

Responsabilidad social empresarial, desarrollo sostenible y competitividad

Santiago Gómez Mejía^a

Palabras clave:

Responsabilidad social empresarial, desarrollo sostenible, competitividad.

^aCorporación Universitaria Unitec
ResearcherID: E-6621-2010

Copyright: © Santiago Gómez Mejía, 2009.

La reproducción total o parcial de este escrito en forma idéntica o modificada por cualquier medio mecánico, electrónico o informático, incluyendo fotocopia, grabación, digitalización o cualquier sistema de almacenamiento y recuperación de información no autorizada por el autor, viola los derechos reservados.

Recibido: 25.06.2009

Revisado: 17.09.2009

Aceptado: 08.12.2009

Correspondencia al autor:

sosgomez@hotmail.com

Resumen

Las presiones a las que se exponen actualmente los diferentes ecosistemas, generadas en su mayoría por patrones desbordados de consumo y mecanismos de producción no limpia, hacen que sea indispensable promover un cambio de paradigma para que los beneficios individuales y organizacionales se maximicen sin aumentar los efectos nocivos que los modelos productivos tradicionales transfieren a la naturaleza. En ese sentido, es indispensable que tanto los gobiernos, a partir de iniciativas supranacionales conjuntas en el ámbito normativo y el de la cooperación internacional; las empresas, a través del diseño y la ejecución de estrategias adecuadas de responsabilidad social empresarial; y el tercer sector y los individuos en general, asumiendo con determinación su responsabilidad frente al deterioro medioambiental, promuevan patrones de consumo y producción sostenibles. Este artículo describe las relaciones que en este contexto existen entre la responsabilidad social, el medio ambiente y la competitividad empresarial, y las formas como, a través de estrategias ejecutadas desde aquellas, es posible generar círculos virtuosos que favorezcan la construcción y consolidación de procesos de desarrollo sostenible.

Citación: Gómez-Mejía, S. (2009). Responsabilidad social empresarial, desarrollo sostenible y competitividad. *Vestigium. Rev. Acad. Univ.*, [número especial], 07-23.

Corporate social responsibility, sustainable development and competitiveness

Abstract: Various natural ecosystems are subject to great pressure, primarily due to reckless consumption and methods of production that are wasteful and polluting. As a result, it is essential to promote a paradigm shift that maximizes the benefits for individuals and organizations without increasing the harmful environmental effects of traditional production models. Therefore, it is essential that governments coordinate policy-level initiatives with their international counterparts, that companies design and implement appropriate strategies for corporate social responsibility, the third sector and that the general public accepts the responsibility to reverse environmental degradation and promote patterns of sustainable consumption and production. This article describes the relationship between social responsibility, environmental sensitivity, and business competitiveness, and examines the ways in which it is possible to implement strategies that generate virtuous circles that promote the construction and consolidation of sustainable development processes.

Keywords: Corporate social responsibility, sustainability, competitiveness, environment.

Responsabilidade social empresarial, desenvolvimento sustentável e competitividade

Resumo: As pressões às que se expõem atualmente os diferentes ecossistemas, geradas em sua maioria por padrões desbordados de consumo e mecanismos de produção não limpa, fazem com que seja indispensável promover uma mudança de paradigma para que os benefícios individuais e organizacionais se maximizem sem aumentar os efeitos nocivos que os modelos produtivos tradicionais transferem à natureza. Nesse sentido, é indispensável que tanto os governos, a partir de iniciativas supranacionais conjuntas no âmbito normativo e o da cooperação internacional; as empresas, através do planejamento e da execução de estratégias adequadas de responsabilidade social empresarial; e do terceiro setor e dos indivíduos em geral, assumindo com determinação sua responsabilidade frente ao deterioramento do meio ambiente, promovam padrões de consumo e produção sustentáveis. Este artigo descreve as relações que neste contexto existem entre a responsabilidade social, o meio ambiente e a competitividade empresarial, e as formas como, através de estratégias executadas desde aquelas, é possível gerar círculos virtuosos que favoreçam a construção e a consolidação de processos de desenvolvimento sustentável.

Palavras-chave: responsabilidade social empresarial, sustentabilidade, competitividade, ambiente.

El mundo globalizado que se configura hoy impone, tanto a empresas como a naciones, nuevas condiciones de competitividad. La apertura de los mercados internos a la competencia extranjera, el vertiginoso avance de las tecnologías de la información, las presiones hacia la permanente capacitación del capital humano, así como la aparición de factores no necesariamente económicos determinantes de la competitividad, establecen nuevos retos a los países en vía de desarrollo que, como Colombia, luchan por alcanzar los niveles competitivos requeridos para garantizar avances significativos y sostenibles que impacten positivamente su desarrollo económico sin deteriorar sus condiciones medioambientales.

La competitividad internacional, entendida como la capacidad de las empresas para crear, producir y distribuir bienes y servicios en los mercados internacionales (Canals, 1994, p. 53), obliga a que empresas, sociedades y agentes económicos demuestren una alta capacidad de adaptación a los frecuentes cambios que impone un mundo globalizado, mientras se preservan o mejoran las condiciones de desarrollo del entorno. Por esto la responsabilidad social empresarial aparece como un imperativo que las empresas hoy deben tener en cuenta para competir en el mundo en el que actúan.

¿Qué es y qué beneficios genera la Responsabilidad Social Empresarial?

El concepto de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es altamente subjetivo y aún hoy, después de que hace más de tres siglos se reconoció que la interacción entre empresa y sociedad generaba impactos que debían ser considerados, no se cuenta con una definición mayoritariamente aceptada ni por los empresarios, ni por los académicos.

Aunque algunos autores afirman que los orígenes del concepto se puede rastrear a las iniciativas altruistas y de mecenazgo de algunos industriales del siglo XIX (Doane, 2004; Perdiguero

& García, 2005; Smith, 2003), tal y como manifiestan Araque y Montero (2006, p. 23) “es posible trazar evidencias de la preocupación de la empresa por la sociedad durante más de tres siglos, pero es en el XX cuando [proliferaron] los estudios formales sobre este asunto... En el siglo XVIII y en buena parte del XIX, hablar de RSE era referirse a la caridad de los propietarios. Se trataba de una actitud paternalista de los grandes empresarios enriquecidos”. Posteriormente, en la segunda mitad del XIX, la RSE fue entendida como la respuesta empresarial necesaria frente a las nuevas regulaciones gubernamentales, especialmente en el ámbito laboral. Pero fue sólo hasta mediados del siglo pasado que se dio un fuerte desarrollo conceptual en torno a ella, lo que indudablemente sirvió de insumo para los numerosos estudios aplicados de los años ochenta y la aparición de las más modernas teorías en torno al asunto en los albores del siglo XXI.

Sin embargo, no fue hasta dos décadas después que se establecieron claramente dos posiciones antagónicas frente a la responsabilidad de la empresa ante a su entorno inmediato, a partir del artículo en el que Friedman (1970, p. 122) afirmó que “la responsabilidad social de las empresas [era exclusivamente] incrementar sus beneficios” y que el modelo de mercado garantizaba la óptima asignación de recursos y, por tanto, no se requerían acciones adicionales de RSE, que la empresa no era una institución benéfica, que los costes en que incurría para hacerse responsable disminuían sus ganancias, que el bienestar social era responsabilidad del Estado y no de los empresarios, y que exigir la implementación de estrategias de RSE a dicho sector era otorgarle más poder del que debía tener.

