

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN EL MARCO DE LA SUSTENTABILIDAD¹

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN THE CONTEXT OF SUSTAINABILITY

Pedro César Cantú Martínez²

Resumen

En el escenario actual de la globalización, se ha advertido que las empresas son protagonistas de cuantiosas dificultades que las sociedades sobrellevan, producto de las acciones derivadas de sus procesos. Es así como la responsabilidad social empresarial se inscribe como un instrumento para fortalecer el desarrollo sustentable. En esta revisión, se muestra un recuento de los conceptos generales de la responsabilidad social empresarial.

Palabras claves: Responsabilidad social empresarial, sustentabilidad, desarrollo.

Abstract

In the present scenario of globalization, has warned that companies are featured in large societies cope difficulties, due to the actions arising from its processes. Thus, the Corporate Social Responsibility registers as an instrument to strengthen sustainable development. In this review, is an account of the general concepts of Corporate Social Responsibility.

Keywords: corporate social responsibility, sustainability, development.

Actualmente se percibe en nuestra sociedad la necesaria unión que debe concurrir entre las esferas ambiental, social y económica, las cuales constituyen el objeto central del desarrollo sustentable para la procuración de un bienestar humano. Esto ha planteado, de

Recibido el 4 de setiembre de 2013. Aprobado el 28 de octubre de 2013. Reenvío el 4 de noviembre de 2013. Publicado el 16 de diciembre de 2013.

² Doctorado en Ciencias Biológicas, Universidad Autónoma de Nuevo León, Facultad de Salud Pública y Nutrición, Monterrey, N.L., México; cantup@hotmail.com; pedro.cantum@unal.mx

manera obligatoria, desafíos socio-ambientales y diversas responsabilidades para los sectores que participan en estos escenarios ([Larrain, 2002](#); [Cantú-Martínez, 2008](#)). El progreso del desarrollo sustentable que hoy se ostenta contempla, de manera importante, el segmento industrial y productivo, al que considera como un elemento trascendental para alcanzar la plena manifestación del desarrollo, a través del marco de referencia del desempeño, como es la responsabilidad social empresarial ([Núñez, 2003](#)); este aspecto, responsabilidad social empresarial, emana primordialmente de los sistemas de prácticas y procedimientos que se establecen internamente en el propio sector productivo ([Leal, 2005](#)).

En las circunstancias actuales de la globalización, se ha reconocido que las empresas son actoras de numerosas dificultades que las sociedades padecen; es así que la responsabilidad social empresarial, según Guerra ([2007](#)), surge en el contexto económico reinante como una concepción que examina la anexión reflexiva y nítida de una administración estratégica de un organismo empresarial, que evalúa los valores sociales intrínsecos y de carácter cualitativo, surgidos de su actividad de negocio con el medio ambiente y entorno socioeconómico. La responsabilidad social empresarial tiene que ver, básicamente, con una nueva forma de pensar y sentir de las empresas. Esta nueva forma admite que las empresas socialmente responsables obtendrán una mayor confianza y aceptación por el conglomerado social; que mostrarán mayores beneficios para los trabajadores, y que plasmarán un mayor fomento al desarrollo de las comunidades en las cuales están enclavadas ([Server y Capó, 2009](#)).

En esta revisión, se muestra un recuento de los conceptos generales de la responsabilidad social empresarial y las implicaciones de su implementación, ya que es, por demás, un tema atrayente y en muchas ocasiones controversial, debido a lo difícil que puede ser para una empresa encaminar su interés y sus esfuerzos hacia propósitos e ideales de orden socioambiental y comunitario.

Breve recuento de la responsabilidad social empresarial

El interés social por la responsabilidad social no es reciente, ya que desde mediados del siglo XX este argumento ha sido estudiado de manera ocasional y con posiciones manifiestamente opuestas. Una de estas ha venido calificando los propósitos socioambientales y económicos como incompatibles; esto es, que los diseños de sus estrategias se establecen en procedimientos internos de gestión, que privilegian los aspectos financieros y que no toman en cuenta las dimensiones social y la medioambiental ([Nieto y Fernández, 2004](#)). No obstante, en el tiempo actual, la responsabilidad social prospera en el escenario mundial, especialmente a partir de los años setentas del siglo pasado ([Salazar, 2006](#)). Cuenta, en las entidades empresariales, con sus mejores ejemplos. En estas se instauran preceptos de una actuación singular que sanciona que el desarrollo e implementación de sus trabajos acostumbrados afectará su sostenibilidad, sin apremiar los derechos sociales de la generalidad de las personas así

como de sus trabajadores, como tampoco debe estimular un menoscabo del ambiente ([Cantú-Martínez, 2013](#)).

