

La responsabilidad social empresarial: Alcances y Perspectivas en el marco de la Competitividad

Autores:

Mg. María Elena Jerez (mejerez@espe.edu.ec)

Mg. Mariela Chango (mcchango@espe.edu.ec)

PhD. Magda Cejas (mfcejas@espe.edu.ec)

Institución: Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE – Extensión Latacunga

Área del conocimiento: Administración de Empresas, Contabilidad de Gestión, Responsabilidad Social Empresarial

Resumen

La presente investigación se fundamenta en el estudio de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) como una estrategia que permite estudiar la forma de gestión y estrategia empresarial acompañada de solidaridad y visión ética que de manera eficiente cuidan los intereses sociales, empresariales y ambientales de las organizaciones que pretenden alcanzar un desarrollo económico sostenible.

Este estudio permite deslumbrar las acciones, prácticas y planes que identifican en la actualidad la RSE. La investigación permite develar algunos estudios referidos a empresas que han generado planes de responsabilidad social con impacto en el marco de una sociedad contemporánea pero compleja. La metodología seguida apunta hacia el tipo documental- bibliográfica con fuentes de primera mano que recogen las reflexiones teóricas - científicas argumentadas en procesos de validez basados en la hermenéutica donde la variable de estudio permitió generar argumentaciones respecto a la preponderancia de la RSE. Como resultado, se logró destacar que la Responsabilidad Social Empresarial es un factor clave e, integral que lleva a las organizaciones empresariales a incrementar su rendimiento no solo económico sino social, por tanto combina e integra aspectos que conjugan lo social, lo laboral y lo personal.

Palabras Claves: Responsabilidad Social, Empresa y Éxito Competitivo.

Abstract

This research is based on the study of Corporate Social Responsibility (CSR) as a strategy that allows us to study the form of management and business strategy accompanied by solidarity and ethical vision that efficiently take care of the social, business and environmental interests of organizations which aim to achieve sustainable economic development.

This study makes it possible to dazzle the actions, practices and plans that currently identify CSR. The research allows to reveal some studies referring to companies that have generated plans of social responsibility with impact in the framework of a contemporary but complex society. The methodology followed points to the documentary-bibliographic type with first-hand sources that collect the theoretical-scientific reflections argued in validity processes based on hermeneutics where the study variable allowed to generate arguments regarding the preponderance of CSR. As a result, it was possible to emphasize that Corporate Social Responsibility is a key and integral factor that leads to the business organizations to increase their

performance not only economic but social, therefore combines and integrates aspects that combine social, labor and personal.

Keywords: Social Responsibility, Company and Competitive Success

Introducción

El tema de la Responsabilidad Social alrededor del mundo toma cada vez más relevancia, constituyéndose en una herramienta muy útil para las empresas que buscan obtener mejores resultados en el ámbito no solo económico, sino también en el campo social, ambiental, financiero, político, ético y legal, considerándose como parte fundamental a los grupos de interés: clientes, empleados, proveedores y la sociedad.

Es importante mencionar que en el desarrollo del trabajo, se utiliza de forma análoga los términos Responsabilidad Social Corporativa (RSC), Responsabilidad Social (RS), Responsabilidad Social Empresarial (RSE) e Inversión Socialmente Responsable. La variación de su uso, depende del lugar en donde se lo aplica, es así que en los países latinoamericanos y europeos se le conoce como RSE, mientras que en el resto del mundo adopta diversas denominaciones.

Lo que actualmente se conoce como RSE, tuvo sus inicios a partir del siglo XVIII mediante el paternalismo de los empresarios hacia los obreros, ya para el siglo XIX hubo un cambio de comportamiento empresarial dado las nuevas leyes que las regulan, al iniciar el siglo XX luego de la revolución industrial, dados los abusos que se cometieron contra los trabajadores y la propia comunidad, se genera una nueva tendencia y preocupación por parte de los empresarios a través de actividades filantrópicas, no es sino hasta los años cincuenta que la RSE se desarrolla conceptualmente. De esta manera, para la década de los ochenta se convirtió en un tema de interés para la investigación en términos prácticos en las organizaciones.

La RSE es un concepto relativamente nuevo, creado por la Organización de las Naciones Unidas (ONU) en el año 1999, para resolver conflictos de intereses entre las necesidades de las empresas, los derechos humanos y laborales, promover la lucha contra la corrupción y el cuidado del medio ambiente.

De esta manera, las empresas de todos los tamaños y sectores, instituciones financieras, agencias de desarrollo, colegios de profesionales, actores políticos y gobiernos han dado impulso a esta área del conocimiento dado que han considerado que la economía de mercado funciona de manera óptima, sólo cuando el sector privado toma en cuenta las reglas de transparencia y de compromiso con el entorno.

Ello no permite olvidar el alcance de las instituciones públicas dado que estas igualmente están inmersas en planes de responsabilidad social. Con lo cual, la Comisión Europea define a la RSE, como la integración voluntaria por parte de las empresas a la atención a los problemas sociales y medioambiental en todas sus operaciones, mediante la satisfacción de las necesidades de los *stakeholders*, no simplemente a través del cumplimiento de los mínimos legales establecidos, sino por el contrario, realizando actividades en pro de la mejora y del bienestar del capital humano, el entorno y las relaciones con la sociedad en general.

En ese orden de ideas, la RSE no constituye simplemente la buena voluntad para donar recursos a proyectos de interés social, sino que debe formar parte integral de la gestión de la empresa. Es así, que quienes desarrollan estrategias adecuadas de responsabilidad social obtienen múltiples ventajas en su ejercicio: mejora el clima de la organización y eleva la credibilidad, y legitimidad ante la sociedad (reputación), dando como resultado el incremento de la productividad, competitividad, mejor ambiente laboral y los beneficios económicos.

A tenor de lo expuesto, ha de comprenderse que las empresas comprenden que si no estimulan la capacidad de consumo de sus clientes, estarían limitando su nivel de ventas, porque existe una relación directa entre la oferta y la demanda. De esta manera, juegan un papel muy importante para las personas, no sólo como generadoras de empleo y de riqueza, sino como agentes de desarrollo en las comunidades donde están insertas. Los profesionales que laboran en dichas empresas, pueden identificar y poner en práctica herramientas gerenciales estratégicas para el éxito competitivo, así como considerar y enaltecer los valores éticos y la cultura organizacional.