Sus contradictores, por su parte, argumentaron que el óptimo del mercado que defendía era falso, “dada la discrepancia entre el modelo real y el modelo clásico de competencia perfecta” (Araque & Montero, 2006, p. 30). Adicionalmente, defendían vehementemente

que la RSE no era un gasto, sino una inversión que generaba beneficios a mediano y largo plazo, así como que la empresa tenía la obligación moral y ética de coadyuvar a la solución de los problemas sociales porque la sociedad le proveía recursos definitivos como educación, trabajadores cualificados, sistemas legales e infraestructuras. Pero también, argumentaron que los problemas sociales se resolvían de manera más eficiente si se contaba con la decidida participación empresarial (Araque & Montero, 2006, p. 30).

En el marco de dichos debates se elaboró la primera interpretación teórica mayoritariamente aceptada por la comunidad académica y el ámbito empresarial, que fue planteada por Carroll en 1979, cuando argumentó que la RSE se sustentaba en una pirámide estructurada por cuatro responsabilidades agregadas: “las económicas y las legales, que son exigidas socialmente, las éticas que son esperadas socialmente y las filantrópicas [o discrecionales] que son [abiertamente] deseadas por la sociedad” (Jamali, 2008, p. 215).

Según Carroll, mediante las responsabilidades económicas las empresas ofrecen los bienes y servicios que son objetos de su modelo productivo y que requiere la sociedad para la satisfacción de sus necesidades. Esta dimensión se refiere a las expectativas de ser rentables y obtener utilidades. Mediante las responsabilidades legales, las empresas acogen y cumplen las normas básicas que el entorno establece para su operación. Esta dimensión hace referencia a aquellas expectativas sociales de alcanzar esos objetivos económicos sujetándose a las leyes existentes. A través de las responsabilidades éticas, se verifican “estándares de conducta y expectativas que reflejan un interés por lo que los consumidores, empleados, propietarios y la comunidad considera justo” (Araque & Montero, 2006, p. 87) en áreas en las que aún no existe reglamentación

vinculante. La dimensión ética está referida a las expectativas de la sociedad sobre el comportamiento y las prácticas empresariales y su manera de satisfacer ciertas normas éticas. Y por último, las filantrópicas, de carácter puramente voluntarias, abarcan las expectativas sobre como las empresas se implican en roles que satisfacen normas sociales (Jamali, 2007, pp. 246-247).

Las dos primeras remiten al desempeño eficiente de la función económica de la empresa. Las últimas implican la responsabilidad de ejercer dicha función acogiendo valores sociales preestablecidos sin desmejorar las condiciones del entorno le impacta.

Actualmente, uno de los modelos explicativos mayoritariamente aceptado para interpretar el fenómeno de la RSE es la teoría de los *stakeholders* (Freeman, 1984) que en definitiva se consolidó como una nueva teoría de gestión organizacional y ética empresarial que incorporó los valores y la moral a la empresa, ampliando las concepciones teóricas de la RSE acuñadas previamente, y facilitando su medición al identificar claramente los diferentes actores que se vinculan a sus procesos.

Así, los *stakeholders* se definieron como todos los agentes del entorno, grupales o individuales, que pueden afectar o verse afectados por “la actuación organizacional en términos de sus productos, políticas y procesos de trabajo” (Aragón, 1998, p. 31). O como lo determina Araque (2006, p. 103): “[son individuos] o grupos que tienen un interés en una empresa... [o son] aquellos cuyo bienestar está unido a [ella]”. Es decir, los propietarios, los empleados, clientes, proveedores, prestamistas y la sociedad en general. Es sólo gracias a estos avances teóricos que es posible, a partir de la segunda mitad de los años ochenta, redefinir la RSE como “la prácti-

ca de incorporar los intereses de los accionistas y los *stakeholders* en el proceso de toma de decisiones empresarial para incrementar el beneficio de la empresa y el bienestar social” (Detomasi, 2008, p. 807), o como “la institucionalización... de procesos que faciliten la reflexión axiológica y la elección estratégica, a partir de las consecuencias probables de tal acción sobre derechos morales e intereses de todos aquellos *stakeholders* identificados en una situación determinada, de manera que se logre una estructura... que permita a la empresa la toma de decisiones colectivas, informada por determinados criterios morales” (Araque & Montero, 2006, p. 172).

Sólo hasta 1991, cuando Wood publicó su *Corporate Social Performance Revisited* se aportaron al concepto de RSE variables que generaron valor agregado a la definición previa de Carroll y a los desarrollos de Freeman, especialmente en el campo de las motivaciones que una empresa tiene para actuar responsablemente, los procesos mediante los cuales lo logra y los resultados que dichas acciones genera.

Para Wood, los principios que generan la RSE pueden ser institucionales, organizacionales o individuales, lo que implica que “la motivación para que una firma ejecute acciones de responsabilidad social pueden originarse de un principio de legitimidad [institucional]... de un sentido organizacional de responsabilidad pública [emanado desde la empresa]... [o] de las elecciones individuales de los directivos, de su responsabilidad y [su] compromiso personal” (Jamali, 2008, p. 216)

Asimismo, otro de los aportes sustanciales de Wood a la teoría de la RSE, es la definición que hace de la responsividad¹ como la conjunción de evaluaciones ambientales, el manejo adecuado de los agentes afectados por la operación de

la empresa y un monitoreo efectivo de las respuestas empresariales a temas sociales (Jamali, 2008, p. 216). Esta nueva definición apunta a resaltar la importancia de los procesos de reacción empresarial frente a las demandas del entorno social que se ve afectado por su operación, y supera la concepción previa de RSE como un proceso encaminado al cumplimiento de obligaciones por parte de la empresa (Araque & Montero, 2006, p. 97); así como también traslada el énfasis en la conceptualización de la RSE desde una concepción donde la cuestión clave era reaccionar ante los problemas sociales generados por la firma, a un escenario donde lo fundamental es anticiparse a ellos.

Por último, Wood incluye una categorización de posibles *outputs* de la RSE: los impactos sociales generados por las empresas, los programas especiales diseñados y ejecutados por ellas en el marco de la RSE y las políticas que desarrollan las compañías para gestionar las peticiones del entorno social.

Dicho modelo, tal y como se ha afirmado, complejiza la conceptualización de la responsabilidad social empresarial, pero a la vez aporta elementos de análisis novedosos y definitivos para los desarrollos teóricos futuros.

Dada la discusión anterior, y a partir de los desarrollos teóricos que se han evidenciado sobre el tema hasta nuestros días, se entenderá en adelante la responsabilidad social como el conjunto de procesos que el sector empresarial, reconociéndose como agente potencial de cambio social y vinculando su visión de empresa a una visión compartida de país, debe implementar, motivado por iniciativa propia o preferiblemente a partir de lo estipulado en la ley, con el fin de promover tanto el bien común como las necesidades de sus *stakeholders*, a través de la

1 El concepto original acuñado por Wood es el de ‘responsiveness’ que ha sido traducido al español como ‘responsividad’, término ampliamente aceptado en la literatura castellana sobre la RSE.

prevención o mitigación de los efectos nocivos que, sobre el medio ambiente y los diferentes grupos sociales de su entorno, son causados por los procesos productivos que le generan riqueza a sus accionistas.

Ahora bien, ser socialmente responsable le genera a la empresa una multiplicidad de beneficios que han sido ampliamente documentados desde hace varias décadas.

