

UNA MIRADA CRÍTICA A LAS TEORÍAS PREDOMINANTES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA*

FABIÁN LEONARDO QUINCHE MARTÍN**
UNIVERSIDAD LA GRAN COLOMBIA

Recibido/ Received/ Recebido: 02/07/2015 - Aceptado/ Accepted / Aprovado: 21/06/2016

Resumen

El presente documento pretende hacer una evaluación de la visión estratégica (las acciones de responsabilidad social deben ser llevadas a cabo siempre y cuando agreguen valor financiero a la empresa), la teoría de los stakeholders (la gestión de la empresa debe tener en cuenta los intereses de los diversos grupos afectados por lo que afectan al funcionamiento de la empresa) y la ciudadanía corporativa (participación activa de la empresa en la definición y ejecución de la política social), las cuales son las visiones predominantes sobre la responsabilidad social corporativa, a la luz de los conceptos de sostenibilidad fuerte, democracia e interdisciplinariedad. Estas visiones han influenciado la forma de ver la sostenibilidad por las instituciones estatales, supraestatales y emisoras de estándares. La evaluación considera que estas perspectivas mantienen el modelo de acumulación del capital basado en la explotación del trabajo y los recursos naturales; no hay un aporte a la sostenibilidad en tanto se prima lo financiero sobre lo social y lo ambiental; y se mantiene un enfoque de gestión que rinde cuentas primordialmente a los propietarios del capital.

Palabras clave: *Responsabilidad Social Corporativa; Sostenibilidad; Democracia; Interdisciplinariedad; Estrategia; Stakeholders; Ciudadanía Corporativa; Crítica.*

A CRITICAL LOOK AT THE CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PREDOMINANT THEORIES

Abstract

This article intends to make an strategic vision evaluation (social responsibility actions must be carried out as long as they add financial value to the company), the stakeholder theory (the management of the company must take into account diverse groups interests affected by what influence the performance of the company) and corporate citizenship (company's active participation in the definition and implementation of social policy), which are the predominant views on corporate social responsibility according to the concepts of strong sustainability, democracy and interdisciplinarity. It is considered that these visions have influenced the way sustainability is viewed by state, supra-state and standard-setting institutions. The evaluation considers that these perspectives maintain the capital accumulation model based on labor exploitation and natural resources. There is no contribution to sustainability insofar as the financial related matter is more important

* Artículo producto del proyecto de investigación titulado "Una evaluación desde la gubernamentalidad a la responsabilidad social empresarial en las sociedades liberales avanzadas y su manifestación en Colombia" que el autor desarrolla desde el año 2014 con el apoyo y financiación de la Dirección de Investigaciones de la Universidad la Gran Colombia.

** Contador Público, Universidad Nacional de Colombia. Estudiante de Maestría en Contabilidad y Finanzas, Universidad Nacional de Colombia. Docente Investigador y Coordinador del Grupo "Tendencias Contables Contemporáneas", Universidad la Gran Colombia. Miembro del Centro Colombiano de Investigaciones Contables, CCINCO. Correo electrónico: fabian.quinche@ugc.edu.co

over social and environmental realms. A primarily accountable to owners of capital management approach is maintained.

Keywords: *Corporate Social Responsibility; Sustainability; Democracy; Stakeholders; Corporate Citizenship.*

UM OLHAR CRÍTICO SOBRE AS TEORIAS PREDOMINANTES DA RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA RESUMO

Resumo

O presente artigo pretende fazer uma avaliação da visão estratégica (as ações de responsabilidade social devem ser realizadas desde que agreguem valor financeiro à empresa), da teoria dos stakeholders (o gerenciamento da empresa deve considerar os interesses dos diversos grupos alvo por afetarem o funcionamento da empresa) e da cidadania corporativa (participação ativa da empresa na definição e execução da política social), visões estas predominantes sobre a responsabilidade social corporativa, à luz dos conceitos de sustentabilidade forte, democracia e interdisciplinaridade. Considera-se que estas visões têm influenciado a forma de ver a sustentabilidade por parte das instituições estatais, supraestatais e emissoras de padrões. A avaliação considera que estas perspectivas mantêm o modelo de acumulação do capital baseado na exploração do trabalho e dos recursos naturais; não há uma contribuição à sustentabilidade por se fazer primar o financeiro sobre o social e sobre o ambiental; e mantêm-se um enfoque de gerenciamento que presta contas primordialmente aos proprietários do capital.

Palavras chave: *Responsabilidade Social Corporativa; Sustentabilidade; Democracia; Stakeholders; Cidadania Corporativa.*

Quinche, F. (2017) *Una mirada crítica a las teorías predominantes de la Responsabilidad Social Corporativa. En: Revista de la Facultad de Ciencias Económica: Investigación y Reflexión. rev.fac.cienc.econ, XXV (2), DOI: <https://doi.org/10.18359/rfce.3071>*

JEL: M10, M14, Q01, Q57.

1. Introducción

La responsabilidad social corporativa -RSC- se ha convertido en uno de los temas más relevantes de nuestra sociedad contemporánea, a juzgar por los análisis bibliométricos (De Bakker, Groenewegen, & Den Hond, 2005; Alvarado-Herrera, Bigñé-Alcañiz, Currás-Pérez, & Sánchez-García, 2011; Zemigala, 2015; Pinelli, 2015), los procesos de regulación y estandarización (Berbel, Reyes & Gómez, 2007; Sabogal, 2008), la creación de instituciones (Ramiro, 2009), o la proliferación de manuales en torno al tema (Francés-Gómez, 2005; Navarro García, 2012; Epstein, 2009). Debido a esto son múltiples las perspectivas que se han desarrollado alrededor de ella (Garriga & Melé, 2004; Melé, 2007). Las visiones con mayor difusión y mayor influencia en la RSC (Garriga & Melé, 2004; Melé, 2007; 2008;

Sun, Stewart, & Pollard, 2015) son las provenientes de la teoría estratégica (Porter & Kramer, 2002; 2006), la teoría de los grupos de interés (Freeman & Reed, 1983; Freeman, 1984; Cooper & Owen, 2007; Escudero-Poblete, 2010) y la ciudadanía corporativa (Matten, Crane, & Chapple, 2003; Matten & Crane, 2005; Lozano, Albareda, & Ysa, 2005; Lozano, 2009). Estas visiones han logrado influenciar la política global y local sobre RSC.

Sin embargo, se puede argumentar que la RSC aún no presenta resultados favorables suficientes en cuanto a la resolución de problemas sociales y ambientales, lo cual se hace evidente en los múltiples informes de las Naciones Unidas con respecto al cumplimiento de los Objetivos del Desarrollo Sostenible o del Milenio en donde se muestra que temas como la desigualdad de género (principal-

mente en lo laboral), la degradación del medio ambiente, las brechas entre ricos y pobres, y la pobreza extrema, no han logrado ser frenados (Naciones Unidas, 2015).

Esto puede ser debido al hecho de que estas perspectivas no pretenden llevar a cabo un cambio en la manera en la que se organizan las relaciones sociales en la actualidad. Desde una perspectiva crítica se considera que la RSC debe estar comprometida profundamente con la sociedad en general (Ramiro, 2009; Hernández, Gonzáles, & Ramiro, 2009; Sun et al., 2015; Jones, 2015). Esta consideración parte de la idea de que la empresa no es un ente aislado de la sociedad, sino que está contenida en ella y se debe a ella, más que a un pequeño número de grupos de interés. Además, se considera que el papel del Estado y las entidades de gobierno nacional e internacional debe ir más allá del establecimiento de unos estándares y la promoción de la RSC; por el contrario, debe buscar generar regulaciones que lleven a las empresas a responder completamente por sus afectaciones en la sociedad y el medio ambiente sin que esto sea a través de ‘compensaciones’ filantrópicas en las que la RSC se dirige a temas que no tienen que ver con las afectaciones. Junto al Estado, las comunidades están llamadas al establecimiento de mecanismos de control sobre las empresas que identifiquen y denuncien las afectaciones sociales y ambientales de la empresa. En suma, se busca una profundización de la democracia, de la participación y el control por parte de cada uno de los miembros de la sociedad. Por otro lado, es claro que la sociedad está inmersa en la naturaleza, por lo que lo que debe primar es el mantenimiento de la naturaleza y su complejidad ecosistémica, lo cual puede implicar, incluso, el cambio del objeto social de la empresa. En otras palabras, debe primar la sostenibilidad de la naturaleza. Por último, reconocer una vinculación directa con la sociedad y con la naturaleza, implica que la mirada que la empresa tiene sobre la realidad no puede partir simplemente de la visión de la gerencia, o de las ciencias económicas, sino que debe vincularse con otros puntos de vista, otras disciplinas, otros saberes; de allí que se vea como importante la interdisciplinariedad dentro de la empresa.

Por ello, el presente texto busca hacer una evaluación a los planteamientos de estas perspectivas en cuanto a su capacidad de búsqueda de la sostenibilidad (fuerte), el logro de una sociedad más democrática o la promoción de la interdisciplinariedad para el análisis de la realidad. Dado que el discurso de la RSC surge principalmente dentro de las ciencias económicas, se considera que estos tres conceptos pueden hacer que la visión de dichas ciencias sea cada vez más amplia en cuanto tenga en cuenta dimensiones ambientales y sociales desde múltiples puntos de vista tanto en el sentido de actores sociales como de disciplinas de conocimiento.

