

RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN LAS EMPRESAS. CAMINO HACIA EL DESARROLLO SOSTENIBLE EN EL DESTINO.

Francisco Orgaz Agüera

Universidad de UTESA, República Dominicana.
Doctorando en Turismo por la Universidad de Sevilla, España.

Salvador Moral Cuadra

Investigador en Turismo.
Estudiante de Grado en Administración de Empresas, Universidad de Córdoba, España.

Pablo Cañero Morales

Investigador en Turismo.
Diplomado y Máster en Turismo.

RESUMEN

El desarrollo de la actividad empresarial genera importantes impactos económicos, sociales y medioambientales en un destino, tanto positivos como negativos. Así, en los últimos años se viene hablando de conceptos como el desarrollo sostenible y la Responsabilidad Social Corporativa (RSC), ambos aplicados a cualquier tipo de destino y empresas de un área geográfica. En este sentido, la RSC en las empresas ha alcanzado una gran importancia para alcanzar el desarrollo sostenible en un destino específico, y es considerada una herramienta de gestión empresarial, que tiene como objetivo la toma de decisiones a través de los valores éticos, el cumplimiento de los requisitos legales y el respeto hacia el medio ambiente, las personas y la sociedad.

PALABRAS CLAVE

Responsabilidad Social Corporativa; Desarrollo Sostenible; Empresas; Agentes Locales; Medio Ambiente.

ABSTRACT

The development of business activity generates impacts economic, social and environmental in a destination, both positives and negatives. So, in recent years there has been talk of concepts such as sustainable development and corporate social responsibility (CSR), both applied to any type of destination and business in a geographic area. So, the CSR in business has achieved great importance to sustainable development in a specific destination, and is considered a business management tool which aims at making decisions through ethical values, compliance legal requirements and respect for the environment, people and society.

KEYWORDS

Corporate Social Responsibility; Sustainable Development; Business; Stakeholders; Environment.

INTRODUCCIÓN

El desarrollo sostenible en los destinos o áreas geográficas, viene marcado, desde hace unos años, por acciones empresariales que respetan el medio ambiente y que creen nuevas oportunidades para el desarrollo socioeconómico de la población, sobre todo, a través de la creación de empleo.

Además de las acciones empresariales, esto también viene generado porque estamos ante un mundo donde la sociedad, cada vez, tiene más conciencia sobre los problemas tanto sociales, económicos y medioambientales que azotan el mundo, lo que está provocando que se actúe al respecto, y se busquen soluciones a estas problemáticas a través de diversas herramientas e iniciativas.

En este sentido, todos los agentes locales o *stakeholders* del destino tienen como misión trabajar bajo el concepto de desarrollo sostenible. Así, el desarrollo sostenible asegura que se respete el medio ambiente y se mejore la calidad de vida de la población, ayudando a evitar o minimizar los impactos económicos, sociales y medioambientales negativos que se puedan producir en un área geográfica a través de las operaciones de los diversos sectores productivos y de las conductas de la población en general.

En este aspecto, las empresas vienen desarrollando acciones sostenibles dentro de la organización. En este caso hablamos de lo que se conoce como Responsabilidad Social Corporativa (RSC). Este concepto hace referencia a la toma de decisiones empresariales basada en valores éticos, en el cumplimiento de las leyes y el respeto hacia el medio ambiente, las personas y la sociedad (Lindgreen *et al.*, 2009).

Además de responsabilidad social corporativa, muchos autores llaman a este término por otras denominaciones, como son responsabilidad social, responsabilidad empresarial, responsabilidad social empresarial o, simplemente, responsabilidad corporativa. También es común hacer referencia a este concepto con las siglas RSC, RS, RE, RSE o RC. En nuestro caso, en este artículo utilizaremos el término Responsabilidad Social Corporativa, o sus siglas, correspondientes RSC.

Así, muchos han sido los investigadores que han tratado temas referentes a la responsabilidad social corporativa y su relación con el desarrollo sostenible (Moreno y Capriotti, 2006; García, 2007; Marín y Ruiz, 2008; Svensson *et al.*, 2010; Kolk y Van Tulder, 2010; Herman *et al.*, 2012; Matos y Silvestre, 2013), aunque también se han hecho investigaciones, sobre otras acciones empresariales, que también mejorarían el desarrollo sostenible del destino o área geográfica (López-Guzmán y Sánchez Cañizares, 2009; Boons y Lüdeke-Freund, 2013; Orgaz Agüera, 2013).

En este sentido, el objetivo de este estudio es analizar la importancia de la responsabilidad social corporativa en la empresa, sobre todo, con el objetivo de mejorar el desarrollo sostenible en el destino donde se encuentra la organización.

Para ello, en este artículo se analiza primeramente los conceptos, características y consideraciones previas referentes a la responsabilidad social corporativa, los *stakeholders* y el desarrollo sostenible, para posteriormente establecer, en las conclusiones del estudio, una relación entre todos esos elementos.

La metodología empleada en esta investigación ha consistido en la revisión de la literatura académica y científica sobre responsabilidad social corporativa, los grupos de interés o *stakeholders* y el desarrollo sostenible.

Para cumplir los objetivos de esta investigación, este artículo se estructura, tras esta introducción, en un segundo apartado que trata sobre una introducción a la empresa. En un tercer apartado, se desarrolla la responsabilidad social corporativa en la empresa; en un cuarto apartado tratamos el concepto de grupos de interés o stakeholders. Posteriormente, en un quinto apartado, se muestra el concepto y consideraciones previas del término desarrollo sostenible; en un sexto apartado se tratan las principales conclusiones de este estudio; y, en un séptimo, y último, apartado, se muestran las referencias bibliográficas, por orden alfabético, utilizadas para elaborar este estudio.

LA EMPRESA: CONCEPTO Y CLASIFICACIÓN.

Una empresa hace referencia a una organización, institución o industria que se dedica a desarrollar actividades o perseguir fines económicos o comerciales, con la finalidad de satisfacer las necesidades de bienes o servicios de la demanda.

Así, las empresas han sido estudiadas por diversos investigadores (Svensson *et al.*, 2010; Basco y Pérez Rodríguez, 2011; Goel *et al.*, 2012).

Estas organizaciones han modificado sus finalidades, y de ser solamente económica, ahora, también tienen finalidades sociales. Esto se verá más desarrollado en el siguiente punto sobre la responsabilidad social corporativa.

En cuanto a la clasificación de las empresas, estas pueden ser de diversos tipos. A continuación se muestra. Así, según las relaciones que mantengan con otras organizaciones y con los clientes podemos hablar de empresas aisladas o redes de empresas.