Como herramienta estratégica para promover los objetivos económicos de la empresa, le da a ésta la oportunidad de mejorar continuamente su gestión, su productividad y su eficiencia, favorecer la maximización de su beneficio, promover aumentos en los niveles de innovación, crear nuevas ventajas competitivas al integrar a su modelo productivo factores no económicos, a potenciar procesos de diferenciación sostenida de los productos, así como también a aumentar su reputación y la lealtad de sus clientes, atrayendo más consumidores y empleados social y ambientalmente responsables a sus filas, estableciendo relaciones de confianza con diferentes *stakeholders*, lo que puede redundar en un aumento de inversionistas y aliados externos, el mejoramiento de su imagen, mayores niveles de generación de riqueza y empleo cualificado (Shutter, 2008, pp. 217-218).

En este sentido, según Godfrey (2007, p. 88) “la RSE contribuye al bienestar corporativo a través de un efecto positivo en los ingresos; las firmas que crean ganancias sociales incrementan sus ventas vía la promoción del consumo responsable o vía la disminución de costos de producción. La filantropía estratégica promueve la construcción de lealtades a largo plazo, legitimidad y confianza con los *stakeholders*, lo que refuerza otros objetivos estratégicos de la empresa”. De esta forma, la RSE bien ejecutada implica el inicio de un círculo virtuoso para la firma.

Por otra parte, las compañías hoy tienen la necesidad legal, en algunos casos, de obtener certificaciones de producción limpia, pero en los casos en que no es así, aún obtener constancias ambientales que corroboren la calidad de sus productos les permite obtener beneficios tributarios y les facilita el acceso a créditos y nuevos inversionistas, tanto nacionales como extranjeros.

Por ejemplo, el Social Investment Forum, con 500 miembros asociados, promueve la inversión socialmente responsable en los Estados Unidos, definiendo esta como “[aquella] que permite combinar objetivos financieros con valores sociales” (Hill, 2007, p. 167), y el Domini European Social Equito Fund, que ofrece a inversionistas sociales oportunidades en regiones económicas y en empresas que asumen el reto de la promoción del desarrollo sostenible. También, el Dow Jones Sustainability Index (DJSI) lanzado en 1999 o el Financial Times Stock Exchange 4 Good (FTSE 4 Good), que han diseñado indicadores que permiten valorar los desempeños ambientales y sociales de las empresas, lo que conlleva a aumentos significativos en sus cotizaciones bursátiles.

Otra iniciativa, los Equator Principles, lanzados en 2006, se circunscriben exclusivamente al sector financiero y vinculan a más de cincuenta bancos a nivel mundial que se preocupan por gestionar aspectos sociales y ambientales relacionados con el financiamiento de proyectos de desarrollo. Por último, la Iniciativa Financiera del Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente, creada en 1992, cuenta con 287 signatarios y su objetivo principal es aumentar la competitividad del sector financiero a través del fomento de buenas prácticas en la gestión de riesgos, incorporando criterios de sostenibilidad al análisis crediticio (Núñez, 2003, p. 30).

Adicionalmente, en la medida en que la RSE actúa como “una medida complementaria y correctiva frente a algunos fallos sociales inherentes del *laissez-faire*” (Lee, 2008, p. 56) o como una práctica “útil para reducir los fallos de mercado derivados de las asimetrías de información y [de] externalidades negativas” (Ancos, 2007, p. 54), representa importantes beneficios para el entorno en que se aplica, nivelando las posibilidades de acceder a una mejor calidad de vida para quienes se ven afectados por los procesos productivos de las empresas y por los efectos sociales de los mercados competitivos.

En el fondo del debate entre ser o no responsables socialmente, queda de manifiesto la distinción entre el capitalista estratégico, que comprende que la rentabilidad de su empresa depende de variables que deben ser consideradas en el largo plazo, que entiende que retribuir a la sociedad por los efectos que su compañía le genera tendrá consecuencias favorables para la firma, y el capitalista depredador y especulativo que prefiere las ganancias rápidas a cualquier costo frente a ganancias sostenidas y perdurables, para lo cual debe pagar unos costos que serán retribuidos en el futuro por el proceso productivo en condiciones de desarrollo sostenible.

La RSE en la agenda internacional

En este contexto han aparecido, en la última década, iniciativas supranacionales, producto del interés global, frente a la promoción de la RSE. La principal, quizás, es el Pacto Mundial (PM) de Naciones Unidas. El Pacto Mundial es una “iniciativa voluntaria, [no vinculante jurídicamente] en la cual las empresas se comprometen a alinear sus estrategias y operaciones con diez principios universalmente aceptados en cuatro áreas temáticas: derechos humanos, estándares laborales, medio ambiente y anti-corrupción” (“The Global Compact”, 2007), que se soporta en la visibilidad pública y la transparencia de

empresas y otros miembros socialmente responsables para motivar iniciativas, principalmente privadas, que configuren un futuro más justo y sostenible para todos. En ese sentido, se constituye hoy como “la iniciativa de ciudadanía corporativa más grande del mundo... [y en] un marco de acción encaminado a la construcción de la legitimación social de los negocios y los mercados” (“The Global Compact”, 2007), a través del cual los países en vía de desarrollo tienen la posibilidad de establecer redes corporativas para aprender de experiencias exitosas en RSE ejecutadas por los países desarrollados.

El Pacto Mundial fue oficialmente lanzado en julio de 2000 y desde entonces se ha constituido como un foro para el diálogo interempresarial en el cual el aprendizaje mutuo promueve buenas prácticas sociales a nivel global, enfocándose en acciones que motiven el respeto por los derechos humanos, el desarrollo sostenible y la promoción del bien común.

En su reporte anual de 2008, el Pacto Mundial de Naciones Unidas manifestó contar con 6.500 miembros de 135 países, de los cuales el 23% eran organizaciones no gubernamentales u otras agrupaciones no empresariales, lo que implica un crecimiento de 182% en las membresías desde 2005 y un 30% entre 2007 y 2008. Europa y Latinoamérica son respectivamente las dos regiones con mayor número de socios y Colombia, a finales de 2008, era el noveno país del mundo con más miembros, lo que evidencia el creciente interés que el tema de RSE ha venido teniendo en la región (United Nations, 2008).

Otra iniciativa que ha adquirido fuerza durante los últimos años es el World Business Council on Sustainable Development (WBCSD) cuya misión es “proveer liderazgo empresarial como catalizador del cambio hacia el desarrollo sostenible, y apoyar la operación comercial, la innovación y el crecimiento en un mundo que cada vez

más se soporta en cuestiones relativas al desarrollo sostenible” (WBCSD, 2009) y que define la RSE como “el compromiso de las empresas al desarrollo económico sostenible, trabajando con los empleados, sus familias y las comunidades locales” (WBCSD, 2001, p. 6).

El WBCSD “proporciona una plataforma para las empresas que les permite explorar el desarrollo sostenible, compartir conocimientos, experiencias y mejores prácticas, y promover posiciones empresariales sobre estas cuestiones en una variedad de foros, en colaboración con gobiernos, organizaciones no gubernamentales y organizaciones intergubernamentales” (WBCSD, 2009) y está conformado por unas 200 empresas provenientes de 35 países, ninguna de ellas colombiana.

También es destacable la iniciativa europea del CSR European Multi-Stakeholder Forum, activa entre 2002 y 2004, cuyo objetivo principal fue “promover la transparencia y la convergencia en las prácticas de la responsabilidad social empresarial a través del intercambio de experiencias y buenas prácticas entre los países miembros” (Shutter, 2008, p. 211) facilitando acercamientos y espacios de diálogo entre la comunidad empresarial, la sociedad civil y otros *stakeholders* (“European Multi Stakeholder”, 2004, p. 2).

