

# Responsabilidad Social Corporativa y Políticas Públicas, un desafío pendiente

Luis Martínez Cerna\*

## Abstract

El objetivo de este trabajo es reflexionar en torno a los temas centrales de Responsabilidad Social Corporativa y Políticas Públicas. En el centro de esta discusión, intentamos resaltar el aporte de estos temas al desarrollo económico y social, partiendo de la base que su reconocimiento es fundamental para el crecimiento sostenible de los países.

## Keywords

Responsabilidad social corporativa, responsabilidad social empresarial, políticas públicas, desarrollo económico y social.

## 1. Introducción

Este documento pretende analizar y presentar las dimensiones y función que cumplen el gobierno y las empresas en el contexto de las políticas públicas referidas a la Responsabilidad Social Corporativa (RSC).

El artículo se divide en tres secciones. La primera contextualiza los temas y configura un panorama general, para dar paso a la segunda sección, donde presentamos a “la empresa” como institución social, ya que ésta constituye una pieza fundamental y desempeña un rol importante en el desarrollo económico y social de los países, siendo un factor estratégico y articulador de los diferentes grupos de interés (*stakeholders*).

El rol del sector empresarial en la sociedad es la “política pública” más importante de este siglo (Zadek, 2001). Esta afirmación es de vital importancia para nuestra partida, toda vez que nos muestra la real magnitud que puede tener el sector empresarial en la solución a problemas que afectan a la sociedad en su conjunto.

---

\* **Luis Martínez Cerna** es docente de la Universidad Academia de Humanismo Cristiano – Chile; Administrador Público, Licenciado en Ciencias Políticas y Administrativas; MBA de Loyola College in Maryland – Universidad Alberto Hurtado/Ilades. Actualmente cursa el Doctorado en Economía y Dirección de Empresas en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Deusto, España.

En la tercera sección, analizaremos la responsabilidad social, las políticas públicas y la contribución al desarrollo económico y social. En este sentido, los gobiernos pueden fomentar el desarrollo de determinadas áreas estratégicas que son de interés general. El rol del gobierno en materia de desarrollo económico-social y generador de oportunidades lo sitúa en una posición estratégica para impulsar la RSC a través de determinadas acciones públicas.

Esperamos, a través de este trabajo, hacer una modesta contribución a la reflexión en torno a temas que deberían ser de nuestro interés general.

## 2. Contexto general

Es sabido que la RSC está impulsada a nivel internacional por diferentes instituciones y organizaciones, las cuales buscan la promoción y el fomento del comportamiento responsable de las empresas. Estas iniciativas consideran una serie de normas o recomendaciones que, si bien no son de obligado cumplimiento, sí incorporan un compromiso por parte de los Estados adheridos para fomentar su desempeño en el entramado empresarial de sus respectivos países.

Organismos internacionales como la Organización de Naciones Unidas (ONU); Banco Interamericano de Desarrollo (BID); Organización de Estados Americanos (OEA) y Unión Europea (UE), entre otros, han incorporado formal y activamente en su agenda la promoción de la responsabilidad social como un imperativo necesario para establecer condiciones que favorezcan la adopción de la filosofía RSC para un mejor desempeño de la actividad empresarial, buscando, de esta forma, el mejoramiento de la calidad de vida de las personas.

Iniciativas como la del Reino Unido, que ha integrado a su estrategia gubernamental la creación de un Ministerio de la Responsabilidad Social Corporativa; del gobierno español, que ha constituido un Foro de Expertos en Responsabilidad Social Empresarial, son indicadores de que es una necesidad estratégica, por parte de los gobiernos, la formalización de temas de RSC y que esta necesidad se acrecienta cada día más.

La función que han de desempeñar los gobiernos en la formulación, ejecución y evaluación de políticas públicas tendientes a fomentar y promover la RSC es hoy una cuestión cada vez más recurrente y también necesaria. La definición de una política pública supone, necesariamente, el conocimiento del entorno. En este sentido, la legitimación de la acción pública no sólo está dada por la representación del bien común, sino que radica también en el servicio a la sociedad y a los ciudadanos (Bañón, 2003).

