también se pregunta *¿es responsabilidad de las empresas resolver los problemas sociales y económicos del país? ¿Se puede ser indiferente ante la problemática del sub desarrollo? La respuesta es inequívocamente NO*” y sigue diciendo: *“La responsabilidad de las empresas en América Latina puede tener que ir más allá que de preocuparse de que sus actividades comerciales sean responsables, ante la situación de desigualdad y de grandes necesidades que enfrenta la población, porque no hay más remedio, porque el Estado no puede cumplir con sus obligaciones”*<sup>272</sup>.

272 URÍA Rodrigo, *Derecho Mercantil*, Undécima edición, editorial; Marcial Pons, Madrid 1976, Pág. 801.



Creemos, que al asumir las acciones socialmente responsables, la empresa, debe tener conciencia de que estas acciones solamente complementan la labor del Estado y nunca debe y no puede sustituir el rol indelegable del Estado de brindar salud y educación a toda la población. Además, la empresa responsable, debe tener sumo cuidado de no caer en la tentación de querer gobernar o de controlar los gobiernos en las localidades en donde opera, por su poder económico sumado al liderazgo social basado en su involucramiento en el desarrollo de las comunidades en que se inserta. Es ideal que las tareas de la RSE, no se realicen al margen de los planes y objetivos del Estado y/o de los gobiernos municipales, sino todo lo contrario debe haber una coordinación de esfuerzos entre el sector público y el privado de manera que se puedan optimizar los escasos recursos con que se cuenta, evitando enviar malos mensajes al Estado que lo inviten a eludir su responsabilidad.

La historia ha demostrado que el Estado no debe ser el simple espectador que se limite a dejar hacer, dejar pasar, dentro de sus funciones debe jugar roles específicos de suma importancia, creemos que además de regular debe brindar apoyo a las empresas que realicen acciones de RSE. Este apoyo puede plasmarse en varias formas como por ejemplo a través de asesoramiento técnico por parte de expertos de organismos públicos, otorgamiento de créditos blandos y establecimiento de premios para quienes logren los objetivos, etc. Es vital para esta tarea la concreción de alianzas estratégicas con organizaciones no gubernamentales, asociaciones civiles dedicadas al tema e instituciones bancarias.

## **VI. Conclusiones**

1. Aunque hemos insistido en que las acciones de RSE deben de ir más allá de lo exigido por la ley, en Nicaragua y seguramente en muchos países latinoamericanos y del Caribe, caracterizados por un elevado grado de informalidad de las actividades económicas, el sólo cumplimiento del marco legal representa un paso significativo en el desarrollo de una conducta empresarial responsable. Es fundamental que la empresa nicaragüense, incluya en las prácticas responsables el cumplimiento de las leyes de trabajo, defensa de los consumidores, etc., además de los estándares medioambientales.
2. Nicaragua tiene retos y exigencias muy concretas que también deberían formar parte o ser considerados en un marco de RSE,





podemos mencionar temas como: el cumplimiento del marco legal; la formalización de los negocios, la educación media, el fomento de la participación ciudadana; la promoción de prácticas anticorrupción; la valoración de la diversidad de los colaboradores y de la equidad de género; la inclusión de discapacitados; el compromiso con el desarrollo profesional, la empleabilidad y estabilidad de los colaboradores; la educación y concientización ambiental de los colaboradores y la sociedad en general; la selección y evaluación de los proveedores y el apoyo al desarrollo de éstos mediante la creación de negocios inclusivos; el marketing responsable o la política de comunicación comercial y de transparencia con los clientes; la competencia leal, el fomento al desarrollo comunal; y el apoyo a iniciativas sociales gubernamentales.

3. La inclusión de los segmentos de bajos ingresos en los mercados, debería ser considerada como una responsabilidad de la iniciativa privada, que al mismo tiempo les genera una gran oportunidad de negocios y representa en sí misma una alternativa poderosa ya que concilia los intereses del sector privado y de los grupos de bajos recursos o tradicionalmente excluidos.
4. Aún falta bastante camino por recorrer. Muchos empresarios siguen considerando la RSE un concepto relacionado con la filantropía. Para superar este obstáculo debemos aprender de las experiencias de éxito que tenemos a la par y en la región, de grandes empresas transnacionales pero también de la PyMes. Un rol clave deberán jugar los representantes de la sociedad civil y del Gobierno, para lograr cambiar esta concepción.
5. Hace falta el desarrollo de indicadores de desempeño en RSE, que permitan tener un estándar para la medición del desempeño social y ambiental de las compañías, y de los beneficios para el negocio derivados de las prácticas responsables. Además de realizar esfuerzos por tener un estándar de indicadores, también será importante documentar más casos que validen la rentabilidad de la RSE.
6. Creemos que, desde la perspectiva de la construcción de consensos intersectoriales, con la participación activa de un Estado, debemos avanzar en el conocimiento del terreno de la RSE, y en particular sobre el vínculo entre este tipo de prácticas y la competitividad.



## VII. Recomendaciones

Siendo un poco atrevidos y sin tratar de agotar el tema a manera de recomendaciones queremos dejar las siguientes reflexiones finales.

