

## **LA RESPONSABILIDAD SOCIAL Y LA NORMA ISO 26000**

Maryelis Montero Serrano  
(maryelismontero@gmail.com)

Recibido: abril 2011 Aceptado: marzo 2012

### **RESUMEN**

Partiendo de diversas reflexiones sobre responsabilidad social empresarial y responsabilidad social universitaria, se presenta un análisis que abarca el enfoque que se le ha dado a la responsabilidad social como elemento importante a considerar dentro del ámbito educativo y a nivel organizacional para contribuir al logro del desarrollo económico y social. Se analizó como puede influir la norma ISO 26000 como guía de responsabilidad social en las organizaciones. La investigación realizada fue documental, bibliográfica, en relación a la revisión de documentos y textos, finalizando en un análisis interpretativo de los mismos.

**Palabras clave:** Responsabilidad Social, Responsabilidad Social Universitaria, ISO 26000

## **SOCIAL RESPONSIBILITY AND THE ISO 26000 STANDARD**

### **ABSTRACT**

Starting from some reflections about corporate social responsibility and social responsibility university presents an analysis covering the approach that has been given to social responsibility as an important element to consider within the educational and organizational level to contribute to economic and social. It has been analyzed how the ISO 26000 standard can influence as a guide for social responsibility in organizations. The research was documentary, bibliographic, in relation to the review of documents and texts, ending in an interpretative analysis of the same.

**Keywords:** Social Responsibility, University Social Responsibility, ISO 26000

## INTRODUCCION

En la actualidad la responsabilidad social se hace cada vez más necesaria en las organizaciones ya que las empresas socialmente responsables son más atractivas para: sus clientes, empleados e inversionistas. Además al combinar ganancias con principios, la responsabilidad social empresarial crea situaciones ventajosas para la empresa y la sociedad.

Por lo general, se considera que la relación calidad precio de los productos y servicios es el principal factor de competitividad empresarial. Actualmente son igualmente importantes otros atributos menos tangibles, tales como la reputación y la responsabilidad social. Estas permiten a la empresa diferenciarse de su competencia, incrementar su productividad, disminuir sus costos y riesgos así como acceder a nuevos mercados y clientes a través de la protección de su entorno y del establecimiento

de relaciones de confianza con los individuos y grupos con los que interactúan.

Por ello, la responsabilidad social no es algo que pueda incorporarse a la gestión de las empresas de manera facultativa, sino más bien imperativa, pues el bienestar de la comunidad en la que realizan su giro influye en aquéllas de manera significativa. En este sentido, la responsabilidad social de una empresa debe tener como foco principal determinadas acciones que consiguen impactar positivamente a la comunidad, pero que al mismo tiempo se traducen en un incremento de valor para la empresa y sus accionistas. Se debe concretar en el quehacer cotidiano de las organizaciones a través del proceso de toma de decisiones que se reflejan en las prácticas o acciones para establecer relaciones de confianza con sus grupos de interés, controlar los impactos económicos, sociales y ambientales de sus actividades, incrementar la transparencia sobre su desempeño económico, social,

ambiental de manera de poder aprovechar las ventajas competitivas que la adopción de estas prácticas puede ofrecerle para asegurar la sustentabilidad de su negocio y del entorno. Es decir, hacer y adoptar buenas prácticas de responsabilidad social se puede traducir en mejoras en la competitividad de la empresa si ésta sabe aprovechar las oportunidades y gestionar los riesgos

### **Responsabilidad Social Empresarial**

Responsabilidad social empresarial es un concepto que implica la necesidad y obligación de las empresas e instituciones que desarrollan algún tipo de actividad económica, de mantener una conducta respetuosa de la legalidad, la ética, la moral y el medio ambiente. Es el compromiso de la empresa en la contribución al desarrollo sostenible; lo cual implica la adopción de una nueva ética en su actuación en relación a la naturaleza y la sociedad, un motivo de solidaridad, el sentido de

responsabilidad por salvar las condiciones que sustentan la vida en el planeta, el tributo la calidad de vida de los grupos de interés sus familias y la comunidad.

