

## **NIVEL DE APLICACIÓN DE PRÁCTICAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA EN PEQUEÑAS EMPRESAS DEL GRAN LA PLATA**

**33º Congreso Nacional de ADENAG “Construyendo en Administración. Docencia y esencia”. Universidad Nacional de Entre Ríos (UNER) Facultad de Ciencias de la Administración Concordia: 26 y 27 de mayo de 2017**

### **Autores:**

- Laura Nelly Tavella ([ltavella@econo.unlp.edu.ar](mailto:ltavella@econo.unlp.edu.ar))
- Estefanía Solari ([estefania.solari@econo.unlp.edu.ar](mailto:estefania.solari@econo.unlp.edu.ar))

### **Resumen**

El presente trabajo pretende obtener un diagnóstico preliminar acerca de cómo es la implementación y desarrollo de prácticas de Responsabilidad Social Empresaria (RSE) de una muestra de 29 pequeñas empresas del Gran La Plata, Provincia de Buenos Aires. A través del relevamiento y procesamiento de una encuesta se pretendió medir y evaluar el nivel de aplicación y compromiso de las empresas con la ética y la RSE. Se utilizaron para la medición: 1) definición de valores 2) desarrollo e implementación de un código de ética por parte de los empresarios, 3) percepción de los empresarios sobre el nivel de involucramiento de la empresa con los distintos públicos con los que interactúa. Se destacan como principales resultados algunas cuestiones como: el 65,5% de los empresarios manifestó tener definidos valores, aunque sólo un 37,9% cuenta con un código de ética explícito. También se preguntó acerca de la importancia que los empresarios asignan a cada dimensión de la RSE, se observa que en general para todas las dimensiones el compromiso es alto, para todos los casos más de un 56% le asignó un valor igual o superior a 5. Esta es una primera aproximación al tema que nos compete, la cual se seguirá profundizando en sucesivas investigaciones.

**Palabras Clave:** Responsabilidad social empresaria, código de ética, valores, grupos de interés.

## **Introducción**

El tema de RSE comienza a ser tratado por diferentes teóricos de la Teoría Administrativa en la década del '50, reafirmando en los años '70 en el plano económico, y luego en lo político, social y tecnológico en las décadas posteriores, un nuevo escenario acrecienta su importancia: A) Una política económica neoliberal, donde sus postulados eran "moneda sana y libre mercado", provocando achicamiento del Estado, y su responsabilidad sobre cuestiones que tienen que ver con el bienestar de las naciones. B) Aparece una sociedad con características posmodernas donde los valores intrínsecos se ponen en duda (honestidad, la justicia etc.), mezclándose valores, normas y pautas culturales propias y compartidas. Esto provoca costos sociales importantes, desigualdades y efectos paradójales que generan una falta de identidad nacional, regional, mundial, donde la consigna, es todo vale.

Surge así en la sociedad en su conjunto, la necesidad imperiosa de consensuar valores mundiales, nacionales, regionales y organizacionales. Existe la necesidad de retomar el camino de una sana y prospera convivencia.

Es así como muchos autores se plantean si la RSE importa, si es un valor genuino o es un negocio más para obtener utilidades, para ganar más clientes.

Desde el origen del concepto de la RSE, si bien hubo mucho camino recorrido, es de destacar la importancia que adquirió la misma luego de la crisis financiera en Estados Unidos en el año 2008, que comenzó siendo financiera, transformándose en macroeconómica y en la actualidad es ya humanitaria. De esta manera RSE, está cada vez más unida a la ética, y a los valores que sustentamos.