Desarrollo

Estado del Arte

La Responsabilidad Social es un término que encaja en las innovaciones de la administración corporativa desde la Segunda Guerra Mundial desde finales de los noventa y en los comienzos del siglo XXI (Casado, 2005). Desde entonces, la evolución de las organizaciones han sido influenciadas por los cambios económicos, culturales y sociales que surgieron en la transformación de la sociedad mundial (Forética, 2002). Autores como Becchetti (2005) y Becchetti y Ciceretti (2006), señalan que existe una relación positiva entre la RSE y el desempeño de las finanzas éticas en términos de la confianza y productividad de los empleados, el

desempeño financiero, la construcción de sinergias y el mejoramiento de la relación con los accionistas, además del crecimiento de las ventas.

Asimismo, para Pamies y Jiménez (2011) las acciones de RSE adoptadas por la empresa no influyen en el resultado financiero a corto plazo, y no contradicen la posibilidad de la existencia de una relación positiva a medio o largo plazo. En este sentido, la sostenibilidad, como elemento clave para el equilibrio social y económico, se traduce en promover beneficios a través de acciones que afirmen que se está haciendo lo correcto para construir futuro para todos. Por lo tanto, la RSE busca el crecimiento económico sostenible en un contexto complejo y sensible ante el desequilibrio socioeconómico y ante las actividades económicas que causan daño irreversible al planeta (Aguilera y Becerra, 2012).

La RSE se presenta como un posible camino para profesionalizar una PYME (MacGregor y Fontrodona, 2013). La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) es un reto para las organizaciones del futuro, para que la empresa crezca a largo plazo es imprescindible que sustente sus procesos y productos en unos estándares éticos, que integre en su gestión y que trate de dar respuesta a las demandas de los agentes sociales a los que afecta o que le afectan (De la Cuesta, Valor, 2003).

De la misma manera, en el trabajo de investigación de Rives y Bañón (2008) se obtiene que la RSC contribuye al éxito competitivo de las PYMES. Por tanto, la RSC puede constituir un importante recurso a utilizar por la empresa, supone un recurso útil en la generación de ventajas competitivas. A su vez, la RSC no se limita a repercutir de forma positiva en los resultados financieros, sino que se ofrece una perspectiva más estratégica y de largo plazo con la incorporación de la competitividad y una contribución al dinamismo de sus dimensiones económica, ética, legal y filantrópica.

A su vez, se destaca la principal contribución del trabajo de Gallardo y Sánchez (2013), quien demuestra la vinculación entre las acciones de RSE y la competitividad de las microempresas, con lo cual, el mensaje para los gestores de microempresas es claro, en un momento de crisis, donde las grandes empresas están siendo más que cuestionadas en su responsabilidad, las microempresas deben emponderarse e incluir la RSE en sus estrategias para mejorar su competitividad, potenciar el impulso institucional de la RSE, pudiendo considerarse como un motor de competitividad empresarial y desarrollo.

En este orden de ideas, conviene explicar al éxito competitivo o competitividad; en primer lugar, es necesario definir y caracterizar a esta variable. “La competitividad empresarial o éxito competitivo de una empresa la capacidad para, rivalizando con otras empresas, conseguir alcanzar una posición competitiva favorable, que permita obtener un desempeño superior al de los competidores” (Aragón y Rubio, 2005: 37). La competitividad se ha venido utilizando para señalar el éxito o el fracaso de un agente económico en el proceso de generación del valor agregado o para establecer un punto de referencia que permita evaluar el buen desempeño económico (Ramírez, 2006: 109).

Con lo cual, la empresa gana competitividad en la medida en que aumente su grado de aceptación en el mercado. Está claro que el precio no es el único determinante de ventaja entre un agente (Lombana y Gutiérrez, 2009: 3). La competitividad de las empresas implica la creación de bienestar y la generación de valor, el mismo que crea más prosperidad para su gente.

En otro sentido, el éxito competitivo ha sido señalado como un logro clave tras la realización de acciones de RSE, entendiendo por éxito la obtención de unos resultados positivos para la empresa en términos de posicionamiento en el mercado que van más allá del ámbito financiero (Fernández-Kranz y Santaló, 2010).

Para López (2013), una empresa puede desarrollar una ventaja competitiva realizando actividades socialmente responsables. Entre los principales beneficios que destaca Reyno (2006 citado en López 2013, p.44), son los siguientes:

- 1) El reconocimiento que se obtiene de los clientes al respetar los derechos de los trabajadores y del ambiente, generando una reputación positiva; 2) La percepción que se genera al entregar productos con valor agregado evidenciando acciones a favor de la comunidad; 3) La reducción de costos y mejora de la calidad en procesos, productos y servicios como respuesta a una gestión responsable; 4) La confianza que se fomenta en los accionistas respecto al buen uso de recursos y de la veracidad de los reportes presentados; y, 5) El potencial de internacionalización al cumplir con normas y estándares mundiales de calidad.

En el trabajo empírico de Madueño y Martínez (2013) se expone, que los resultados obtenidos corroboran la existencia de una relación causal positiva y significativa entre el nivel de prácticas de RSE y el performance competitivo. En efecto, la RSE es *“un instrumento que puede ser utilizado para crear valor adicional a la empresa”* (Toro, 2006, 354). En este mismo sentido, se contrasta de forma empírica que las

consecuencias de la RSE no se limitan tan solo a repercutir de forma positiva en los resultados financieros, sino que se ofrece una perspectiva más estratégica y de largo plazo, mediante la incorporación de la competitividad como variable dependiente (Marín y Rubio, 2008).

Es importante mencionar la relación de la Economía con la RSE, pues ésta busca alcanzar un verdadero desarrollo. Significa entonces que la RSE pretende el crecimiento económico sostenible, razón por la cual, en las empresas cada día adquiere mayor importancia el propender hacia el desarrollo sostenible que garantice que en el futuro se pueda contar con una fuente de recursos provenientes del medio ambiente, ya que ellos, pueden contribuir a su conservación y hacer viable su actividad productiva y comercial (Aguilera y Becerra, 2012).