El documento se organiza de la siguiente manera. La siguiente sección hace una presentación de los conceptos de sostenibilidad (fuerte), democracia participativa e interdisciplinariedad, desde los cuales se hará una evaluación a las perspectivas predominantes de la RSC. Las tres secciones que le siguen analizarán la visión estratégica, la teoría de los stakeholders y la ciudadanía corporativa desde estos conceptos. En los tres casos se parte de hacer una presentación de sus planteamientos, luego se muestran algunas evidencias de la presencia de estos enfoques en las instituciones de la RSC, para terminar en la evaluación correspondiente de cada perspectiva. Se termina con unas conclusiones.

2. Sostenibilidad, democracia e interdisciplinariedad

En esta sección se plantean los principales conceptos a partir de los cuales se hará una evaluación a la RSC. Estos conceptos son la sostenibilidad fuerte, la democracia y la interdisciplinariedad, basados fundamentalmente en la Ecología Política.

La sostenibilidad fuerte se ve como la búsqueda del equilibrio de los ecosistemas, adaptando los principios de la economía y la sociedad a los principios de comportamiento y desarrollo de la naturaleza (Martínez & Roca, 2001; Ángel, 2002; Bermejo, 2007).

La sostenibilidad, siguiendo a Martínez & Roca (2001) se refiere al mantenimiento del patrimonio natural en todas sus formas. Sin embargo, teniendo en cuenta que el patrimonio natural está compuesto

por recursos renovables y no renovables, cualquier tipo de uso de los recursos no renovables, significaría una disminución de sostenibilidad. Para estos autores, hablar de sostenibilidad implica hablar del patrimonio natural en tres dimensiones: proveedor de recursos de las actividades económicas; con una capacidad de absorción de residuos; y, la provisión de servicios naturales.

Para Bermejo (2007; 2011), la sostenibilidad implica que la sociedad, como sistema que hace parte del sistema natural, asuma los principios de comportamiento del sistema en el que está contenida. Los divide entre principios abióticos y principios bióticos. En los primeros se encuentran el respeto por

los ciclos de los materiales, el uso adecuado de la energía solar y el mantenimiento de las constantes vitales; mientras que en los segundos se encuentra el reconocimiento de las emergencias evolutivas y los límites que estas le imponen a lo económico, la cooperación como estrategia de adaptación de los organismos, el mantenimiento de la diversidad, la jerarquía entre los sistemas y la descentralización y autosuficiencia (autocentrada).

Para Naredo (1997; 2007), Martínez (2001; 2011), y otros autores, es necesario diferenciar entre Sostenibilidad Débil y Sostenibilidad Fuerte. El siguiente cuadro recoge las características de cada una de las visiones sobre la sostenibilidad.

Tabla 1. Características de las perspectivas débil y fuerte de la sostenibilidad

Paradigma Convencional (Sost. Débil)	Paradigma de la Sostenibilidad (Sost. Fuerte)
Reduccionista	Interconectado
Simple	Complejo
Determinista	No determinista
Atomístico	Holístico
Mecanicista	Orgánico
Antropocéntrico	Biocéntrico
Individualista	Comunitario
Cuantitativo	Cualitativo
Desencanto	Encanto
Competición	Cooperación
Fronteras Geopolíticas	Límites Naturales
Linear. Predecible	No linear. Imprevisible

Fuente: Bermejo (2011: p. 29)

La *sostenibilidad débil* compartiría las mismas características que la visión tradicional de la ciencia y la sociedad (Ángel, 2002; Gómez, 2009; Bermejo, 2011). En esta perspectiva el ser humano

se considera a sí mismo como superior y externo a la naturaleza y con capacidad de dominación y control sobre ella. La naturaleza se considera como una entidad caótica y hostil. Es necesario entonces,

humanizar la naturaleza, por lo que la ciencia la estudia descomponiéndola en objetos de estudio que se comportan mecánicamente. El ser humano se considera como individuo racional y maximizador, por lo cual está siempre en busca del progreso. La satisfacción de las necesidades individualmente consideradas será el objetivo de la economía, la cual busca el crecimiento ilimitado con ayuda de la tecnología y el mercado.

En esta visión, la naturaleza se reduce a su papel de proveedora de recursos, con lo cual se deja de lado las funciones de capacidad de absorción y de prestadora de servicios. Por su parte, lo social es tenido en cuenta solamente como proveedor de mano de obra, dejando de lado factores culturales y políticos que influyen en la producción y distribución de la riqueza, así como en la propiedad y uso de la naturaleza.

La *sostenibilidad fuerte* partiría de otras concepciones acerca de la realidad natural, la sociedad y de la ciencia (Martínez & Roca, 2001; Martínez, 2011; Bermejo, 2011; Pérez, 2012). La humanidad, como especie animal, hace parte de la naturaleza, no puede verse como superior ni como externa a ella. Debe asumir una conciencia de esto y reconocerse como protectora de la naturaleza. La naturaleza se comprende como un complejo de relaciones bióticas y abióticas que mantienen equilibrios diversos. La economía debe verse como una parte de las relaciones sociales, y como parte de la naturaleza y la sociedad debe asumir reglas de comportamiento que se adecuen a ellas: biomimesis. El objetivo de la economía debe ser satisfacer las necesidades humanas, preservando los ecosistemas, buscando tecnologías que sean complementarias a la labor de la naturaleza y siguiendo los principios de una economía sostenible, tal como plantea la economía ecológica (Bermejo, 2011) y como fue presentado en párrafos anteriores. Aquí, más allá de preocuparse por el mantenimiento del crecimiento económico, el interés está en la sostenibilidad de los procesos y sistemas físicos.

Según Naredo (1997), al analizar los sistemas físicos sobre los que se sustenta el ser humano, es necesario tener en cuenta la capacidad de provisión de

recursos, la capacidad de asimilar residuos, o la capacidad de recuperar su calidad. Estas dimensiones deben ser conservadas por parte de la población con apoyo de instituciones que velen por su transmisión a las generaciones futuras. Además, puede hablarse de sostenibilidad global (a escala planetaria, con la tierra como unidad de referencia), sostenibilidad local (con referencia a espacios y tiempos más limitados) y sostenibilidad parcial (con referencia a aspectos o elementos específicos de la naturaleza). A largo plazo la sostenibilidad local o parcial debe confluir y conducir a la sostenibilidad global.

La sostenibilidad fuerte no será posible si no hay una transformación de las relaciones sociales predominantes centradas en lo económico financiero más allá de la participación política y el reconocimiento de las particularidades y las diferencias entre las sociedades y dentro de ellas. Hablamos aquí de una sociedad cada vez más democrática. La búsqueda de una sociedad más democrática implica el reconocimiento de los derechos de múltiples grupos sociales, así como la participación de los mismos en la definición de las políticas sociales. Se toman aquí los planteamientos hechos desde la ecología política y desde la filosofía ambiental (Ángel, 1997a; 2003; Escobar, 1998; Martínez, 2001, 2009; Löwy, 2014).

Desde la ecología política, Löwy (2014) plantea que para el logro real de la sostenibilidad es necesario hacer un cambio en el modo de producción, en las formas de propiedad, y en la toma de decisiones. Su propuesta se basa en una ética diferente. Una *ética social* (no basada en el individualismo sino en los movimientos, las organizaciones y los partidos); *igualitaria* (que propenda por una redistribución de la riqueza); *democrática* (en la que las decisiones sean tomadas por el conjunto de la sociedad); *radical* (que transforme la sociedad desde sus raíces); y, *responsable* (que tenga en cuenta tanto el medio ambiente como las generaciones futuras).

El modo de producción y la toma de decisiones, para Löwy deben estar orientados por procesos de gestión democrática

...local, nacional y, tarde o temprano, internacional que defina: 1. qué pro-

ductos deberán ser subvencionados o, incluso, distribuidos gratuitamente; 2. qué opciones energéticas deberán ser continuadas, aun si no son en un primer tiempo, las más ‘rentables’; 3. cómo reorganizar el sistema de transportes, en función de los criterios sociales y ecológicos; 4. qué medidas tomar para reparar, lo más rápidamente posible, los gigantescos estragos ambientales dejados ‘como herencia’ del capitalismo. Y así lo demás... (2014, p. 23)

Esta gestión democrática, esta democracia participativa, debe partir del reconocimiento de la diversidad de los miembros de la sociedad, no vistos como individuos, sino vistos como colectivos con intereses diversos.

Por último, la preocupación por la sostenibilidad y por la democracia debe implicar al mismo tiempo un abordaje de la realidad desde múltiples perspectivas y disciplinas de conocimiento, así, se pretende que haya un análisis interdisciplinario de la realidad y, así mismo, del comportamiento de las empresas en la sociedad (Martínez, 2001; Ángel, 2002; Naredo & Valero-Capilla, 1999; Naredo, 2006; Leff, 2002a).