## **Marco Teórico**

En la teoría desarrollada sobre la RSE, en sus comienzos hubo dos posturas contrapuestas: la concepción "A" y la concepción "B". La concepción "A" representa el concepto clásico, de esta manera adhiere que la única RSE de la administración es obtener las mayores ganancias, el principal defensor de esta teoría es el economista y premio nobel Milton Friedman, el mismo sostiene *"la empresa no tiene más que una responsabilidad y solo una: utilizar sus recursos y energías en actividades tendientes a incrementar sus utilidades, a condición de que observe las reglas de juego"* contrapuesta a esta postura aparece la concepción "B" (Socioeconómica) que supone que los intereses de la sociedad se logran mejor mediante la aceptación de obligaciones directas de otros interesados y otros accionistas, su representante es Keith Davis quien afirma que *"la responsabilidad nace del poder. No es tanto, que la empresa se extienda en las comunidades para imponer su dominio sobre la población; lo que sucede es que, a medida que se sirve de su poder para perseguir sus fines económicos, produce otras*

*consecuencias, algunas veces llamadas beneficios o costos sociales o no relacionadas con el mercado*". Bajo esta concepción, la prosperidad económica de una comunidad sería un beneficio social, la contaminación ambiental sería un costo social.

Ampliando estas concepciones es importante destacar también la teoría de la pirámide de Carroll (citado por Hampton R.,1980), a través de la misma se observa que las empresas pueden cumplir con diferentes niveles de compromiso social. En esta teoría se plantean 4 niveles de responsabilidades sociales de las empresas. De esta manera, las responsabilidades que se encuentran en el pie de la pirámide son la base sobre la que se apoyan otro tipo de responsabilidades. Las 4 clases de responsabilidades son:

- Responsabilidades económicas: constituyen la base de la pirámide y son entendidas como la producción de bienes y servicios que los consumidores necesitan y desean. Como compensación de estos bienes y servicios, la empresa debe obtener una ganancia aceptable en el proceso.
- Responsabilidades legales: tienen que ver con el cumplimiento de la ley y de las regulaciones estatales, así como con las reglas básicas según las cuales deben operar los negocios.
- Responsabilidades éticas: se refieren a la obligación de hacer lo correcto, justo y razonable, así como de evitar o minimizar el daño a los grupos con los que se relaciona la empresa. Estas responsabilidades implican respetar a aquellas actividades y prácticas que la sociedad espera, así como evitar las que sus miembros rechazan, aún cuando estas no se encuentran prohibidas por la ley.
- Responsabilidades discrecionales: comprenden aquellas acciones corporativas que responden a las expectativas sociales sobre la buena ciudadanía corporativa. Estas acciones incluyen el involucramiento activo de las empresas en actividades o programas que promueven el bienestar social y mejoren la calidad de vida de la población. La diferencia entre las responsabilidades éticas y discrecionales está en que las primeras surgen porque la empresa debe cumplir con las normas éticas de la sociedad; mientras que las segundas no son una norma esperada en un sentido ético o moral, sino que representan más bien una actividad voluntaria de parte de las empresas, aun cuando siempre existe la expectativa social de que estas las sigan.

Relacionando la pirámide de Carroll con las concepciones "A" y "B": los niveles más bajos (responsabilidad económica y legal) responden a la concepción A (teoría clásica) y los niveles más altos (ética y discrecional) a la concepción B (Socioeconómica)

Por otra parte, Bernardo Kliksberg (citado por Cammarota, E. y Berenblum D., 2009) establece tres etapas o momentos por los que podría atravesar una empresa, según la variedad de conductas de los empresarios y sus características, relacionándolas con una supuesta curva evolutiva: la autista, la filantrópica y la de la responsabilidad social.