La génesis de esta línea de pensamiento, según algunos autores ([Carrol, 1999](#); [Demirdjian Izaguirre, Sotelo y García, 2010](#)), es atribuida a Howard R. Bowen (1908-1989), quien es calificado como el “padre fundador” de esta disciplina, ya que su obra ha sido juzgada, por la comunidad académica, como un miramiento de esta corriente intelectual, que con el discurrir del tiempo ha alcanzado mayor notabilidad, porque ha suscitado un largo debate sobre la naturaleza de las responsabilidades empresariales. El trabajo de Bowen construye las primeras generalidades de la correspondencia entre la empresa y la sociedad en la cual la organización se halla inserta; analiza las decisiones que emanan de los empresarios, así como los juicios y alcances que se esgrimen para desplegar estas disposiciones. Por otra parte, al hacer este recuento es necesario remitir también al trabajo de Carrol ([1979](#)), el cual versa sobre la historia de las ideas de la responsabilidad social en el pensamiento de la teoría económica y de la administración.

La relevancia de la responsabilidad social empresarial quedó plasmada como un compromiso -el 31 de enero de 1999- cuando el entonces secretario general de las Naciones Unidas, Kofi Annan, planteó la elaboración de un Pacto Mundial, tras haber participado en el Foro Económico Mundial en Davos, Suiza ([ONU, 2012](#)). En este pronunciamiento, el secretario general aconsejó, a los directivos de las empresas, incorporarse a esta iniciativa de carácter internacional, cuya cualidad instaba al establecimiento de un civismo empresarial que demarcó en diez principios ([ver tabla 1](#)).

Tabla 1

Los diez principios del Pacto Mundial de orden voluntario para las empresas

Dimensiones	Pautas
<i>Derechos humanos</i>	1. Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos proclamados en el ámbito internacional.
<i>Normas laborales</i>	2. Las empresas deben asegurarse de no ser cómplices en abusos a los derechos humanos.
	3. Las empresas deben respetar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.
<i>Medio ambiente</i>	4. Las empresas deben eliminar todas las formas de trabajo forzoso u obligatorio.
	5. Las empresas deben abolir de forma efectiva el trabajo infantil.
	6. Las empresas deben eliminar la discriminación con respecto al empleo y la ocupación.
<i>Lucha contra la corrupción</i>	7. Las empresas deben apoyar los métodos preventivos con respecto a problemas ambientales.
	8. Las empresas deben adoptar iniciativas para promover una mayor responsabilidad ambiental.
	9. Las empresas deben fomentar el desarrollo y la difusión de tecnologías inofensivas para el medio ambiente.
	10. Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluyendo la extorsión y el soborno.

Nota: Elaboración propia a partir de datos de la ONU (2012).

Estas pautas voluntarias que constituyeron el pacto, involucran cuatro dimensiones: los derechos humanos, normas laborales, medio ambiente y lucha contra la corrupción. Estas se instauraron como elementos de una alianza que acogieron las empresas de carácter multinacional, con el propósito de sumarse a las acciones que emprendían las mismas estructuras de gobierno de cada país, conjuntamente con organismos laborales locales y la sociedad civil –a las que se agregarían las labores que las Naciones Unidas realizaban–, con el fin de atender las problemáticas universales de salud, miseria, hambrunas y deterioro ambiental, que aquejaban la sociedad.

¿Qué es la responsabilidad social empresarial?