Como plantea Ángel (2003), la realidad, la vida, la sociedad, son sistemas complejos que no pueden ser analizados desde puntos de vista monodisciplinarios. Así, debe propugnarse por análisis que vinculen elementos desde las ciencias naturales, así como desde las ciencias sociales. Para él existen dos perspectivas de la interdisciplinariedad. La primera es la expuesta por los organismos internacionales en los que el crecimiento económico es la meta principal, argumentando la capacidad de que la naturaleza sustente dicho crecimiento a través de herramientas principalmente de gestión. La segunda perspectiva es aquella que plantea un cambio de paradigma desde lo económico y lo social con miras a mantener el equilibrio de los ecosistemas. Según él:

Es fácil ver que cada una de estas posiciones implican maneras distintas de entender la interdisciplina. Para unos

se trata simplemente de una fusión de las disciplinas existentes, mientras que otros exigen un cambio de paradigma. Para unos el diálogo consiste en sentar a los representantes de las distintas disciplinas en una mesa común, para otros el diálogo exige un cambio de mentalidad, una nueva manera de ver el mundo y de ver en él las relaciones entre los hombres. Los unos están contentos en una sociedad en la que predomina la competencia, la guerra y la muerte, los otros buscan ansiosamente una sociedad simbiótica, porque entienden que solamente así es posible lograr un equilibrio con el medio natural. Piensan que este equilibrio no se realiza solamente con cambios tecnológicos o con simples medidas de mercado, sino que requiere un nuevo equilibrio social y político (Ángel, 2003, p. 266).

No se busca hacer desaparecer los diferentes campos disciplinares, al contrario, reconociendo su diferencia en objetos de estudio y planteamientos, se busca generar diálogos permanentes para el análisis de las problemáticas sociales y ambientales y el planteamiento de soluciones a ellas. Esto ha sido evidente en campos como la economía ecológica, en donde los análisis ecológicos se vinculan con análisis termodinámicos o ecológicos (Naredo & Valero-Capilla, 1999; Pérez, 2012), o la ecología política, en donde confluyen campos como la historia, la sociología, el análisis del discurso (Martínez, 2009; Escobar, 1998; Leff, 2002b), entre otros.

3. La visión estratégica de la Responsabilidad Social Corporativa

3.1. Planteamientos de la visión estratégica de la Responsabilidad Social Corporativa

En la década de 1970, en cuanto aún prevalecía el Estado de Bienestar, el economista Milton Friedman planteó que la única responsabilidad de las empresas se encontraba con sus inversionistas y con la generación de beneficios. Los problemas sociales deberían ser dejados en manos del Esta-

do. Melé (2007) plantea que este es el inicio de la visión del *valor para el accionista* o la visión estratégica de la RSC. Es la inversión la que prima junto con su retorno. Las actividades de RSC no se deberían llevar a cabo en tanto estas no representen un mayor valor para la inversión. El fundamento de esta idea es la libertad de empresa, la libertad de mercado.

Para Friedman, en línea con el individualismo liberal, las empresas no tienen responsabilidades (que es lo mismo que decir que los colectivos no existen y no tienen responsabilidades), son los individuos los que tienen responsabilidades. Para él:

En un sistema de libre empresa y de propiedad privada un ejecutivo empresarial es un empleado de los propietarios del negocio. Tiene responsabilidad directa ante sus empleadores. Esa responsabilidad consiste en conducir los negocios de acuerdo con los deseos de ellos, que generalmente serán deseos de hacer tanto dinero como sea posible ateniéndose a las reglas básicas de la sociedad, tanto las incorporadas en la ley como las incorporadas en las costumbres éticas. Por supuesto, en algunos casos sus empleadores podrían tener otros objetivos. Un grupo de personas podría establecer una empresa para un propósito altruista (por ejemplo, un hospital, una escuela). El administrador de tal empresa no tendrá la ganancia de dinero como su objetivo sino el prestar ciertos servicios (Friedman, 1970).

La acción del ejecutivo empresarial debe estar limitada por tanto a la maximización del beneficio del accionista, cumpliendo con las obligaciones legales que en materia social y ambiental establezca el Estado. Para Friedman, si el administrador dedica los recursos de la empresa a otras actividades diferentes, estaría incumpliendo con su responsabilidad.

Posteriormente, esta perspectiva va a adoptar la forma de estrategia de la RSC. Son Porter & Kramer (2006; 2011) los principales exponentes de

esta visión. Partiendo de la visión de que las empresas están llamadas a ser las responsables del mejoramiento social los autores hacen una propuesta que se basa en las interdependencias de la sociedad y la empresa. Para ellos, las empresas requieren de una sociedad sana, así como la sociedad necesita de empresas exitosas. La propuesta se basa en cinco pasos:

1. *Identificar los puntos de intersección:* en donde se busquen tanto los impactos de la empresa sobre la sociedad (vínculos de adentro hacia afuera) así como las influencias del contexto competitivo sobre la empresa (vínculos de afuera hacia adentro). El análisis del contexto competitivo implica una visión de los insumos disponibles para el negocio; las reglas e incentivos del mercado; el tamaño y sofisticación de la demanda local; y, la disponibilidad de industrias de apoyo.
2. *Elegir qué temas sociales abordar:* estos temas pueden clasificarse en problemas sociales genéricos, impactos sociales de la cadena de valor y dimensiones sociales del contexto competitivo. Para los autores es importante que las empresas traten los dos últimos en cuanto son los que afectan el operar de la empresa y con los cuales la empresa puede generar valor para la misma.
3. *Crear una agenda social corporativa:* diferencian los autores entre una RSC reactiva que incluye una buena ciudadanía y la mitigación de los efectos adversos y una RSC estratégica que se concentrará en transformar las actividades de la cadena de valor vinculando programas sociales así como en aportar a programas filantrópicos que agreguen valor a la empresa.
4. *Integrar las prácticas volcadas hacia afuera y hacia el interior:* lo cual se conecta con lo anterior, en cuanto los autores resaltan que debe haber una integración entre las mejoras al contexto social y las mejoras en la cadena de valor. Esto puede conducir a que no sea fácil distinguir entre las prácticas de RSC y el operar cotidiano de la empresa.

5. *Crear una dimensión social en la propuesta de valor*: para los autores la dimensión social debe quedar incluida en la propuesta de valor (misión, visión, etc.) de la empresa de modo que esto conduzca a un mejor posicionamiento competitivo.

Para Porter & Kramer (2006; 2011), adoptar una visión de RSC estratégica implicará hacer una mejor organización de la empresa que lleve a que los miembros de la misma interioricen la RSC no como un conflicto con la sociedad, sino como parte del operar de la organización. Esto conllevará a que se mida el actuar de la organización incluyendo indicadores de desempeño con respecto a los programas sociales. Todo dependería de la adecuada elección de temas sociales que aporten valor a la empresa.

Al mismo tiempo, se debe resaltar, para los autores, que las empresas no pueden asumir la responsabilidad de todos los temas sociales en cuanto su principal objetivo es ‘contribuir a una economía prospera’. Así, la acción de las empresas es considerada como limitada para responder a ‘todos los problemas del mundo’.

3.2. Influencias de la visión estratégica sobre la institucionalización de la Responsabilidad Social Corporativa

La influencia de esta visión es amplia y se concreta especialmente con la búsqueda de la regulación (de adopción voluntaria) de la inclusión en la estrategia empresarial de la RSC con miras a la creación de valor. En el Libro Verde de la Unión Europea, por ejemplo, puede leerse que:

La incidencia económica de la responsabilidad social puede desglosarse en efectos directos e indirectos. Se pueden derivar resultados positivos directos de, por ejemplo, un mejor entorno de trabajo –que genere un mayor compromiso de los trabajadores e incremente su productividad- o de una utilización eficaz de los recursos naturales. Además, se logran efectos indirectos a través del aumento de la atención que prestan a la empre-

sa consumidores e inversores, que ampliará sus posibilidades en el mercado. (Comisión de las Comunidades Europeas, 2001, p. 24).

Por otro lado, AECA, en su Marco Conceptual considera que la RSC:

“Supone un planteamiento de tipo estratégico que afecta a la toma de decisiones y a las operaciones de toda la organización, creando valor en el largo plazo y contribuyendo significativamente a la obtención de ventajas competitivas duraderas” (Lizcano & Moneva, 2004, p. 21).

Sistemas de gestión como la ISO 26000, también toman la perspectiva estratégica, aunque vinculándola con las otras dos perspectivas predominantes de la RSC:

“La responsabilidad social debería formar parte de la estrategia fundamental de la organización, con una asignación de responsabilidades y rendición de cuentas en todos los niveles adecuados de la organización. Debería reflejarse en su toma de decisiones y tenerse en cuenta en la implementación de actividades” (ISO, 2010, p. 7).

La guía G4 de GRI establece que dentro de los primeros elementos que deben ser incluidos en los informes de sostenibilidad, la estrategia de la empresa es un elemento fundamental para comprender el resto del informe (Global Reporting Initiative, 2013)¹.

La guía de reportes integrados, es mucho más explícita en plantear su enfoque estratégico orientado hacia los accionistas:

“El principal propósito de un reporte integrado es explicar a los proveedores

¹ Es de aclarar, sin embargo, que aunque la GRI haga énfasis en la estrategia empresarial, esta será mucho más cercana a la teoría de los stakeholders o grupos de interés.

de capital financiero cómo una organización crea valor en el tiempo” (International Integrated Reporting Council, 2013).