Las empresas por tanto, no solo desempeñan una función económica, sino además una función social y ambiental, que se valora en diversos aspectos tales como la calidad de vida laboral, el respeto y protección a los recursos ambientales, el beneficio a la comunidad, la comercialización y marketing responsables y la ética empresarial.

En este orden de ideas, Vives, (2004), afirma que la responsabilidad social empresarial, consiste en "...prácticas de la corporación que, como parte de la estrategia corporativa, en complementariedad y apoyo de las más importantes actividades empresariales, busca evitar daño y promover el bienestar de "stakeholders" (clientes, proveedores, empleados, fuentes financieras, la comunidad, el gobierno y el medio ambiente); a través de cumplir con reglas,

regulaciones y voluntariamente ir más allá de ellas".

La responsabilidad social es probablemente uno de los más complejos retos que la gestión organizacional ha de enfrentar, el éxito en este caso radica en la habilidad para prosperar, de una manera responsable, y en trabajar con otros actores sociales y económicos para lograr modificaciones en el sistema económico, en sentido general, además del logro de los objetivos económicos; la aportación de beneficios al individuo, a los colaboradores y a la comunidad; el cumplimiento cabal de los principios éticos, de la normatividad legal; la capacitación de los empleados, no sólo en asuntos relacionados con su desempeño laboral, sino también en aspectos relacionados con el mejoramiento personal, familiar y social; el aseguramiento de las condiciones laborales y de salud de las personas; así como la consideración de las decisiones en función de cuestiones éticas y ambientales.

### **Ventajas de la responsabilidad social para la empresa**

Además de contribuir a la sociedad, a la conservación y protección de los recursos naturales y al medio ambiente en general; la responsabilidad social empresarial resulta con frecuencia también favorable para la empresa en términos económicos; representando una inversión que repercute en beneficios financieros, produciendo retornos en utilidades a largo y mediano plazo.

La responsabilidad social empresarial favorece la confianza, el sentido de pertenencia de los empleados, lo cual permite que aumente la disposición hacia el trabajo, que disminuya la rotación de personal y por consiguiente los costos de reclutamiento; se beneficia la calidad y con ella la satisfacción de clientes. Además, se mejora la imagen de la empresa, lo que contribuye a mantener la clientela y el acceso a nuevos mercados; se incrementa el apoyo de la comunidad y de autoridades locales, lo cual facilita el flujo de procedimientos y la

seguridad; se reduce, recicla y reutilizan muchos recursos, permitiéndose así el ahorro de grandes sumas, la recuperación de inversiones y la optimización de recursos. Todo esto contribuye a la disminución de los gastos, el aumento de la productividad y el logro de las metas de la organización.

En pocas palabras la responsabilidad social produce reducción de costos operativos, mejora la imagen de la marca en el mercado y logra mayor identidad y sentido de pertenencia de sus colaboradores. La aplicación de programas de responsabilidad social, mejora el desempeño financiero, aumenta la lealtad de los consumidores e incrementa las ventas, aumenta la productividad y calidad, mejora la capacidad para retener y contratar a los mejores empleados y favorece el acceso a capitales de las empresas. (Correa, 2004).

### **Responsabilidad social Universitaria.**

Según Vallaey (2009), se entiende por responsabilidad social

universitaria la capacidad que tiene la universidad de difundir y poner en práctica un conjunto de principios y valores a través de cuatro procesos clave: docencia, investigación, extensión y gestión.

Por lo antes expuesto, se debe reflexionar cuidadosamente acerca de qué significa la responsabilidad social universitaria y sobretodo qué cambios implica en el modo habitual de considerar a la “participación y proyección social” desde la universidad. Es obvio que las Universidades no pueden quedarse alejadas de la reflexión sobre responsabilidad social, que ya muchas empresas han desarrollado durante los últimos años, no sólo porque ellas también son organizaciones, sino porque además les toca formar a los futuros profesionales que laborarán en las empresas, al ciudadanos cuya responsabilidad social será promover democráticamente los derechos humanos, y a los futuros funcionarios que tendrán a su cargo el bien común en este mundo globalizado.