La responsabilidad social empresarial –también conocida como corporativa– incluye todas las disposiciones y resoluciones de orden empresarial que son acogidas y que se encuentran más allá de los intereses técnico-económicos de la propia empresa, como punteó Frederick (1960) hace tiempo; la alusión de responsabilidad social empresarial cuenta con una amplia proliferación de aproximaciones, la cual es importante dar a conocer mediante el discernimiento de diferentes autores durante la pasada década. Como se muestra en la [tabla 2](#), se puede advertir una serie de constructos en los que se distinguen las dimensiones, que procuran conjuntar, como son la económica social y ambiental en el marco de la sustentabilidad.

Por otra parte, la expresión común de responsabilidad social de la empresa siempre está relacionada con una cultura que contiene preceptos éticos y un robusto apego a los marcos jurídicos que regulan su actividad; asimismo con el respeto mostrado en una alta consideración a sus trabajadores y sus familias, a la comunidad en la que se encuentra situada y al medio ambiente. Sin embargo, como se advierte, de las definiciones de responsabilidad social de las empresas que se aluden ([ver tabla 2](#)), se puede reconocer una redefinición invariable de los principios que determinan la responsabilidad social de las empresas. No obstante lo anterior, se advierten los rasgos distintivos, en los cuales se percibe la conjunción de varias cualidades, entre ellas el acto de carácter voluntario por parte de estas y donde se manifiestan una serie de preocupaciones de orden social, salud y medio ambiente, que provienen de sus actividades productivas, comerciales y de sus relaciones con los colectivos sociales, tanto internos como externos a la empresa. Será suficiente precisar que esta noción plantea que las empresas tienen compromisos con la sociedad –compromisos que van más allá de la sola manufactura y mercadeo de bienes y servicios– y que estos, ahora, se encaminan en el rumbo de solventar y contribuir a satisfacer las necesidades humanas ([Añez y Bonomie, 2010](#)).

Tabla 2

Distintas aproximaciones a la definición de responsabilidad social empresarial y dimensiones que involucra

Autor y año	Noción	Dimensiones involucradas
Comisión de la Comunidad Europea (2001)	“Esencialmente, un concepto con arreglo al cual las empresas deciden voluntariamente contribuir al logro de una sociedad mejor y en un medio ambiente más limpio” (p. 4).	Social Ambiental
De la Cuesta y Valor (2003)	“Como el conjunto de obligaciones y compromisos, legales y éticos, nacionales e internacionales, con los grupos de interés, que se derivan de los impactos que la actividad y operaciones de las organizaciones producen en el ámbito social, laboral, medioambiental y de los derechos humanos” (p. 7).	Económica Social Ambiental
Cox y Dupret (2004)	“La empresa socialmente responsable como aquella que se preocupa del bienestar de quienes trabajan en ella (salud, educación, remuneración del personal, entre otros) y que demuestra su solidaridad con su entorno (clientes, proveedores y la comunidad)” (p. 18).	Económica Social
Server y Villalonga (2005)	“Está relacionado con la parte de la actividad voluntaria de las empresas relativa a la mejora de la sociedad a la que pertenecen y a la preocupación por el medio ambiente en el que se encuentran” (p. 139).	Social Ambiental
CEDICE (2005)	“Abarca temas que van, desde códigos de ética, prácticas de buena gobernabilidad corporativa, compromisos públicos asumidos por la empresa, gestión y prevención de riesgos, hasta mecanismos anticorrupción, diversidad, apoyo a las mujeres y a los no blancos, entre otros; contempla además la extensión de esos compromisos por toda la cadena productiva involucrada en la relación con los proveedores” (p. 9).	Económica Social Ambiental
Preziosa (2005)	“Es el carácter ético de la actuación de la empresa vista desde su relación con la sociedad, anclada en una cierta autoría organizacional - análoga a la autoría personal y en su desempeño racional y diligente, respetuoso y proactivo en el desarrollo humano en sociedad-” (p. 55).	Social
Dávila y Gómez (2008)	“Ser socialmente responsable no significa solo cumplir a plenitud las obligaciones jurídicas, sino también ir más allá de su cumplimiento invirtiendo “más” en el capital humano, el entorno y las relaciones con los grupos de interés” (p. 48).	Económico Social Ambiental
Cantú-Martínez (2008)	“El compromiso que asume la empresa sobre los impactos y degradación ambiental que producen sus procesos productivos sobre el entorno social y ambiental” (p. 75).	Social Ambiental

Nota: Elaboración propia.