Una de las maneras en las que esta visión se ha logrado institucionalizar es a través de la planeación estra-

tégica empresarial. En los informes de RSC, de sostenibilidad o integrados que han sido cargados a la base de informes de GRI se puede encontrar que todas las empresas han redefinido sus misiones incluyendo los temas de RSC o de sostenibilidad. Como ejemplo, traemos las siguientes misiones empresariales:

Tabla 2. Expresión de la misión empresarial en informes de sostenibilidad en Colombia

Empresa	Misión
Davivienda	Generar valor económico, social y ambiental en forma sostenible para beneficio de la comunidad y de nuestros accionistas, colaboradores y clientes (Banco Davivienda, 2014, p. 17).
Ecopetrol	Encontramos y convertimos fuentes de energía en valor para nuestros clientes y accionistas, asegurando la integridad de las personas, la seguridad de los procesos y el cuidado del medioambiente, contribuyendo al bienestar de las áreas donde operamos, con personal comprometido que busca la excelencia, su desarrollo integral y la construcción de relaciones a largo plazo con nuestros grupos de interés (Ecopetrol, 2014).
Grupo Nutresa	<ul style="list-style-type: none"> - La misión de nuestra Empresa es la creciente creación de valor, logrando un destacado retorno de las inversiones, superior al costo del capital empleado. - En nuestros negocios de alimentos buscamos siempre mejorar la calidad de vida del consumidor y el progreso de nuestra gente. - Buscamos el crecimiento rentable con marcas líderes, servicio superior y una excelente distribución nacional e internacional. - Gestionamos nuestras actividades comprometidos con el desarrollo sostenible; con el mejor talento humano; innovación sobresaliente, y un comportamiento corporativo ejemplar (Grupo Nutresa, 2014, p. 10).
Empresa de Energía Eléctrica de Bogotá	Somos un grupo empresarial con capital mayoritariamente público, que genera valor económico, social y ambiental a sus accionistas, a Bogotá D. C. y a demás grupos de interés, a través de la participación relevante en el sector energético nacional e internacional, con responsabilidad global, prácticas de clase mundial y con un equipo humano comprometido, innovador y eficiente (Empresa de Energía Eléctrica de Bogotá, 2014, p. 36).

Fuente: elaboración propia

Dentro de estas misiones se puede observar que las empresas incluyen la RSC. En todos los casos, sin embargo, el objetivo principal es la generación de valor. La RSC es puesta, entonces, como instrumento para el crecimiento económico.

A todas estas formas de institucionalización es necesario agregar la asimilación del discurso estratégico de la RSC en las escuelas de negocios, en los programas de estudio de las ciencias económicas, y en general en todas las prácticas de enseñanza de la RSC, con la ayuda, por ejemplo, de manuales, cartillas o guías de RSC (Epstein, 2009; Navarro, 2012).

3.3. Críticas a la visión estratégica de la Responsabilidad Social Corporativa

La visión de Friedman (1970) y de Porter & Kramer (2006, 2011), aunque muy sonora, busca principalmente traducir la teoría de la estrategia para incluir temas sociales y ambientales. Se adaptan los modelos propuestos por Porter en años anteriores que buscan que la empresa tenga en cuenta dentro de su estrategia factores internos y externos de la misma.

Es de notar que se hace uso de un lenguaje catastrófico cuando se habla que la sociedad no debe hacer desaparecer a las empresas. Se plantea que

las empresas están siendo víctimas de los reclamos sociales y esto puede hacer que las empresas entren en crisis y lleven a que la sociedad en general sufra más. Este lenguaje, al igual que en la teoría de los stakeholders, lleva a poner a la empresa en un lugar primario dentro de la sociedad para la resolución de los conflictos sociales y ambientales. Esto se refuerza en la última sección en donde se hace un reclamo porque los países no impongan reglas que castiguen a las empresas para que asuman prácticas de RSC. Se esconde detrás de estos reclamos un fortalecimiento de la idea de libre actuar de las empresas para que asuman prácticas de RSC que, esta vez, ayuden a la generación de valor. No hay, entonces, un cambio hacia el compromiso con la solución de los problemas sociales y ambientales.

Desde una mirada de sostenibilidad fuerte (Naredo, 1997; Martínez & Roca, 2001; Bermejo, 2007), en la que la preocupación debe ir orientada a la preservación de los sistemas ecológicos, en la visión estratégica predomina la idea de separación entre la esfera económica y la realidad social y ambiental. Adoptando incluso una visión de triple balance (económico, social y ambiental) hay una subordinación de lo social y lo ambiental al resultado económico. Se incluye lo social y lo ambiental dentro de las preocupaciones empresariales en cuanto constituyan mecanismos de ‘agregación de valor’, o en otras palabras, de generación de beneficios económicos.

Por otro lado, asumiendo que desde la sostenibilidad fuerte es necesario hacer que la sociedad sea cada vez más democrática e incluyente, en pro de una equidad social y un mejoramiento de las relaciones sociales (Martínez, 2009; Löwy, 2014), en la visión estratégica es claro que se mantiene el interés de los inversionistas y proveedores de capital financiero. En otras palabras, esta visión no busca un mejoramiento de las relaciones sociales sino una reproducción del statu quo, manteniendo el poder de los dueños del capital sobre la dinámica social. Para Friedman (1970), la RSC es un discurso promotor del socialismo, mientras que para Porter & Kramer (2006, 2011), la RSC no debe ser obligatoria y no debe ser una forma de castigo a las empresas.

Por último, considerando que el logro de la sostenibilidad implicaría una visión interdisciplinaria de

la realidad en la que se identifiquen y se tengan en cuenta sus múltiples dimensiones (Ángel, 1997b; 2002; Bermejo, 2007), se puede argumentar que la visión estratégica de la RSC reduce lo social y lo ambiental a cuestiones económicas o limitantes de lo económico. Asociándose con la economía ambiental o con la teoría de la agencia, lo social y lo ambiental quedan reducidos a ‘costos económicos’ que pueden afectar la generación de beneficios para los proveedores de capital financiero. Las prácticas de RSC solo se tendrán en cuenta si, después de un análisis costo-beneficio, generan mayor rentabilidad.

4. La Responsabilidad Social Corporativa como gestión de Stakeholders

4.1. Planteamientos de la teoría de los Stakeholders

La teoría de los stakeholders (grupos de interés, grupos implicados, partícipes, partes interesadas, etc.) toma fuerza en la década de los ochenta del siglo XX con los trabajos, principalmente, de Edward Freeman (1984; Freeman & Reed, 1983). Según Escudero-Poblete (2010), esta teoría nace inicialmente como una vertiente de la teoría estratégica, pero posteriormente en la década de los noventa, presenta una transición hacia la ética de los negocios para después, en la primera década de este siglo, considerar la teoría de los stakeholders como libertaria desde un punto de vista pragmático. Por ser la de más influencia, nos concentraremos en la versión estratégica de la teoría.

En el trabajo de 1983, Freeman & Reed (1983) consideran que hay dos concepciones de stakeholder, una amplia y una estrecha. En la visión estrecha se considera que stakeholder es cualquier grupo o individuo identificable sobre el cual la organización depende para su supervivencia continuada. La visión amplia estará presente también en el trabajo de 1983, y en la cual los stakeholders o grupos implicados son “*aquellos grupos que afectan o son afectados por el logro de los objetivos de la organización*” (Freeman, 1984, p. 49). Esta visión implicaría entonces procesos y técnicas para ampliar la ‘gestión estratégica’ de la organización.

Hay al menos tres niveles en los cuales debemos entender los procesos que una organización usa para gestionar las relaciones con sus stakeholders. Primero que todo, debemos entender desde una perspectiva racional, quiénes son los stakeholders en la organización y cuáles son los intereses percibidos. Segundo, debemos entender los procesos organizacionales usados ya sea para gestionar implícita o explícitamente las relaciones de la organización con sus stakeholders, y si estos procesos ‘encajan’ con el ‘mapa de stakeholders’ racional de la organización. Finalmente, debemos entender el conjunto de transacciones o convenios entre la organización y sus stakeholders y deducir si estas negociaciones ‘encajan’ con el mapa de stakeholders y los procesos organizacionales para los stakeholders. (Freeman, 1984, p. 53).

En el primer nivel de análisis, o *nivel racional*, de acuerdo con Escudero-Poblete (2010), se lleva a cabo una identificación de los *stakeholders genéricos* de la organización. Al tener identificados estos grupos se procederá a la identificación de los *stakeholders específicos o particulares*. A cada stakeholder específico se asociará un interés particular, permitiéndose construir un *mapa de stakeholders* el cual será diferente entre diversas organizaciones. La tarea puede hacerse más compleja cuando un individuo o más hacen parte de diversos stakeholders, generando conflictos de intereses dependiendo de los roles que cumpla; del mismo modo, diversos grupos de stakeholders pueden tener relaciones estrechas que lleven a constituir redes que movilizan varios tipos de intereses; por último, un mismo grupo puede movilizar diversos intereses, así ‘oficialmente’ se asocie con uno específico.

El segundo nivel de análisis es denominado *nivel de procesos*. En este nivel se diseñan las tareas mediante las cuales la organización busca adaptarse a su entorno, a través del desarrollo de programas estratégicos para los stakeholders. Estos programas pueden ser ya existentes, nuevos, mejorados, o re-

lativos a grupos específicos. Se inicia por analizar y explicar el comportamiento de los stakeholders con el ánimo de identificar posibles amenazas o coaliciones en el futuro. A partir de esto pueden diseñarse las estrategias y programas ante cada stakeholder; estos pueden ser de cambio de reglas, ofensivos, defensivos o de contención.

El último nivel, o *nivel transaccional*, se refiere a la interacción específica con los stakeholders. En este nivel se deben diseñar mecanismos que mejoren tal interacción. Aquí es necesario tener en cuenta la legitimidad de los stakeholder (que la interacción sea útil para el éxito de la organización) así como las formas en las que el stakeholder quiere ser recompensado. En este nivel se realizan dos labores principales: implementación y monitoreo. En el primero, se deben establecer planes específicos de acción, un responsable organizacional y asignar recursos para llevar a cabo la relación con los stakeholders. En el segundo se evalúa el avance respecto a las metas establecidas llevando a cabo controles sobre la implementación, sobre los programas estratégicos y sobre la dirección estratégica.