Por su parte, según la actividad económica podemos mencionar empresas del sector primario (ganadería, agricultura, silvicultura, apicultura, acuicultura, caza y pesca), secundario (artesanía, construcción, energía, industria, etc.), terciario (turismo, finanzas, ocio, cultura, transportes, sanidad, educación, comunicaciones, servicios públicos, etc.) y cuaternario (investigación, consultoría, etc.). Otros, dentro de esta misma clasificación, hablan de empresas industriales (producen bienes), comerciales (intermediarias) o de servicios (transporte, turismo, salud, etc.).

En cuanto a su forma jurídica, las empresas pueden ser individuales, sociedades (sociedad anónima, sociedad colectiva, sociedad comanditaria, sociedad de responsabilidad limitada y sociedad por acciones simplificada) o cooperativas.

Según su tamaño, podemos hablar de microempresas (10 o menos trabajadores), pequeña empresa (11-49 empleados), mediana empresa (50-250 trabajadores) y gran empresa (250-1000 empleados).

Por su parte, y referente al ámbito de actuación, existen empresas locales, nacionales, multinacionales y transnacionales.

Además, existe también otra clasificación según la cuota de mercado que posean la organización, hablando de empresa aspirante, empresas especialista, empresa líder y empresa seguidora.

Por tanto, existen diferentes tipos y clasificaciones de organizaciones o empresas en los destinos.

Por último, todas las empresas, e independientemente del grupo o clasificación a la que pertenezcan, necesita para su desarrollo diversos recursos, que pueden ser tanto humanos como materiales. Al igual modo, toda empresa requiere tener un registro contable, que le ayude a conocer sus beneficios y costes, producidos por el desarrollo de la actividad empresarial.

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN LA ORGANIZACIÓN

En los últimos años se viene observando un importante cambio en la gestión empresarial, en el que los encargados de dirigir las empresas ya no solo se preocupan de maximizar los beneficios de éstas, sino que también son conscientes de que la empresa está en constante interacción con la sociedad y que existen intereses empresa-sociedad y sociedad-empresa con una reciprocidad manifiesta.

En este sentido, los empresarios han desarrollado nuevas políticas de gestión basadas en la llamada Responsabilidad Social Corporativa (RSC), en la que consideran a la empresa no solo como una mera herramienta para conseguir beneficios económicos (Caro González *et al.*, 2007), sino también como un agente social capaz de generar para el entorno en el que se localiza su actividad y agentes locales que tienen influencia en ella, un beneficio que va más allá de su balance económico anual.

En la actualidad, este término ha generado un gran interés para las organizaciones. Por este motivo, la responsabilidad social corporativa en la empresa se ha convertido en objetivo de estudio por parte de numerosos investigadores y académicos (García del Junco y Castellanos Verdugo, 1993; Pava y Krausz, 1996; De los Salmones *et al.*, 2005; Server Izquierdo y Villalonga Grañana, 2005; Caro González *et al.*, 2007; Marín y Ruíz, 2008; Kolk y Van Tulder, 2010; De Godos Díez, 2012; Herman, 2012), convirtiéndose este término en una materia de suma importancia en la gestión de las empresas. Es decir, estamos ante un fenómeno de gestión empresarial que se está imponiendo en la empresa durante los últimos años (Caro González *et al.*, 2007).

En este sentido, las empresas usan este concepto a menudo, si bien, cada una lo hace con interpretaciones diferentes y es por esto que la definición exacta y concisa del término responsabilidad social corporativa no parece estar muy clara para las empresas. Por este motivo, debemos plantearnos las siguientes cuestiones, ¿están las empresas poniendo en práctica las acciones correctas para generar beneficios más allá de sus propias finanzas?, ¿todas las empresas que usan este concepto en realidad están aplicando la RSC?, ¿algunas empresas lo usan únicamente como reclamo? y ¿la RSC es usada por las empresas como una herramienta de marketing? Por estos motivos, se hace necesario definir y acotar el concepto de responsabilidad social corporativa, para así poder analizarlo, conocer su situación actual y sus tendencias futuras.

En este aspecto, el concepto de RSC ha tenido variaciones en el tiempo. Si bien, podemos decir que la idea empieza a nacer en las antiguas Grecia y Roma, donde se ven indicios de ciertos principios fundamentales, como lo son la filantropía y la caridad, que rigen el actuar de las personas que viven en comunidad para hacer el bien social (Cancino y Morales, 2008). En este sentido, muchas son las definiciones que se han acuñado para referirse a este concepto desde mediados del siglo XX hasta la actualidad.

Así, a continuación vemos algunas de ellas, pudiendo observar definiciones desde la actualidad hasta aquellas otras acuñadas en el siglo pasado.

En este sentido, para el Observatorio de RSC (2013), *“responsabilidad social corporativa es la forma de conducir los negocios de las empresas que se caracteriza por tener en cuenta los impactos que todos los aspectos de sus actividades generan sobre sus clientes, empleados, accionistas, comunidades locales, medio ambiente y sobre la sociedad en general. Ello implica el cumplimiento obligatorio de la legislación nacional e internacional en el ámbito social, laboral, medioambiental y de derechos humanos, así como cualquier otra acción voluntaria que la empresa quiera emprender para mejorar la calidad de vida de sus empleados, las comunidades en las que opera y de la sociedad en su conjunto.”*

Por su parte, la Asociación Española de Contabilidad y Dirección de Empresas (AECA, 2013), define responsabilidad social corporativa como *“el compromiso voluntario de las empresas con el desarrollo de la sociedad y la preservación del medio ambiente, desde su composición social y un comportamiento responsable hacia las personas y grupos sociales con quienes interactúa. La responsabilidad social corporativa centra su atención en la satisfacción de las necesidades de los grupos de interés a través de determinadas estrategias, cuyos resultados han de ser medidos, verificados y comunicados adecuadamente. La responsabilidad social corporativa va más allá del mero cumplimiento de la normativa legal establecida y de la obtención de resultados exclusivamente económicos a corto plazo. Supone un planteamiento de tipo estratégico que afecta a la toma de decisiones y a las operaciones de toda la organización, creando valor en el largo plazo y contribuyendo significativamente a la obtención de ventajas competitivas duraderas.”*

Para la Comisión Europea (2002), la responsabilidad social corporativa hace referencia a la *“tendencia que integra aspectos medioambientales o sociales en la cultura de la empresa, de manera que aparezcan vinculados a sus líneas de negocio y se realicen involucrando a los diversos grupos de interés: accionistas, consumidores, trabajadores, empleadores, inversores, etcétera”*.

Además de estas definiciones desarrolladas por instituciones, el concepto de responsabilidad social corporativa también ha sido objeto de estudio por parte de numerosos académicos e investigadores, contribuyendo así a una larga lista de definiciones sobre RSC. A continuación observamos algunas de ellas.