De las conclusiones obtenidas en el trabajo, (García, et al 2016) se evidencia que *“la empresa con responsabilidad social está consciente de la importancia de invertir en la comunidad, sabe que si ésta se desarrolla favorablemente su mercado de consumidores podrá seguir proporcionándole ganancias.”* Después de las consideraciones anteriores, debe indicarse que las buenas prácticas empresariales contribuyen al desarrollo de la sociedad, ayudan a mantener una buena demanda de mercado, hacen que los negocios perduren en el tiempo, mejoran la confianza y fidelidad de los clientes, es decir, generan mejores oportunidades de negocio, proyección y reconocimiento por parte del mercado y los agentes que actúan en él, pues el mundo está cambiando, y la manera de hacer negocios también.

Acepción de la Responsabilidad Social Empresarial

Para efecto de esta investigación es necesario considerar la génesis de la RS desde una perspectiva empresarial, esto implica que ha sido abordado a través de diversos especialistas como un concepto estrechamente relacionado a la calidad de las relaciones de las empresas con la sociedad; determinante, en algunas ocasiones, en la toma de decisiones en aquellos aspectos de debate de gran relevancia en las organizaciones. En este sentido, Drucker (1996) expone:

...la cuestión de la responsabilidad social también es inherente a la sociedad de organizaciones. Es necesario que la organización moderna tenga poder social, y lo tiene en gran medida. Lo necesita para tomar decisiones que afectan a las personas: a quien contratar, a quien despedir, a quien promover. Necesita poder para establecer las reglas y la disciplina requeridas para producir resultados: por ejemplo, la asignación de trabajos y

tareas y la determinación de las horas de trabajo. Necesita poder para decidir que fábricas construir, y en dónde, y qué fábricas cerrar. Necesita poder para fijar precios, etc.

Las entidades que no son comerciales tienen el mayor poder social; mucho más, en realidad que las empresas comerciales...

El poder de la organización puede ser restringido por el poder político. Puede ser sometido al debido proceso de la ley y a revisión por los tribunales. Pero deben ejercerlo las organizaciones individuales más bien que las autoridades políticas. Esta es la razón por la cual en la sociedad post-capitalista se habla tanto de la responsabilidad social de la organización... (p. 79-80)

Coincide junto a Drucker (ob.cit), teóricos como Friedman (1997); Guedez (2012); Rodríguez (2012); entre otros, cuando sostienen la tesis correspondiente a la RS como aquel aspecto destacable que forma parte de un negocio que posee una responsabilidad, por ejemplo: el rendimiento económico. En efecto, un negocio que no muestre una utilidad igual por lo menos al costo del capital es irresponsable; desperdicia los recursos de la sociedad.

Por lo tanto, el rendimiento económico es la base sin la cual un negocio no puede cumplir ninguna otra responsabilidad, no puede ser un buen empleador, ni un buen ciudadano, ni un buen vecino. Pero el rendimiento económico no es la única responsabilidad de un negocio, como no es el rendimiento educativo, la única responsabilidad de una escuela o el cuidado de la salud la única responsabilidad de un hospital. En este sentido, para Jiménez (2010) es necesario indicar al respecto:

...Toda organización tiene que asumir la responsabilidad total de su impacto en los empleados, en el ambiente, en los clientes y en cualquier persona o cosa que toque. Esa es su responsabilidad social. Pero sabemos también que la sociedad espera cada vez más que las organizaciones principales, sean o no sean de negocios, atiendan a los grandes males sociales. Y aquí debemos tener mucho cuidado, porque las buenas intenciones no son siempre socialmente responsables. Es irresponsable que una organización acepte responsabilidades que le disminuyan su capacidad de cumplir su principal misión o tarea o se ocupe en cosas para las cuales no tiene competencia... (p. 99).

Es así que, la revisión sobre las obras relacionadas con el término y ámbito de la responsabilidad social, pasa oportunamente por presentar consideraciones generales que versan sobre la RS en el ámbito social-económico. En este sentido, Robbins (2012), sostiene que identifica a la responsabilidad de la administración como aquel proceso que va más allá de obtener ganancias e incluye la protección y el mejoramiento del bienestar de la sociedad, con lo cual, desde esta perspectiva se basan los postulados de Andrew Carnegie, citado por Stoner et al. (1996, p.109), al

señalar, que la raíz de la publicación de la obra “The Gospel of Wealth” (en español “El Evangelio de la Riqueza”) de Carnegie, sustenta esta acepción por los planteamientos desarrollado con base a dos principios: el de caridad y el de custodia.

Al respecto, ambos principios, según el especialista constituye parte de la doctrina de la responsabilidad social, los mismos sostienen que las personas más afortunadas deben ayudar a los miembros menos afortunados de la sociedad y que las empresas y los ricos deben actuar como custodios o cuidadores de los bienes para provecho de la sociedad entera, respectivamente.

Este último planteamiento considera, el compromiso por parte de las empresas “de multiplicar la riqueza de la sociedad, incrementando el propio por medio de inversiones prudentes de los recursos que se le han encomendado” (Stoner, Freeman y Gilbert, 1996:110).

Desde esta perspectiva, surge por otro lado el acento filantrópico -según Romero (2010) - caritativo, de la donación puntual que la empresa hacía en el pasado a un particular o a una comunidad, dando paso a una acción de mayor racionalidad. Se invierte en el ámbito social en general, en base a programas de mayor sustentabilidad en el tiempo.

De tal manera, la empresa se involucra directamente en la comunidad a través de programas sociales. A su vez, apela a la figura del voluntariado, sean estos los habitantes de un sector o con el apoyo de sus propios empleados. Otra manera consiste, en establecer alianzas estratégicas con distintas empresas u organizaciones civiles. En consecuencia, el mencionado especialista deriva la RSE como aquel producto cuya génesis parte de una reflexión que toma en cuenta, tanto el plano interno de la empresa como el entorno social a la cual ella pertenece. En sentido general, esto es lo que se conoce como Responsabilidad Social Corporativa o Responsabilidad Social Empresarial (RSE). En otros términos:

Según el *World Business Council for sustainable development*, la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) o Empresarial (RSE), es el compromiso de las empresas al contribuir al desarrollo económico sostenible, trabajando con los empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad en general, para mejorar su calidad de vida”. (Méndez de Montero, 2012:12).