- La primera etapa se corresponde con la que sólo se preocupa por sus ganancias, la rentabilidad, los factores económicos, y deja de lado a la sociedad que la rodea y la condiciona, no le presta la debida atención a los grupos de interés con los que se relaciona accionistas, clientes, personal, proveedores, comunidad en general (stakeholders) que son afectados y afectan a la empresa. En este primer estadio, la empresa es una mera unidad de producción, cuya única preocupación reside en responder solamente respecto de las utilidades.
- En el segundo momento, existe una toma de conciencia mayor, un registro por parte de los directivos respecto del ámbito en el que la empresa se mueve, de las necesidades de la comunidad en la que actúa. Se caracteriza por mostrarse más sensible en relación con esas carencias, y por aportar a su solución mediante donaciones de dinero o bienes, o dedicando algún tiempo y energía de su personal para trabajar en lo que el contexto requiere. Despliega así, una actitud filantrópica, en el sentido de dar sin pedir a cambio, pero sin un involucramiento total. En este caso, podríamos apuntar que no siempre este donar es desinteresado. Muchas veces está impulsado por el interés de descontar impuestos o bien de dar una imagen con mayor aceptación social. En alguna circunstancia, la invitación a colaborar que se cursa al personal, no siempre respeta la voluntad del mismo y en cambio se impone coercitivamente. Por lo que deberemos decir que, todavía, su compromiso hacia adentro y hacia fuera es incompleto. No obstante, existe un positivo impacto en la sociedad. Asimismo, puede ocurrir que la comunidad responsable le exija el comportamiento correcto y no le permita transgresiones, de modo que sus acciones positivas resulten más de una obligación que de una convicción.
- Por último, en el recorrido hacia una mayor madurez cívica y social, arriba al momento de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), sobre la cual nos detendremos para desarrollar un poco más.

De esta manera, ya no basta que las organizaciones en general y las empresas en particular tengan una posición filantrópica de la RSE. Parafraseando el libro "Primero la gente" de Amartya Sen y Bernardo Kliksberg: *"en el siglo XXI fuerzas históricas emergentes exigen que la empresa vaya mucho más allá. Que produzcan una ruptura paradigmática con las visiones anteriores, y se transforme en la empresa con alta responsabilidad social empresarial"*.

Dicen los autores, que cuando los ciudadanos piden RSE solicitan de las empresas y de las organizaciones en general los siguientes desempeños:

- a. Políticas de personal que respeten los derechos de los integrantes y favorezcan su desarrollo;
- b. Transparencia y buen gobierno corporativo.
- c. Juego limpio con el consumidor
- d. Políticas activas de protección del medio ambiente
- e. Integración a los grandes temas que hacen al bienestar común (deserción escolar, reducción de la mortalidad materna y la infantil, etc.)
- f. No procurar un doble código de ética (coherencia entre el discurso de RSE y la práctica).

Por otra parte, también es importante mencionar el aporte de investigaciones más recientes, es así como podemos mencionar a Briseño García, A. et. al. (2011) quien establece componentes básicos que caracterizan a una empresa que cumple con sus responsabilidades sociales y ambientales para distinguirlas de aquellas que no lo hacen. En muchos de los conceptos propuestos existen elementos comunes en el concepto de RSE:

- En primer lugar encontramos el reconocimiento de un amplio número de personas para las cuales la empresa es responsable; por ejemplo, la empresa es responsable no sólo por los resultados económicos de sus accionistas, sino también por el impacto hacia otros grupos relacionados con la empresa; estos grupos de interés están conformados por empleados, comunidades locales, proveedores, clientes, acreedores y gobierno.
- En segundo lugar, un elemento común de los conceptos de RSE es la constante preocupación por mejorar el bienestar de estos grupos de interés que se deben involucrar en las actividades sociales y ambientales porque a través de éstos se tiene un mayor impacto al favorecer a la comunidad donde se opera; por ejemplo, una empresa que aplica el concepto de RSE no sólo está interesada en maximizar sus utilidades, sino en los procesos que conllevan a la generación de éstas y los efectos de las actividades de la empresa en la comunidad.
- Un tercer elemento está relacionado con la amplia visión sobre cómo las operaciones del negocio ayudan a tener un verdadero impacto social y ambiental en el largo plazo para los grupos de interés, y como éstos pueden involucrarse en estas acciones; por ejemplo, en decisiones estratégicas para proteger recursos naturales o programas de educación para la comunidad local.