En este orden de ideas, Guédez (2008), plantea que la toma

de decisiones gerenciales es una de las tareas fundamentales que exige la responsabilidad social, para demostrar la capacidad institucional de cooperar solidariamente y garantizar un futuro social que haga justicia a las necesidades del contexto, así como las circunstancias del entorno natural y humano. Las organizaciones universitarias, como promotoras de cambio social, deben tomar consciencia sobre la alta concentración de la riqueza y las consecuencias que este fenómeno produce. Las instituciones universitarias, en cuanto a organización social, tradicionalmente ha respondido a la sociedad según sus necesidades y expectativas. Los cambios sociales, económicos y políticos producidos en el mundo a mediados del siglo XX, hizo necesaria una adaptación y reestructuración de los pilares que sustentaban y daban sentido a la universidad.

La responsabilidad social universitaria está encaminada hacia una política de mejora continua de la Universidad que tiene que ver con el

cumplimiento efectivo de su misión social mediante cuatro procesos:

- Gestión ética y ambiental de la institución.
- Formación de ciudadanos conscientes y solidarios.
- Producción y Difusión de conocimientos socialmente pertinentes.
- Participación social en promoción de un Desarrollo más equitativo y sostenible.

Para desarrollar un proceso de mejora continua en las universidades es necesario implementar una serie de estrategias específicas socialmente responsables como por ejemplo: la participación integrada de los grupos de interés internos y externos en el cometido de la universidad; la articulación de los planes de estudios, la investigación, la extensión y los métodos de enseñanza con la solución de los problemas de la sociedad y por último el autodiagnóstico regular de la institución con herramientas apropiadas de medición y comunicación para la rendición de cuentas hacia los grupos de interés.

Vallaes (ob.cit.), comenta que la responsabilidad social universitaria al igual que la empresa ha debido superar el enfoque filantrópico de la inversión social (como gasto extra) para entenderse a sí misma bajo el nuevo paradigma de la Responsabilidad Social, la universidad debe tratar de superar el enfoque de la proyección social y extensión universitaria como apéndices bien intencionados a su función central de formación estudiantil y producción de conocimientos, para poder asumir la verdadera exigencia de la “Responsabilidad Social Universitaria”.

Este planteamiento, obliga a reflexionar a las instituciones universitarias sobre sus actuaciones en el entorno social, deberían hacer un análisis de su responsabilidad en lo referente a culpabilidad en los problemas crónicos de la sociedad, dar respuestas a los problemas que afectan a ese nuevo ciudadano que se encuentra atrapado en una tormenta de problemas, en una constante incertidumbre porque la mayor parte de la humanidad trata

de sobrevivir sin ninguna orientación en la solución de sus problemas.

### **Resistencias hacia la Responsabilidad social Universitaria.**

Es necesario acotar que existe cierta resistencia hacia la responsabilidad social universitaria: la primera tiene que ver con la barrera paradigmática debido a la confusión con el paradigma de la extensión universitaria ya que por lo general se tiende a confundir con la responsabilidad social, esta misma confusión se presenta a nivel empresarial con la filantropía. La segunda barreras institucionales hacia el cambio tiene que ver también con la poca flexibilidad de la Universidad. Por último la barrera ideológica tiene que ver con el temor a la visión empresarial en la universidad.

La medición de la Responsabilidad Social (RS) en la Universidad es un tema complejo. No es una tarea fácil porque no se tiene una claridad común respecto a qué es la Responsabilidad Social aplicada a la Educación Superior.



Sin embargo en el ámbito organizacional empresarial en el que con el concepto responsabilidad social, tiene que ver con una buena gestión integral que incorpora lo legal, la organización laboral, las declaraciones corporativas, la publicidad, y el impacto hacia la comunidad de su acción empresarial. Para ella, medir es un eje primordial que genera diagnóstico y vías de mejora que dan razón y cuenta pública de su identidad y prácticas éticamente correctas ante las demás empresas, organizaciones y sociedad en general. Instrumentos más conocidos son las normas de certificación, sin embargo, en lo referente a responsabilidad social a finales del 2010 sale a luz pública la norma ISO 26000 como guía de apoyo a la responsabilidad social. Lo que marca la diferencia con las otras normas ISO es que no es una norma certificable.