De esta manera, para Jerez (2017) la RSE, también llamada RSC o simplemente RS tiene una amplia aceptación por diversos actores de la sociedad tanto civiles, políticos y académicos, quienes hacen un llamado a las empresas a aplicarla. La dificultad surge debido a las diferentes miradas y lecturas que cada uno hace sobre la RSE, las cuales dependen de aspectos, como: el rol que desempeña en la sociedad, el nivel de conocimiento sobre el tema, especialmente la ideología que lo forma. Por estas razones, es preciso adoptar una postura con un enfoque económico sobre la definición de RSE, en el cual se hace evidente la necesidad de privilegiar el comportamiento ético, solidario y de beneficio colectivo, dejando de lado la lógica de la economía individualista cortoplacista.

Por tanto, siguiendo el propósito del estudio la RSE, es: *“la obligación de los ejecutivos de tomar decisiones y emprender medidas que contribuyan al bienestar y a los intereses de la sociedad y de la organización”* (Daft, 2012: 147). Ampliando esta definición, (Martínez, 2005: 8) es *“el compromiso audible de la empresa con los valores éticos que dan un sentido humano a su empeño por el desarrollo sostenible buscando una estrategia de negocios que integre el crecimiento económico con el bienestar social y la protección ambiental”*. Los dos autores, dejan claro que las actividades empresariales están estrechamente ligadas a la búsqueda del bien común y la práctica de la ética en los negocios.

Por otro lado, *Business for Social Responsibility*, principal asociación de actividades de RSC sin fines de lucro en Estados Unidos, señala que es *“lograr el éxito comercial en formas que honren los valores éticos y respeten a las personas, las comunidades y el ambiente natural”*. En tanto que, Porter y Kramer (2012) lo complementan a través del principio de sustentabilidad, que hace un llamado al triple resultado de desempeño: económico, social y ambiental.

Por lo tanto, las empresas deben operar de manera que garanticen el desempeño económico a largo plazo eliminando las conductas de corto plazo que son socialmente perjudiciales y ambientalmente destructoras. De esta manera, las empresas son las llamadas a satisfacer las necesidades del presente de la sociedad, pero sin comprometer la capacidad y los recursos de las futuras generaciones para cubrir sus necesidades. En consecuencia, *“la empresa socialmente responsable maximiza los efectos positivos sobre la sociedad y minimiza sus efectos negativos”*; lo que significa buscar beneficios a largo plazo, para lograr un desarrollo sostenible (Bateman y Snell, 2005: 147).

De acuerdo a lo anteriormente expuesto, se define a la RSE como la forma de gestión y estrategia empresarial acompañada de solidaridad y visión ética que de manera eficiente cuidan los intereses sociales, empresariales y ambientales, para alcanzar un desarrollo económico sostenible y sustentable. El carácter de voluntario la hace diferente de un mero cumplimiento de la norma legal vigente.

Es importante indicar, que la RSE es confundida a menudo con: acción social, reputación corporativa, ética empresarial, *marketing* con causa social, sostenibilidad, términos que distan de lo que realmente significa RSE, la cual implica una amplia responsabilidad con todos los grupos de interés de la empresa o *stakeholders*.

No obstante, la evolución de la RSE tiene su efecto desde el siglo XIX cuando se reconocía como parte de un modelo industrial que enfocaba la producción en serie, luego del siglo XX su alcance apunta en la actualidad como aquella donde converge planes de interés social en pro y para el beneficio de la sociedad considerada así como un factor estratégico en las organizaciones. La tabla 1, así lo muestra:

Tabla 1. Evolución del Concepto de RS

Responsabilidad: triunfar, ganar dinero para la economía y generar empleo				Enfoque: Libertario, Social, Moral, Grupos de Interés				ISO 26000	Enfoque Contemporáneo		
Filantropía				Filantropía Estratégica							
Siglo XIX	Siglo XX						Siglo XXI		Siglo XXI		
	...	1940	1950	1960	1970	1980	1990	2000	2008	2010-a la fecha	
Modelo industrial de la producción en serie		Derechos Humanos		Enfoque del Capital Social		Gestión de Negocios y Cooperación		Valores Éticos. Sentido Humano Desarrollo sostenible y fines Sociales.			

Fuente: Jerez, Cejas y Chango (2017) a partir de Romero, A (2012)

Objetivos de la RSE

Los objetivos que persigue la RSE, según lo señala Vives et al (2005), son los mismos de las instituciones multilaterales de desarrollo como es el Banco Interamericano de Desarrollo (BID). En tal sentido, la RSE buscará “*promover el crecimiento económico y la integración regional en América Latina y el Caribe de maneras ambiental y socialmente sostenibles para lograr una reducción duradera de la pobreza y una mayor equidad social*” (BID CII, 2010). La RSE, es desarrollo económico sostenible por parte de la empresa privada.

El objetivo de la RS es contribuir al desarrollo sostenible, con lo cual, las organizaciones y sus grupos de interés, son cada vez más conscientes de la necesidad y los beneficios de un comportamiento socialmente responsable (NORMA

ISO 26000). Significa entonces, que los objetivos que se persiguen al aplicar la RSE, están alineados con los intereses y necesidades de los grupos de interés o *stakeholders*, debido a que estos actores sean internos o externos se verían afectados de alguna forma por la existencia y accionar de la empresa.

La RSE en el ámbito de las organizaciones empresariales

El mundo científico de las ciencias económicas y sociales en los últimos tiempos ha venido discerniendo sobre las responsabilidades de las empresas o mejor dicho sobre la responsabilidad social de la empresa no solo desde el contexto filantrópico de los empresarios sino hasta expresiones de estrategias de mercadeo, compromisos reales con un mayor bienestar social y la superación de la pobreza. Sin embargo, existen contradicciones que se han generado en torno a la teoría donde se indica el rechazo categórico que sustentan que un negocio tiene solamente una responsabilidad como se indicó con antelación que denominan el rendimiento económico (Drucker, ob.cit).

De esta manera, los especialistas que giran en torno al área han generado el debate -Drucker (1970) y Watson (1972); David y Blomstrom (2010), García Echeverría (1982) entre otros- subrayando una posición intermedia al reconocer la existencia de ciertos derechos de algunos grupos sociales que hay que satisfacer por parte de las organizaciones empresariales; de igual manera, se mantiene el debate que abarca los objetivos de la empresa considerando en ellos los aspectos sociales como parte importante.

Sin embargo, sigue la existencia de un vacío organizacional y de alcance donde el estudio de la RSE no asume la visión ética de ofrecer buenas condiciones laborales a los trabajadores que en ellas prestan su servicio. Ahora bien, la sociedad demanda a las empresas una ética de las buenas prácticas laborales que reconozca y respete los derechos de los trabajadores en la visión de posibilitar y promover su desarrollo humano integral.