La RSE en Colombia

La RSE cobra una importancia definitiva en nuestro país en la medida en que históricamente las desigualdades sociales y los altos índices de violencia han generado impactos adversos a la sociedad civil, impactos que forman parte del amplio terreno que la RSE puede intervenir con el fin de mejorar las condiciones de vida de los ciudadanos. A lo largo de los últimos cien años, “el tipo de contribuciones evolucionó de esfuerzos caritativos a inversión social y filantropía estratégica” (Gutiérrez, 2006, p. 9), inicialmente

ejecutadas por las grandes empresas del país, los gremios económicos, pero cada vez más, por las medianas e incluso pequeñas empresas.

En Colombia, como en el resto del continente, la Iglesia Católica fue la responsable de promover la filantropía, aún desde la Colonia, pero la primera iniciativa que se puede destacar durante el siglo pasado es la que remite a la creación de subsidios familiares a través de Cajas de Compensación, a partir de la propuesta de la Asociación Nacional de Industriales (ANDI) en su asamblea de 1954.

Otra estrategia pionera fue el otorgamiento de primas semestrales a los trabajadores de algunas empresas, lo que posteriormente fue incluido como prestación social obligatoria para todos los trabajadores por parte del gobierno. También, se destacan el programa de atención preescolar del Instituto Colombiano de Bienestar Familiar que atendió a pequeños hijos de madres trabajadoras a partir del gobierno de Carlos Lleras Restrepo (1966-1970).

Asimismo, el programa de formación técnica y vocacional del Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA) se constituyó en experiencia pionera de RSE en Colombia. Más recientemente, con la consolidación de la red de Cámaras de Comercio a nivel nacional, y la consecuente creación de Confecámaras en 1969, se ha podido documentar una infinidad de iniciativas promovidas por este sector, tendientes a mejorar la calidad de vida de los colombianos, especialmente en las áreas de educación y salud.

En resumen, la evolución de la RSE en Colombia desde inicios del siglo pasado puede estudiarse a través de cuatro etapas diferenciadas: a) 1900-1960: la Iglesia era el principal destinatario de las donaciones empresariales. Se crearon la Fundación Social y los principales gremios que protagonizaron el diseño y ejecución de dichas

políticas; b) 1960-1990: comenzó el interés académico por el tema y la legislación laboral incluyó principios de protección a los trabajadores colombianos, así como también se crearon las grandes fundaciones que hoy se destacan en el ámbito de la RSE; c) 1990-2000: época en la que el concepto de RSE empezó a tomar fuerza de manera generalizada. Se creó el Consejo Gremial Nacional, que en 1993 decidió “reorganizar y fortalecer la función social de los gremios” (Gutiérrez, 2006, p. 21).

Así mismo, durante esta década, se crearon ocho corporaciones de origen privado destinadas a promover la RSE; y d) Siglo XXI: el interés por la RSE se multiplicó exponencialmente entre el sector privado colombiano. Se destacaron la adhesión de empresas colombianas a los foros que la promueven y la coordinación de políticas nacionales con las tendencias internacionales en materia de protección de derechos humanos, medio ambiente y mejora en la calidad de vida de los trabajadores.

Por otra parte, es de destacar que las experiencias colombianas en RSE son reconocidas como prácticas corporativas altamente creativas y constructivas comparadas con el contexto latinoamericano (Gutiérrez, 2006, p. 23) y abarcan diversos campos definitivos para el desarrollo social del país como la educación, salud, nutrición, niñez, vivienda, apoyo a microempresas, paz, justicia, medio ambiente y transparencia pública. Tal y como afirma el documento *Aportes y desafíos de la responsabilidad social empresarial en Colombia*: “[el país] se destaca en el contexto latinoamericano por la tradición e importancia de las fundaciones empresariales y por la creciente presencia de acciones empresariales directas. Mientras para la mitad de las empresas en otros países la responsabilidad social es un tema nuevo o sólo se da entre las multinacionales, en Colombia el más importante gremio industrial ha venido promoviendo los balances sociales

desde la década de 1970 y son las empresas nacionales las más destacadas por su innovación e impacto” (Gutiérrez, 2006, p. 31).

Adicionalmente, desde 2007 Colombia es sede del Primer Centro Regional constituido en el mundo en apoyo del Pacto Mundial de Naciones Unidas, con un ámbito de acción en América Latina y el Caribe, apoyando “la realización de los principios del Pacto en toda la región, esparciendo las prácticas de ciudadanía corporativa y aportando a la sostenibilidad financiera, social y ambiental de la región” (“La responsabilidad social empresarial”, 2007, p. 28).

Otra de las iniciativas que en materia de RSE destacan a Colombia en el ámbito regional es la creación, en 1997, del Centro Colombiano de Responsabilidad Empresarial –CCRE–, una ONG sin ánimo de lucro cuyo objetivo es promover, investigar y asesorar a empresas sobre RSE, propendiendo por “una cultura de responsabilidad social y ética de las organizaciones que genere beneficios para la sociedad colombiana y agregue valor a las empresas” (Torres, 2007).

En 2007, por ejemplo, Confecámaras y el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) lanzaron el programa ComprometeRSE que incorporó en pequeñas y medianas industrias, a través de procesos de capacitación, prácticas de Responsabilidad Social Empresarial. En el programa se invirtieron 1,9 millones de dólares y benefició 300 PYMES, 200 de ellas en Bogotá (“Responsabilidad social”, 2007).

Posteriormente, en junio de 2008, el Consejo Directivo de Icontec aprobó la Guía Técnica Colombiana de RSE (GTC 180), mediante la cual se proporcionaron los lineamientos (en lo económico, lo ambiental y lo social) que deben seguir las empresas para lograr una gestión responsable en tres aspectos básicos: a) la consolidación de la RSE en su gestión permanente,

b) el involucrar a los diferentes *stakeholders* en dicha gestión y c) el comunicar efectivamente y de manera transparente los desarrollos de la política de RSE. En el proceso de construcción de la GTC180 estuvieron involucradas cincuenta organizaciones y el sector académico (“Guía técnica colombiana”, 2008).

Sin embargo, pese a todo lo descrito anteriormente, la RSE en Colombia debe asumir principalmente dos retos de magnitud para profundizar y cualificar la ejecución de las estrategias diseñadas: en primer lugar, debe consolidar una red de instituciones y herramientas para la investigación y la asesoría a empresas en RSE y, adicionalmente, definir y ejecutar planes sectoriales y temáticos de largo alcance para el avance de la RSE a partir del consenso y el trabajo conjunto entre el sector público, la empresa privada y actores de la sociedad civil y el tercer sector.

Medio ambiente, desarrollo sostenible y competitividad

El desarrollo sostenible, entendido como fue definido en el *Informe Brundtland*, implica tres tipos básicos de responsabilidades para la empresa: una serie de obligaciones sociales, también unas económicas, pero especialmente unas ambientales. Eso determina que las organizaciones producen “tres tipos de [outputs]: 1) resultados financieros; 2) medioambientales y 3) sociales. [Y a su vez que] una idea clara de desarrollo sostenible implica una concordancia entre los tres aspectos anteriormente mencionados” (Conde, 2003, pp. 25-26).