Por último, cabe destacar que la RSE puede ser abordada a través de distintas dimensiones, Dahlsrud (citado por Gorrochategui, 2012), determina las siguientes dimensiones: medioambiental, social, económica, stakeholders y

voluntaria y establece como identificar las dimensiones de RS, el esquema de codificación y ejemplos de frases utilizadas (Cuadro 1).

### Cuadro 1. Dimensiones de la RSE

DIMENSIONES	DEFINICIÓN CODIFICADA A LA DIMENSIÓN QUE SE REFIERE	EJEMPLOS DE FRASES
MEDIOAMBIENTAL	Medio ambiente natural	"un medioambiente más limpio" "medioambiente interesa a las operaciones de negocios"
SOCIAL	Relación entre negocios y sociedad	"contribuye a una mejor sociedad" "integra los intereses sociales en las operaciones de negocios" "considera el panorama completo de sus impactos en las comunidades".
ECONÓMICA	Aspectos socio-económicos o financieros, incluyendo RSC en términos de operaciones de negocios.	"contribución al desarrollo económico" "preservación de la rentabilidad" "operaciones de negocios"
STAKEHOLDERS	Stakeholders o grupos de stakeholders	"interacción con sus stakeholders", "cómo las organizaciones interactúan con sus empleados, proveedores, clientes" "tratando a los stakeholders de la firma"
VOLUNTARIA	Acciones no prescritas por la ley	"basado en valores éticos" "más allá de las obligaciones legales" "voluntario".

Fuente: Dahlsrud (citado por Gorrochategui, 2012)

### Objetivos

En el presente trabajo se realiza un primer estudio de tipo exploratorio, con el fin de inferir el nivel de aplicación de prácticas de RSE, por parte de los pequeños empresarios del Gran La Plata.

De allí que este trabajo buscará, según la percepción de los empresarios de pequeñas empresas de la región, responder los siguientes interrogantes:

- 1- ¿Las empresas tienen definidos valores? De tenerlos, ¿los mismos son éticos?
- 2- ¿Las empresas tienen un código de ética explícito? Definiéndose código de ética como: "declaración formal de los principales valores y normas éticas a los que la organización espera que adhieran sus empleados"
- 3- ¿Cuál es el nivel de compromiso que asumen las empresas con los distintos públicos?
- 4- ¿Las empresas de la región están implementando RSE?

### Metodología

Tipo de investigación: el diseño de la investigación seleccionada es transversal y descriptivo. Transversal y descriptivo, debido a que se recolectaron datos en un solo momento y su propósito consistió en describir variables, y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado.

Población objeto de estudio: se seleccionaron pequeñas empresas del Gran La Plata, obteniéndose 29 respuestas válidas.

Con respecto al modo de relevamiento de la encuesta, el mismo se llevó a cabo de la siguiente manera: un cuestionario autoadministrado a través de la web.

El cuestionario contó con los siguientes bloques:

1. Características de la empresa: sector, experiencia en el sector, cantidad de empleados, si la empresa cuenta con alguna certificación.
2. Nivel de definición de valores y de un código de ética por parte de los empresarios.
3. Percepción de los empresarios sobre: a) nivel de involucramiento de la empresa con los distintos públicos con los que interactúa la organización y b) frases que se ajustan a las acciones y valores de la empresa (de manera de poder inferir la implementación de RSE en las empresas).

## **Resultados**

### **Características de las empresas relevadas**

A continuación se presentan las tablas 1 a 3, con el propósito de caracterizar a las empresas que conformaron la muestra.

**Tabla 1. Cantidad de Empleados**

	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Menos de 10	14	48,3
Entre 10-25	11	37,9
Más de 25	4	13,8
<b>Total</b>	<b>29</b>	<b>100</b>

Fuente: elaboración propia

Como se puede observar en la Tabla 1 respecto a las cantidades de empleados de las empresas que conforman la muestra, el 48,3% tiene menos de 10 empleados, el 37,9% entre 10 y 25 empleados y más de 25 sólo un 13,8%.