Sin embargo, el compromiso asumido por algunos gobiernos afronta heterogeneidades importantes. La diferencia en el grado, avance e incorporación de la RSC a las estrategias y/o agendas gubernamentales es una cuestión a considerar. Esta situación puede explicarse, entre otras, por la fortaleza o debilidad de los grupos de interés (*Stakeholders*) internos y/o externos, que actúan como grupos de

presión frente a las empresas; las prioridades de los gobiernos en estas materias, muchas veces determinadas por la coyuntura político-económica y por fomentar la competitividad empresarial aislada del concepto de responsabilidad social, la que a nuestro parecer es un componente básico de la “competitividad sustentable”.

La experiencia nos muestra que tener empresas socialmente responsables es una potencialidad para el desarrollo económico y social de los países. La existencia de políticas públicas en materias de RSC también es una potencialidad para las empresas que contribuye a la generación de un entorno favorable para su desarrollo.

Sin embargo, un reciente estudio desarrollado por Vives y Corral (2005), “Responsabilidad Social de la Empresa en las PyMES de Latinoamérica”<sup>1</sup>, muestra que no existe ninguna institución pública que trate de manera integral el tema de la RSC, siendo destacables algunas experiencias tales como la Corporación de Fomento de la Producción de Chile (CORFO) y del Centro de Promoción de la Pequeña y Micro Empresa del Perú (PROMPYME).

Este estudio nos muestra que, desde el punto de vista de “lo público”, la RSC es un tema nuevo y no se ha enfrentado de forma explícita e integral, desconociéndose, además, los tipos de instrumentos básicos a usar. Muestra de ello es que, en opinión de las Pymes latinoamericanas, sólo un 12,3% de las encuestadas señalan que “*los esfuerzos públicos nacionales de fomento de la RSE son adecuados*” (Vives y Corral, 2005:114).

### **3. La empresa: una institución social que se relaciona con el entorno**

Una aproximación clásica para comprender la función que cumple la empresa en la sociedad es asociarla a la creación de riqueza, generación de empleo, función de producción y distribución de servicios, entre otros.

Esta aproximación es coherente con un enfoque más convencional y clásico, donde la función asignada a la empresas como unidad económica de producción consiste básicamente en la producción de bienes y servicios para la satisfacción de necesidades de la comunidad (Aguirre, 1999). Desde esta perspectiva, es comprensible la obtención de los beneficios que percibe la empresa, toda vez que satisface determinadas necesidades de la comunidad, a través de su proceso productivo, colocando en el mercado los bienes y servicios necesarios para este fin.

Así planteado, una primera función social parece ser la “satisfacción de necesidades”, cumpliendo un rol de productor de bienes y servicios, comprendiendo, desde esta perspectiva, el legítimo beneficio como un objetivo empresarial.

---

<sup>1</sup> Este estudio revisa las características comunes, así como las diferencias, de la responsabilidad social empresarial de las Pequeñas y Medianas Empresas (PyMES) en Latinoamérica: qué significado tiene para ellas la RSE; los motivos y estímulos a los que responden para mantener un comportamiento empresarial responsable. Se analizan, también, los beneficios derivados de la RSE, desde el punto de vista de los negocios, así como las barreras existentes que las PyMES encuentran para poner en práctica la RSE.

Otra función, propuesta por Friedman (en Lozano, 1999), es la de proporcionar lucro a los inversores, función que constituye el núcleo de la teoría del accionista. Según esta teoría, los accionistas adquieren acciones de la empresa con la única finalidad de maximizar el retorno de su inversión. En tales condiciones, el deber principal de los administradores es maximizar el retorno financiero de los inversores haciendo que la compañía obtenga el mayor lucro posible. Sólo las personas deben tener responsabilidades, los negocios no. La responsabilidad social daña los fundamentos de una "sociedad libre". Esta teoría es consustancial al liberalismo clásico, donde el derecho de propiedad era tenido como absoluto y con un marcado enfoque individualista.

Para Friedman (en Lozano, 1999) el mercado, como sistema de intercambio voluntario, se constituye en una condición necesaria tanto para la prosperidad como para la libertad, siendo el espacio donde se encuentran las personas. Su idea de reducir el papel del Estado como una forma de servir mejor el interés general, es reafirmado por la idea de la menor intervención y funciones que se le asignen (al Estado) para, de esa forma, evitar intereses especiales en lugar del interés general.