Para Khurana (2010), la responsabilidad social corporativa *“es el compromiso de una empresa para operar de forma sostenible en las dimensiones económica, social y ambiental, además de equilibrar los intereses de las diversas partes interesadas”*.

Según Panwar et al., (2006), la responsabilidad social corporativa es una *“forma estratégica y proactiva de hacer negocios en un contexto específico con una filosofía sinérgica. Lo que significa que cuando las corporaciones definen sus estrategias, deben poner atención a los aspectos económicos, ambientales y sociales de una forma equilibrada”*.

Por su parte, Marrewijk (2003) define responsabilidad social corporativa como aquellas *“actividades voluntarias por definición, que demuestran la inclusión de preocupaciones sociales y medioambientales en la operación de los negocios y en su relación con sus stakeholders, en función de los niveles de ambición y sostenibilidad de la empresa”*.

Para Boatright (2000: 360), la responsabilidad social corporativa es *“la selección de metas corporativas y la evaluación de resultados no solamente por el criterio de ganancias y bienestar organizacional, sino por los estándares éticos o juicios de deseo social”*.

Según Epstein (1987: 104), *“la responsabilidad social corporativa trata principalmente de lograr que los resultados de las decisiones organizativas referentes a aspectos o problemas específicos (por algún estándar normativo) tengan efectos positivos en lugar de negativos en los stakeholders corporativos pertinentes. La corrección normativa de los productos de la acción corporativa ha sido el foco principal de la responsabilidad social corporativa”*.

Para Jones (1980: 59-60) la RSC *“es la noción de que las corporaciones tienen una obligación que debe ser voluntariamente adoptada con respecto a los grupos constituyentes de una sociedad tales como clientes, empleados, proveedores y comunidades vecinas y más allá de la prescrita por la ley y el contrato sindical”*.

Según Davies (1973: 312), la responsabilidad social corporativa hace referencia a *“la consideración de la empresa de, y en respuesta a, aspectos que van más allá de los estrechos*

requerimientos de la empresa...para lograr beneficios sociales junto con las tradicionales ganancias que la empresa busca".

Johnson (1971:51) habla de que RSC *"significa la persecución de objetivos socioeconómicos mediante la elaboración de normas sociales en los roles empresariales considerados; o, más sencillamente, los negocios se desarrollan dentro de un sistema socio-cultural que subraya los roles empresariales de forma particular en función de las situaciones particulares y se detiene en aquellos detalles que generan negocio"*.

Para Davis y Blomstrom (1966:12), la responsabilidad social corporativa *"se refiere a la obligación de la persona de considerar los efectos de sus decisiones y acciones en todo el sistema social. Los empresarios aplican la responsabilidad social cuando consideren las necesidades e intereses de otros que puedan verse afectados por acciones de las empresas"*.

Así, según Frederick (1960:60), la responsabilidad social corporativa *"significa que los empresarios deberían supervisar la operación de un sistema económico que satisfaga las expectativas del público. Y a su vez, esto significa que la economía de los medios de producción deben ser empleados de tal manera que la producción y la distribución deben mejorar el bienestar socioeconómico. La responsabilidad social en el análisis final implica una postura hacia el público, la sociedad, los recursos económicos y humanos y, la voluntad de ver que esos recursos se utilizan para fines sociales amplios y no sólo para los intereses de las personas privadas y empresas"*.

Por tanto, en la mayor parte de las definiciones que existen sobre responsabilidad social corporativa, se observa una visión dirigida a la empresa como agente económico, pero que además, busca mejorar la calidad de vida de sus empleados, mejorar el bienestar de la sociedad y respetar el medio ambiente, es decir, y según Caro González *et al.* (2007), la responsabilidad social corporativa va más allá de las consideraciones económicas de la organización o empresa.

Así, y a nuestro juicio, se puede definir responsabilidad social corporativa como la forma de gestión de las organizaciones, ya sean con vocación económica o no, que busca además de satisfacer sus propios objetivos, un compromiso con el entorno donde desarrolla su actividad empresarial. Esto es, incorporar en la propia cultura de la organización un compromiso con el medio ambiente y con todos los grupos de interés o *stakeholders* de ésta (accionistas, empleados, población local, ONGs, clientes, proveedores, competidores, etc...), promoviendo así la satisfacción de los intereses de la organización y la sociedad que la rodea en la actualidad y en el futuro.

Se extrae de esta definición una visión a largo plazo, dejando atrás la tradicional visión cortoplacista que solía caracterizar a las empresas en este aspecto. En este sentido, el viejo modelo de gestión empresarial basado en la maximización del beneficio para el accionista ha demostrado ser no sólo perjudicial para la sociedad en general sino también para los propios accionistas, especialmente aquellos con menor poder negociador y con intereses a largo plazo (De la Cuesta González, 2004). Además, con la implantación de estrategias de la responsabilidad social corporativa en las organizaciones se consigue una clara ventaja competitiva con respecto a los competidores. Aunque, y como ya hemos mencionado anteriormente, esto también puede ser considerada una estrategia de promoción y comercialización para la empresa.

Por esta razón, la responsabilidad social corporativa ha sido relacionada en muchas ocasiones con el marketing de la organización (Kyoo Kim *et al.*, 2012; Prasad y Holzinger, 2013). En este aspecto, muchos piensan que es una herramienta más de promocionar y comercializar las actividades o servicios de las empresas.