Esta última norma concibe la responsabilidad social como una dimensión constitutiva y por tanto medible y verificable para toda organización de la sociedad civil.

Así, hablar de Responsabilidad Social en la Universidad necesariamente debe alinearse con el proceso y espíritu de este marco conceptual. Eso no quiere decir, frente a sus críticos que entonces equiparamos la universidad a una empresa, sin embargo es necesario que la universidad se vea como una organización social más, y que por lo tanto está sujeta a sus regulaciones legales, a las expectativas sociales respecto a su capacidad de generar bienes públicos, no como una extensión de su hacer, sino como comprensión y articulación integral de lo que le es propio: formar profesionales y construir conocimiento crítico y útil para el desarrollo social. Y por último debe dar cuenta pública de ello.

### **La ISO 26000 y la Responsabilidad Social**

La Responsabilidad Social de acuerdo a esta norma ISO 26000, ahora se define como la responsabilidad de una organización por los impactos de sus decisiones y actividades -esto incluye productos y servicios, área de influencia y

responsabilidad en la cadena de producción- en la sociedad y en el medio ambiente. Todo esto a través de una conducta ética que debe cumplir con: con el desarrollo sostenible, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad; tomar en cuenta las expectativas de las partes interesadas; cumplir con las leyes y sea compatible con las normas internacionales de conducta; y sea integrada en la totalidad de la organización y puesta en práctica en todas sus relaciones.

Para Puterman (2010) la norma ISO 26000 tiende a convertirse en una poderosa herramienta para ayudar a las empresas, gobiernos, asociaciones, entidades y organizaciones no gubernamentales para incorporar la responsabilidad social como un principio de buena gestión, contribuyendo así a un uso más consciente y sostenible de los recursos naturales y humanos.

### **Principios de la Responsabilidad Social en las Norma ISO 26000**

Dentro de la norma ISO 26000 se encuentran los siete principios de responsabilidad social, esto con la

idea de que una organización adopte una conducta socialmente responsable. PoR lo cual, se hace necesario señalar los siete principios básicos de responsabilidad social que, según la guía ISO 26000 aconseja adoptar, a fin de facilitar la integración de la responsabilidad social en toda la organización. La importancia de estos principios es la misma para todos, es decir, que ninguno tiene prioridad sobre otro.

A se hace referencia a cada uno de los siete principios de manera de tener un poco más claro lo que enfoca cada uno de ellos:

- **Rendición de cuentas**

La rendición de cuentas es una cuestión fundamental para poder llevar a cabo una correcta integración de la responsabilidad social. La ISO 26000 invita a la organización a rendir cuentas por los impactos económicos, sociales y ambientales de su actuación, lo cual también implica asumir responsabilidad por sus impactos negativos y el compromiso de tomar las medidas pertinentes para repararlos y evitar repetirlos. La Guía

también invita a las organizaciones a aceptar el escrutinio público de sus actividades y a asumir un papel activo en responder a dicho escrutinio.

- **Transparencia**

El argumento de que las organizaciones deben operar con transparencia ha ido ganando relevancia en el ámbito de la responsabilidad social. La ISO 26000 aconseja a las organizaciones ser transparentes en aquellas actividades que desarrolla y afectan a la sociedad y al medio ambiente. De este modo, sugiere que la organización debería suministrar toda la información que requieran las partes interesadas, en un lenguaje accesible e inteligible. El principio excluye, sin embargo, que se publique la información protegida por la propiedad intelectual o la que pueda causar incumplimientos de obligaciones legales.

- **Comportamiento ético.**

La responsabilidad social de una organización tiene mucho que ver con la ética de su comportamiento. Por ello, la ISO 26000 postula que,

para tener un impacto verdaderamente positivo en el desarrollo sostenible, la organización debería regirse por criterios de honestidad, equidad e integridad, lo que significa que la empresa no debería perseguir únicamente el beneficio económico, sino también tratar de maximizar los impactos positivos en su entorno social y medioambiental, y minimizar los negativos.