Un tipo de análisis similar se ve en el trabajo de Weiss (2006, p. 6-7) para la gestión de los stakeholders cuando propone los siguientes pasos:

- Identificar y establecer prioridades en los casos, amenazas u oportunidades
- Mapear quiénes son los stakeholders
- Identificar sus intereses, preocupaciones y fuentes de poder
- Mostrar quiénes son los miembros de las coaliciones o quiénes pueden convertirse en miembros
- Mostrar cuál es (y debería ser) la ética de cada stakeholder
- Elaborar estrategias de colaboración y diálogo desde una perspectiva de un ‘terreno más alto’ para mover los planes e interacciones al cierre deseado por todas las partes.

4.2. Influencias de la teoría de los Stakeholders en la regulación de la RSC

La visión de la teoría de los stakeholders (o al menos el concepto de stakeholder) ha sido asumida por diversos organismos reguladores o promotores de la RSC. Ejemplo de ello es la visión de Forética, ente promotor de la RSC en España, el Libro Verde de la Unión Europea, el Marco Conceptual de la Responsabilidad Social Corporativa de AECA, o la Guía para la Elaboración de Informes de Sostenibilidad de la GRI, o la ISO 26000².

En el Libro Verde (Comisión de las Comunidades Europeas, 2001, p. 29) se puede leer:

“Partes interesadas/Interlocutores: persona, comunidad u organización afectada por las operaciones de una empresa o que influye en dichas operaciones. Las partes interesadas pueden ser internas (por ejemplo los trabajadores) o externas (por ejemplo los consumidores, los proveedores, los accionistas, los financiadores, la comunidad local)”.

En el documento AECA sobre responsabilidad social corporativa elaborado por Lizcano & Moneva:

Los grupos de interés, partes interesadas o stakeholders, son aquellos grupos sociales e individuos afectados de una u otra forma por la existencia y acción de la empresa, con un interés legítimo, directo o indirecto, por la marcha de ésta, que influyen a su vez en la consecución de los objetivos marcados y su supervivencia. Pueden también identificarse como grupo de interés las generaciones venideras. Tras su identificación y definición se podrán determinar sus necesidades. (2004, p. 29)

En el caso de Forética, dentro de sus Cuadernos Forética, se encuentra el documento de Francés-Gómez el cual plantea que:

Todas las personas y grupos que pueden influir en la marcha de la misma, son stakeholders –empleados y consumidores, medios de comunicación, ONG, agencias reguladoras, la competencia. Todos los grupos y asociaciones que representan intereses que pueden ser afectados por la operación de la empresa son stakeholders –grupos ecologistas, asociaciones cívicas, grupos de presión, gobiernos. (2005, p. 13)

En este documento, Francés divide los stakeholders en tres niveles: en el núcleo, trabajadores y empleados; en un segundo nivel, los clientes, proveedores, entidades reguladoras y competencia; en un tercer nivel, las comunidades, los gobiernos, la sociedad y el medio ambiente. Acorde con esto, establece que se encuentran diez áreas funcionales de gestión desde la RSC: alta dirección y relación con accionistas; empleados y trabajadores; proveedores, contratistas y sub-contratistas; clientes y consumidores; competencia y mercados; relación con administraciones públicas y cumplimiento normativo; entorno social cercano; entorno medioambiental; entorno social amplio y organizaciones que representan intereses afectados; y, medios de comunicación social.

Por su parte la Guía de la GRI define a los stakeholders de la siguiente manera:

“Entre los grupos de interés están aquellos que forman parte de la organización y otros con los que se mantienen relaciones diversas. Las expectativas y los intereses razonables de los grupos de interés son una referencia básica para muchas de las decisiones que se toman al elaborar la memoria” (Global Reporting Initiative, 2013, p. 16).

Por último, la ISO-26000 se refiere también a las ‘partes interesadas’ así:

² Aunque en diversas organizaciones el concepto de stakeholders se hace relevante, este es vinculado con otras visiones como la de la ciudadanía corporativa o el beneficio para el accionista.

“...individuo o grupo que tiene interés en cualquier decisión o actividad de la organización” (ISO, 2010)

Así, aunque la regulación sobre RSC no se puede ver como producto directo de la teoría de los stakeholders, si es claro que el concepto, con múltiples matices, se ha consolidado como fundamento de la política social y ambiental a nivel global.

4.3. Una mirada crítica a los planteamientos de la teoría de los Stakeholders

Para Larrinaga (1997), en la teoría de los stakeholders se asumen principios como los de participación y pluralismo, en donde se busca un equilibrio de poderes entre los diversos grupos afectados por la organización así como un proceso de diálogo entre estos grupos con el ánimo de construir consensos en la organización.

Sin embargo, para Archel & Husillos (2009), son dos las principales críticas que se hacen a la teoría de los stakeholders. En la primera, escudo de las visiones tradicionales de la empresa, se plantea que es imposible cubrir los intereses de múltiples stakeholders en cuanto ellos tienen diferentes objetivos. En segundo lugar, se plantea que la teoría tiene la debilidad de que es el gerente el principal responsable de la definición de los stakeholders a los que atenderá la organización así como la manera en la que esto se llevará a cabo. Esto entregaría la posibilidad de comportamientos oportunistas de parte de los gerentes para conseguir legitimidad y beneficios para stakeholders específicos.

Por otro lado, la teoría de los stakeholders puede ser vista como un medio por el cual los grupos de poder pueden mantener su legitimidad dentro de la sociedad contemporánea. Son estos grupos los que tienen la capacidad de definir los stakeholders organizacionales así como los mecanismos por los cuales estos sean ‘incluidos’ en la organización. En muchos casos la ‘inclusión’ se limita a consultas o encuestas sobre la percepción que los stakeholders tienen de la organización y difícilmente hay una inclusión en la toma de decisiones y la planeación organizacional. Además, puede ser visto como una

manera de dividir a la sociedad en diversos grupos y debilitar su capacidad de unión ante los conflictos empresariales.

En cuanto a la sostenibilidad fuerte y la interdisciplinariedad, la teoría de los stakeholders abre las puertas a un reconocimiento de las múltiples dimensiones de la realidad, sin embargo, se queda corta. En primer lugar, lo ambiental es subordinado a uno de los grupos de interés de la organización, manteniendo una visión particionada de la realidad en la que lo ambiental solo es una dimensión más separada de lo económico y lo social. Segundo, la teoría de los stakeholders aunque abre la posibilidad al reconocimiento de puntos de vista diversos, es la gestión, la gerencia, los objetivos empresariales los que predominan en el análisis de la realidad.

Así, se puede decir, que, al igual que la perspectiva estratégica de la RSC, la teoría de los stakeholders no es una visión adecuada para el logro de la sostenibilidad, la inclusión democrática y la interdisciplinariedad.

5. La Ciudadanía Corporativa y la politización de la Responsabilidad Social

5.1. Planteamientos de la Ciudadanía Corporativa

Una de las perspectivas predominantes en la RSC, junto con la visión estratégica y la teoría de los stakeholders, es la *ciudadanía corporativa*. Aunque el concepto de ciudadanía corporativa tiene sus raíces en la década de los setenta, para Garriga & Melé (2004) esta perspectiva toma fuerza con el debilitamiento del Estado de Bienestar y el surgimiento del discurso de la Globalización, siendo un discurso predominante desde finales del siglo XX (Perdomo, 2011). Se parte de la idea del ‘buen ciudadano’ como aquel que tiene derechos y deberes, pero también tiene la capacidad de participar en la definición de las políticas de la sociedad. Se refiere así a la capacidad voluntaria de las grandes corporaciones para participar en la definición de la política social.

“La empresa ha de actuar a modo de ‘buen ciudadano’ y todo lo que se puede reconocer como tal ha de orientar una actuación responsable. Esto incluye las

contribuciones de la empresa a la sociedad a través de sus actividades propias, la realización de algunas inversiones sociales y programas filantrópicos y ciertas implicaciones en políticas públicas” (Melé, 2007, p. 63).

Para Francés-Gómez (2004), los argumentos a favor de la ciudadanía corporativa incluyen la influencia en la reputación, el mejoramiento de las relaciones con las comunidades y los gobiernos, el aumento de la fidelidad de los clientes, el aumento de las oportunidades de innovación y desarrollo, y la atracción de los empleados y los inversionistas. Para él, la ciudadanía corporativa conlleva dos ideas básicas: la proactividad, vista como la manera en la cual la empresa se anticipa a los problemas con el contexto y define planes de acción y de prevención ante los mismos así como a la inclusión de lo social dentro de los objetivos estratégicos de la empresa; y, la implicación, o el continuo diálogo con los diversos stakeholders, de preocupación por sus condiciones de vida y de inclusión de los mismos en la gestión empresarial.

Matten & Crane (2005), establecen que la ciudadanía implica tres aspectos diferentes: derechos civiles, sociales y políticos. Los derechos sociales se refieren a la provisión de bienestar a los individuos por parte del Estado. Los derechos civiles están relacionados con la protección que el Estado provee al individuo ante terceras partes. Los derechos políticos van dirigidos a la participación de los individuos en la sociedad y en el mismo Estado. A partir de esto, los autores consideran que “las corporaciones entran en el cuadro no porque tengan algún título para ciertos derechos, como los tendría un ciudadano individual, sino, al contrario, como un actor público poderoso que tiene una responsabilidad de respetar los derechos de un ciudadano individual” (Matten & Crane, 2005, p. 170).