Cometido de la responsabilidad social empresarial

Actualmente la responsabilidad social empresarial es un componente fundamental dentro de las políticas sociales, ya que incide en toda sociedad organizada; esta se yergue, en particular en la década de los noventas, en momentos en que se suscita, en el marco mundial, una crisis socioambiental y financiera, que ha conllevado prácticas éticamente reprobables y de carencia de valores hasta ahora ([Fonteneau, 2003](#)). El curso de la responsabilidad social empresarial orienta su accionar en un cometido, hacer que las empresas examinen y deliberen voluntariamente en lo que deberían o podrían hacer para enfrentar los problemas que aquejan al tejido social y para cooperar en su solución ([Sulbarán, 1995](#)). Esto es, acoger disposiciones para establecer políticas sociales y ambientales, fuera de los marcos de legislación existentes y de los acuerdos colectivos realizados en la sociedad ([Cantú-Martínez, 2008](#)).

Entre las acciones más habituales que diferencian una empresa social y ambientalmente responsable están la filantropía, el conducirse con valores y principios éticos, así como la rendición de cuentas; no obstante, ahora es evidente que han sobrepasado las expectativas de cumplimiento y compromiso, ya no tan solo cumpliendo en el ámbito de orden legal, sino abordando tópicos referentes al manejo de riesgos, la innovación en sus procesos productivos, la creación de valores en sus trabajadores; además de aportar recursos para combatir la pobreza, la marginación en las grandes urbes, el sostenimiento y rehabilitación del ambiente, entre otros aspectos relevantes por considerar ([Núñez, 2003](#); [Correa, Flynn y Amit, 2004](#)).

Por otra parte, al fraguar la responsabilidad social empresarial como una política de gestión en las empresas, se generan, sin duda, dividendos sociales que promueven la conservación del capital natural y social del cual dependen ([Cantú-Martínez, 2008](#)). Especialmente, favorece un adecuado compás de uso de los recursos naturales, con lo cual se transige, hacia beneficiar la renovación de manera natural de estos y de contribuir al surgimiento de nuevas tecnologías que puedan utilizar fuentes de energía alternativas, que contribuyan a evitar la degradación ambiental ([Valadéz y Landa, 2003](#)).

Este nuevo contrato social creado debe prevalecer entre las empresas y la sociedad, en el marco del desarrollo sustentable, el cual se cimenta en que la sola representación del crecimiento económico –como símbolo de progreso para las empresas y para las naciones– engendra efectos peligrosos que suscitan costos sociales mayúsculos para cualesquiera de los segmentos, pero mayormente en los grupos vulnerables de la colectividad social, o bien, para la sociedad de forma completa ([Sulbarán, 1995](#)). Además, este inédito contrato social entre las empresas y la sociedad aboga por la disminución del costo social ocasionado por los efectos marginales de las actividades de las empresas que resultan perniciosos para la sociedad. Estas situaciones perjudiciales se ven descalificadas por la generalidad de la sociedad y se perciben bordeadas por acciones aplicadas por el colectivo social como las siguientes:

1. La preferencia de los compradores y consumidores por servicios y productos manufacturados por compañías socialmente responsables.
2. Una creciente regulación jurídica sobre el desempeño en las empresas.
3. El establecimiento de estándares de la comunidad internacional, que inscriben claramente la satisfacción del cliente en condiciones de calidad de los productos que se comercian.
4. El establecimiento de muchas iniciativas destinadas a instituir una serie de preceptos y estatutos de conducta empresarial, para incentivar y encauzar a las empresas en el acogimiento de los razonamientos de la responsabilidad social empresarial.

Sin duda, las acciones antes citadas se constituyen en una influencia de carácter adicional que el sector productivo debe apreciar como una área de oportunidad, para acceder a ser contemplada como una empresa atrayente para los potenciales consumidores ([Leal, 2005](#); [Cantú-Martínez, 2008](#)). De tal manera, que al implementar estas prácticas laborales y de desempeño, permite, con el paso del tiempo, que las empresas añadan un mayor valor social a sus actividades, lo que beneficia grandemente a los socios capitalistas, a la planta laboral y a la colectividad en general donde se encuentra emplazada la empresa ([Núñez, 2003](#); [Orsi, 2007](#); [Alea, 2007](#)).