**Tabla 2. Sector al que pertenece la empresa**

	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Agropecuario	1	3,4
Comercio	7	24,1
Construcción	4	13,8
Industria y Minería	1	3,4
Servicios	16	55,2
<b>Total</b>	<b>29</b>	<b>100</b>

Fuente: elaboración propia

Por otra parte respecto al sector al que pertenecen las empresa relevadas el 55,2% prestan servicios, un 24,1% son empresas comerciales y un 13,8% empresas del sector de la construcción. Respecto a los años de experiencia en el sector el 17,2% contaba menos de 20 años, el 41,4% entre 20 y 35 años de experiencia y el restante 41,4% más de 35 años de experiencia.

**Tabla 3. Años de experiencia en el sector**

	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Menos de 20	5	17,2
Entre 20-35	12	41,4
Más de 35	12	41,4
<b>Total</b>	<b>29</b>	<b>100</b>

Fuente: elaboración propia

Cuando se les consulto si la empresa adhería a alguna certificación sólo respondió afirmativamente el 31% (Tabla 4), de las cuales un 20,7% contaba con la certificación hacia más de 5 años (Tabla 5).

**Tabla 4. ¿Su empresa adhiere a alguna certificación?**

	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	9	31,0
No	20	69,0
<b>Total</b>	<b>29</b>	<b>100,0</b>

Fuente: elaboración propia

**Tabla 5. ¿Hace cuantos años posee la empresa la certificación?**

	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
5 años o menos	3	10,3
Más de 5 años	6	20,7
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>31,0</b>

Fuente: elaboración propia

### Nivel de definición de valores y de un código de ética por parte de los empresarios.

En el segundo bloque del cuestionario se les consultó a los empresarios acerca de si tenían definidos valores, así como un código de ética. Respecto a la definición de valores es de destacar que el 65,5% respondió afirmativamente, de los cuáles el 100% manifestaron que los mismos eran éticos (Tabla 6 y 7).

**Tabla 6. ¿Tienen definidos valores en su empresa?**

	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	19	65,5
No	5	17,2
No sabe/No contesta	5	17,2
<b>Total</b>	<b>29</b>	<b>100</b>

Fuente: elaboración propia

**Tabla 7. ¿Esos valores son éticos?**

	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	19	100,0
No	0	0,0
<b>Total</b>	<b>19</b>	<b>100,0</b>

Fuente: elaboración propia

Al momento de consultar si contaban con un código de ética, sólo el 37,9% respondió afirmativamente, de los cuáles el 90,9% manifestó que el mismo incluía valores y acciones concretas (Tabla 8 y 9).

**Tabla 8. ¿En su empresa tienen un código de ética explícito?**

	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	11	37,9
No	13	44,8
No sabe/No contesta	5	17,2
<b>Total</b>	<b>29</b>	<b>100,0</b>

Fuente: elaboración propia

**Tabla 9. ¿El mismo incluye valores y acciones concretas?**

	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	10	90,9
No	1	9,1
<b>Total</b>	<b>11</b>	<b>100,0</b>

Fuente: elaboración propia

### Nivel de involucramiento de la empresa con los distintos públicos con los que interactúa la organización

Cuando se les consultó acerca del nivel de compromiso con los distintos actores con los que actúa la organización: respecto a los empleados el 93,1% respondió que era alto muy alto, este porcentaje fue de 96,6% para los clientes, el 86,3% para proveedores, el 69% para los competidores, propietarios (en caso de corresponder) un 82,8% y 79,3% con la comunidad (Tabla 10).

Tabla 10. ¿Que nivel de compromiso que asume con cada uno de los siguientes públicos? (siendo 1=muy bajo y 5=muy alto). Cantidad de respuestas en porcentajes.