Estos autores consideran que en el contexto de globalización actual, el Estado falla en la provisión y protección de los derechos ciudadanos en cuanto las actividades sociales, económicas y políticas están hoy fuera de sus fronteras y los individuos cada vez tienen menos obstáculos para llevar a cabo inte-

rrrelaciones globales. Con iniciativas como el Pacto Global o los Objetivos del Milenio, entre otras, se pretende que las grandes empresas, las corporaciones, llenen ese vacío institucional.

Las empresas así, entran a administrar los derechos ciudadanos en tres ámbitos: allí donde el Estado deja de administrar, allí donde el Estado no ha administrado y allí donde el Estado no puede administrar.

En el primer ámbito, se da espacio a las corporaciones para administrar derechos. En el caso de los derechos sociales las empresas actúan principalmente a través de la privatización de servicios básicos. En el área de los derechos civiles, la empresa ayuda a mantener la protección de estos derechos. Y en el área de los derechos políticos las empresas se convierten en voceros de la sociedad a través de la financiación de partidos políticos o el lobby, pero, al mismo tiempo, las empresas se convierten en blanco de protestas por parte de los individuos en pro de un mejoramiento de su conducta.

En el segundo ámbito, allí donde el Estado no ha llegado a administrar los derechos, particularmente en los países menos desarrollados, las corporaciones son encargadas con dicha administración. En los tres tipos de derechos, las corporaciones se ven como actores promotores de bienestar y de construcción de instituciones que protejan los derechos de los ciudadanos.

Por último, en el ámbito en el que la administración del Estado ya no tiene alcance, a nivel global principalmente, las corporaciones pueden favorecer la constitución de instituciones de gobierno global. En el área de los derechos sociales, las corporaciones promueven la adopción de estándares sociales y ambientales así como la adopción de códigos de conducta. En el área de los derechos civiles, en particular el derecho de la propiedad privada, las corporaciones pueden promover reformas para su protección. En el caso de los derechos políticos las corporaciones adoptan un papel activo en la regulación internacional.

Así, para los autores la ciudadanía corporativa se define como la capacidad de las corporaciones de admi-

nistrar derechos ciudadanos para los individuos. En esta definición la corporación actúa como proveedor de derechos sociales, posibilitador de derechos civiles

y/o canal para el ejercicio de los derechos políticos. La siguiente tabla busca sintetizar la relación entre estas funciones y los ámbitos de administración.

Tabla 3. Función de las corporaciones en los ámbitos de administración de derechos

Derechos \ Ámbitos	1. Donde el Estado deja de Administrar	2. Donde el Estado no ha administrado	3. Donde el alcance del Estado no le permite administrar
Derechos Sociales – Proveedor	Proveedor de servicios básicos (privatización)	Promotor de políticas de bienestar Construcción de infraestructura	Presión hacia la adopción de estándares sociales y ambientales y códigos de conducta
Derechos Civiles – Posibilitador	Protector de derechos civiles	Promotor de derechos civiles	Promotor de protección de los derechos civiles
Derechos Políticos – Canal	Participación a través de financiación o lobby Blanco de protestas	Promotor de instituciones políticas Lobby	Participación activa en la regulación internacional

Fuente: construcción propia a partir de Matten & Crane (2005).

5.2. Influencias institucionales de la Ciudadanía Corporativa

La ciudadanía corporativa ha logrado ser asimilada por las instituciones globales dando legitimidad al papel de la empresa como entidad orientadora de las políticas de la sociedad. El mayor ejemplo de esta perspectiva, ya institucionalizada, es el Pacto Mun-

dial. En este se busca fomentar la colaboración por parte de las empresas con la sociedad a través del cumplimiento voluntario de diez principios (tabla 4) y la puesta en marcha de cuatro instrumentos principales: desarrollo de iniciativas conjuntas, creación de foros de diálogo y redes de colaboración, promoción de un foro activo de educación y aprendizaje y creación de redes y plataformas locales y nacionales.

Tabla 4. Principios del Pacto Global

Bloque temático	Principio
Derechos Humanos	1. Las empresas deben apoyar y respetar los DDHH proclamados a nivel internacional 2. Evitar verse involucradas en abusos a los DDHH
Derechos Laborales	3. Las empresas deben respetar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva 4. La eliminación de todas las formas de trabajo forzoso obligatorio 5. La abolición efectiva del trabajo infantil 6. La eliminación de la discriminación respecto del empleo y la ocupación
Derechos Medio Ambientales	7. Las empresas deben apoyar la aplicación de un criterio de precaución respecto de los problemas ambientales 8. Adoptar medidas para promover una mayor responsabilidad ambiental 9. Alentar el desarrollo y la difusión de tecnologías inocuas para el medio ambiente
Derechos Socio-económicos	10. Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno

Fuente: Navarro (2012, p. 171)

Esta perspectiva también puede verse en marcos generales de la RSC empresarial como el Libro Verde de la Unión Europea (Comisión de las Comunidades Europeas, 2001) o las Directrices Generales para Empresas Multinacionales de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE, 2011).

En el caso del Libro Verde, este se inscribe en la iniciativa del Pacto Global, en las declaraciones de la OIT o en las mismas directrices de la OCDE. Además de esto, considera como importante la promoción de regulaciones de RSC en aquellos países en los que tal regulación no exista o sea precaria (OCDE, 2001, p. 7). Divide su propuesta de gestión de la RSC en interna y externa. En el caso de la dimensión externa plantea que dicha gestión debe sobrepasar los límites del continente europeo (OCDE, 2001, p. 12). Así mismo esta dimensión incluye el seguimiento de los derechos humanos, a través de la adopción principalmente de códigos de conducta (OCDE, 2001, p. 14), y la preocupación por los problemas ambientales de carácter global (OCDE, 2001, p. 16).

Por su parte, en los principios generales de las directrices de la OCDE (2011), se encuentran ítems como: contribución al progreso social, económico y ambiental; respetar los derechos humanos; estimular la generación de capacidades locales; abstenerse de cualquier injerencia indebida en actividades políticas locales (lo que no prohíbe el hecho de que sí pueda participar). En el área ambiental se les promueve a participar en el establecimiento de políticas públicas. En el área de los intereses de los consumidores se plantea que deben colaborar con las autoridades para la eliminación de amenazas provocadas por sus productos. En el desarrollo de ciencia y tecnología, este puede ser llevado a cabo a través de alianzas con instituciones públicas y universidades.

El Marco Conceptual de AECA sobre Responsabilidad Social incluye dentro de los términos relacionados a la RSC a la ‘empresa ciudadana, definiéndola como *“miembro integrante de la sociedad, con el deber de promover su desarrollo y preservación del entorno vital en donde realiza su actividad”*

(Lizcano & Moneva, 2004, p. 22). Dentro de los comportamientos de carácter externo, el marco recomienda la colaboración directa con organizaciones internacionales que promuevan la RSC, así como la promoción de la misma a través de redes empresariales internacionales.

En la producción de información de RSC, la ciudadanía corporativa también ha influido en guías como la de la Global Reporting Initiative (2013) en la que los indicadores sociales incluyen la posibilidad de informar sobre los derechos humanos, así como la participación en la política pública.

Como se ha planteado en el apartado anterior, desde la ciudadanía corporativa también se propone la definición de declaraciones de valores y/o códigos de conducta. Los primeros, son documentos breves que enumeran principios, fines y valores que orientan la actividad de la organización en la sociedad. Los segundos, son documentos extensos y específicos que presentan reglas de acción que se deben cumplir en situaciones determinadas (Francés-Gómez, 2004).

Por último, se puede decir que, desde hace menos de dos décadas, coincidentes con la predominancia de esta perspectiva, han surgido instituciones privadas (sin ánimo de lucro) que tienen como interés promover las prácticas de RSC, ya sea a través de estándares, guías, o a través de la discusión de temas de política social. Entre estas organizaciones podemos encontrar el Consejo Mundial para el Desarrollo Sostenible, Social Accountability, AccountAbility, la Global Reporting Initiative, el International Integrated Reporting Framework Council, y muchas más.

5.3. Críticas a la Ciudadanía Corporativa

Como plantean Matten & Crane (2005), la ciudadanía corporativa no puede considerarse aún como una teoría consolidada. Sin embargo, se puede decir que es la perspectiva con mayor preponderancia el día de hoy en cuanto asume lo planteado por visiones como la estratégica o la teoría de los stakeholders y además pone a la empresa en un escenario político activo.

El aporte de esta perspectiva a la sostenibilidad, en el sentido fuerte del término, es muy baja. Su interés está concentrado más en la reputación corporativa y en la ampliación de su poder político que en una preocupación sincera sobre el medio ambiente y el equilibrio en los ecosistemas. Lo ambiental se ha vuelto negocio: certificaciones, etiquetas, valor financiero, productos ‘ambientales’, etc. Lo ambiental así, queda subordinado a lo económico y a lo social. Lo social es a lo que más se le presta atención, pero en cuanto ello mejora la reputación empresarial y los resultados financieros.