Lo anteriormente citado se sentencia por Cantú-Martínez ([2008, p. 77](#)):

Una empresa que pretenda desarrollarse de manera exitosa, no solo debe buscar generar utilidades y empleo, sino requiere de consideraciones económicas, de un contexto social adecuado, así como de una imagen positiva y auténtica, que se plasme en la fidelidad de sus consumidores y el orgullo de sus trabajadores; pero sobretudo, que a través de la responsabilidad social corporativa, busque establecer las condiciones para mejorar la calidad de vida de los miembros de la sociedad.

Lo precedente es relevante, particularmente, como señala el Centro de Recursos Ambientales de Navarra ([2010, p. 18](#)), al aseverar que “cada vez es más evidente la necesidad de ir avanzando hacia un nuevo modelo de empresa capaz de hacer compatibles la maximización de los beneficios con la implantación de prácticas sociales y medioambientales”. Como se ha mostrado, las causas que han promovido que la responsabilidad social empresarial en los últimos años se haya inscrito en el escenario internacional obedecen a motivos más profundos que, sin duda, se encuentran asentados en los compromisos contraídos por el colectivo social en el concierto mundial, que respaldan un desarrollo sustentable y que hoy –por ejemplo en México– se plasman a través de una serie de cualidades que ha establecido el Centro Mexicano de la Filantropía ([2012](#)) ([ver tabla 3](#)); y que tienen en el “Reconocimiento a las mejores prácticas de responsabilidad social empresarial” un instrumento para el impulso de esta responsabilidad, tanto en México como en América Latina.

Durante el año 2012 se hicieron merecedoras a este reconocimiento, empresas mexicanas tales como Peñoles, CEMEX, Gas Natural Fenosa, Grupo AS, Kraft Foods México, Imbera (Femsa Empaques), Telefónica México, Xcaret, Coca Cola de México; Imágenes y Muebles Urbanos, S.A. de C.V., Axa Seguros, Cuauhtémoc Moctezuma, BBVA Bancomer, Granjas Carrol de México, S.A. de C.V., Nestlé, PepsiCo México y el Grupo Financiero Compartamos. Mientras que en el nivel Latinoamericano fueron reconocidas empresas como Holcim Ecuador, S.A. (Ecuador), Hanesbrands El Salvador, Ltda. de C.V. (El Salvador), Cementos Lima, S.A.A. (Perú), Telefónica Móviles del Uruguay S.A. (Uruguay), Red Financiera BAC|CREDOMATIC (Costa Rica), PRONACA (Ecuador), Kraft Foods Venezuela, C.A. (Venezuela), Scotiabank de Costa Rica (Costa Rica), Compañía Uruguaya de Transportes Colectivos, S. A. (Uruguay), Desarrollador Turístico Península Papagayo (Costa Rica), Ríos Tropicales, S.A. (Costa Rica), Montevideo Refrescos, S.R.L. (Uruguay), Grupo Financiero Regional Ficohsa (Honduras), Florida Bebidas, S.A. (Costa Rica), Bridgestone de Costa Rica, S.A. (Costa Rica), Bank of America Merrill Lynch (México y América Latina), Mr. Bricolage (Uruguay), NUVÓ A Tupperware Brand (Uruguay).

Tabla 3

Decálogo de la empresa socialmente responsable establecido por el Centro Mexicano de la Filantropía

La empresa socialmente responsable:

1. Promueve e impulsa una cultura de competitividad responsable que busca las metas y el éxito del negocio, contribuyendo al mismo tiempo al bienestar de la sociedad.
2. Hace públicos sus valores, combate interna y externamente prácticas de corrupción y se desempeña con base en un código de ética.
3. Vive esquemas de liderazgo participativo, solidaridad, servicio y de respeto a los derechos humanos y a la dignidad humana.
4. Promueve condiciones laborales favorables para la calidad de vida, el desarrollo humano y profesional de toda su comunidad (empleados, familiares, accionistas y proveedores).
5. Respeta el entorno ecológico en todos y cada uno de los procesos de operación y comercialización, además de contribuir a la preservación del medio ambiente.
6. Identifica las necesidades sociales del entorno en que opera y colabora en su solución, impulsando el desarrollo y mejoramiento de la calidad de vida.
7. Identifica y apoya causas sociales como parte de su estrategia de acción empresarial.
8. Invierte tiempo, talento y recursos en el desarrollo de las comunidades en las que opera.
9. Participa, mediante alianzas intersectoriales con otras empresas, organizaciones de la sociedad civil, cámaras, agrupaciones o gobierno, en la discusión, propuestas y atención de temas sociales de interés público.
10. Toma en cuenta e involucra a su personal, accionistas y proveedores en sus programas de inversión y desarrollo social.

Nota: Elaboración propia con base en datos del Centro Mexicano de la Filantropía ([2012](#)).

No obstante, de estos esfuerzos por definir el derrotero de una empresa socialmente responsable, la respuesta, de acoger estos preceptos antes señalados, es aún diferenciada, ya que varía de acuerdo con los niveles de desarrollo y progreso de las naciones donde las empresas se encuentren situadas; por lo cual, la transformación en emprendimientos competitivos y responsables con la sociedad aún es, lamentablemente, desigual (Leal, 2005), a pesar de lo que aseveran Schroeder y Kilian (2007), al señalar que la responsabilidad social empresarial representa una oportunidad estratégica, que se vincula a circunstancias donde se pueden obtener beneficios más elevados.

Conclusiones

En suma, debe reflexionarse que la responsabilidad social empresarial es un término polisémico, que se encuentra en constante evolución y desarrollo, el cual se erige como la aportación que las empresas realizan a la sociedad para lograr alcanzar un desarrollo sustentable. Esto es de suma importancia, pues además se debe considerar que algunas empresas poseen mucho más poder o capacidad económica que algunos gobiernos y sus estructuras de Estado; por tanto, las decisiones y acciones que las empresas realizan afectan –tanto positivamente como negativamente– el curso de la vida del colectivo social. Igualmente la responsabilidad social empresarial se constituye en la condición consciente y voluntaria de añadir las preocupaciones socioambientales a las operaciones productivas y comerciales que desarrollan las organizaciones empresariales e, inclusive, se llevan estas preocupaciones a las relaciones que se erigen con sus grupos de interés.

Asimismo, la responsabilidad social empresarial se ha justificado, sin lugar a dudas, como una estrategia que crea dividendos financieros para las organizaciones empresariales que la efectúan. Mientras que para las organizaciones que aún no la implementan, estas se ven apremiadas de realizar acciones con el propósito de permanecer en el mercado, debido a la importancia y peso que la sociedad y los gobiernos están otorgando a este aspecto.

Por otra parte, la actuación socialmente responsable simboliza, hoy en día, ir más allá de lo riguroso e imperioso que la sociedad señala; es decir, actualmente las empresas se han de preocupar por una sustentabilidad de orden social, ambiental y económica, ya que de ahí provienen los principales insumos para mantener tanto el capital natural como el capital humano, el cual se debe observar como el exponente más superlativo en el origen de la cadena de valor. De tal forma que la responsabilidad social empresarial imputa, como urgente y necesario, un nuevo ordenamiento mundial en las actividades productivas, que conceda afrontar las carencias colectivas, abarcando las necesidades de las colectividades más pobres y que contemple, en su horizonte de acción, los escenarios de Estado-nación y el concepto de sociedad global, debido a que una conducta empresarial socialmente imprudente tiene amplias consecuencias y todo el mundo sufre sus efectos; y como derivación, las demandas y exigencias de la sociedad y gobiernos hacia las empresas crecerán.