1. Uno de las barreras más importantes que habrá que superar a fin de acelerar el desarrollo de la RSE es el escepticismo de muchos empresarios sobre los beneficios para el negocio de las prácticas responsables. Es necesario que el vínculo entre la RSE y la competitividad se haga explícito y sea completamente entendido por los empresarios. El cumplimiento de esta condición facilitará el progreso de la RSE y como consecuencia favorecerá el desarrollo y la competitividad de los países latinoamericanos.
2. Las empresas deben construir un capital social, legitimando sus productos en alineación directa con los intereses del consumidor, en este sentido el empresario debe operar en un marco de valores que no olvide el sentido social de una inversión y de satisfacer los niveles adecuados de confianza de la comunidad en el valor que agrega a la sociedad.
3. La empresa, no debe sentirse ajena a colaborar en el fortalecimiento del Estado, es más debe ser partícipe en la creación e implementación de políticas sociales que debe hacer suya e incluir en sus planes estratégicos.
4. La empresa no debe limitarse al simple cumplimiento de la ley y mostrarse socialmente responsables, ni mucho menos evadir su cumplimiento, ya que esto convierte a las empresas, a sus dueños y gerentes, no solamente en socialmente irresponsable, sino que en delincuentes.
5. A la empresa le corresponde ayudar a reconstruir el marco de previsibilidad y estabilidad que requiere toda sociedad, por lo que debe orientar su liderazgo a promover reglas claras que impulsen relaciones públicas transparentes.

## VIII. Bibliografía

CABANELLAS, Guillermo, Diccionario Enciclopédico de Derecho Usual. 1996.

HERRERA ESPINOZA, Jesús Juseth La empresa, Documento de estudio del Módulo Orden Público Económico, de la Maestría Derecho de Empresa UCA 2007/2008.



LEGUIZAMÓN, María Laura, “La Responsabilidad Social Empresarial”. Trabajo presentado para el Congreso Internacional Responsabilidad Social Empresarial, Universidad y Desarrollo. Buenos Aires, 4, 5 y 6 de septiembre de 2006.

COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS. Libro Verde Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas. Bruselas, 18.7.2001 COM(2001).

MARX, K. y Engels, F. Obras Completas T. XXIII.

MARCH, Carlos. Representante en Buenos Aires de la Fundación AVINA. “La Empresa como Agente de Cambio” Trabajo presentado para el Congreso Internacional Responsabilidad Social Empresarial, Universidad y Desarrollo. Buenos Aires, 4, 5 y 6 de septiembre de 2006.

MORENO, Charro. Presidenta del Club de la Comunicación, en el artículo: Definición del concepto de responsabilidad social empresarial” del Libro: Estrategia y conducta social de la organización.

PEINADO-VARA Estrella, IMRE Petra, FLORES Juliano, OGLIASTRI Enrique, El Argumento Empresarial de la RSE: 9 casos de América Latina y el Caribe. Editores. Noviembre 2007.

Revista del diario La Prensa, “RSE Generando Riquezas para Todos.” Lunes 29 de octubre 2007.

Revista de la Cámara de Comercio de Nicaragua “Comercio” Edición 42 Septiembre 2008.

SÁNCHEZ, Álvaro. Documento de estudio “La Empresa como Realidad Socioeconómica” del Módulo Administración y Economía de Empresa, de la Maestría Derecho de Empresa UCA 2007/2008.

SULBARÁN, Juan Pedro, El concepto de Responsabilidad Social de la Empresa. Revista Económica No. 10 Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Universidad de los Andes.



TARDENCILLA E. Orlando Fundamentos de legislación Económica Apuntes Elementales de Derecho de Empresas” Managua, Marzo 1992.

VIVES, Antonio del Banco Interamericano de Desarrollo, CORRAL Antonio de IKEI e ISUSI Iñigo de IKEI. Responsabilidad Social de la Empresa en las PyMEs de Latinoamérica, Septiembre 2005.

## **Legislación**

Ley 185 Código del Trabajo de Nicaragua.

## **Consultas en línea**

Asociación Business for Social Responsibility (BSR) <http://www.bsr.org>, consultada Noviembre de 2008.

ARIZKUREN Eleta, Amaia. (1995). “Una aproximación al ambiguo concepto de responsabilidad social de la empresa”. Estudios Empresariales. N° 89/3. Pag. 10-13. La Responsabilidad social de la empresa. El Marco Conceptual de la A.E.C.A y el Medio Ambiente. [www.eumed.net/tesis/2006/erbr/2d.htm](http://www.eumed.net/tesis/2006/erbr/2d.htm). Consultado Noviembre 2008.

Comisión de responsabilidad social corporativa. <http://www.aeca1.org/comisiones/rsc/rsc.htm> Consultado noviembre 2008

Diccionario de la Lengua Española, de la Real Academia Española, URL de la Página Web <http://www.rae.es/>. Consultado de Noviembre de 2008.

Forum EMPRESA Página de Internet, <http://www.empresa.org>, accesada en noviembre de 2008.

Instituto Ethos de Empresas y Responsabilidad Social, Página de Internet del Instituto Ethos, <http://www.ethos.org.br>, consultada en noviembre de 2008.

THOMPSON Iván, <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/empresa-definicion-concepto.html>.-



LLENA MACARULLA, Fernando. (2001). Profesor de la Universidad de Zaragoza (España): *La responsabilidad social de la empresa*. Página web. Dirección: <http://www.5campus.com/leccion/medio13>. Consultado Noviembre 2008.

THOMPSON Iván, <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/definición-de-empresa.html>. - Artículo Publicado en Internet, Enero 2006. - Consultado Noviembre de 2008.