LOS STAKEHOLDERS Y SU IMPORTANCIA PARA LA EMPRESA

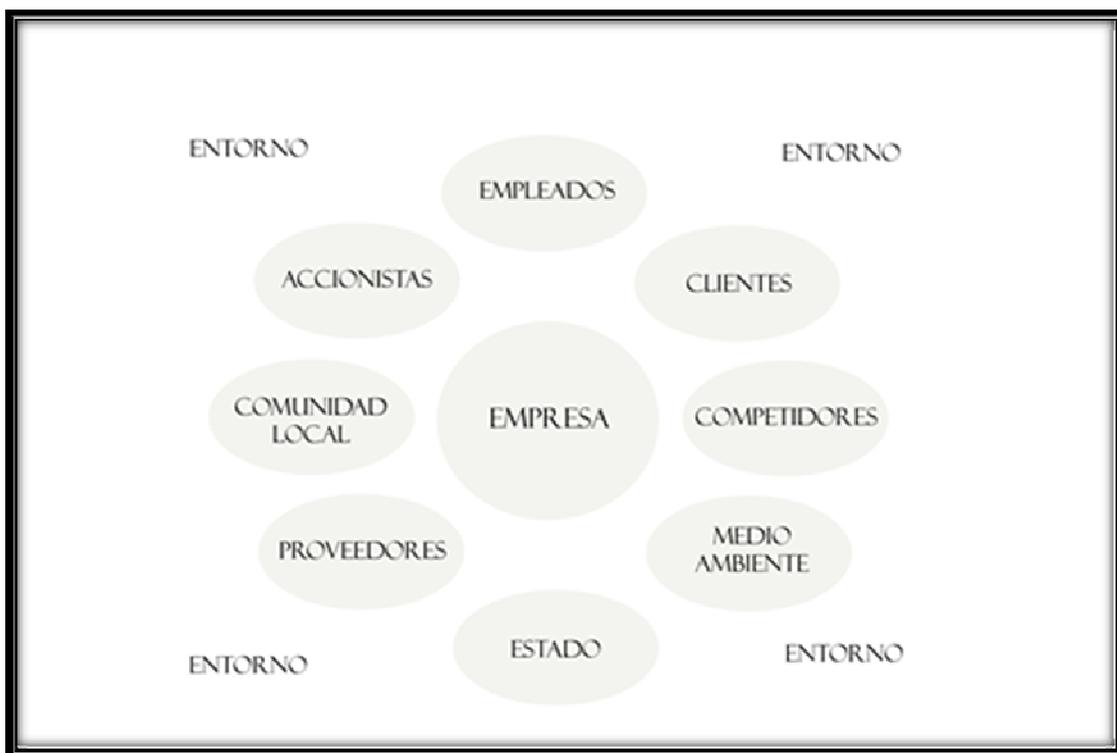
La teoría de los stakeholders ha sido estudiada y aplicada a la empresa por numerosos investigadores y académicos (Clement, 2005; Jeffery, 2005; Snep *et al.*, 2009; Kyj y Kyj, 2009; Neubaum *et al.*, 2012; Matos y Silvestre, 2013), desde que Freeman (1984) desarrollara esta teoría por primera vez (Brønn y Brønn, 2003).

Así, y según Freeman (1984), los grupos de interés o *stakeholders* hacen referencia a aquellos actores que pueden afectar o ser afectados por las actividades de una empresa. Esta es la definición que más aceptaciones ha tenido entre la comunidad científica.

En este sentido, y referente a la responsabilidad social corporativa, los grupos de interés o *stakeholders*, se configuran como un elemento de suma importancia para la puesta en práctica de acciones de la RSC. Estos tienen un papel activo, de forma que sus necesidades y expectativas sean consideradas en los procesos de toma de decisiones de las empresas (Moneva, 2005).

En la figura 1 se observa un mapa general de los grupos de interés o *stakeholders* en la empresa.

Figura 1. Grupos de Interés o Stakeholders en la empresa.



Fuente: Elaboración propia.

Los grupos de interés o *stakeholders* los podemos reducir de forma generalizada a los siguientes tipos. Estos son comunes a casi todas las empresas u organizaciones. Así, existen dos tipos de *stakeholders*: primarios y secundarios.

Los grupos de interés o *stakeholders* primarios son aquellos que tienen una relación directa con la organización. Algunos ejemplos son los empleados, consumidores o clientes, accionistas y proveedores, entre otros.

Por su parte, los grupos de interés o *stakeholders* secundarios, hacen referencia a aquellos grupos cuya relación con la organización no es directa, si bien, ejercen influencia en ella y se pueden ver afectados por las acciones de ésta. Este es el caso de los medios de comunicación, la Administración Pública, la comunidad local o residente, las instituciones financieras, los competidores, las Organizaciones No Gubernamentales (ONGs) o los agentes sociales, entre otros.

En este sentido, otros hablan de otros tipos de clasificaciones. Así, según la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA, 2007), los *stakeholders* se relacionan con la existencia de dos grandes modelos de gobierno corporativo: El modelo financiero o accionarial (*shareholders*) y el modelo pluralista o *stakeholder*.

Por su parte, Mitchell Ronald *et al.* (1997), dice que los *stakeholders* son actores (internos o externos) que afectan o son afectados por los objetivos o resultados de una organización, en diferentes grados, en la medida en que poseen entre uno y tres atributos básicos: Poder, legitimidad y urgencia. Todos aquellos actores que no presentan al menos uno de estos atributos, no son *stakeholders*.

Así, los grupos de interés o *stakeholders* son los elementos o factores que condicionan la toma de decisiones en las organizaciones. Así, cada organización actuará de manera diferente ya que cada una posee unos grupos de interés con necesidades diferentes y con un entorno cambiante continuamente.

Por lo tanto, toda empresa debe gestionar y planificar su actividad empresarial tomando en cuenta a todos aquellos actores que son o pueden ser afectados por el desarrollo de la actividad empresarial en el destino. Esto se hace indispensable e importante para conseguir un desarrollo adecuado, tanto interno como externo, de las actividades empresariales.

Todo esto, además, desemboca en el siguiente concepto a estudiar dentro de la estructura de este artículo, debido a que una adecuada gestión y planificación de la actividad económica en el destino, por parte de todos los *stakeholders*, contribuirá a un mejor desarrollo sostenible del área geográfica.

DESARROLLO SOSTENIBLE

El origen del concepto desarrollo sostenible se encuentra en el Informe Brundtland (1987), fruto de los trabajos realizados a través de la Agenda 21 (Comisión Mundial de Medio Ambiente y Desarrollo de Naciones Unidas). En este sentido, se entiende por desarrollo sostenible “*aquel desarrollo que responde a las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras de responder a las suyas*” (Urteaga, 2009).

Posteriormente a este evento, aparecieron más autores e investigadores que han desarrollado estudios sobre el concepto o características de este término (Munitlak Ivanovic *et al.*, 2009; Golusin *et al.*, 2011; Rae y Bradley, 2012), llevándolo, algunos de ellos, hacia otras áreas, como son la económica (Peng *et al.*, 2001), el comercio (Kukrety *et al.*, 2013), las finanzas (Bernard *et al.*, 2013), el medio ambiente (Mustafa Omer, 2008), la sociología (Smith, 2013) o el turismo (Shen *et al.*, 2008), entre otras.

En este sentido, según Gallopín (2010), el concepto de sostenibilidad hace referencia a un término que denota una capacidad de mantenimiento en el tiempo de una situación o condición, como puede ser, por ejemplo, la búsqueda de la explotación sostenible de un bosque, o bien de una ciudad sostenible, si bien, por contraposición, el concepto de desarrollo implica específicamente un cambio de situación o condición, y no de su mantenimiento. En este aspecto, dicho proceso de cambio puede o no ser sostenible.