Referencias

- Añez, C. y Bonomie, M. E. (2010). Responsabilidad social empresarial: Estrategia de competitividad en el marco de la globalización. *Formación Gerencial*, 9(1), 144-168. Recuperado de: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3297019>
- Alea, A. (2007). Responsabilidad social empresarial. Su contribución al desarrollo sostenible. *Revista Futuros*, 5(17). Recuperado de www.revistafuturos.info/futuros17/resp_soc_emp.htm
- Cantú-Martínez, P. (2008). *Desarrollo sustentable. Conceptos y reflexiones*. México: Universidad Autónoma de Nuevo León. ([Ir al libro](#))
- Cantú-Martínez, P. C. (2013). Las instituciones de educación superior y la responsabilidad social en el marco de la sustentabilidad. *Revista Electrónica Educare*, 17(3), 41-55. Recuperado de <http://www.revistas.una.ac.cr/index.php/EDUCARE/article/view/5239>
- Carroll, A. B. (1979). A three dimensional conceptual model of corporate performance. *Academy of Management Review*, 4(4), 497-505. Recuperado de <http://www.jstor.org/stable/257850?seq=1>
- Carroll, A. B. (September, 1999). Corporate social responsibility. Evolution of a definitional construct. *Business & Society*, 38(3), 268-295. doi: 10.1177/000765039903800303 Recuperado de <http://bas.sagepub.com/content/38/3/268.short>
- Centro de Recursos Ambientales de Navarra (2010). *Guía para la realización de diagnóstico RSE en PYMES de Navarra*. Recuperado de http://www.mas-business.com/documentos/guia_diagnostico.pdf
- CEDICE (2005). *Conceptos Básicos e indicadores de responsabilidad social empresarial. RSE. Manual de apoyo para periodistas*. Recuperado de http://www.moveuse.org/uploads/1/6/1/3/16135600/rse_manual-apoyo-periodistas-ethos.pdf
- Centro Mexicano de la Filantropía. (2012). *CEMEFI*. Recuperado de <http://www.cemefi.org/>
- Comisión de las Comunidades Europeas (2001). *Libro verde: Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*. Recuperado de http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/es/com/2001/com2001_0366es01.pdf

- Correa, M. E., Flynn, Sh. y Amit, A. (2004). Responsabilidad social corporativa en América Latina: Una visión empresarial. Serie Medio Ambiente, (85), 1-79. Recuperado de <http://www.eclac.org/publicaciones/xml/4/14904/lcl2104.pdf>
- Cox, S. y Dupret, X. (2004) *La responsabilidad social corporativa como aporte a la ética y probidad públicas*. Washington. Banco Interamericano de Desarrollo. Recuperado de http://www.oocities.org/transparenciachile/estudio_sobre_la_responsabilidad.htm
- Dávila, A. y Gómez, J. L. (octubre-diciembre, 2008). Responsabilidad social empresarial: Un reto para la industria química. *Syntesis*, 1-7. Recuperado de [http://www.uach.mx/extension_y_difusion/synthesis/2009/04/27/Responsabilidad_d_social_empresarial_un_reto_para_la_industria_quimica.pdf](http://www.uach.mx/extension_y_difusion/synthesis/2009/04/27/Responsabilidad_social_empresarial_un_reto_para_la_industria_quimica.pdf)
- De la Cuesta, M. y Valor, C. (del 20 al 26 de enero, 2003). Responsabilidad social de la empresa. Concepto, medición y desarrollo en España. *Boletín económico de ICE*, (2755), 7-16. Recuperado de http://www.revistasice.info/cachepdf/BICE_2755_07-19_843B2AFA16833BD45F65BF48332D2587.pdf
- Demirdjian, M. H., Izaguirre, F., Sotelo, H. y García, D. (2010). Implicaciones socioeconómicas de la responsabilidad social empresarial en México, casos: Televisa y TV Azteca. *Observatorio de la Economía Latinoamericana*, (131). Recuperado de <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/mx/2010/plsu.htm>
- Fonteneau, G. (octubre, 2003). Responsabilidad social corporativa: Previendo sus implicaciones sociales. *LAGJS/LISDINYS*, 1-12. Recuperado de <http://www.iussemper.org/Inicio/Resources/RSCimplicacionessoc.pdf>
- Frederick, W. C. (1960). The growing concern over business responsibility. *California Management Review*, 2(4), 54-61. Recuperado de <http://www.williamcfrederick.com/articles%20archive/GrowingConcern.pdf>
- Guerra, A. (2007). De la responsabilidad social empresarial a la ética en el cambio organizacional. *Compendium*, (18), 77-90. Recuperado de http://www.ucla.edu/ve/dac/compendium/revista18/05_aguerra.pdf
- Larrain, S. (2002). Desafíos y prioridades para la sociedad civil En D. Korten, S. Larraín G. Gallopín, O. Godoy, J. Chonchol, A. Elizalde J. Mander, y W. Sachs (Eds), *Globalización y sustentabilidad: Desafíos y alternativas* (pp. 25-36). Chile. Recuperado de <http://bibliotecaverde.wikieco.org/wp-content/plugins/downloads-manager/upload/GyS.pdf>