Considerando los múltiples retos medioambientales que enfrenta el mundo hoy, si este concepto de desarrollo sostenible se vincula efectivamente al de desarrollo tecnológico, estratégico y empresarial, las firmas obtendrán significativas ventajas competitivas. Por eso, uno de los pi-

lares que soportan cualquier estrategia integral de responsabilidad social empresarial es el ambiental.

Las presiones ambientales que produjo el modo de producción depredador imperante durante la Revolución Industrial del siglo XIX y gran parte del siglo pasado, que dependía del uso intensivo e indiscriminado de recursos naturales, comenzó a generar alarmas aisladas frente a la compatibilidad entre ese modelo de desarrollo económico basado en los aumentos de productividad a costa de la destrucción ambiental, y la sostenibilidad de los ecosistemas.

Las actividades humanas, en general, y las empresariales, en particular, afectan el planeta a través de dos efectos: el generado por el consumo de los recursos y el ocasionado por el retorno de esos recursos transformados al medio ambiente. El impacto generado por el consumo implica, si se depreda el medio ambiente para alimentar los procesos productivos, el agotamiento de los recursos naturales. El impacto generado por la devolución de los productos desechados, implica, por su parte, procesos de contaminación de fuentes acuíferas, del aire y del suelo.

Pero la preocupación por el medio ambiente no se hizo mundialmente visible hasta la década de los sesenta, cuando Naciones Unidas se convirtió en la principal abanderada de la defensa de dicha causa. En ese sentido, “en la década de los sesenta se concertaron acuerdos sobre la contaminación marina, especialmente sobre los derrames de petróleo” (ONU, 2008b) y a partir de entonces el mecanismo mediante el cual la Organización abordó globalmente el tema fue a través de la realización de cumbres mundiales que, poco a poco, han ido ganando importancia. La primera de ellas se llevó a cabo en 1972 en Estocolmo, y se le conoce como la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Humano. Fue allí cuando por primera vez “se incorporó a

los temas de trabajo de la comunidad internacional la relación entre el desarrollo económico y la degradación ambiental” (ONU, 2008b) y fue a partir de las discusiones que allí se dieron, que se creó el Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA), que aún hoy se reconoce como la máxima autoridad mundial en la materia.

Posteriormente, en Río de Janeiro, se llevó a cabo la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Ambiente y el Desarrollo, o Cumbre para la Tierra, en 1992. Allí participaron 178 países y se definieron metas ambientales con miras al siglo XXI, se establecieron los deberes y derechos de los Estados frente al medio ambiente, se acordó una declaración de principios para la preservación y protección de los bosques y se definieron convenciones sobre el cambio climático, la diversidad biológica y la desertificación (ONU, 2008a). El principal logro de la Conferencia fue, sin lugar a dudas, el acuerdo sobre la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático, que posteriormente llevaría a la creación del Protocolo de Kyoto.

Cinco años después, en el marco de las sesiones de la Asamblea General de la ONU se realizó una cumbre para evaluar los avances en el cumplimiento de compromisos adquiridos en Río y a finales de ese año se aprobó el Protocolo de Kyoto, que entró en vigor hasta 2005, con el que los países firmantes se comprometieron a reducir sus emisiones de gases efecto invernadero en al menos 5% para el año 2012 (ONU, 1997).

En 2002 se llevó a cabo la Cumbre Mundial sobre Desarrollo Sostenible en Johannesburgo, donde se reafirmó el compromiso adquirido en Río por los Estados participantes. Cinco años después, en 2007, se desarrolló la Cumbre de Bali en la que se planteó la necesidad de actualizar las exigencias de Kyoto y se adoptó una

estrategia para definir las nuevas condiciones para la preservación del medio ambiente en lo referente al cambio climático. Uno de los logros importantes de la cumbre fue haber alcanzado acuerdos en torno a la reducción de emisiones generadas por la deforestación y la transferencia tecnológica (Witoelar, 2007).

Recientemente, en un hecho sin precedentes, el 4 de junio de 2009, los 192 miembros de la Asamblea General de la ONU adoptaron por consenso una resolución donde reconocieron que el calentamiento global es una amenaza para la paz mundial, lo que posibilitaría por primera vez en la historia que el tema medioambiental entre en la agenda del Consejo de Seguridad, única instancia de la Organización en capacidad de emitir normas jurídicamente vinculantes. (“Cambio climático amenaza”, 2009).

Pero adicionalmente a las preocupaciones emanadas de los foros facilitados por la Organización de Naciones Unidas, la participación del tercer sector en la dinámica ambiental ha sido creciente. Muestra de ello han sido las iniciativas promovidas por organizaciones de defensa medioambiental como Greenpeace, el Fondo de Tecnología Limpia (FTL), el Fondo Estratégico del Clima (FEC), el Fondo de Deforestación Evitada (FCPF) y el Fondo Mundial para la Naturaleza, o por el ex vicepresidente de Estados Unidos, Premio Nobel de la Paz y activista ambiental, Al Gore, a través de su Alianza por la Protección Climática, fundada en 2006, y cuya meta es “persuadir sobre la importancia y urgencia de adoptar e implementar soluciones efectivas y comprensivas frente a la crisis climática” (“The Alliance for Climate Protection”, 2009).

También, particularmente en el ámbito de las empresas y el establecimiento de modelos productivos sostenibles ambientalmente, existen experiencias también destacables como los

Principios Valdez, conocidos recientemente como los principios CERES (*The Coalition for Environmentally Responsible Economies*), constituidos a partir de una coalición entre inversionistas, sindicatos, y diversos grupos de interés con preocupaciones sociales, ambientales y laborales, con el fin de guiar y evaluar las conductas corporativas hacia el medio ambiente (Sanyal & Neves, 1991, p. 883), se entienden hoy como un conjunto de normas con criterios de transparencia en la rendición de cuentas. Los principios CERES incluyen: la protección de la biosfera, el uso racional y sostenible de recursos, la disposición adecuada de los residuos, el ahorro energético, la minimización del riesgo ambiental, la promoción de bienes y servicios seguros para los ecosistemas, la restauración medioambiental, la información pública de las acciones en este sentido desarrolladas por las empresas, el decidido compromiso directivo empresarial frente a estos principios, y la auditoría permanente y periódica de los mismos. (CERES, 1990, p. 7; “The Coalition for Environmentally”, 2009). En 2007, cerca de 60 empresas habían adherido a dicha iniciativa. (“The CERES Principles”, 2007).

Por último, no dejan de ser importantes algunas iniciativas bilaterales, y más recientes, que buscan promover la ejecución de prácticas responsables en el ámbito medioambiental, tales como la cláusula incluida en el Acuerdo de Libre Comercio entre Estados Unidos y Chile de 2003 sobre RSE en su capítulo ambiental, o el acuerdo textil entre Vietnam y Estados Unidos de 2005, en el que se incorporó una obligación de promoción de códigos de RSE a cambio del acceso al mercado norteamericano (Ancos, 2007, p. 57; Núñez, 2003, p. 8).

Gracias en parte al cubrimiento mediático que han tenido todas las iniciativas anteriores, y a las amplias posibilidades de transmisión de información que nos propone un mundo globalizado

e interconectado como el actual, la preocupación por el medio ambiente y el debate sobre su relación con la empresa se intensificó durante las últimas décadas y alcanzó niveles nunca antes imaginados, lo que catalizó los procesos de diseño y ejecución de estrategias de RSE medioambiental (RSEM).