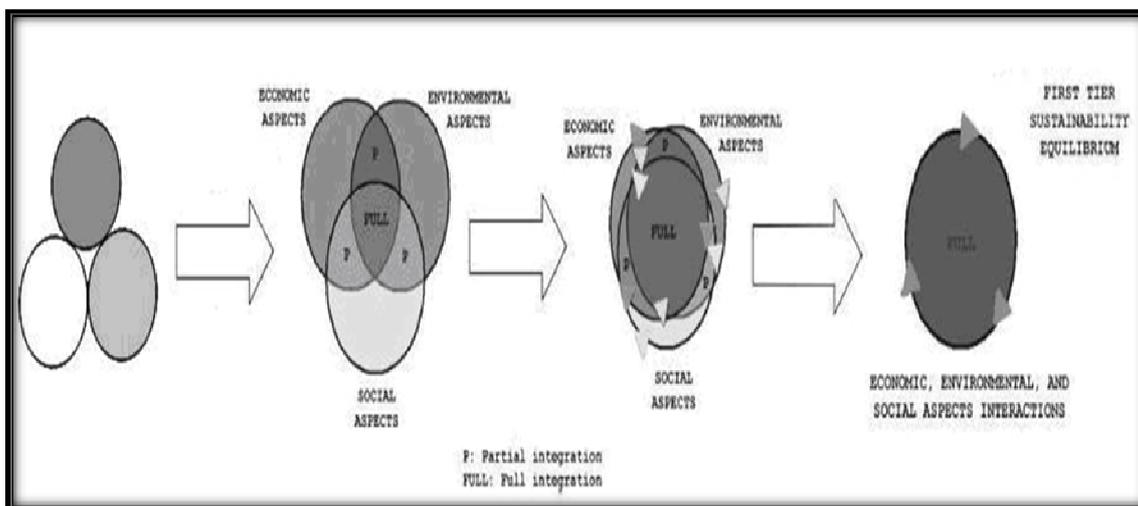
Así, en el caso de un proceso de crecimiento continuado del consumo de material, se observa que no es sostenible a largo plazo en un mundo finito, pero, en un proceso de desarrollo definido en términos del mejoramiento de la calidad de vida de los seres humanos puede ser sostenible si se centra en el despliegue de las potencialidades humanas, sociales, psicológicas y culturales.

Para ello, se debe hablar de lo que se denomina el triángulo de la sostenibilidad. A la hora de presentar el triángulo o los vértices de la sostenibilidad se ha decidido por hacerlo mediante los Diagramas de Venn (concéntricos y no concéntricos), destacando los tres vértices que lo componen: el vértice social, el vértice ambiental y el vértice económico. Aunque, en este sentido, puede aparecer un cuarto vértice: el político institucional. Esto ha sido constatado por algunos autores (Lozano, 2008).

En lo referente a los Diagramas de Venn, cabe citar que han sido utilizados por diversos autores en sus investigaciones y estudios (Chamizo, 1997; Spinelli y Testa, 2005; Bazán *et al.*, 2009).

Así, el Diagramas de Venn se trata de un modelo con un proceso dinámico, dividido en etapas sucesivas en el cual se integran las tres dimensiones iniciales básicas (Rocuts *et al.*, 2009). En este modelo, se parte de un sistema base (dibujo primero, figura 2) en el cual encontramos los subsistemas por sí solos. Avanzando (dibujo segundo, figura 2) encontramos el modelo inicial de la sostenibilidad el cual se muestra de manera estática, entrando ya su dinamismo (dibujo tercero, figura 2) debido a la interacción entre los tres componentes. Finalmente, el modelo final integrado (dibujo cuarto, figura 2) de sostenibilidad para un determinado período (figura 2).

Figura 2. Diagrama de Venn en el desarrollo sostenible.



Fuente: Lozano (2008)

En lo relativo a la dimensión social, parece existir una relación inversa entre la facilidad con que generalmente se interpreta el aspecto de lo medioambiental en el desarrollo sostenible, y con la dificultad de interpretar o simplemente de tratar los aspectos sociales de la sostenibilidad más allá del reducido ámbito que se le asigna al término de responsabilidad social corporativa (Lozano, 2008).

Así, para que el desarrollo sea socialmente sostenible implica una serie de premisas básicas, como pueden ser una redefinición conceptual de lo medioambiental, debido a que desde este nuevo prisma no es posible hablar de medioambiente sin considerar a las personas y a los comportamientos humanos, tanto individuales como colectivos.

Así, es indispensable establecer una serie de estrategias, como:

- Desarrollo justo: Todos los seres humanos tenemos los mismos derechos, y por tanto, todos somos iguales.
- Conductas antisociales: A los recursos tienen acceso todas las personas de igual manera, independientemente de sus estatus social, raza, etc.
- Solidaridad interterritorial: Todos los territorios tienen el mismo derecho a crecer, ya sea desarrollados o subdesarrollados.
- Solidaridad intergeneracional: Podemos hablar de que el planeta no es de nosotros, sino de las generaciones futuras, y por ello, se debe conservar para su disfrute. Es decir, debemos concebirlo como un préstamo que dejamos a las generaciones venideras.

Por su parte, la dimensión ambiental se fundamenta en el mantenimiento de la integridad, y por lo tanto, de la productividad a largo plazo de los sistemas que mantienen la infraestructura ambiental, y por extensión, la vida en el planeta (Mesino Rivero, 2007). En este sentido, la sostenibilidad ambiental requiere el uso de los bienes ambientales de tal forma, que no disminuya la productividad de la naturaleza, ni la contribución general de los bienes y servicios ambientales al bienestar de la sociedad.

Para ello, se han establecido una serie de estrategias, como son:

- Uso sostenido de los recursos: El consumo de los recursos no renovables debe ser limitado, y el de los renovables, sostenible. Por tanto, los recursos renovables y no renovables tienen la misma importancia, y ambos, se deben consumir sosteniblemente.
- Funciones de absorción: Tener en cuenta los factores que producen diversas contaminaciones (agua, aire, suelo o acústica), y desarrollar estrategias para evitarlos o minimizarlos.
- Capital natural: Los recursos naturales deben mantenerse en el tiempo, y por tanto, aquellos que son usados, deben regenerarse.

Finalmente, en lo referente a la dimensión económica de la sostenibilidad, cabe destacar la necesidad de que las sociedades se encaminen por sendas de crecimiento económico que generen verdaderos ingresos en las comunidades locales, evitando políticas a corto plazo que provoquen el empobrecimiento a largo plazo, como por ejemplo, el severo endeudamiento externo.