Desde este aspecto, es legítimo que las organizaciones empresariales busquen el éxito, ser competitivas y rentables. Pero en ese afán, no debe descuidar a los trabajadores ni perder la perspectiva de respetar su dignidad, sus necesidades y sus derechos.

Por lo tanto, es RS básica de la empresa retribuir lo que es justo por el trabajo realizado y respetar los derechos que el orden jurídico ha reconocido a los trabajadores. Ambas expresiones, suponen el reconocimiento de ellos como sujetos

del derecho. Sobre estas bases, se asientan los esfuerzos por abordar el tema de las relaciones laborales desde la perspectiva de la ética. Es decir, a partir del reconocimiento de la condición de ciudadanos de las personas en el trabajo, coincidiendo estos con el fomento de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) respecto a los principios y derechos fundamentales del trabajo.

Coincide en estos planteamientos Robbins (ob. cit.: 119) cuando sostiene, que los tiempos han cambiado y las expectativas que tiene la sociedad con respecto a las actividades de negocios también, por cuanto, las mismas no son entidades independientes, responsables solamente ante los accionistas, sino que tienen cierta responsabilidad con la sociedad que les permite su creación y determina en buena medida su permanencia.

RS: Respuesta Social, Obligación Social y Sensibilidad Social

En torno a la temática de la Responsabilidad, se ha generado diversos alcances que permite su comprensión, sin embargo, la vinculación que en el mundo contemporáneo da lugar al carácter filantrópico de dicho término, entre éstos cabe destacar, los conceptos denominados: respuesta social, obligación social y sensibilidad social. La figura 1, muestra el propósito de estos aspectos:

Figura 1. Procesos de la RSE



Fuente: Jerez, Cejas, Chango (2017)

Estos aspectos hace posible comprender el alcance y la perspectiva que ha generado la inmediatez y lo circunstancial de las acciones implícitas en la RSE, observándose situaciones completamente diferentes cuando de RS se trata. A través de ésta, se expresa la posibilidad de hacer las cosas para mejorar la sociedad y no para perjudicarla; esto obedece al imperativo ético de ir más allá de las meras obligaciones establecidas por la ley, y por los preceptos económicos, para lograr

metas a largo plazo, debiendo discernir entre lo correcto y lo incorrecto en procura del beneficio de su entorno o de la sociedad.

Otro aspecto de interés, se refleja en los trabajos realizados por Lizcano y Moneva (2004), cuando acertadamente enlistan los principios que deben regir en la práctica de la RSE, siendo estos la transparencia, materialidad, verificabilidad, visión amplia, mejora continua y naturaleza social de las organizaciones (Ver tabla 2).

Tabla 2. Principios de la Responsabilidad Social

Transparencia	Está basado en el acceso a la información que la organización proporciona sobre su comportamiento social y que es permeable a las expectativas sociales.
Materialidad	Supone que la organización debe tener en cuenta las necesidades y expectativas de las partes interesadas en la toma de decisiones, afrontando todas las dimensiones de la RSC, así como todas sus actividades e impactos, directos e indirectos.
Verificabilidad	Las actuaciones socialmente responsables de la entidad deben someterse a una verificación externa. La verificabilidad está fundamentada en la posibilidad de que expertos independientes puedan comprobar las actuaciones de la empresa.
Visión amplia	La organización debe centrar sus objetivos de responsabilidad social corporativa en el contexto de sostenibilidad más amplio posible. Debe considerar el impacto que produce a nivel local, regional, continental y global, con un sentido claro de legado para futuras generaciones.
Mejora continua	La RSC va ligada estrechamente a la idea de gestión continuada, que tiene por objetivo principal la pervivencia de la organización.
Naturaleza social de la organización	La RSC está arraigada en la creencia y reconocimiento de la naturaleza social de las organizaciones, como valor que prevalece sobre cualquier otra consideración de tipo económico o técnico. Destaca el valor y el papel del ser humano como ente individual y social, origen y fin de la organización.

Fuente: Jerez, Cejas y Chango (2017)

El reto de las organizaciones está en conseguir que todos los grupos de interés comprendan la importancia de la RS, se involucren y participen en su práctica.

La RS en América Latina

En América Latina, el concepto de RSE o RSC integrado a la estrategia empresarial es nuevo, su desarrollo está asociado a las estrategias de inserción a los mercados internacionales por parte de las grandes empresas y multinacionales, y su incidencia es muy escasa en la micro y pequeñas empresas. En cambio, para Núñez (2003) hace referencia puntual a las organizaciones empresariales que apuntan hacia mercados altamente competitivos (Internacionales). De esta manera, en la región de América Latina el abordaje de la RSE ha sido considerado como una iniciativa exitosa – Instituto Ethos de Brasil- dado que cuenta con un marco de acepciones conceptuales que se ajusta en su medida a la realidad brasilera, es así como expresa el referido instituto que la misión es ampliar la aplicación de la RSE en los

distintos ámbitos, dado que proporciona con conjunto completo de indicadores los cuales incluyen la participación de los grupos de interés.

En consecuencia destaca el referido informe que esta asociación está conformada por empresas que tiene interés por desarrollar actividades socialmente responsables con miras a una evaluación permanente para un mejoramiento continuo (Núñez, ob.cit).

Al respecto, se puede citar algunas iniciativas importantes en países latinoamericanos como Argentina: Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresarial; Chile: Acción Empresarial y Prohumana; Perú: Perú 2021 y Venezuela: Consejo Empresarial Venezolano para el Desarrollo Sostenible (CEVEDES) y Consejo Empresarial para el Desarrollo Sostenible (BCSD); Colombia: Centro Colombiano de Responsabilidad Empresarial (CCRE) y Consejo Empresarial Colombiano para el Desarrollo Sostenible (CECODES); México: Alianza por la Responsabilidad Social Empresarial en México (AliaRSE); y, El Salvador: Fundación Salvadoreña para el Desarrollo Económico y Social (FUSADES).

La mayoría de estas organizaciones son ONG's, fundaciones y asociaciones civiles sin ánimo de lucro, donde en diversos casos estas instituciones privadas son financiadas por empresas privadas o por asociaciones (Vives et al, 2005). Todas estas organizaciones, buscan fomentar la aplicación de la RSE en todos los ámbitos del quehacer empresarial.