Los países, en general, pero especialmente en América Latina, realizan inversiones ambientales y estrategias de RSEM por tres motivos principales: a) para cumplir las normativas existentes, b) para mejorar su imagen y su reputación, y c) para acceder a nuevos mercados e inversiones (Núñez, 2003, p. 31).

Los componentes de una política empresarial responsable frente al medio ambiente tradicionalmente han considerado aspectos como: la administración eficiente de los recursos naturales, controles preventivos y, desafortunadamente, casi siempre reactivos, de la contaminación de agua, aire y suelos, el manejo adecuado de desechos y residuos sólidos, promoviendo el reciclaje y la separación en la fuente, así como también la eficiente gestión del ciclo de vida de los productos. Asimismo, la aplicación de controles a emisiones de gases de efecto invernadero y otros gases nocivos y de sustancias radioactivas.

Pero ser una empresa ambientalmente responsable implica algo más que todo lo anterior. Es considerar de manera integral todos los posibles impactos ecológicos en los que puede incurrir por efecto de su actividad productiva regular y establecer acciones que prevengan o mitiguen dichos impactos, aun si esas acciones no son de carácter obligatorio o no están incluidas en códigos vinculantes de conducta, o en las legislaciones locales, nacionales o globales.

Así como la RSE, vista de forma integral, la RSEM genera una serie de beneficios a la em-

presa. En primer lugar, la optimización y el uso racional de los recursos genera reducciones significativas en los costos (operativos y de producción) de la firma. Igualmente, se generan valores agregados asociados a los bienes y servicios que hayan sido producidos a través de procesos ambientalmente amigables. En tercer lugar, se potencia un efecto de posicionamiento estratégico de las marcas que resulta positivo para la competitividad global de la empresa social y ambientalmente responsable, generando valores intrínsecos y ventajas competitivas. También, las empresas ambientalmente responsables estimulan procesos de innovación hacia la creación y diseño de nuevos productos y servicios ecológicos. En resumen, tal y como afirman Russo y Fouts, las empresas con niveles altos de desempeño ambiental tienen un desempeño financiero superior (1997).

Pero más allá de representar beneficios económicos, de imagen, reputación y valoración social a la empresa, la RSEM genera beneficios, no necesariamente tangibles, para la empresa y todo su conjunto de *stakeholders*. Por ejemplo, “[motivando] a las compañías a reconocer y manejar su rol en los problemas ambientales globales, tales como el cambio climático y el deterioro de la biodiversidad” (Correa, Flynn, & Amit, 2004, p. 18).

La evolución de la preocupación medioambiental en Colombia

A pesar de su tamaño, Colombia es el segundo país más diverso biológicamente en el mundo y hospeda casi el 10% de las especies que habitan el planeta. Sin embargo, toda esa riqueza es amenazada permanentemente por procesos de colonización y producción indiscriminados, por la caza, la tala, la minería, el tráfico ilegal de fauna, el conflicto interno y los hábitos de consumo de sus habitantes. Cada año desaparecen casi 200.000 hectáreas de bosque y existen en la actualidad 79 especies animales en grave peligro

de extinción, más que en cualquier país de Sur América (“Colombia: Environmental Profile”, 2006; IUCN, 2009).

Estos indicadores hacen que cualquier acción de RSEM que se desarrolle en el país tenga impactos ponderadamente importantes para el equilibrio de los ecosistemas a nivel mundial, lo que implica también que nuestra responsabilidad frente a la protección de los ecosistemas es mayor que en muchos otros países.

Quizás debido a lo anterior, en Colombia existe una cada vez más completa legislación para obligar a la protección medioambiental, contemplando leyes sanitarias (Ley 9 de 1979), para el manejo de residuos sólidos (Ley 99 de 1993; Decreto 849 de 2002), especiales (Resolución 2309 de 1986), peligrosos (Ley 430 de 1988), hospitalarios (Decreto 2676 de 2000 y Decreto 1669 de 2002), leyes que regulan los servicios públicos domiciliarios, con altos contenidos ambientales (Ley 142 de 1994), pero también otras que establecen beneficios tributarios a empresas que aporten, mediante un proceso productivo limpio, a la conservación del medio ambiente (Decretos 3172 y 2755 de 2003; Decreto 2532 de 2001; Resolución 486 de 2002).

Adicionalmente, las empresas colombianas están sujetas a reglamentos y normas técnicas de calidad ambiental como la ISO 14000, de aplicación mundial pero voluntaria, con el fin de dar herramientas para el control de los efectos nocivos de la producción sobre los ecosistemas, cuyas certificaciones aumentaron entre 2005 y 2006 en casi un 8% en el país (“Las bondades de la ISO 14000 en el impacto ambiental”, 2007). Incluso, dicha normativa ambiental contempla acciones preventivas y sancionatorias para las empresas que incumplan lo establecido, apoyada en los artículos 330 al 333 del código penal, que tipifican delitos ambientales y autorizan al CTI de la Fiscalía General de la Nación para

realizar investigaciones sobre el tema. Pero también, adicional a la jurisprudencia desarrollada, existen otras iniciativas que promueven y velan por el sostenimiento ambiental en Colombia.

Por ejemplo, a través del Consejo Empresarial Colombiano para el Desarrollo Sostenible (CECODES), que actúa como el capítulo colombiano para el WBCSD, se promueven prácticas empresariales de ecoeficiencia, entendida ésta como: “el proceso continuo de maximizar la productividad de los recursos, minimizando desechos y emisiones, y generando valor para la empresa, sus clientes, sus accionistas y demás partes interesadas” (CECODES, 2009a).

El CECODES fue creado en 1993 por empresarios colombianos con el fin de orientar, a partir de iniciativas privadas, el desarrollo sostenible. Actualmente, está conformado por 31 empresas y tres gremios de las áreas más importantes de la económica colombiana: minería, petróleo, agroindustria, manufactura, comercio, banca y seguros. Sus asociados representan hoy más del 5% del PIB, son responsables de más de 400.000 empleos directos e indirectos, y exportan más de US\$ 1.600 millones de dólares al año (CECODES, 2009b).

En el aspecto ambiental de la RSE, la Cámara de Comercio de Bogotá documentó el avance favorable de la preocupación de las empresas capitalinas por el tema, argumentando que de las 228.000 empresas inscritas, 1.500 habían recibido asistencia en programas ambientales a 2007 (“Responsabilidad Social Ambiental, un modelo de negocio”, 2007).

En general, Colombia puede documentar avances significativos frente a la protección medioambiental: a) según el *Ecological Footprint and Biocapacity Index* de 2008, su huella ecológica era de 1,8 hectáreas globales per cápita (National Footprint Accounts, 2008); y b) de acuer-

do al *Environmental Performance Index* de 2008, Colombia ocupa el noveno puesto entre 149 países evaluados (Environmental Performance Index, 2008). Aunque estos índices han recibido algunas críticas, muestran desempeños positivos y aunque deben ser valorados con prudencia, afirman que en este país las preocupaciones medioambientales ocupan un lugar prioritario en la agenda pública y en la opinión, un lugar más alto que en la mayoría de los países en vía de desarrollo de ingreso medio.

Sin embargo, a pesar del desempeño positivo que evidencian dichos índices, persisten aún problemas muy serios que el país aún debe resolver, como lo es: a) la deficiente calidad del agua que se consume; b) la existencia de numerosos subsidios públicos para la producción agrícola y el uso de insumos agroquímicos, lo que exacerba las presiones ambientales, mientras promueve su uso, la expansión de la frontera agrícola y la sobreexplotación de recursos naturales; c) el alto porcentaje de habitantes que usan combustibles fósiles en espacios cerrados como fuente de energía, lo que genera la suspensión en el aire de partículas dañinas para la salud y d) preocupantes índices de conservación y protección de especies de fauna y flora, tanto marina como terrestre (Environmental Performance Index, 2008).