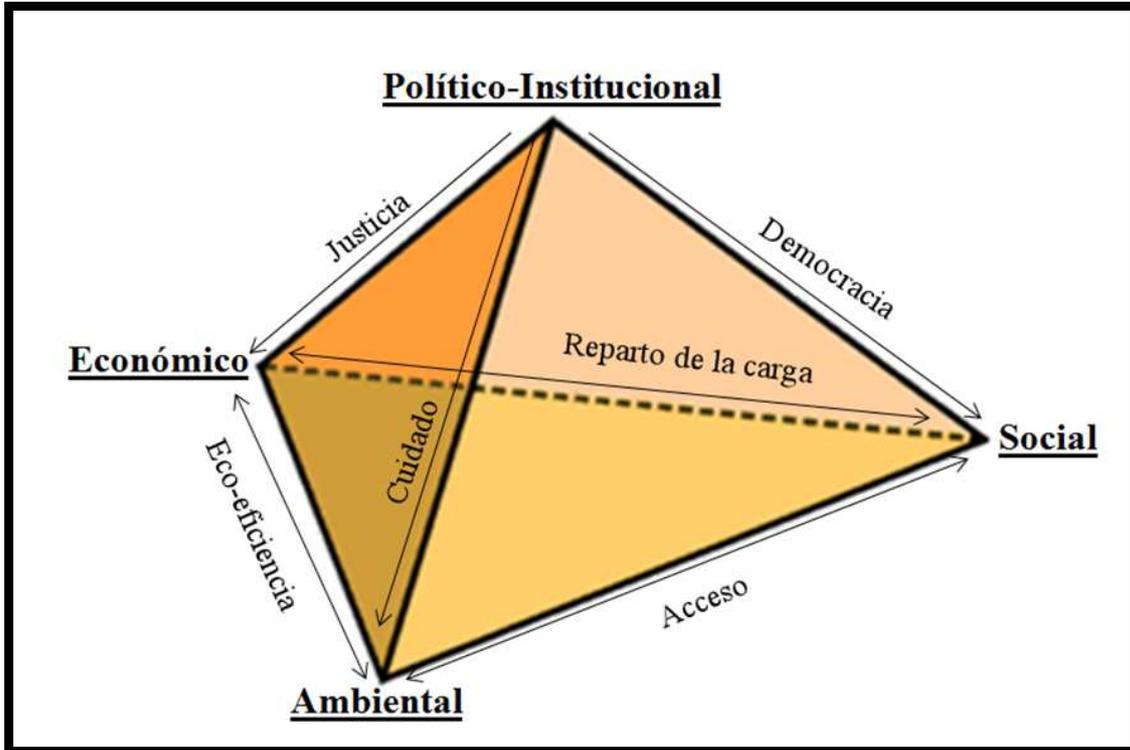
Además, todo esto exige la internalización de todos los costes relacionados con la producción y la disposición de bienes, incluyendo también, dentro de estos costes, los sociales y los medioambientales.

Así, las posibles estrategias para poder alcanzar todos estos objetivos, son:

- Sana administración macroeconómica: Entre las medidas a tomar se encuentra una aplicación de políticas fiscales prudentes, así como el mantenimiento a largo plazo de la balanza de pagos.
- Crecimiento con alivio de la pobreza: El desarrollo empresarial de un destino debe contar con mano de obra y empresarios locales, con la misión de mejorar el desarrollo socioeconómico de la población local. Esto se hace más relevante en los países en vías de desarrollo.
- Producción Agrícola: Fortalecer la seguridad en el suministro de alimentos, mejorar la inversión pública en la agricultura, administrar adecuadamente las cuencas hidrográficas y mejorar la reforestación del destino, son acciones que mejoran el desarrollo sostenible medioambiental.

Una vez vistas las diversas interpretaciones de la sostenibilidad desde el punto de vista de las diferentes dimensiones básicas, como son la social, la económica y la ambiental, puede surgir la pregunta ¿cómo podemos llevar a cabo la consecución de las acciones y de los objetivos propuestos?. La respuesta a esta pregunta la obtenemos con la aparición del cuarto vértice, la cuarta dimensión que está directamente relacionada con la dirección y con la toma de decisiones: la dimensión político-institucional (figura 3).

Figura 3. Vértice político-institucional de la sostenibilidad.



Fuente: Rocuts et al. (2009).

A través de la aparición de esta cuarta dimensión, la empresa debe tratar de conseguir sus objetivos empresariales, además de conseguir los objetivos sociales, económicos y ambientales, que mejoren los resultados de las empresas, tanto interna como externamente, entre todos los *stakeholders* implicados en el desarrollo de la actividad empresarial. Por lo tanto, esto se relaciona con el concepto de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) de la empresa.

CONCLUSIONES

El análisis de la revisión de la literatura para desarrollar este estudio, pone de manifiesto que, desde hace años se viene hablando del concepto de sostenibilidad o desarrollo sostenible, como un término que aplicado, en cualquier ámbito, sector o empresa, puede ayudar a mejorar el desarrollo de un área geográfica o destino.

En concreto, este término se asocia, tras una aplicación correcta en el destino o empresa, con el desarrollo socioeconómico de las comunidades locales y la conservación y respeto hacia los recursos naturales y el medio ambiente.

Así, en el término empresarial, también se habla de un concepto que busca, además de generar beneficios económicos para las organizaciones, mejorar las relaciones entre todos los actores o *stakeholders*, y respetar el medio ambiente, a través de buenas prácticas y la

normativa vigente en el área geográfica. Es el caso de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC).

En este sentido, si las empresas toman en cuenta este último concepto y lo aplican, se puede contribuir al que el destino geográfico se desarrolle de forma adecuada, pudiéndose crear una unión entre todos los agentes locales o *stakeholders*. En este aspecto, cuando hablamos de forma adecuada, nos referimos a una forma sostenible.

Para ello, como hemos dicho anteriormente, se debe aplicar. No solo basta con hablar del término responsabilidad social corporativa, sino que se debe ejecutar acciones que conlleve a que el desarrollo empresarial sea sostenible en la empresa y el destino. En este sentido, muchas empresas hablan del término responsabilidad social corporativa, pero teniendo en cuenta las pocas actuaciones que ejecutan, se comprende más como un modelo o herramienta de marketing de la empresa.

Por tanto, para que el desarrollo sostenible se vea palpable en un territorio específico, la actividad económica del área geográfica debe mejorar el desarrollo socioeconómico de las comunidades residentes, además de fomentar la conservación y el respeto hacia los recursos naturales y el medio ambiente. Para ello, las empresas y organizaciones deben fomentar y contribuir, con acciones, a que se consiga el mencionado desarrollo sostenible en el área geográfica.

Por su parte, la responsabilidad social corporativa se basa en la gestión empresarial, donde además de conseguir beneficios económicos, se dé prioridad a los aspectos sociales, económicos y medioambientales del entorno donde se localiza la empresa.