Es necesario tener en cuenta que las condiciones sociales, históricas y económicas latinoamericanas difieren de las condiciones que se dan en los países europeos, quienes son los mayores exponentes de iniciativas de RSE presentadas con mayor difusión (Sabogal Aguilar, 2008). Razón por la cual, la aplicación de las iniciativas en RSE se generan de acuerdo a un contexto propio y a las particularidades de las economías locales, eso es lo que las convierte en aplicables, cuando tratan de encontrar un balance entre los beneficios económicos y sociales, caso contrario quedaría en una mera utopía.

De acuerdo a los especialistas del área, Gallardo y Sánchez (2013) consideran como dimensiones, aquellas que identifican la atención a la gestión de los recursos humanos y la capacitación del personal, a las capacidades directivas de los gestores, las capacidades de *marketing*, los niveles de calidad de productos y servicios y los niveles de calidad organizativa y de gestión, los recursos tecnológicos

y sistemas de información así como la adecuada estructura organizativa y los niveles de *know how*, la gestión financiera y los valores corporativos compartidos.

En base a la literatura previamente analizada (Camisón, 2008; Pelham, 2000; Cagliano et al., 2001; Paige y Littrell, 2002), los autores proponen una medida multidimensional del éxito competitivo, compuesta de siete dimensiones: cuota de mercado, productividad, solvencia, reputación, satisfacción de los clientes, satisfacción de los empleados y posición competitiva en términos de precio, calidad e innovación (Madueño, et al, 2013). Finalmente al relacionarse RSE y competitividad, es necesario considerar que son varias las vías que se consideran, entre las que destacan: reducción de costo, creación de un nuevo valor, mejora del rendimiento del talento humano, creación de relaciones con empleados-cliente y proveedores, mejora en la imagen corporativa, entre otros.

Metodología

Para efecto de este apartado, es necesario destacar algunas consideraciones que giran en torno a la información derivada de la búsqueda de fuentes bibliográficas (investigación de carácter documental), las cuales permitieron de forma precisa ampliar el procedimiento correspondiente al análisis de la información recabada y sustentada en el campo del conocimiento objeto de estudio que determinó el grado de cientificidad en la disciplina tratada, acogiéndose a la reflexión acerca del origen del conocimiento así como la validez del mismo (Cejas, 2015).

En tal sentido, el método utilizado en este aporte se sustentó en la categoría de epistemología científica, para lo cual, se consideró el aporte de especialistas, tales como: Hernández Sampieri, Collado y Baptista (2014); Cejas (2015); Bernal C (2015), quienes han considerado que el componente metodológico hace énfasis desde la perspectiva documental-bibliográfica en el análisis que se desprende del abordaje del tema de estudio permitiendo la comprensión del tema a través de la gran diversidad disciplinar permite sustentarlo.

Resultados

El tema de la RSE ha llegado a ser una política adelantada por las empresas por efecto de la globalización económica. En este sentido, América Latina no ha escapado a esta realidad, diversas investigaciones han permitido sistematizar la concepción de los indicadores que permitirían establecer la norma internacional a futuro. Sin embargo, la complejidad de las distintas aristas de la RS, dificulta su realización en la región, donde muchos de los temas son materia pendiente, por

ejemplo: el derecho al trabajo, el respeto a los niños, la igualdad de oportunidades, de géneros, la no discriminación y el respeto a los derechos humanos. En el campo académico, la RSE ha generado gran interés con el propósito de aportar al desarrollo social, bajo este argumento es importante manifestar que esta investigación recolectó información de la base de datos de Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal (Redalyc), destacándose artículos científicos del 2015 y 2016, con temas relacionados al impacto empresarial y que tienen como áreas de estudio en: contabilidad, auditoría, administración y economía (Ver cuadro 1).

Tema de estudio	Autores	País	Alcance	Líneas futuras de investigación
El gobierno corporativo y la responsabilidad social corporativa en el sector bancario: el papel del consejo de administración.	Jennifer Martínez-Ferrero, Luis-Andrés Vaquero-Cacho, Beatriz Cuadrado-Ballesteros, Isabel-María.	España	Vincula el Gobierno corporativo con la Banca y cómo estos pueden impactar en su compromiso hacia la sociedad, abordando la RSC a partir del consejo de administración de una organización para generar impacto en aspectos como: empleados, comunidad, medio ambiente y valores éticos.	Incluir otras características corporativas que pueden influir, moderar o mediar, la relación entre la composición del consejo y las prácticas de RSC.
La auditoría social como mecanismo de control de la responsabilidad social de las empresas: la metodología de Theodore J. Krepes.	María de Fátima de Lima Pinel, José Paulo Cosenza, Fernando Llena Macarulla.	Perú	La Auditoría social es un instrumento evaluador, para presionar hacia la actuación responsable en la ejecución de sus actividades generadoras de recursos, pasando de auditoría social a responsabilidad social donde el propósito es cuidar el patrimonio universal (recursos humanos, sociales, económicos, medioambientales, información y comunicación).	Identificar distintas posibilidades y portabilidades de aplicación de la metodología de auditoría social para que se interrumpa los procesos de insostenibilidad a los que la sociedad y el medio ambiente están siendo sometidos involuntivamente en las últimas décadas.
Prácticas de responsabilidad social, reputación corporativa y desempeño financiero.	Leslier Valenzuela Fernández, Mauricio Jara-Bertin, Francisco Villegas Pineaur.	Brasil	Medir la incidencia de adopción de distintas prácticas de responsabilidad social y sus consecuencias a través de medios palpables, resultados financieros y reputación corporativa para validar la permanencia y expansión en los mercados locales e internacionales, además la atracción para inversionistas y el beneficio para los consumidores.	Identificar y ampliar la gama de estrategias de comunicación de información respecto a las prácticas de RSE utilizadas en las empresas.
Responsabilidad social como estrategia activadora del compromiso organizacional de los trabajadores.	Gladys Y. Hernández, Dayana Castro Cortez.	Venezuela	El capital Humano juega un papel primordial para la aplicación de principios que permitan el desempeño de las organizaciones, mediante el compromiso de cada uno de los trabajadores en cumplimiento de las actividades generadora de recursos.	Enfocar la RS como elemento del adeudo organizacional bajo el plano de la identificación, membrecía y lealtad de sus actores.
Fundamentos éticos disciplinares de la responsabilidad social organizacional	Carlos Tello Castrillón, María del Pilar Rodríguez Córdoba	Colombia	Resalta que la RSO hace parte del constructo ético que relaciona al ser humano con su mundo, además señala que fundamento es el comportamiento moral de cada persona. Esto implica el avance más allá de la praxeología organizacional para arribar a las	Investigar a las instituciones de la RSO; la incorporación de la RSO como elemento obligatorio del entorno, promocionado desde las políticas públicas; y la RSO como complemento de los estudios de