Lozano (1999) plantea que Friedman mezcla y asimila dos cuestiones importantes: una de ellas es cuál es la comprensión mas adecuada de la empresa y la otra es cómo se articulan en la empresa las relaciones entre ética y economía. Así, de esta forma, todo lo que se puede decir éticamente de la empresa se debe plantear sólo hablando del sistema y del individuo y por tanto, desde esta perspectiva, no es posible un discurso directo sobre la empresa en términos axiológicos. De esta forma, se estructura una función de la empresa desde la perspectiva económica, donde las prioridades están en los beneficios y no en los asuntos sociales.

El liberalismo clásico, sin embargo, fue superado por la creciente intervención del Estado en asuntos económicos y sociales, trayendo consigo un cambio en la concepción del derecho a propiedad, adquiriendo más tarde un sentido más social, surgiendo así el principio de la función social de la empresa.

La idea de que la función de la empresa como institución social está acotada sólo a la maximización de sus beneficios está en retirada. Hoy, cada vez más se habla de una dimensión social de la empresa y es justamente esta dimensión la que intentamos desarrollar como objeto de interés y atención a lo largo de nuestro trabajo.

De la misma forma, el compromiso con el desarrollo económico y social por parte de los diferentes sectores es un tema trascendente y, en este compromiso, las empresas deben jugar un rol protagonista y trascendental.

#### **4. Responsabilidad social, políticas públicas y desarrollo económico**

La integración de Chile y la entrada en vigencia de diferentes acuerdos comerciales en los últimos años ha abierto una diversidad de oportunidades y de nuevos mercados para las empresas. Las exigencias de estos acuerdos y la integración con las políticas comerciales de los diferentes países firmantes traen consigo también

nuevos retos y desafíos para el país y las empresas, tales como la mejora de competitividad, la innovación, la calidad en los procesos y la mejora de los productos, exigencias medioambientales y derechos de los trabajadores, entre otros.

Esto no es nuevo, sino que es una tendencia mundial y busca fundamentalmente hacer de las empresas unidades económicas más sostenibles y rentables en el tiempo y también más comprometidas con la sociedad.

En este contexto, la dinámica de la globalización económica no sólo está limitada a las relaciones e intercambios comerciales, a los factores productivos y/o a los negocios, sino también conlleva obligadamente una globalización de "lo social", lo que implica que los beneficios no deben ser exclusividad de las empresas sino también ser extensivos para la sociedad en la que se desarrollan.

Debemos precisar que la obtención de beneficios económicos por parte de las empresas en el marco del respeto a las leyes no sólo es un objetivo legítimo sino que, según algunos autores, es la primera responsabilidad de las empresas (Francés, 2005). En este sentido, la obtención de beneficios es un paso importante y necesario para que éstas generen riqueza, crecimiento económico y empleo, cuestión elemental para su sobrevivencia.

Un segundo paso es cómo conjugar este legítimo objetivo con otras responsabilidades. Es precisamente en este contexto que la RSC juega un rol articulador, donde la necesidad de lograr el justo equilibrio entre los beneficios económicos y sociales de las empresas permite, a nuestro parecer, integrar las operaciones y actividades que las empresas producen en los ámbitos social, laboral, medioambiental, etc. (de la Cuesta, 2003).

La adopción de criterios de RSC para las empresas chilenas representa una gran inversión que creemos las llevará a aumentar su competitividad y asegurar su sostenibilidad. Asimismo, les posibilitará entrar con paso firme a nuevos mercados y competir localmente con empresas extranjeras que ya han incorporando en su gestión el concepto de RSC.

Sin embargo, para que la adopción de la RSC en las empresas tenga el éxito esperado es necesario no sólo que el mercado local reconozca y valide estas buenas prácticas, considerando para ello incentivos para su aplicación, sino que también la RSC debe formar parte, o ser considerada, dentro de las políticas públicas, cuestión que fortalece el entorno en el cual se mueven las organizaciones.

## **La Responsabilidad Social Corporativa Como Concepto**

Los inicios de la RSC se remontan a los años setenta con un incipiente desarrollo que alcanza hasta mitad de los años ochenta (Castillo, 1997). La RSC comienza a ser un elemento común dentro del panorama empresarial desde hace relativamente poco tiempo. En el mundo empresarial se ha ido manifestando la necesidad de dotar de justificación y legitimación social a una institución muchas veces cuestionada (Castillo, 2001).