Conclusión: los círculos virtuosos generados a partir de la ejecución de estrategias de responsabilidad social empresarial medioambiental

Para Colombia, tal como se ha destacado, realizar acciones de RSEM desde el sector privado, en coordinación con entidades públicas y del tercer sector, es definitivo por una razón fundamental: al ser un país que posee tal riqueza ambiental, cualquier acción que se desarrolle para proteger los ecosistemas que hospeda en su territorio, tiene un impacto ponderadamente alto a nivel mundial.

Pero también porque al racionalizar el uso de los recursos naturales en los procesos de producción y distribución de bienes y servicios se generan reducciones significativas en los costos de las firmas, pero también aparecen valores agregados asociados como el posicionamiento estratégico de las marcas y el estímulo a procesos de innovación para la creación y diseño de nuevos productos y servicios ecológicos, lo que a su vez redundará en mejores desempeños financieros.

Todo lo anterior, si se circunscribe al ámbito de la planeación estratégica, termina constituyéndose en procesos que aumentan la competitividad global de la empresa social y ambientalmente responsable, generando valores intrínsecos y ventajas competitivas que la posicionan en nichos que en la ausencia de dichas acciones, no hubiera podido alcanzar.

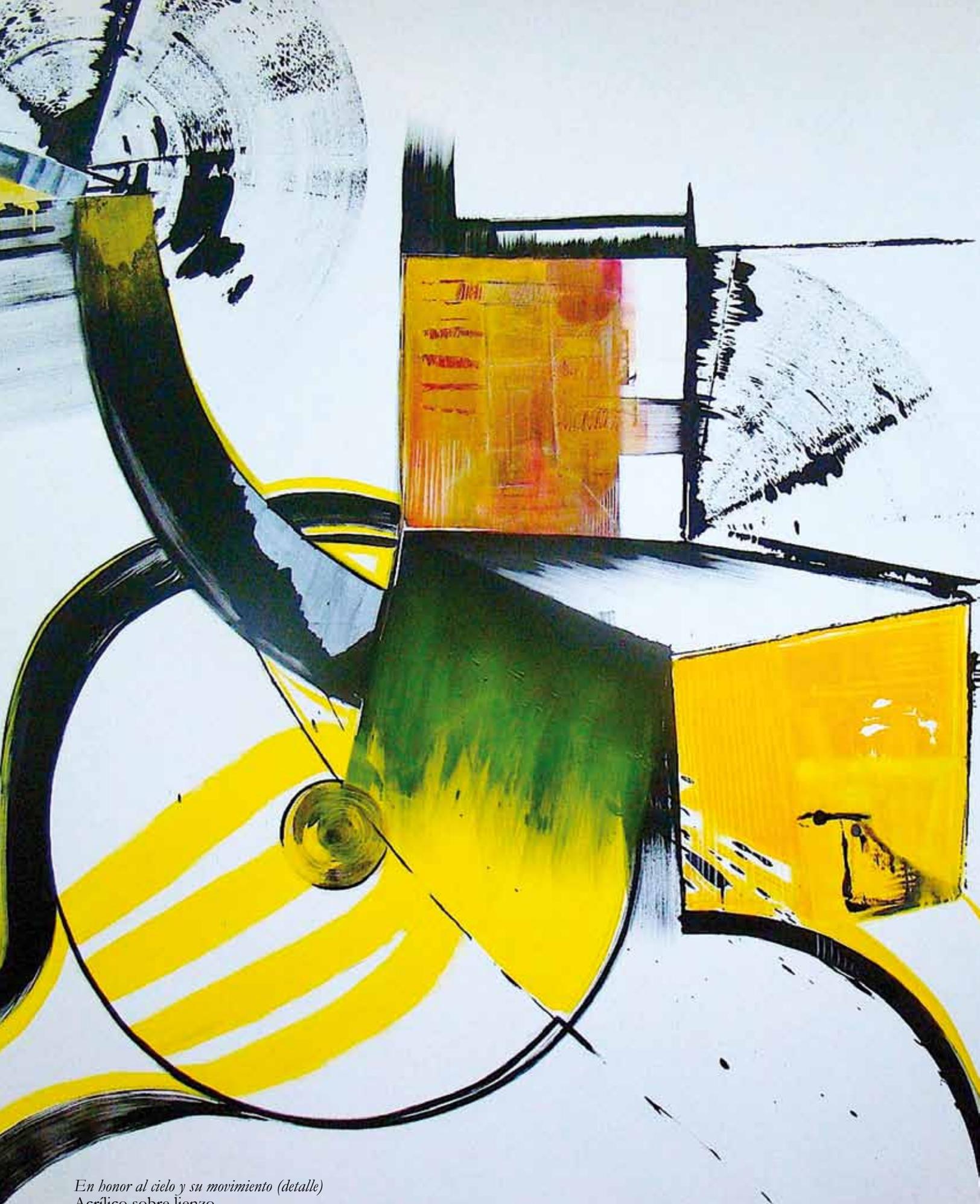
Colombia debe enfrentar el siglo XXI con la convicción de modificar los paradigmas productivos que depredan los recursos naturales como una de las claves para garantizar la sostenibilidad económica, no sólo de la región, sino del mundo. En esa dirección, apoyándose en un desarrollo normativo y jurídico que soporte esta intención, debería encauzar gran parte de sus esfuerzos en el mediano plazo.