			reflexiones ontológicas sobre el orden social.	Gobierno Corporativo en la dinámica de los Grupos de Interés (GI)
La gestión estratégica de la responsabilidad social en las Pyme venezolanas	José Antonio Martínez Velasco	Venezuela	Asevera que una gestión socialmente responsable, adecuada a sus dimensiones, capacidades en relación directa con su contexto, es una estrategia fundamental para obtener a corto, mediano y largo plazo mejor desempeño de la empresa	Realizar una comparación sobre la orientación de la RSE entre varios países.
Información del Capital Humano: la generación de intangibles y la responsabilidad social	Francisca Tejedero, Romero, Joaquín Filipe Ferraz Esteves de Araújo	España	El éxito y supervivencia de la empresa se encuentra sometida a la aprobación de sus stakeholders, por lo tanto existe una tendencia alcista por parte de las empresas, a suministrar información relativa a la política de igualdad y diversidad, la prevención de riesgos laborales y las relaciones entre empleadores y empleados	Analizar las memorias de responsabilidad social, calidad de la información suministrada sobre aspectos relacionados con la relevancia, fiabilidad y oportunidad de la misma
Validación de un instrumento para medir la responsabilidad social empresarial en consumidores de México	Teodoro Rafael Wendlandt Amezaga, Trinidad Álvarez Medina, Marco Nuñez Ramírez, Dina Ivonne Valdez Pineda	México	El instrumento contiene cuatro dimensiones; económica, legal, ética y filantrópica, las cuales son suficientemente sustentable, empíricamente, para ser utilizado como una herramienta de recopilación de datos que evalúe de manera confiable y válida esta variable.	Comparar características de personas, o incluso grupos, en cuanto a su orientación con respecto a la RSE; explorar y buscar relación alguna entre la RSE y otras variables, como: la mercadotecnia o el desempeño financiero
¿Son los códigos éticos un instrumento de gestión de la responsabilidad social? Un estudio exploratorio en Andalucía	Mercedes Ruiz-Lozano, Araceli De Los Ríos Berjillos, Salud Millán Lara	España	Los códigos éticos en la gestión de las empresas responder a la necesidad de orientar el comportamiento de las Organizaciones, constituyendo un instrumento de gestión de los valores empresariales y de las políticas de responsabilidad social.	Indagar en temas relacionados al capital intelectual para el desarrollo de estrategias de comportamiento ético que permitan generar valor agregado en la empresa.

Conclusiones

En torno al tema abordado – RSE-, se hace necesario destacar que el mismo ha venido evolucionando desde hace décadas. En todas las esferas empresariales, sociales, políticas públicas, la RSE impacta considerablemente dado todos los ámbitos del quehacer nacional e internacional. De esta manera, las organizaciones, tanto públicas como privadas, socialmente responsable, es sin duda el factor dinamizador de cambio para el fortalecimiento del desarrollo sustentable enfocado en aspectos de carácter social que genere beneficios integrales (empresa, empleados y comunidad).

Es inexcusable para las organizaciones contemporáneas hacer una revisión de los mecanismos que sustentan los planes de RS, más allá del rendimiento económico que se proponen, se requiere las prácticas de socialización entre las personas y la sociedad.

Por lo tanto, el nuevo escenario de las organizaciones apunta fundamentalmente a la construcción de componentes que sustenten una estrategia de cooperación acorde a los propósitos y planes que responden a exigencias actuales y futuras de la sociedad.

Referencias bibliográficas

- Aguilera Castro, A., Becerra, P., & Patricia, D. (2012). Crecimiento empresarial basado en la Responsabilidad Social. *Pensamiento & Gestión*, (32), 1-26.
- Aragón, A., Rubio, A. (2005) *Factores explicativos del éxito competitivo: el caso de las PYMES del estado de Veracruz*. *Contaduría y Administración – UNAM–* No. 216, 34- 69
- Bateman, T. S. & Snell, S.A. (2005). *Administración: Un nuevo panorama competitivo* (4ª ed., pp.147, 150-151). México: McGraw-Hill/Interamericana.
- Becchetti, L. (2005). *La delicta sostenibile – Economia Della responsabilità sociale*. Roma: Donzelli Editore.
- Becchetti, L. y Ciciretti, R. (2006) *Corporate social responsibility and stock market performance*. CEIS Tor Vergata, Research Paper Series, 27 (79)
- Bernal, C., (2016). *Metodología de la Investigación*, Pearson Educación, Cuarta edición, Colombia.
- Camisón, C. & Cruz, S. (2008). *La medición del desempeño organizativo desde una perspectiva estratégica: creación de un instrumento de medida*. *Revista europea de dirección y economía de la empresa*, 17(1), 79-102.

Casado, F. (2005). *La RSE de La Empresa Española En América Latina*. España, (eds) Universidad de Zaragoza.

Cejas y Parra (2014). La Dimensión Estratégica de la Gestión de los RRHH en el marco de la Responsabilidad Social Empresarial. Observatorio Laboral Revista Venezolana. Vol. 2 Nro. 4 Julio Diciembre. Valencia VENEZUELA.

Cejas, Magda (2015) Metodología. Ediciones ESPE. Libro Texto. Universidad de las Fuerzas Armadas. Quito. Ecuador.

Daft, R.L. (2000). *Teoría y diseño organizacional* (6ª ed., pp. 147-148). México: International Thomson.

David y Blomstrom (2010) a partir de Cejas y Parra (2014). La Dimensión Estratégica de la Gestión de los RRHH en el marco de la Responsabilidad Social Empresarial. Observatorio Laboral Revista Venezolana. Vol. 2 Nro. 4 Julio Diciembre. Valencia VENEZUELA.

De La Cuesta, M. y Valor, C. (2003) *Responsabilidad Social de la Empresa. Concepto, medición y desarrollo en España*, Boletín Económico de Información Comercial Española 2.755. pp 18.