El interés de la comunidad por temas medioambientales, sociales, económicos y sociales; la cada vez mayor exposición de las empresas en los medios de comunicación; la concentración económica y los desequilibrios sociales, entre otros, parecen haber contribuido al despegue de la RSC. De la misma forma, la globalización económica ha tenido un efecto “multiplicador” de las acciones de las empresas y su incidencia en el entorno.

Sin embargo, para comprender mejor la RSC hay que analizar algunas distinciones. Una aproximación interesante es la de Castillo (1985), que señala a la RSC como la obligación ética o moral, voluntariamente aceptada por la empresa como institución hacia la sociedad en conjunto, planteando que responde al reconocimiento y satisfacción de sus demandas o en reparación de los daños que puedan haberle sido causados a ésta en sus personas o en su patrimonio común por la actividad de la empresa. Se destaca aquí la “*voluntariedad aceptada*” de la empresa como un requisito o condición para asumirla y trabajar hacia la sociedad en su conjunto.

Otra mirada interesante es la de la Confederación de la Producción y del Comercio de Chile, CPC (2002), organización que reúne a empresarios de estos sectores. Ellos señalan que “*La primera responsabilidad de la empresa es producir bienes y servicios en forma eficiente y rentable, para así contribuir al crecimiento y al empleo del país*”, precisando, además, que las áreas de interés tienen que ver con conducta ética en los negocios, buenas prácticas laborales, marketing responsable, protección del medio ambiente y relaciones con la comunidad.

Asimismo, en Chile Acción RSE<sup>2</sup> entiende la RSE como una nueva visión de los negocios que integra armónicamente el respeto por los valores éticos, las personas, la comunidad y el medio ambiente.

Comprendiendo la creciente importancia de la responsabilidad social, el Ministerio del Trabajo y Asuntos Sociales de España (2005) encargó a un Foro de Expertos en RSE la reflexión y discusión en torno al concepto y ámbito de la RSE en Europa. Este análisis es producto de la integración de las líneas de acción de la Cumbre Europea de Lisboa del año 2000, de la Agenda Social Europea adoptada en la Cumbre de Niza en diciembre del 2000, del Libro Verde de la RSE de julio del 2001 de la Unión Europea, de la Cumbre Europea de Bruselas de marzo del 2005 y de las actuales discusiones generadas dentro del foro “*Multistakeholder*” de la Comisión Europea, el Grupo de Alto Nivel de Representantes de los Gobiernos y el Parlamento Europeo.

El Foro de Expertos hace uso del término “RSE<sup>3</sup>” ya que, según ellos, el término “RSE” está absolutamente consolidado en América Latina donde, señalan, “*habrá*

<sup>2</sup> Acción RSE es una organización sin fines de lucro que surge del sector empresarial chileno a objeto de promover la responsabilidad social empresarial. Mayor información en <http://www.accionrse.cl>

<sup>3</sup> En este trabajo respetamos el uso indistinto de los conceptos RSE y RSC por parte de las organizaciones, instituciones o autores referidos.

*un espacio natural de desarrollo para la Responsabilidad Social Empresarial española”.*

Por otra parte, el BID plantea que los gobiernos tienen un nuevo papel que desempeñar: brindar incentivos y promover la adopción, por parte de las empresas, de prácticas socialmente responsables e implementar regulaciones para esos casos donde las empresas no han adoptado prácticas de RSE de forma voluntaria. Estas acciones, hoy en día, se complementan básicamente con universidades, organizaciones no gubernamentales y/o empresariales.

De acuerdo a estas propuestas, temas importantes dentro del mundo de la empresa como ética, valores y principios, trabajo y empleo, gobernabilidad corporativa, impactos sobre el medio ambiente, relaciones de trato justo con proveedores, lealtad con los consumidores, filantropía e inversión social, y transparencia y rendición de cuentas, son incluidos en las definiciones de las organizaciones. Además, surgen algunos conceptos comunes tales como la relevancia social de una empresa que participa activamente en el mejoramiento de la calidad de vida de las personas y el ambiente; los efectos generados sobre las personas desde la compra de la materia prima hasta el uso del producto final por el consumidor y la consulta y comunicación con el público interesado acerca del comportamiento que se espera de la misma.