- **Respeto a los intereses de las partes interesadas.**

La Guía señala que la organización debería respetar y atender los intereses y requerimientos de las partes interesadas. Esto es así porque, aun cuando los objetivos de una empresa puedan circunscribirse a los intereses de sus dueños, existe un conjunto de actores o partes interesadas que, si bien no forman parte de la empresa, tienen unas necesidades y unos intereses legítimos que pueden verse afectados por las actividades de la empresa. La ISO 26000 recomienda tener en cuenta a estos grupos de

interés a la hora de operar y tomar decisiones.

- **Respeto al principio de legalidad**

La ISO 26000 aconseja respetar el principio de legalidad o supremacía del derecho, lo que pasa por reconocer que ningún individuo u organización tiene la potestad de actuar fuera de la ley. En el ámbito de la responsabilidad social, el respeto al principio de legalidad significa que la organización debería respetar y cumplir las leyes y regulaciones aplicables y, por tanto, debería tomar las medidas necesarias para estar al corriente y cumplir la legislación vigente en materia de responsabilidad social.

- **Respeto a la normativa internacional de comportamiento**

Más allá del cumplimiento de la ley de los países en los que opera, la ISO 26000 invita a respetar la normativa internacional de comportamiento aun cuando la normativa nacional, a la que esté sujeta, no contemple las salvaguardas sociales y medioambientales. Y para el caso de que la ley de su jurisdicción entre en

colisión con la normativa internacional, la organización debería revisar la naturaleza de sus relaciones y actividades en esa jurisdicción y evitar ser cómplice de comportamientos que no sean compatibles con la normativa internacional de responsabilidad social.

- **Respeto a los derechos humanos**

Finalmente, la guía apunta que la organización debería respetar los derechos humanos, así como reconocer su importancia y universalidad, es decir, que estos derechos son aplicables a todos los individuos de todos los países y culturas. Y, en el caso de que los derechos humanos no sean garantizados en su ámbito de actuación, bien sea por un vacío legal o por prácticas inadecuadas, la organización debería hacer todo lo que esté a su alcance para respetar y proteger esos derechos.

Como se acotó anteriormente dentro de los tópicos clave que aborda la ISO 26000 como parte de los principios de responsabilidad social es el de transparencia, como

uno de los valores que las organizaciones deben desarrollar con más perseverancia y que pone en juego otras cuestiones de importancia, como su reputación corporativa.

Es importante, señalar que la ISO 26000 establece en lo que se refiere a la transparencia lo siguiente:

- Una organización debería ser transparente en sus decisiones y actividades que impactan en la sociedad y el medio ambiente.
  - Además, debería revelar de forma clara, precisa y completa y en un grado razonable y suficiente la información sobre las políticas, decisiones y actividades de las que es responsable, incluyendo sus impactos conocidos y probables sobre la sociedad y el medio ambiente.
  - La información debería estar fácilmente disponible y ser directamente accesible y entendible para aquellos que se han visto o podrían verse afectados de manera significativa por la organización.
- Debería ser oportuna y basada en hechos y presentarse de manera clara y objetiva, para permitir que las partes interesadas evalúen con exactitud el impacto que las decisiones y actividades de la organización producen sobre sus respectivos intereses.

Sin embargo, el principio de transparencia no exige que la información protegida por derechos de propiedad se haga pública, así como tampoco exige que se proporcione información privilegiada o que pudiera producir incumplimientos de obligaciones legales, comerciales, de seguridad o de privacidad de las personas. En este orden de ideas, una organización debería ser transparente en cuanto a: el propósito, naturaleza y localización de sus actividades; así como a la manera en que se toman, implementan y revisan sus decisiones, incluyendo la definición de roles, responsabilidades, formas de rendir cuentas y autoridades en las diferentes funciones de la organización

### **Características más relevantes de la ISO 26000**

Es necesario tener claro cuáles son las características más importantes que presenta la guía de la ISO 26000, las cuales se presentan a continuación:

- Desde el punto de vista del alcance geográfico, es una norma global, pensada para todo el mundo; se dirige a todo tipo de organizaciones, sin importar si operan en países desarrollados o en países en desarrollo.
- Es un estándar único, aplicable tanto a empresas comerciales como a instituciones públicas, sindicatos, partidos políticos, organizaciones sin ánimo de lucro, pueden ser también grandes y pequeñas, de hecho, la ISO 26000 no habla de empresas, sino de organizaciones. De alguna manera, esto confirma que la responsabilidad social no es sólo corporativa o de la empresa, sino de todas las organizaciones de la sociedad.
- Ha sido elaborada por consenso (que no significa unanimidad). Esto no garantiza una aceptación total,

pero sí, al menos, una oposición moderada.

- Como consecuencia de todo lo anterior, ofrece una idea universal de la responsabilidad social. Aunque esta concepción ha sido criticada, la idea de que existe una única RS para todo tipo de organizaciones, en todos los sectores y en todos los países, viene reforzada por esta guía.
- La ISO 26000 no es una norma jurídica, de cumplimiento obligatorio. Es decir, lo que contiene son orientaciones, no requisitos. Su lenguaje es el de la recomendación (las organizaciones “deberían” hacer tal o cual cosa), no el de la imposición (las organizaciones “deben” hacer esto o aquello).
- Es, pues, una norma voluntaria. De alguna manera, se confirma el punto de vista ampliamente mayoritario entre expertos y empresarios de que va más allá de la ley.
- No está elaborada para ser certificada: como no establece especificaciones obligatorias, no puede afirmarse si una

organización cumple o no lo que dice la norma y, por tanto, un auditor externo no puede certificarlo.

- No es un sistema de gestión, y es compatible con otras normas y/o sistemas de gestión ya existentes o que puedan crearse en el futuro, tanto en el ámbito de la RS como en otros: calidad, salud e higiene en el trabajo, medio ambiente, derechos humanos, entre otras.
- Trata de hacer operativa la responsabilidad social. Asiste a las organizaciones en su implementación, mantenimiento y mejora de los marcos y estructuras.
- Ofrece una visión de conjunto de la responsabilidad social.
- Usa un lenguaje fácil de comprender y de usar. De esta forma, su uso no requiere de servicios especiales de consultoría, auditorías o procesos de formación.
- Contiene muchas sugerencias, ideas e indicaciones sobre cómo ponerla en práctica, desde la elaboración de los grandes

objetivos de la organización, la identificación y el compromiso con las partes interesadas, hasta las últimas etapas de la RS, como la comunicación, la mejora continua y la credibilidad de los informes y declaraciones de responsabilidad social.

En este orden de ideas, la ISO 26000 identifica algunas materias fundamentales de responsabilidad social que toda organización debería considerar en su estrategia de integración de la responsabilidad social son: Gobernanza de la organización (todo debe, en principio, apoyarse en los criterios y procesos de gobierno de la misma); derechos humanos; prácticas laborales; medio ambiente; prácticas justas de operación (referidas a corrupción, competencia, cadena de valor, entre otras.); asuntos de consumidores; y participación activa en la comunidad y desarrollo de la misma. Estas materias son, de algún modo, los ámbitos en los que la organización debe centrar su atención a la hora de tratar de actuar

responsablemente. En cada una de estas materias fundamentales se incluyen unos asuntos a tener en cuenta por la organización, pero que no necesariamente debe desarrollar, bien porque no los considera relevantes (el problema de la corrupción puede no llamar la atención de un supermercado local, aunque sea de particular importancia para una empresa constructora que lleve a cabo actividades en diversos países), o porque no resulten prioritarios (una agencia de viajes probablemente deberá atender antes las necesidades de sus clientes que su impacto sobre el calentamiento global).

La ISO 26000 recomienda abordar las materias fundamentales de un modo integral, esto es, reconocer que todas son igualmente importantes y se interrelacionan entre sí. De este modo, al emprender acciones dirigidas a mejorar un determinado asunto, la organización debería cerciorarse de que no se está afectando negativamente a otro.