Referencias

- Ancos, H. (2007). Políticas públicas e iniciativa privada en la responsabilidad social empresarial. *Revista del Ministerio de Trabajo e Inmigración*, (66), 51-80. Recuperado desde <http://www.mtas.es/es/publica/revista/numeros/66/Est03.pdf>
- Aragón, J. A. (1998). *Empresa y medio ambiente. Gestión estratégica de las oportunidades medioambientales*. Granada: Comares.
- Araque, R. A., & Montero, M. J. (2006). *La RS de la empresa a debate*. Barcelona: Icaria.
- Cambio climático amenaza la seguridad mundial, reconoce resolución adoptada por la ONU. (2009). *El Tiempo*. Recuperado desde <http://www.eltiempo.com>
- Canals, J. (1994). *La internacionalización de la empresa*. México: McGraw Hill.
- Carroll, A. B. (1979). A three-dimensional conceptual model of corporate performance. *Academy of Management Review*, 4(4), 497-505.
- CERES. (1990). *The 1990 Ceres guide to the Valdez principles*. Boston: The Social Investment Forum.
- Colombia: Environmental Profile. (2006). Recuperado el 10 de junio de 2009 desde <http://rainforests.mongabay.com/20colombia.htm>
- Conde, J. (coord.) (2003). *Empresa y medio ambiente hacia la gestión sostenible*. Madrid: Nívola.
- Consejo Empresarial Colombiano para el Desarrollo Sostenible. (2009a). *Asociados*. Recuperado el 26 de mayo de 2009 de <http://www.cecodes.org.co/asociados/index.htm>
- Consejo Empresarial Colombiano para el Desarrollo Sostenible (2009b). *Ecoeficiencia*. Recuperado el 26 de mayo de 2009 <http://www.cecodes.org.co/ecoefficiencia/index.htm>
- Correa, M. E., Flynn, Sh., & Amit, A. (2004). *Responsabilidad social corporativa en América Latina: una visión empresarial*. Santiago de Chile: CEPAL. Recuperado desde <http://www.eclac.org/publicaciones>
- Detomasi, D. A. (2008). The political roots of corporate social responsibility. *Journal of Business Ethics*, 82(4), 807-819 doi:10.1007/s10551-007-9594-y
- Doane, D. (2004). Beyond corporate social responsibility: Minnows, mammoths and markets. *The Journal of Policy, Planning and Futures Studies: The Future of Ethical Corporations*, 37(2-3), 215-229. doi:10.1016/j.futures.2004.03.028
- Environmental Performance Index-EPI. (2008). Recuperado el 9 de junio de 2009 desde <http://epi.yale.edu/ResultsAndAnalysis>
- European Multi Stakeholder forum on CSR. Final results and recommendations. (2004). Recuperado 13 de junio de 2009 desde http://circa.europa.eu/irc/empl/csr_eu_multi_stakeholder_forum/info/data/en/CSR%20Forum%20final%20report.pdf
- Freeman, E. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*. Boston: Pitman.
- Friedman, M. (1970). *The Social responsibility of business is to increase profits*. Recuperado el 13 de abril de 2009 desde <http://www.colorado.edu/studentgroups/libertarians/issues/friedman-soc-resp-business.html>
- Godfrey, P. C., & Hatch, N. W. (2007). Researching corporate social responsibility: An agenda for the 21st century. *Journal of Business Ethics*, 70(1), 87-98. doi: 10.1007/s10551-006-9080-y
- Guía técnica colombiana sobre responsabilidad social en consulta pública. (2008). Recuperado desde <http://www.icontec.org>
- Gutiérrez, R., Avella, L. F., & Villar, R., (2006). *Aportes y desafíos de la responsabilidad social empresarial en Colombia*. Bogotá: Fundación Corona. Recuperado el 27 de mayo

- de 2009 desde http://www.mapearse.net/fileadmin/documentos/documentos_RSE/RSEmpresarial.pdf
- Hill, R. P. et ál. (2007). Corporate social responsibility and socially responsible investing: A global perspective. *Journal of Business Ethics*, 70(2), 165-174. doi:10.1007/s10551-006-9103-8
- International Union for Conservation of Nature-IUCN. (2009). *Red list of threatened species*. Versión 2009.1. Recuperado el 10 de junio de 2009 desde http://www.iucnredlist.org/documents/2008RL_stats_table_6a_v1223294385.pdf
- Jamali, D. (2008). A stakeholder approach to CSR: A fresh perspective into theory and practice. *Journal of Business Ethics*, 82(1), 213-231. doi:10.1007/s10551-007-9572-4
- Jamali, D., & Mirshak, R. (2007). CSR: Theory and practice in a development country context. *Journal of Business Ethics*, 72(3), 243-262. doi:10.1007/s10551-006-9168-4
- La responsabilidad social empresarial: la historia del sector privado colombiano. (2007). *Responsabilidad Sostenibilidad*, (1), 27-29.
- Las bondades de la ISO 14000 en el impacto ambiental. (2007). *Diario La República.com.co*. Recuperado desde <http://www.larepublica.com.co/RSE/op231.htm>
- Lee, M. D. P. (2008). A review of the theories of corporate social responsibility: Its evolutionary path and the road ahead. *International Journal of Management Reviews*, 10(1), 53-73. doi:10.1111/j.1468-2370.2007.00226.x
- National Footprint Accounts. (2008). *Ecological footprint and biocapacity index*. Recuperado desde http://www.footprintnetwork.org/en/index.php/GFN/page/footprint_for_nations/
- Núñez, G. (2003). *La responsabilidad social corporativa en un marco de desarrollo sostenible*. Santiago de Chile: CEPAL.
- Organización de las Naciones Unidas. (1997). Protocolo de Kyoto de la Convención marco de las Naciones Unidas sobre el cambio climático. Recuperado desde <http://treaties.un.org/Home.aspx>
- Organización de las Naciones Unidas. (2008a). Conferencias de la ONU sobre el medio ambiente. Recuperado desde <http://www.cinu.org.mx>
- Organización de las Naciones Unidas. (2008b). Medio ambiente y desarrollo sostenible. Recuperado desde <http://www.cinu.org.mx>
- Perdiguerro, T., & García, A. (Eds.). (2005). *La responsabilidad social de las empresas y los nuevos desafíos de la gestión empresarial*. Valencia: Universitat de Valencia.
- Responsabilidad social ambiental, un modelo de negocio. (2007). *Diario La República*. Recuperado desde <http://www.larepublica.com.co>
- Responsabilidad social: otro requisito del mercado externo. (2007). *Diario La República*. Recuperado desde <http://www.larepublica.com.co>
- Sanyal, R. N., & Neves, J. S. (1991). The Valdez Principles: Implications for corporate social responsibility. *Journal of Business Ethics*, 10(12), 883-890. doi:10.1007/BF00383794
- Schutter, O. (2008). Corporate social responsibility: European style. *European Law Journal*, 14(2), 203-236. doi:10.1111/j.1468-0386.2007.00411.x
- Smith, N. C. (2003). Corporate social responsibility: Whether or how? *California Management Review*, 45(4), 52-76.
- The Alliance for Climate Protection. (2009). Recuperado desde <http://www.climateprotect.org>
- The CERES Principles. (2007). Extraído <http://www.bsdglobal.com>
- The Coalition for Environmentally Responsible Economies. (2009). Recuperado el 8 de junio de 2009 desde <http://www.smartcommunities.ncat.org/business/ceres.shtml>.
- The Global Compact in spanish. (2007). Recuperado 8 de junio de 2009 desde <http://www.unglobalcompact.org/Languages/spanish/>
- Torres, J. (2007). La responsabilidad social empresarial en el sector público. *Diario La República*. Recuperado desde <http://www.larepublica.com.co>
- United Nations. (2008). *Global compact annual review*. Recuperado desde http://www.unglobalcompact.org/newsandevents/news_archives/2009_04_08.html
- Witoelar, R. (2007). *The Bali road map: Address to closing plenary by his excellency Mr. Rachmat Witoelar, president, UNClimate Change Conference*. Recuperado desde http://unfccc.int/meetings/cop_13/items/4049.php
- Wood, D. J. (1991). Corporate social performance revisited. *Academy of Management Review*, 16(4), 691-718.
- World Business Council for Sustainable Development. (2001). The business case for sustainable development: Making a difference towards the Johannesburg Summit 2002 and beyond. Recuperado desde <http://www.wbcsd.org/web/publications/business-case.pdf>.
- World Business Council for Sustainable Development. (2009). About the WBCSD. Recuperado el 20 de mayo de 2009 desde <http://www.wbcsd.org>

Santiago Gómez es economista de la Universidad de los Andes; Magíster en Estudios Internacionales de la Universidad de Barcelona; Magíster en Investigación en Ciencia Política de la Universidad Autónoma de Barcelona; candidato a Doctor en Ciencia Política y Administración Pública de la Universidad Autónoma de Barcelona. Docente de la Universidad Sergio Arboleda, la Universidad de la Sabana y la Universidad de La Salle; investigador-docente de la Corporación Universitaria Unitec.



En honor al cielo y su movimiento (detalle)
Acrílico sobre lienzo
2 mt 20 cm x 1 mt 90 cm
2009