Por otro lado, Forum Empresa (2006), organización dedicada a la difusión de la RSE en distintos países americanos, plantea que la forma que se le da a la política pública es claramente diferente en cada país, precisando además, que *“[...] identificar una adecuada combinación entre acciones RSE voluntarias y acciones de política pública es el método más apropiado para armonizarlas en forma balanceada”*. Forum Empresa distingue cuatro beneficios de las políticas públicas en las empresas: reducción de la burocracia, apertura de oportunidades de trabajo social, establecimiento de una red de contactos y mejora de la comunicación.

Con esto, podemos deducir que la RSC es una estrategia y actitud que las empresas emplean para hacer negocios (Vidaurre, 2004), siendo así como RSC toma importancia como un imperativo estratégico donde radica la diferenciación, el desarrollo y crecimiento sostenible.

### **Políticas públicas integrales y desarrollo económico-social**

Las políticas públicas se definen, desde una perspectiva macro, como el rasgo gubernamental de todo régimen político, es decir, el atributo (forma conceptual) y el dispositivo (forma institucional) que un régimen político le confiere a un gobierno para gobernar. Constituyen un atributo por el poder simbólico que entrañan y son dispositivo por el carácter operativo que llevan implícito. Las políticas públicas son el recurso a través del cual la función gubernamental hace que la interacción orgánica entre el Estado, el régimen político y el aparato estatal se exprese y cumpla dentro de un orden establecido.

Desde una perspectiva micro, las políticas públicas se definen como un curso de acción gubernamental o una intervención pública, es decir, una política pública es la dirección que sigue un Estado al ejercer la facultad de gobernar. En cada una de las instancias de gobierno, las políticas públicas se constituyen en el referente crucial que fundamenta su razón de ser en la acción estatal y en la acción pública. Los gobiernos, por esta vía, hacen que la interacción orgánica entre el Estado y la sociedad se exprese y cumpla con un propósito definido.

Las políticas públicas se han convertido tanto en una perspectiva de análisis como en una fuente instrumental sobre la cual se estructuran acciones encaminadas a la solución de problemas públicos (Abarca, 2002). De esta forma, la variedad de temas que incluyen pueden comprender: a) la identidad nacional, étnica, cultural, de clase, de género y religiosa; b) aquellos que se refieren a la distribución de funciones entre gobierno y sociedad; c) mecanismos de elección pública y la organización de las acciones colectivas, y d) temas de redistribución del ingreso y de recursos, entre otros (Ayala, 1997).

En el desarrollo de políticas públicas en temas de RSC es muy relevante el contexto social, cultural y político de cada país. Mientras en algunos países las políticas de RSC se han definido partiendo de temas sociales y han generado políticas públicas independientes en otros, en cambio, la acción gubernamental se ha incorporado a la política nacional de sostenibilidad (Lozano, 2005). De la misma forma, en algunos casos es la misma actividad empresarial la que ha motivado la regulación en determinados temas, principalmente porque se han vulnerado ciertos derechos (individuales o colectivos) y han obligado a los gobiernos a intervenir activamente.

El desafío de implementar políticas públicas está pendiente en muchos países, incluyendo Chile, donde la perspectiva de promoción e integración de la RSC ha sido escasa y en muchos casos nula.

En Europa existen algunas iniciativas gubernamentales tendentes a promover la RSC. Suecia, por ejemplo, ha creado el “*Swedish Partnership for Global Responsibility*”, un foro interministerial y *multistakeholder*, que intenta impulsar herramientas como las directrices de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE)<sup>4</sup> y adhesión a los principios del Pacto Mundial por parte de las empresas suecas en el exterior, con una amplia representación de todas las partes interesadas.

De la misma forma, en el Reino Unido el concepto de *business in the community* responde a la idea de que las empresas tienen un papel fundamental en el desarro-

---

<sup>4</sup> Las directrices de la OCDE son recomendaciones voluntarias, no obligatorias, hechas por los gobiernos a las empresas. Estas normas cubren una serie de asuntos tales como derechos humanos, trabajo, medio ambiente, impuestos y coimas. Pueden considerarse moralmente obligatorios, pero no pueden exigirse mediante un tribunal. Las directivas se aplican a todos los emprendimientos multinacionales y a todas sus entidades, sin considerar en dónde llevan a cabo sus negocios, incluidos los países que no adhieren a las directrices. Chile es uno de los firmantes de estas directrices.

llo económico de la comunidad. El gobierno y las empresas usan habitualmente conceptos como “invertir en la comunidad”, “implicación en la comunidad”, “estrategias de regeneración de zonas desfavorecidas” y “compromiso con la comunidad” para definir su aportación al desarrollo social (Lozano, 2005).