Nivel de compromiso	Empleados	Clientes	Proveedores	Competidores	Propietarios	Comunidad	
1		3,4	0	0	3,4	3,4	0
2		3,5	0	3,4	6,9	0	0
3		0	3,4	10,3	20,7	13,8	20,7
4		37,9	31,1	31,1	44,8	31,1	27,6
5		55,2	65,5	55,2	24,2	51,7	51,7
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Fuente: elaboración propia

### Frases que se ajustan a las acciones y valores de la empresa (de manera de poder inferir la implementación de RSE en las empresas).

Analizando las respuestas acerca de la medida en que las frases mencionadas se ajustaban a sus acciones y valores (Tabla 11), podemos destacar:

- “En las operaciones del negocio tenemos en cuenta el medio ambiente”, el 55,1% le da mucha importancia (puntaje mayor a 5).
- Respecto a: “La empresa intenta contribuir a una mejor sociedad” el 89,7% le da mucha importancia (puntaje mayor a 5).
- En el caso: “Integramos los intereses sociales en las operaciones del negocio”, este porcentaje fue menor 75,9% (puntaje mayor a 5).
- “Consideramos el panorama completo de nuestros impactos en la sociedad”, 72,5% le asignó un puntaje mayor o igual a 5.
- Por otra parte, ante la frase: “Buscamos contribuir al desarrollo económico de la región”, le asignaron un puntaje igual o mayor a 5 el 72,5%.
- La frase con la que más involucrados se sintieron los encuestados fueron: “Buscamos tener la mejor interacción con nuestros empleados, clientes y proveedores”, dónde le asignaron un puntaje igual o mayor a 5 el 96,6%,

“Nos basamos en valores éticos más allá de las obligaciones legales” un 96,6% y “Nos importa que nuestros empleados se desarrollen profesionalmente dentro de la empresa” un 93,2%.

Tabla 11. En que medida las siguientes frases se ajustan a las acciones y valores de su empresa (siendo 1=nulo; 7=máximo). Cantidad de respuestas en porcentajes.

Frases	Nivel de compromiso							Total
	1	2	3	4	5	6	7	
En las operaciones del negocio tenemos en cuenta el medio ambiente	3,6	0	10,3	31	17,2	31	6,9	100
La empresa intenta contribuir a una mejor sociedad	0	0	0	10,3	27,6	37,9	24,2	100
Integramos los intereses sociales en las operaciones del negocio	0	0	6,9	17,2	27,6	27,6	20,7	100
Consideramos el panorama completo de nuestros impactos en la sociedad	0	3,4	3,4	20,7	41,4	17,3	13,8	100
Buscamos contribuir al desarrollo económico de la región	3,4	0	3,4	20,7	17,2	31	24,3	100
Buscamos tener la mejor interacción con nuestros empleados, clientes y proveedores	0	0	0	3,4	3,4	31	62,2	100
Nos basamos en valores éticos más allá de las obligaciones legales	3,4	0	0	0	13,8	34,5	48,3	100
Nos importa que nuestros empleados se desarrollen profesionalmente dentro de la empresa	3,4	0	0	3,4	10,3	34,5	48,4	100

Fuente: elaboración propia

## **Conclusión**

Si bien este es un primer trabajo de tipo exploratorio, que será profundizado con posterioridad, de la investigación surgen algunas cuestiones a destacar:

- Si bien el 65,5% de los empresarios manifestó tener definidos valores, se puede observar poca formalización de los mismos ya que sólo un 37,9% cuenta con un código de ética explícito.
- Otra cuestión es que si bien el concepto de RSE debe aportar valor a todos los grupos de interés, los empresarios poseen diferencias significativas

respecto al compromiso asumido con cada grupo, siendo menor el compromiso que manifestaron asumir con competidores y proveedores.