## **CONCLUSIÓN**

Según este señalamiento, en cuanto a la responsabilidad social universitaria (RSU) son todos los sectores universitarios quienes tienen la responsabilidad de impulsarla. Una forma inmediata de impulsar la responsabilidad social es fortaleciendo los valores, afianzando una conducta moral como máxima expresión del desarrollo en las instituciones universitarias, donde tanto la planta profesoral como las autoridades académicas y las comunidades del entorno se aboquen al rescate de ese nuevo ciudadano que egresa de la universidad al campo laboral en búsqueda de una mejor calidad de vida

La Guía de responsabilidad social ISO 26000 constituye la primera herramienta universal para integrar un comportamiento socialmente responsable en las organizaciones. Cada organización deberá llevar a cabo un proceso de reflexión sobre cuál es su responsabilidad social sea materia fundamental en cada asunto, y convertir esa reflexión, si procede, en decisiones concretas.



Es necesario que las organizaciones públicas o privadas tomen la guía de ISO 26000 como una valiosa fuente de información a ser incorporada en la empresa, incorporándola de manera voluntaria ya que ayudará de alguna manera a establecer el rumbo de una organización que desee ser responsable socialmente y además ésta contribuiría de manera positiva a la obtención de resultados creando ventajas competitivas.

Ahora bien, a pesar de todos los esfuerzos, programas, estrategias, iniciativas y experiencias concretas que se han implementado de responsabilidad social empresarial; éstas no resultan aún suficientes para lograr la solución de la actual crisis socio-ambiental que enfrenta el planeta. Para alcanzar el objetivo de una verdadera sostenibilidad del modelo de desarrollo socioeconómico, resulta imprescindible la actuación desde una perspectiva sistémica, orientada precisamente hacia el cambio estructural y funcional del actual

sistema social, económico y político, que predomina en el planeta.

## **BIBLIOGRAFÍA**

Correa. María Emilia (2004). Responsabilidad social empresarial: una nueva forma de hacer negocios. Revista Futuros No. 6. Volumen 2.

François Vallaëys (2005)

Marco Teórico de  
Responsabilidad Social  
Universitaria. Paidós. Buenos  
Aires

González, Marta (2005). El porqué de la responsabilidad social corporativa. Boletín Económico de ICE N° 2813

Guédez, Víctor (2006) "Ética y práctica de la responsabilidad social empresarial. El aporte de la empresa al capital social" Editorial Planeta (Venezuela).

Guédez; Víctor (2008) "Ser confiable. Responsabilidad social y reputación empresarial". Editorial Planeta (Venezuela)

Guédez, Víctor (Compilador) (2010) "La RSE: visiones complementarias". En imprenta: se estima su salida en Julio del

presente año. Editado por Alianza Social de Venamcham.

Navarro García, Fernando (2008). Responsabilidad Social Corporativa. Teoría y Práctica. ESIC Editorial.

Puterman, P (2008) "La LOCTI una oportunidad para la apropiación social del conocimiento. Derechos humanos y empresas venezolanas". Ediciones Paredes.

Puterman, P (2007) Una propuesta de Responsabilidad Social. Responsabilidad social empresarial. Teorías y experiencias. Ediciones Velea. Venezuela

Puterman, P (2009) "Guía mundial de responsabilidad social. Caso Venezuela". Internacional CSR.

Raich Mario, Dolan Simón L., (2009) Más Allá. Empresa y sociedad

en un mundo en transformación. Profit Editorial,

Restrepo Ramiro (2009) "Responsabilidad Social: Nueva Teoría, Nuevas Prácticas". Primera Edición: Universidad de San Buenaventura Medellín y la Asociación Colombiana de Relaciones de Trabajo Ascort. Segunda Edición: Septiembre de 2009 por parte Del ICONTEC

Vives, Antonio (2004), The Role of Multilateral Development Institutions in Fostering Corporate Social Responsibility, Sustainable Development Department, Technical Papers Series, Washington, D.C.: Inter-American Development Bank.