De esta forma, las políticas públicas han ido ganando terreno como una visión que sintetiza el conjunto de proposiciones, decisiones y operaciones dinámicas e interdependientes entre los grupos de interés. Desde la propuesta de que las políticas públicas son todo lo que un gobierno decide hacer o no hacer (Dye, 1975), hasta la propuesta de Oszlak y O'Donnell (1976) que define a las políticas públicas como el conjunto de acciones u omisiones del gobierno en materias que concitan el interés general, éstas han ido dando cuenta de la intensidad con la cual los gobiernos intervienen con recursos para influir en determinadas áreas.

Es quizá en el campo de estudio de las políticas públicas y los negocios que se necesite una mayor interacción entre el mundo académico y empresarial. Cabe recordar que en las últimas décadas, los gobiernos han expandido su acción pública afectando, de esta forma, las actividades de las empresas y los centros académicos.

La Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) ha hecho un llamado a los países a implementar políticas públicas activas que fomenten el desarrollo económico y social, orientándolas hacia “mercados que funcionen bien y gobiernos de mejor calidad”.

En esta perspectiva, un rol más activo de los gobiernos, un número mayor de empresas socialmente responsables y una sociedad civil organizada, permitirán dar un paso fundamental en el balance entre las iniciativas privadas y el interés público.

## **5. Reflexión final**

La Responsabilidad Social Corporativa (o Empresarial) ha ido ganando espacios en distintos ámbitos. Las empresas, las universidades, la gestión pública y la sociedad en general han ido, poco a poco, incorporándola a la reflexión y discusión.

Un gran avance ha sido la incorporación de la RSC en las universidades. Desde simple curso electivo ha pasado a diplomado especializado, lo que demuestra la importancia creciente en la integración de este ámbito en la educación. Algunas ya especializan a nivel de Master (Universidad de Barcelona) e incluso de Doctorado (Universidad de Nottingham). En Chile, son destacables las iniciativas académicas apoyadas por AcciónRSE y Centro Vincular.

La promoción de valores que den mayor sustento a la RSC y la generación de metodologías para su implementación es un aporte que se puede efectuar desde el mundo académico. Sin embargo, estos aportes no son privativos de determinadas escuelas, áreas o facultades, sino que debe constituir el “alma” de la relación Universidad – Empresa para, de esta forma, cumplir con el rol de aportar al crecimiento del desarrollo económico y social del país.

Por otra parte, la integración de la RSC a la gestión empresarial debe ser parte de su "ADN", es decir, de su filosofía y no como respuesta a determinadas demandas o como estrategia de marketing. Estos desafíos siguen pendientes y cada vez mayor número de empresas aúnan fuerzas para revertir esta situación.

Donde hay una carencia y tareas pendientes es en la definición de políticas públicas que permitan el fomento y promoción de la RSC como forma de desarrollo empresarial y búsqueda de un equilibrio entre los beneficios económicos y sociales. Para los gobiernos es importante contar con sólidas y rentables empresas, pero también el bien común exige empresas socialmente responsables y comprometidas con la sociedad.

## 6. Referencias bibliográficas

- ABARCA R., A. (2002): "Las políticas públicas como perspectiva de análisis". *Ciencias Sociales* 97 (111), p. 95 – 103.
- AYALA E., J. (1997): *Economía pública. Una guía para entender al Estado*. Facultad de Economía, UNAM. México.
- AGUIRRE, A.A.; CASTILLO, A.M. Y TOUS, D. (1999): *Administración de Organizaciones. Fundamentos y Aplicaciones*. Pirámide. Madrid.
- ARAQUE P., R.A. Y MONTERO S., M<sup>a</sup> J. (2003): "La Responsabilidad Social de la Empresa en el Ámbito del Marketing: Algunas reflexiones y propuestas". *Papeles de Ética, Economía y Dirección*, n° 8. Asociación Española de Ética de la Economía y de las Organizaciones, rama española de la *European Business Ethics Network* (EBEN). Barcelona.
- BAÑON, RAFAEL (2003): *La Evaluación de la Acción y de las Políticas Públicas*. Ediciones Díaz de Santos, S.A. Madrid.
- BARNEY, J. (1991): "Firm resources and the theory of competitive advantage". *Journal of Management*, 17: p. 99-120.
- CARROLL, A.B. (1979): "A three Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance" *Academy of Management Review* vol. 4 n° 4, p. 497-505.
- (1989): *Business and society. Ethics and stakeholder management*. South-Western Publishing Co. Estados Unidos.
- (1991): "The pyramid of corporate social responsibility: Towards the moral management of organisational stakeholders", *Business Horizons*, 34, p. 39-48.
- CASTILLO C., A.M. (1985): *La responsabilidad de la empresa en el contexto social: su articulación, gestión y control*, Tesis Doctoral. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Málaga.