En cuanto a la democracia inclusiva y participativa, es importante tener cuidado con esta perspectiva, puesto que sus planteamientos, aparentemente, parten del reconocimiento de la democracia a través del concepto de ciudadanía. Sin embargo, se puede decir que la ciudadanía corporativa es un intento de minar la democracia y concentrar el poder en las corporaciones. Se considera que el Estado debe dejar en manos de las corporaciones el bienestar de la sociedad. Así, el ánimo de lucro a través de la provisión de servicios públicos y de bienestar es visto como RSC y como ciudadanía corporativa. Ramiro cuestiona esta perspectiva de la siguiente manera:

...se está consiguiendo instaurar una corporativización de la política. Con la RSC, los intereses corporativos mediatizan los conflictos sociales, que van siendo despojados de su carácter político para ir consolidando el mito del consenso como la única forma posible de solucionar los conflictos: a través del diálogo entre todos los actores en igualdad –sin tener en cuenta que existen unas relaciones de poder– es como se pretende llegar a desarrollar buenas prácticas empresariales. Se difumina la responsabilidad de las transnacionales, y se pone en un mismo plano a los consumidores, las ONG, los gobiernos y las empresas. Así, las multinacionales han pasado de emplear estrategias agresivas a desarrollar políticas de RSC, de la imposición al diálogo con los grupos de interés, de

la corrupción a la transparencia, de la negociación colectiva a los códigos de conducta, de la desregulación a la autorregulación. (2009, p. 77)

Desde la ciudadanía corporativa el poder de la empresa se hace mayor. Ella se convierte en la guía de la sociedad. Se legitima su actuar y se le da la capacidad de definir lo que debe hacerse en materia social, ambiental, de derechos humanos, etc. La protección y los derechos se convierten en parte de su negocio. Se abren nuevos nichos de mercado alrededor de la salud, la educación, la vivienda, pero también alrededor de la pobreza y de la naturaleza.

Por último, la búsqueda de la interdisciplinariedad en el análisis de la realidad tampoco es interés de esta perspectiva. Todo queda reducido al análisis político-estratégico de la RSC. Si bien la mirada política sobre la corporación amplía el espectro de análisis, se asume el pensamiento liberal en el que el ser humano es considerado como individuo que posee principalmente derechos económicos que deben ser protegidos. Lo social y lo ambiental se ven a la luz de la racionalidad económica.

6. Conclusiones

El presente texto es solo el inicio de una propuesta de análisis y reflexión en torno a la RSC como discurso de nuestra sociedad contemporánea. Ha pretendido presentar y evaluar la visión estratégica de la RSC difundida, entre otros por Milton Friedman, Michael Porter o Mark Kramer; la teoría de los stakeholders, promovida por Edward Freeman; y, la ciudadanía corporativa que predomina en la última década en la regulación sobre RSC.

La visión estratégica de la RSC plantea inicialmente que la empresa no debe asumir responsabilidades que deben ser cubiertas por el Estado en busca del beneficio de la sociedad en general, en cuanto acarrear mayores costos para la empresa y por ende disminución de la rentabilidad. Sin embargo, en cuanto se ha caído en cuenta de los beneficios potenciales de la RSC, se ha llegado a plantear que las actividades de RSC pueden ser llevadas a cabo por la empresa, siempre y cuando ellas generen bene-

ficios y agreguen valor a los proveedores de capital financiero de las empresas.

Desde una visión de sostenibilidad fuerte, la visión estratégica de la RSC no representa un avance en el logro de una sociedad más ecológica, más equitativa y más comprensiva. Esta visión subordina lo ambiental y lo social a lo económico dando prevalencia a los resultados económicos. También, favorece y mantiene un orden social en el que la empresa y el capital financiero son los mayores beneficiarios al promover la disminución del papel del Estado, la asimilación de programas sociales como unidad de negocio y la búsqueda de beneficios financieros. Por último, esto desconoce las múltiples dimensiones de la realidad y del comportamiento humano, reduciendo todo a decisiones económicas egoístas. Así, se puede decir que la visión estratégica no representa una orientación adecuada para el logro de la sostenibilidad.

La teoría de los stakeholders surge en el seno de la visión estratégica empresarial, pero establece que la empresa no debe preocuparse solamente por el interés de los accionistas sino también por los intereses de los diversos grupos e individuos relacionados con la empresa. Esta teoría ha tenido amplias influencias institucionales y sobre la formación en las disciplinas económicas y administrativas. Se ha reconocido desde diversos ámbitos el poder de análisis y de aplicación que entrega la teoría a las diversas organizaciones.

Sin embargo, visto desde perspectivas críticas de la sostenibilidad, de la democracia y de la interdisciplinariedad, la teoría de los stakeholders presenta múltiples fallas. La teoría de los stakeholders no representa una búsqueda de la democracia participativa o inclusiva en cuanto deja en manos de la dirección la definición de los grupos y el reconocimiento de sus intereses, pero no se busca una participación activa de los stakeholders. Por otro lado, subordina lo ambiental a lo económico-estratégico de la organización y a lo social, reduciéndolo a un grupo de interés adicional, no siendo una búsqueda verdadera de la sostenibilidad. Por último, todo el análisis queda reducido a la definición de objetivos organizacionales y la subordinación de los intereses de los

stakeholders a dichos objetivos; por ende, es un tipo de análisis que no favorece la interdisciplinariedad.

La ciudadanía corporativa toma fuerza a mediados de la década de 1990 en torno a las crisis sociales y ambientales, la globalización y la pérdida de poder de los estados nacionales. Para la ciudadanía corporativa, el bienestar de la sociedad debe quedar en manos de las corporaciones en cuanto ellas pueden actuar como proveedores, promotores o canales para el ejercicio de los derechos sociales, civiles y políticos de los miembros de la sociedad. La empresa así, se convierte en garante de derechos a través de su objeto social y en comunión con los organismos estatales, o asumiendo totalmente su rol. La influencia de esta perspectiva es bastante amplia y puede verse reflejada en la definición de los principios del Pacto Global, en diversos marcos de referencia sobre la RSC o en las guías de presentación de información empresarial. Del mismo modo, esta perspectiva promueve al interior de la organización la definición de códigos de conducta y declaraciones de valores.

Empero, esta perspectiva falla en aportar al logro de la sostenibilidad en sentido fuerte, en la democratización de la sociedad y en el análisis interdisciplinario de la realidad en tanto da mayor prioridad a lo económico y lo reputacional sobre lo social y lo ambiental, los cuales se convierten en nichos estratégicos de negocio. Del mismo modo, se presenta un traslado y una concentración del poder desde el Estado hacia las corporaciones a través de un discurso aparentemente democrático.

Para sintetizar, las perspectivas analizadas, en primer lugar, no son perspectivas que estén en congruencia con una búsqueda de la sostenibilidad en cuanto mantienen una diferenciación de lo económico, lo social y lo ambiental, incluyendo los dos últimos en busca de fortalecer lo económico. Segundo, las perspectivas de la teoría de los stakeholders y la ciudadanía corporativa aparentemente abren puertas a una gestión democrática de la RSC; sin embargo, ambas teorías fallan en la construcción de una sociedad más democrática en cuanto buscan una gestión *de* los stakeholders y no *con* ellos, en el primer caso, y buscan una concentración del poder

político por parte de las corporaciones, en el segundo caso. Por último, en estas perspectivas, aunque se incluye lo social, lo político o lo ambiental, esto queda subordinado al objetivo de crecimiento de la empresa tanto a nivel económico como su presencia global, predominando así los análisis económicos y de gestión, sin un análisis interdisciplinario profundo (Ángel, 2000).