Drucker, P. (1994). La sociedad postcapitalista. Grupo Editorial Norma. Bogotá.

Drucker, P. (1996). Drucker, su visión sobre: La Administración, La Organización basada en la Información, la Economía, la Sociedad. Grupo Editorial Norma. Bogotá.

Fernández-Kranz, D. and Santaló, J. (2010), *When Necessity Becomes a Virtue: The Effect of Product Market Competition on Corporate Social Responsibility*. Journal of Economics & Management Strategy, 19: 453–487.

Forética, A. (2002). *Evolución de la Responsabilidad Social de las empresas en España*. Madrid. Informe forética

Friedman, M. (1.970). The Social Responsibility of Business Is to Increase Its Profits. New York Times Magazine, Septiembre 13. Nueva York.

Gallardo-Vázquez, D., & Sánchez-Hernández, M. I. (2013). Análisis de la incidencia de la Responsabilidad Social Empresarial en el éxito competitivo de las microempresas y el papel de la innovación***/Impact analysis of Managerial Social Responsibility in competitiva success of microenterprises and the role of innovation. *Universia Business Review*, (38), 14.

García Echeverría (1982) a partir de Guédez, Víctor (2001). La Ética: Fundamento de la Responsabilidad Social de las Empresas. En: *Responsabilidad Social*

Empresarial en las Américas. Fondo Editorial del Centro internacional de Educación y Desarrollo .FONCIED. CIED-PDVSA, Caracas.

García Tapia, G., Llarena de Thierry, R. D. A., Chaín Palavicini, M. M., Solyomvary, C., Ilona, S., Méndez Saltatorio, A., & Reyna Lara, M. (2016). Implementación De Iniciativas De Responsabilidad Social En Las Pequeñas Y Medianas Empresas: Construcción De Un Instrumento De Medición De RSE En Las Pymes Mexicanas (Implementation of Initiatives of Corporate Social Responsibility (CSR) in Small and Medium-Sized Enterprises: Development of an Instrument to Measure CSR in the Mexican Smes). *Revista Global de Negocios*, 4(5), 21-38.

Guédez, Víctor (2001). La ética: Fundamento de la Responsabilidad Social de las Empresas. En: *Responsabilidad Social Empresarial en las Américas*. Fondo Editorial del Centro internacional de Educación y Desarrollo .FONCIED. CIED-PDVSA, Caracas.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., Baptista Lucio, P., (2014) Metodología de la investigación, McGrall Hill, Sexta Edición, México.

Jerez, M. (2017) La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y El Éxito Competitivo De Las Pequeñas Y Medianas Empresas (Pymes) De Tungurahua. Trabajo sin publicar de la Tesis Doctoral en Economía. Universidad Nacional de Rosario

Jiménez, Belkis (2010) La Responsabilidad Social para Organizaciones Turísticas Venezolanas en el Contexto del Desarrollo Sustentable del Turismo en Venezuela. Universidad Simón Rodríguez. Caracas. Venezuela.

Lizcano, J. L., Moneva, J. M. (2004 *Marco conceptual de la responsabilidad social corporativa*, XI Encuentro AECA NIIF y Otros Retos de la Gestión Empresarial (pp. 31- 37)

Lombana, J., & Rozas Gutiérrez, S. (2009). Marco analítico de la competitividad: Fundamentos para el estudio de la competitividad regional. *Pensamiento & gestión*, (26), 1-38.

López, A. (2013). *Hacia la responsabilidad social empresarial de pequeñas empresas: caso México*. *Revista Internacional Administración & Finanzas*, 6(6), 39-54.

MacGregor, S. P., & Fontrodona, J. (2011). Una RSE estratégica para las Pymes: ¿ una paradoja o una posibilidad? *Universia Business Review*, 2 (30).

- Madueño, J. H., Jorge, M. L., & Sancho, M. P. L. (s/f) Caracterización de las Pymes Españolas Mediante un Análisis Cluster.
- Marín, L.; Rubio, A. (2008) *¿Moda o Factor Competitivo? Un Estudio Empírico de Responsabilidad Social Corporativa en Pyme*, Tribuna de Economía, (842), pp 188 – 189
- Martínez, H. H. (2005). *El marco ético de la responsabilidad social empresarial* (pp. 2-11). Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.
- Núñez, G. (2003). *La responsabilidad social corporativa en un marco de desarrollo sostenible* (Vol. 72). United Nations Publications.
- Pamies, D. S., & Jiménez, J. A. (2011). *La naturaleza de la relación entre la responsabilidad social de la empresa (RSE) y el resultado financiero*. Revista Europea De Dirección y Economía De La Empresa, 20(4), 161-175.
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2006). Estrategia y sociedad: el vínculo entre ventaja competitiva y responsabilidad social corporativa. *Harvard Business Review*, 84(12), 42-56.
- Ramírez Díaz, L. F. (2006). *La competitividad... ¿a qué se refiere?* Ensayos De Economía.
- Rives, L. M., & Bañón, A. R. (2008). *¿Moda o factor competitivo? Un estudio empírico de responsabilidad social corporativa en pyme*. *Informacion Comercial Española, ICE: revista de economía*, (842), 177-194.
- Robbins, S (2012). *Administración*. Editorial Pearson. Mexico.
- Romero, A (2010). *Responsabilidad Social*. Revista Faces. Vlaencia. Venezuela.
- Stoner J., Freeman E.; GilBerT JR (1996). *Administracion*. 6ta Edicion. Editorial Prentice Hall-Pearson. Mexico
- Toro, D. (2006). El enfoque estratégico de la responsabilidad social corporativa: revisión de la literatura académica. *Toro, Daniela." El enfoque estratégico de la responsabilidad social corporativa: revisión de la literatura académica". Intangible Capital, octubre-diciembre de 2006, vol. 2, núm. 14, p. 338-358.*
- Vives, A. & Corral, A. & Isusi, I. (2005). *Responsabilidad Social de la Empresa en las Pymes de Latinoamérica*, BID e IKEI.
- Watson (1972) a partir de Cejas y Parra (2014). *La Dimensión Estratégica de la Gestión de los RRHH en el marco de la Responsabilidad Social Empresarial*. Observatorio Laboral Revista Venezolana. Vol. 2 Nro. 4 Julio Diciembre. Valencia VENEZUELA.