Así, la relación entre RSC y sostenibilidad se muestra reflejada, y por lo tanto, a través de la aplicación de una gestión de responsabilidad social corporativa en la empresa, se puede conseguir que el destino geográfico se desarrolle de forma sostenible, mejorando la calidad de vida de la población local (con la creación de empleos, creación de empresas o asociaciones, etc.) y la conservación y el respeto de los recursos naturales (aunque también deben ser respetados los culturales y patrimoniales) y el medio ambiente, además de obtener beneficios económicos por el desarrollo de la actividad empresarial. También es relevante que se cumplan las normativas vigentes en el destino.

Por su parte, la falta de la aplicación de la responsabilidad social corporativa en la empresa, puede provocar que ésta se vea por parte de los agentes o *stakeholders* localizados en el entorno, como una empresa que no pone en práctica los valores y acciones que mejoren la convivencia interna y externa de la empresa, entre los *stakeholders* implicados en el proceso de producción de la mismas (primarios), y todos aquellos localizados en su entorno (secundarios).

Por lo tanto, para que el destino sea sostenible, se debe implementar la responsabilidad social corporativa en todas las empresas y organizaciones, y siempre y cuando, la RSC no sea un elemento más de marketing, y por el contrario, se desarrollen acciones para mejorar la sostenibilidad del destino donde se localiza la empresa.

Como conclusión final, la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) destaca como un elemento de gestión empresarial muy importante para conseguir el desarrollo sostenible de un área geográfica específico, debido a que su aplicación por parte de la organización, fomenta la mejora de la economía, la sociedad y el medio ambiente en el destino, y por tanto, los resultados de la gestión se plasman tanto interna (empresa) como externamente (entorno) en el destino.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AECA (2007): *Gobierno y responsabilidad social de la empresa*. Madrid: Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas.

AECA (2013): "Responsabilidad Social Corporativa". Disponible en: www.aeca.es

Basco, R. y Pérez Rodríguez, M. J. (2011): "Ideal types of family business management: Horizontal fit between family and business decisions and the relationship with family business performance". *Journal of Family Business Strategy*, 2 (3): 151-165.

Bazán, M. B.; Díaz, J. G.; La, A. Á. y Ramírez, R. D. (2009): "Integración del Centro de Desarrollo Local en la aplicación de soluciones a los problemas diagnosticados en el Consejo Popular Francisco Vicente Aguilera". *Revista Granma Ciencia*, 11 (3).

Bernard, F.; De Groot, R. S. y Campos, J. J. (2009): "Valuation of tropical forest services and mechanisms to finance their conservation and sustainable use: A case study of Tapantí National Park, Costa Rica". *Forest Policy and Economics*, 11 (3): 174-183.

Boatright, J. R. (2000): *Ethics and the Conduct of Business*. Prentice Hall: Upper Saddle River, NJ.

Boons, F. y Lüdeke-Freund, F. (2013): "Business models for sustainable innovation: state-of-the-art and steps towards a research agenda". *Journal of Cleaner Production*, 45: 9-19.

Brønn, P. S. y Brønn, C. (2007): "A reflective stakeholder approach: Coorientation as a basis for communication and learning". *Journal of Communication Management*, 7 (4): 291-303.

Brundtland, G. H. (1989): "Nuestro futuro común". *Ponencias y comunicaciones: Congreso internacional de tecnologías alternativas de desarrollo: 7-8*.

Cancino, C. y Morales, M. (2008): *Responsabilidad Social Empresarial*. Santiago: Universidad Santiago de Chile.

Caro González, F. J.; Castellanos Verdugo, M. y Martín Rojo, I. (2007): "Propuesta de una escala de medición de la responsabilidad social corporativa (RSC) en la actividad turística". *Conocimiento, innovación y emprendedores: Camino al futuro*, 2621-2632.

Chamizo, J. A. (1997): "Evaluación de los aprendizajes. Tercera parte: POE, autoevaluación, evaluación en grupo y diagramas de Venn". *Educación Química*, 8 (3): 41-145.

Clement, R. W. (2005): "The lessons from stakeholder theory for U.S. business leaders". *Business Horizons*, 48 (3): 255-264.

Comisión Europea (2002): "Contribución empresarial al desarrollo sostenible". Disponible en: http://www.observatoriosc.org/images/documentos/politicas_publicas/ue/Comunicacion_CE_2002.pdf

Davis, K. (1973): "The Case For and Against Business Assumption of Social Responsibilities". *Academy of Management Journal*, 16: 312-322.

Davis, K. y Blomstrom, R. L. (1966): *Business and its environment*. New York: McGraw- Hill.

De Godos Díez, J. L.; Fernández Gago, R. y Cabeza García, L. (2012): "Propiedad y control en la puesta en práctica de la RSC". *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, 15 (1): 1-11.

De La Cuesta González, M. (2004): "El porqué de la responsabilidad social corporativa". *Boletín Económico del ICE*, 2813: 45-58.

De los Salmones, M. M.; Herrero, A. y Rodríguez del Bosque, I. (2005): "Influence of corporate social responsibility on loyalty and valuation of services". *Journal of Business Ethics*, 61 (4): 369-385.

Epstein, E. M. (1987): "The corporate social-policy process: beyond business ethics, corporate social-responsibility, and corporate social responsiveness". *California Management Review*, 29 (3).

Frederick, W. C. (1960): "The growing concern over business responsibility". *California Management Review*, 2 (4): 54-61.

Freeman, R. E. (1984): *Strategic Management: A stakeholder approach*. Boston: Pitman.

Gallopín, G. (2003): *Sostenibilidad y Desarrollo: Un Enfoque Sistémico*. Chile: CEPAL-ECLAC.

García, A. (2007): "Responsabilidad Social Empresarial. Su contribución al desarrollo sostenible". *Revista Futuros*, 5 (17).

García del Junco, J. y Castellanos Verdugo, M. (1993): "Responsabilidad social de la dirección estratégica en la política de medio ambiente". *Boletín de Estudios Económicos*, 48 (149), 327-341.

Goel, S.; Mazzola, P.; Phan, P. H.; Pieper, T. M. y Zachary, R. K. (2012): "Strategy, ownership, governance, and socio-psychological perspectives on family businesses from around the world". *Journal of Family Business Strategy*, 3 (2): 54-65.

Golusin, M.; Munitlak Ivanovic, O. y Teodorovic, N. (2011): "The review of the achieved degree of sustainable development in South Eastern Europe-The use of linear regression method". *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 15 (1): 766-772.

Herman, E.; Georgescu, M. A. y Georgescu, A. (2012): "Ethics between Theory and Practice – Social Responsibility in the Romanian Business Environment". *Procedia: Social and Behavioral Sciences*, 58: 703-713.

Jeffery, S. (2005): "Social firms: Developing business, economic viability, stakeholder value and worker inclusion". *International Congress Series*, 1282: 1153-1157.

Johnson, H. L. (1971): *Business in contemporary society: Framework and issues*. Belmont, CA: Wadsworth.