7. Referencias

- Alvarado-Herrera, A., Bigñé-Alcañiz, E., Currás-Pérez, R., & Sánchez-García, I. (2011). Epistemological evolution of corporate social responsibility in management; an empirical analysis of 35 years of research. *African Journal of Business Management*, 5 (6): 2055-2064.
- Ángel, A. (1997a). Ambiente y Desarrollo. Un enfoque para el Desarrollo Humano hacia el Siglo XXI. In *Desarrollo Sostenible o Cambio Cultural* (pp. 172-210). Cali: Imprenta departamental del Valle del Cauca.
- Ángel, A. (1997b). *Desarrollo Sostenible o Cambio Cultural*. Cali: Imprenta departamental del Valle del Cauca.
- Ángel, A. (2000). *La aventura de los símbolos. Una visión ambiental de la historia del pensamiento*. Bogotá: Ecofondo.
- Ángel, A. (2002). *El retorno de Ícaro. La razón de la vida. Muerte y vida de la filosofía. Una propuesta ambiental*. Bogotá: PNUD.
- Ángel, A. (2003). *La Diosa Némesis. Desarrollo Sostenible o Cambio Cultural*. Cali: Corporación Autónoma de Occidente.
- Archel-Domench, P. & Husillos-Carqués, J. (2009). Divulgación de información social y medioambiental: una revisión de la literatura. In *Irrupciones significativas para pensar la contabilidad* (pp. 13-60). Cali: Universidad del Valle.
- Banco Davivienda (2014). *Informe de Sostenibilidad 2013*. Bogotá.
- Berbel, G., Reyes, J. & Gómez, M. (2007). La responsabilidad social en las organizaciones (RSO): análisis y comparación entre guías y normas de gestión e información. *Innovar*, 17 (29): 27-48.
- Bermejo, R. (2007). El paradigma dominante como obstáculo para la sostenibilidad. La transformación epistemológica y paradigmática de la economía sostenible. *Ekonomiaz*, 64 (1): 36-71.
- Bermejo, R. (2011). *Manual para una economía sostenible*. Madrid: Los Libros de la Catarata.
- Comisión de las Comunidades Europeas (2001). *Libro Verde. Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*. Bruselas: Comisión de las Comunidades Europeas.
- Cooper, S. & Owen, D. L. (2007). Corporate social reporting and stakeholder accountability: The missing link. *Accounting, Organizations and Society*, 32 (7-8): 649-667.
- De Bakker, F. G. A., Groenewegen, P., & Den Hond, F. (2005). A Bibliometric Analysis of 30 years of research and theory in Corporate Social Responsibility and Corporate Social Performance. *Business & Society*, 44 (3): 283-317.
- Ecopetrol (2014). *Reporte Integrado de Gestión Sostenible 2013*. Bogotá.
- Empresa de Energía Eléctrica de Bogotá (2014). *Informe de Gestión Sostenible 2013*. Bogotá.
- Epstein, M. J. (2009). *Sostenibilidad empresarial. Administración y medición de los impactos sociales, ambientales y económicos*. Bogotá: ECOE Ediciones.
- Escobar, A. (1998). *La Invención del Tercer Mundo. Construcción y Deconstrucción del Desarrollo*. Bogotá: Editorial Norma.
- Escudero-Poblete, G. (2010). *Bien común y stakeholders. La propuesta de Edward Freeman*. Pamplona: Ediciones Universidad de Navarra.
- Francés-Gómez, P. (2004). *Ética de los Negocios. Innovación y Responsabilidad*. Bilbao: Descleé de Brouwer.
- Francés-Gómez, P. (2005). *Responsabilidad Social de las Empresas: Fundamentos y Enfoque de la Gestión Responsable*. Forética.
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic Management. A Stakeholder Approach*. Massachusetts: Pitman Publishing.
- Freeman, R. E. & Reed, D. L. (1983). Stockholders and Stakeholders: A New Perspective on Corporate Governance. *California Management Review*, XXV (3): 88-106.
- Friedman, M. (1970, September 13). The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits. *The New York Times Magazine*, 32, 33, 122, 123, 124.
- Garriga, E. & Melé, D. (2004). Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the Territory. *Journal of Business Ethics*, 53 (1-2): 51-71.
- Global Reporting Initiative, GRI (2013). *G4 - Guía para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad*. Amsterdam: Global Reporting Initiative.
- Gómez, M. (2009). Tensiones, posibilidades y riesgos de la contabilidad medioambiental empresarial. *Contaduría, Universidad de Antioquia*, (54): 55-78.
- Grupo Nutresa (2014). *Informe anual y de sostenibilidad 2013*. Bogotá.
- Hernández, J., Gonzáles, E., & Ramiro, P. (2009). Los movimientos sociales y sindicales ante la RSC: propuestas de intervención frente al poder corporativo. In J. Hernández Zubizarreta & P. Ramiro (Eds.), *El negocio de la responsabilidad. Crítica de la Responsabilidad Social Corporativa de las empresas transnacionales* (pp. 231-250). Barcelona: Icaria.
- International Integrated Reporting Council (2013). The International Framework. <http://integratedreporting.org/resource/international-ir-framework/> [On-line].
- ISO (2010). *Norma Internacional ISO 26000. Guía de responsabilidad social*. Ginebra: ISO.
- Jones, B. (2015). Corporate social irresponsibility: The role of government and ideology. In W. Sun, J. Stewart, & D. Pollard (Eds.), *Reframing Corporate Social Responsibility: Lessons from the Global Financial Crisis* (pp. 57-75). Warrington: Emerald.

- Larrinaga, C. (1997). Consideraciones en torno a la relación entre contabilidad y medio ambiente. *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, XXVI, (93): 957-991.
- Leff, E. (2002a). Globalización, Ambiente y Sustentabilidad del Desarrollo. *Saber Ambiental. Sustentabilidad, Racionalidad, Complejidad, Poder* (3ra ed., pp. 17-30). México: Siglo XXI Editores.
- Leff, E. (2002b). La Reapropiación Social de la Naturaleza. In *Saber Ambiental. Sustentabilidad, Racionalidad, Complejidad, Poder* (3ra ed., pp. 59-73). México: Siglo XXI Editores.
- Lizcano, J. L. & Moneva, J. M. (2004). *Marco Conceptual de la Responsabilidad Social Corporativa. Documentos AECA. Serie Responsabilidad Social Corporativa. No. 1*. Madrid: Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas - AECA.
- Löwy, M. (2014). *Ecosocialismo. La alternativa radical a la catástrofe ecológica capitalista*. Buenos Aires: Ocean Sur.
- Lozano, J. M. (2009). *La empresa ciudadana como empresa responsable y sostenible*. Madrid: Trotta.
- Lozano, J. M., Albareda, L., & Ysa, T. (2005). ¿Qué pueden hacer los gobiernos para promover la Responsabilidad Social Empresarial. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, (53): 53-64.
- Martínez, J. (2001). La economía ecológica como ecología humana. In J. Sánchez & A. Supelano (Eds.), *La roca y las mareas. Ensayos sobre economía y ecología* (pp. 19-63). Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.
- Martínez, J. (2009). *El ecologismo de los pobres. Conflictos ambientales y lenguajes de valores*. (3 ed.) Barcelona: Icaria Editorial.
- Martínez, J. (2011). Hacia una economía sostenible. Dilemas del Ecologismo Actual. *Revista de Economía Crítica*, 11: 186-204.
- Martínez, J. & Roca, J. (2001). *Economía Ecológica y Política Ambiental*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Matten, D. & Crane, A. (2005). Corporate Citizenship: Toward an Extended Theoretical Conceptualization. *The Academy of Management Review*, 30 (1), 166-179.
- Matten, D., Crane, A., & Chapple, W. (2003). Behind the Mask: Revealing the True Face of Corporate Citizenship. *Journal of Business Ethics*, 45 (1): 109-120.
- Melé, D. (2007). Responsabilidad social de la empresa: una revisión crítica a las principales teorías. *Ekonomiaz*, (65): 50-67.
- Melé, D. (2008). Corporate social responsibility theories. In A. Crane, D. Matten, A. McWilliams, J. Moon, & D. S. Siegel (Eds.), *The Oxford handbook of Corporate Social Responsibility* (New York: Oxford University Press).
- Naciones Unidas (2015). *Objetivos de Desarrollo del Milenio. Informe de 2015* Nueva York.
- Naredo, J. M. (1997). Sobre el origen, el uso y el contenido del término 'sostenible'. *Cuadernos del Guincho*, 3: 48-57.
- Naredo, J. M. (2006). *Raíces económicas del deterioro ecológico y social: más allá de los dogmas*. Madrid: Siglo XXI.
- Naredo, J. M. (2007). La reconciliación virtual entre economía y ecología en el nuevo desarrollismo ecológico. *Papeles de relaciones ecosociales y cambio global*, (100): 33-51.
- Naredo, J. M. & Valero-Capilla, A. (1999). *Desarrollo Económico y Deterioro Ecológico*. Madrid: Fundación Argentaria - Visor Dis.
- Navarro, F. (2012). *Responsabilidad Social Corporativa: Teoría y Práctica*. (2 ed.) Madrid: ESIC Editorial.
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico OCDE (2011). Líneas Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales. <http://dx.doi.org/10.1787/9789264202436-es> [On-line].
- Perdomo, J. (2011). Responsabilidad Social Empresarial: una revisión contextual desde el *management*. En: L.E. Villa Castaño (Ed.), *Capitalismo y Empresa: Reflexiones desde la Ética y la RSE* (pp. 125-150). Bogotá: Editorial Pontificia Universidad Javeriana.
- Pérez, M. (2012). Conceptualización sobre el Desarrollo Sostenible: operacionalización del concepto para Colombia. *Punto de Vista*, III (5): 139-158.
- Pinelli, M. (2015). *Three Essays on Sustainability, Strategy and Business Model Innovation*. Doctorado en Investigación en Gestión Tesis Doctoral, Scuola Dottorale di Ateneo, Graduate School.
- Porter, M. & Kramer, M. (2002). The competitive advantage of corporate philanthropy. *Harvard Business Review*, 80: 56-69.
- Porter, M. & Kramer, M. (2006). Estrategia y Sociedad. El vínculo entre ventaja competitiva y responsabilidad social corporativa. *Harvard Business Review América Latina*, Diciembre, 84 (12): 78-91.
- Porter, M. & Kramer, M. (2011). La creación de valor compartido. *Harvard Business Review América Latina*, Enero, 1-18.
- Ramiro, P. (2009). Las multinacionales y la Responsabilidad Social Corporativa: de la ética a la rentabilidad. In J. Hernández Zubizarreta & P. Ramiro (Eds.), *El negocio de la responsabilidad. Crítica de la Responsabilidad Social Corporativa de las empresas transnacionales* (pp. 47-78). Barcelona: Icaria.
- Sabogal, J. (2008). Aproximación y cuestionamientos al concepto de responsabilidad social empresarial. *Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, XVI (1): 179-195.
- Sun, W., Stewart, J., & Pollard, D. (2015). Reframing Corporate Social Responsibility. In W. Sun, J. Stewart, & D. Pollard (Eds.), *Reframing Corporate Social Responsibility: Lessons from the Global Financial Crisis* (pp. 3-19). Warrington: Emerald.
- Weiss, J. W. (2006). *Ética en los negocios. Un enfoque de administración de los stakeholders y de casos*. (4 ed.) México: Thomson.
- Zemigala, M. (2015). Bibliometric analysis of Corporate Social Responsibility - Different Countries' Perspective. *Human Resources Management & Ergonomics*, IX (1): 123-138.