- Leal, J. (2005). Ecoeficiencia: Marco de análisis, indicadores y experiencias. *Serie Medio Ambiente*, (105), 1-82. Recuperado de <http://www.eclac.org/publicaciones/xml/7/22987/105.pdf>
- Nieto, M. y Fernández, R. (2004). Responsabilidad social corporativa: La última innovación en management. *Universia Business Review*, 1er trimestre, 28-39. Recuperado de <http://ubr.universia.net/pdfs/ubr0012004028.pdf>
- Núñez, G. (2003). La responsabilidad social corporativa en un marco del desarrollo sostenible. *Serie Medio Ambiente*, (72), 1-70. Recuperado de <http://www.eclac.org/publicaciones/xml/4/13894/lcl2004p.pdf>
- ONU (2012). *Pacto Mundial*. Recuperado de <http://www.un.org/es/globalcompact/index.shtml>
- Orsi, A. (2007). La responsabilidad social empresarial en los países en desarrollo. *Revista Futuros* 5(17). Recuperado de www.revistafuturos.info/futuros17/resp_soc_emp_ao.htm.
- Preziosa, M.M. (2005). La definición de responsabilidad social empresarial como tarea filosófica. *Cuadernos de Difusión*, 10(18-19), 39-59. Recuperado de http://www.esan.edu.pe/paginas/publicaciones/cuadernos/18_19/Cuad18-19-Preziosa.pdf
- Salazar, J. de J. (2006). *La responsabilidad social de las empresas. Teoría y evidencia en México*. (Tesis doctoral inédita). Universidad Autónoma de Nuevo León, Instituto de Investigaciones Sociales. Monterrey, N. L., México. Recuperado de http://cdigital.dgb.uanl.mx/te/1020154718/1020154718_MA.PDF
- Schroeder, K. & Kilian, B. (2007). San Cristóbal Coffee Importers y Cafés Sustentables de México apuntan al mercado de cafés diferenciados. En Flores, J., Ogliastri, E., Peinado-Vara, E. y Petry, I. (Eds.), *El argumento empresarial de la RSE: 9 casos de América Latina y el Caribe* (pp 31-47). Washington: Banco Interamericano de Desarrollo. ([Ir a libro](#))
- Server, R. J. y Villalonga, I. (2005). La Responsabilidad social corporativa (RSC) y su gestión integrada. *Revista de economía pública, social y cooperativa*, 53, 137-161. Recuperado de http://www.ciriec-revistaeconomia.es/index.php?id_pagina=8&campo=-1&buscar=&anyo=2005&numero=53&pagina=1

Server, R. J. y Capó, J. (2009). La responsabilidad social empresarial, en un contexto de crisis. Repercusión en las Sociedades Cooperativas. *CIRIEC-España, Revista de economía pública, social y cooperativa*, 65, 7-31. Recuperado de http://www.ciriec-revistaeconomia.es/banco/6501_Server_y_Capo.pdf

Sulbarán, J.P. (1995). El concepto de responsabilidad social de la empresa. *Economía*, XX (10), 181-199. Recuperado de <ftp://iies.faces.ula.ve/Pdf/Revista10/Rev10Sulbaran.pdf>

Valadéz, A. y Landa, P. (2003). Política y gestión ambiental. Características y lineamientos generales. *Psicología y Ciencia Social*, 5(2), 54-61. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/314/31405205.pdf>



Artículo protegido por licencia Creative Commons