- (1992): *Prácticas de gestión de empresas*. Editorial Pirámide, Madrid.
- (1997): “Convergencia entre la gestión pública y la privada: una tendencia en el horizonte futuro”. En Ruiz González, M. (ed.): *Ponencias y Comunicaciones 1997. XI Congreso Nacional y VII Hispano-Francés de AEDEM Asociación Española de Dirección y Economía de la Empresa*. Lérida, p. 547-555.
- (2001): “El resurgir de la responsabilidad social de la empresa en Europa”. En Villarejo, A. F., Navarro, A. y Sánchez del Río, M. E., compiladores: *Non idem iterum, semper novum. Publicación Homenaje al Prof. Dr. Manuel Ortigueira Bouzada*. CR-ROM. AEDEM y Universidad de Sevilla, Sevilla, p. 213-223.
- (2002): “El resurgir de la Responsabilidad Social de la Empresas en Europa: el Libro Verde”. *Noticias de Economía Pública, Social y Cooperativa – CIDEA*, nº 35, p. 40-45.
- CHANDLER, A.D. JR.** (1977) (1988): *The Visible Hand: The Managerial Revolution in American Business*. Cambridge, Mass. Versión española: *La mano visible. La revolución en la dirección de la empresa norteamericana*. Madrid: Centro de publicaciones del Ministerio de Trabajo y Seguridad.
- DAVID, S.** (2001): *The Ethical Investor: A Guide to Socially Responsible Investing in Canada*. Stoddart, Canadá.
- DE LA CUESTA, G., M.; VALOR M., C.** (2003): “Responsabilidad social de la empresa. Concepto, medición y desarrollo en España”. *Boletín Económico de ICE* – nº 2755. Madrid, p. 7 - 19.
- DÉNIZ, M.C.; DE SAÁ, P.** (2003): “A resource-based view of corporate responsiveness toward employees”, *Organization Studies*, Vol. 24 nº 2, p. 299-319.
- DUCH, M.** (2005): “La Acción Social es pura cosmética si se es irresponsable en el resto de actividades”. *Revista Buen Gobierno*, nº 13 (septiembre). Foro de Reputación Corporativa. Madrid.
- DYE, T.R.** (1975): *Understanding Public Policy*. Englewood Cliffs, Prentice Hall.
- EMERY, R. y TRIST, L.** (1965): “The Casual Texture of Organizational Environment”. *Human Relations*, vol. 18, nº 1, p. 21-32.
- FRANCÉS G., P.** (2005): Responsabilidad Social de las Empresas: Fundamentos y enfoque de la gestión responsable. Foro para la Evaluación de la Gestión Ética (Forética). *Cuadernos de Forética*. Madrid.
- FREEMAN, R.E.** (1984): *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Pitman, Boston. M.A., EE.UU.