- Cuando se infirió acerca de la importancia que los empresarios asignan a cada dimensión de la RSE, se observa que en general para todas las dimensiones el compromiso es alto, para todos los casos más de un 56% le asignó un valor igual o superior a 5. A su vez cabe destacar la importancia que le fue dada la “interacción con nuestros empleados, clientes y proveedores”, y el que “les importa que sus empleados se desarrollen profesionalmente dentro de la empresa”.
- Otra cuestión a destacar es que los empresarios consideran sumamente importante el comportamiento ético más allá de lo legal, de allí la importancia que asignaron a la frase “Nos basamos en valores éticos más allá de las obligaciones legales”.

Tengamos en cuenta ciertas limitaciones de la muestra, la misma responde a empresas: pequeñas, puesto que el 48,3% posee menos de 10 empleados, más del 50% son empresas de servicios y el 82% se las puede considerar con amplia experiencia en el sector, a su vez, a pesar de su antigüedad en el sector, solo el 31% alude tener certificación, son datos importantes a tener en cuenta dado que describen la particularidad de la muestra. En futuras investigaciones los resultados se podrían contrastar con qué hacen las organizaciones jóvenes, así como analizar el comportamiento de las empresas respecto a la implementación de la RSE y el ciclo de vida de las organizaciones, así como tener en cuenta otras variables, como tamaño y sector.

Por último, adhiriendo a los autores Amartya Sen y Bernardo Kliksberg “*la RSE es una exigencia ética de la sociedad pero al mismo tiempo es el modo en que la empresa pueda reciclarse para el siglo XXI*”. La discusión sobre si la RSE es necesaria, ha quedado superada por los acontecimientos, no se puede ya separar la RSE de la ética, ya que la misma está alimentada por esta última, unida a lo que es el bien común. No importa la edad, tamaño de la empresa en particular o de las organizaciones en general, a esta altura la RSE involucra lo económico, lo social y lo medioambiental, concluyendo las instituciones deben en la realidad actual, rendir cuentas a todos los *stakeholders*, es decir a sus empleados, pequeños inversionistas, sus consumidores, la opinión pública y la sociedad civil en sus variadas expresiones, no debe ser a unos u a otros, sino a todos.

Es así como debemos reflotar e instalar como valor el bien común, que responde a una sociedad más justa y más equitativa.

### **Bibliografía**

- Briseño García, A., Lavín Verástegui, J., & García Fernández, F. (2011). Análisis exploratorio de la responsabilidad social empresarial y su dicotomía

en las actividades sociales y ambientales de la empresa. Contaduría y administración, (233), 73-90.

- Cammarota, E., & Berenblum, D. (2009). Responsabilidad Social Empresarial y Gerencia Social: partícipes necesarios para el desarrollo humano. D. Stolar y E. Stolar, Responsabilidad Social empresaria. Buenos Aires: Volleha Ediciones srl.
- Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. Business horizons, 34(4), 39-48.
- Coulter, M. & Robbins, S. (1997). *Administración*. Prentice Hall.
- Díaz Heredia, I. (2013). Responsabilidad Social Corporativa de la Empresas de Distribución Comercial Españolas. EvidenciasEmpíricas.
- Gorrochategui, N. (2012). Cumplimiento del Principio 10 del Pacto Global sobre corrupción por parte de las empresas que adhieren a la iniciativa en la Argentina. Tesis Doctorado Facultad de Ciencias Económicas UBA
- Hampton, R. (1980). Administración. McGraw-Hill. Tercera Edición.
- Izquierdo, J. Á. M. (2004). Responsabilidad social corporativa y competitividad: una visión desde la empresa. Revista Valenciana de Economía y hacienda, 12, 9-50.
- Sen, A. & Kliksberg, B. (2007). *Primero la gente*. Deusto, Barcelona
- Vallaeys, F. (2006). La responsabilidad social de las organizaciones. CD Multimedia Programa de Apoyo a Iniciativas de Responsabilidad Social, Ética y Desarrollo. Lima-Perú.