Jones, T. M. (1980): "Corporate social responsibility revisited, redefined". *California Management Review*, 22 (3): 59-67.

Khurana, A. (2010): *Corporate Social Responsibility (CSR) Initiatives in Asia: A Burgeoning Quintessence*. Social Science Research Network

Kolk, A. y Van Tulder, R. (2013): "International business, corporate social responsibility and sustainable development". *International Business Review*, 19 (2): 119-125.

Kukrety, S.; Dwivedi, P.; Jose, S. y Alavalapati, J. R. R. (2013): "Stakeholders' perceptions on developing sustainable Red Sanders (*Pterocarpus santalinus* L.) wood trade in Andhra Pradesh, India". *Forest Policy and Economics*, 26: 43-53.

Kyj, M. J. y Kyj, L. (2009): "An institution-stakeholder framework for examining business relationship dynamics in a transforming Eastern Europe". *Journal of World Business*, 44 (3): 300-310.

Kyoo Kim, E. E.; Kang, J. y Mattila, A. S. (2012): "The impact of prevention versus promotion hope on CSR activities". *International Journal of Hospitality Management*, 31 (1): 43-51.

- Lindgreen, A.; Swaen, V. y Johnston, W. (2009): "The supporting function of marketing in corporate social responsibility". *Corporate Reputation Review*, 12 (2): 120-139.
- López Guzmán, T. y Sanchez Cañizares, S. M. (2009): "Turismo comunitario y generación de riqueza en países en vías de desarrollo. Un estudio de caso en El Salvador". *REVESCO, Revista de Estudios Cooperativos*, 99: 85-103.
- Marrewijk, M. (2003): "Concepts and definitions of CSR and corporate sustainability: between agency and communion". *Journal of Business Ethics*, 44 (2-3): 95-105.
- Marín, L. y Ruiz, S. (2008): "La Evaluación de la Empresa por el Consumidor según sus Acciones de RSC". *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, 11 (35): 91-112.
- Matos, S. y Silvestre, B. S. (2013): "Managing stakeholder relations when developing sustainable business models: the case of the Brazilian energy sector". *Journal of Cleaner Production*, 45: 61-73.
- Mesino Rivero, L. (2007): *Las políticas fiscales y su impacto en el bienestar social de la población venezolana. Un análisis desde el paradigma crítico*. Tesis Doctoral Facultad de CC.EE y Sociales de la Universidad de Zulia, Venezuela.
- Mitchell Ronald, K.; Agle Bradley, R. y Wood Donna, J. (1997): "Toward a theory of stakeholder identification and salience: defining the principle of who and what really counts". *The Academy of Management Review*, 22 (4): 853-886.
- Moneva, J. M. (2008): "És la responsabilitat social corporativa rendible per a l'empresa?". *Revista de Comptabilitat i Direcció*, 7: 55-74.
- Moreno, A. y Capriotti, P. (2006): "La comunicación de las empresas españolas en sus webs corporativas. Análisis de la información de responsabilidad social, ciudadanía corporativa y desarrollo sostenible". *Zer*, 21: 47-62.
- Munitlak Ivanovic, O. D.; Golusin, M. T.; Dodic, S. N. y Dodic, J. M. (2009): "Perspectives of sustainable development in countries of Southeastern Europe". *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 13 (8): 2079-2087.
- Mustafa Omer, A. (2008): "Energy, environment and sustainable development". *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 12 (9): 2265-2300.
- Neubaum, D. O.; Dibrell, C. y B. Craig, J. B. (2012): "Balancing natural environmental concerns of internal and external stakeholders in family and non-family businesses". *Journal of Family Business Strategy*, 3 (1): 28-37.
- Observatorio de la RSC (2013): "¿Qué es RSC?". Disponible en: http://www.observatoriorsc.org/index.php?option=com_content&view=article&id=40&Itemid=63&lang=es Consultado el 25/07/2013.
- Orgaz Agüera, F. (2013): "El club de producto turístico como herramienta para el desarrollo socioeconómico en países subdesarrollados". *Contribuciones a la economía*, Junio 2013. Disponible en: <http://www.eumed.net/ce/2013/club-producto.html>
- Panwar, R.; Rinne, T.; Hansen, E. y Juslin, H. (2006): "Corporate responsibility: Balancing economic, environmental, and social issues in the forest products industry". *Forest Products Journal*, 56 (2): 4-12.
- Pava, M. L. y Krausz, J. (1996): "The Association between Corporate Social Responsibility and Financial Performance: The Paradox of Social Cost". *Journal of Business Ethics*, 5 (3), 321-357.
- Peng, Y.; Guosheng, C. y Yancai, R. (2011): "The Research on the Assessment of Sustainable Development of County Economy". *Energy Procedia*, 5: 921-925.

Prasad, A. y Holzinger, I. (2013): "Seeing through smoke and mirrors: A critical analysis of marketing CSR". *Journal of Business Research*, 66 (10): 1915-1921.

Rae, C. y Bradley, F. (2012): "Energy autonomy in sustainable communities-A review of key issues". *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 16 (9): 6497-6506.

Rocuts, A.; Herrero, L. M. J. y Navarrete, M. (2009); "Interpretaciones visuales de la sostenibilidad: enfoques comparados y presentación de un modelo integral para la toma de decisiones". *Revista Internacional de sostenibilidad, tecnología y humanismo*, 4: 1-22.

Server Izquierdo, R. J. y Villalonga Grañana, I. (2005): "La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y su gestión integrada". *CIRIEC-España, revista de economía pública, social y cooperativa*, 53: 137-161.

Shen, F.; Hughey, K. F. D. y Simmons, D. G. (2008): "Connecting the Sustainable Livelihoods Approach and Tourism: A Review of the Literature". *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 15 (1): 19-31.

Smith, P. M. (2012): "Spaces of sustainable development in the Lower Hunter Regional Strategy: An application of the 'cultural sociology of space'". *Geoforum*, 43 (1): 35-43.

Snep, R.; Van Ierland, E. y Opdam, P. (2009): "Enhancing biodiversity at business sites: What are the options, and which of these do stakeholders prefer?". *Landscape and Urban Planning*, 91 (1): 26-35.

Spinelli, H. y Testa, M. (2005): "Del diagrama de Venn al Nudo Borromeo: recorrido de la planificación en América Latina". *Salud colectiva*, 1 (3): 323-335.

Svensson, G.; Wood, G. y Callaghan, M. (2010): "A corporate model of sustainable business practices: An ethical perspective". *Journal of World Business*, 45 (4): 336-345.

Urteaga, E. (2009): "Las teorías económicas del desarrollo sostenible". *Cuadernos de Economía*, 32 (89) 113-162.