- FORUM EMPRESA (2006): <http://www.empresa.org> [consulta: 20 de diciembre del 2005].
- FOX, T.; WARD, H.; HOWARD, B. (2002): "Public Sector Roles in Strengthening Corporate Social Responsibility: A Baseline Study" (*Washington, The World Bank*).
- FRIEDMAN, M.: (1962): *Capitalism and Freedom*. Chicago, IL: The University of Chicago Press.
- GADENNE, D., y ZAMAN M. (2002): "Strategic environmental management accounting: An exploratory study current corporate practice and strategic intent". *Journal of Environmental Assessment Policy and Management* Vol. 4, nº. 2, p. 123-150.
- GARCÍA E., S. (1994): *Introducción a la economía de la empresa*. Díaz de Santos, Madrid.
- (1998): *Responsabilidad Social y Balance Social de la Empresa*. Fundación Mapfre. Madrid.
- GARCÍA P., T. G. ED. LIT.; GARCÍA R., A., ED. LIT. (2005): *La Responsabilidad Social de las Empresas y los Nuevos Desafíos de la Gestión Empresarial*. Universidad de Valencia.
- JACKSON, P. (2003): "Serving Stakeholders". *CA Magazine*, Marzo, Vol. 136 Issue 2, p. 34-36.
- JOHNSON, R. A., KAST, F. E. y ROSENZWEIG, J. E.: (1973): *Teoría, integración y administración de sistemas*. Limusa-Wiley, México.
- JOYNER, B.E.; PAYNE, D. (2002): "Evolution and Implementation: A Study of Values, Business Ethics and Corporate Social Responsibility" *Journal of Business Ethics*, 41, p. 297-311.
- LOZANO, J. M. (1999): *Ética y Empresa*. Editorial Trotta, Madrid.
- (2003): "Obstáculos para la Responsabilidad Social Corporativa [en línea]. La Bolsa.com [Europa Press]. 18 de noviembre del 2003. Disponible en <http://www.labolsa.com/canales/781> [consulta: 16 de diciembre del 2005].
- (2005): "Políticas públicas para impulsar la responsabilidad de la empresa". *Manual de la empresa responsable*. Biblioteca Empresarial Cinco Días, ESADE. Nº 6.
- MENON, A. (1997): "Enviropreneurial marketing strategy: the emergence of corporate environmentalism as marketing strategy", *Journal of Marketing*, 61, p. 51-67.

- MINISTERIO DEL TRABAJO Y ASUNTOS SOCIALES – ESPAÑA** - (2005): “Informe Sesión de Trabajo de Foro de Expertos en RSE: Definición y Ámbito de la RSE”. [en línea]. Número 22, 2ª quincena de julio de 2005. Disponible en <http://www.foretica.es/newsletters/>. Madrid, España.
- MOHN, R.** (2005): *La responsabilidad social del empresario*. Galaxia Gutenberg, Barcelona.
- MORRIS, S.A.** (1997): “Environmental pollution and competitive advantage, an exploratory study of U.S. industrial goods manufacturers”, *Academy of Management Proceedings*, 43, p. 411-415.
- O'DONNELL, G., y OSZLAK, O.** (1976): “Estado y Políticas Estatales en América Latina: Hacia una Estrategia de Investigación”. *CEDES, N° 4*, Buenos Aires.
- PFEFFER, J., SALANCIK, G.** (1978): *The external control of organizations*. Harper and Row, New York.
- PORTER, M. E.** (1999): *Ser Competitivo. Nuevas aportaciones y Conclusiones*. Editorial Deusto. España.
- (1991): *Ventaja Competitiva. Creación y sostenimiento de un desempeño Superior*. Editorial Continental, México.
- (1990): *The Competitive Advantage of the Nations*, New York, NY: The Free Press.
- QUAZI, A.M.; O'BRIEN, D.** (2000): “An empirical test of cross-national model of corporate social responsibility”. *Journal of Business Ethics*, 25, p. 33-51.
- RUSSO, M. V., FOUTS, PAUL** (1997): “A Resource-Based Perspective on Corporate Environmental Performance and Profitability”, *Academy of Management Journal*, June, p. 121-136.
- PUTTERMAN L. (ED.)** (1994): *La Naturaleza Económica de la Empresa*. Alianza Económica, Madrid.
- VALOR M., C.** (2004): *Relación de la empresa con la comunidad: un modelo de planificación y ejecución*. Tesis Doctoral, Universidad Complutense de Madrid, Madrid.
- VIVES, A., CORRAL, A., e ISUSI, I.** (2005): “La Responsabilidad Social de la Empresa en las PyMEs de Latinoamérica”. [en línea], documento IADB/IKEL, disponible en <http://www.iadb.org/csramericas/doc/PyMEs.pdf> [consulta: 20 de diciembre del 2005]
- ZADEK, S.** (2001): *Third Generation Corporate Citizenship. Public policy and business in society*. The Foreign Policy Centre in association with AccountAbility.