

January 2008

Ética y Responsabilidad Social de las empresas

Álvaro Andrés Hamburger Fernández

Universidad de La Salle, Bogotá, vacademi@lasalle.edu.co

Follow this and additional works at: <https://ciencia.lasalle.edu.co/ruls>

Citación recomendada

Hamburger Fernández, Á. A. (2008). Ética y Responsabilidad Social de las empresas. Revista de la Universidad de La Salle, (45), 47-55.

This Artículo de Revista is brought to you for free and open access by the Revistas de divulgación at Ciencia Unisalle. It has been accepted for inclusion in Revista de la Universidad de La Salle by an authorized editor of Ciencia Unisalle. For more information, please contact ciencia@lasalle.edu.co.

Ética y Responsabilidad Social de las empresas¹

Álvaro Andrés Hamburger Fernández*

RESUMEN

Para la nueva teoría económica, la empresa no es un simple negocio; es una comunidad de personas, es un ente diseñado para satisfacer necesidades humanas con calidad. En tal sentido, la empresa está llamada a conseguir objetivos económicos, pero también debe solucionar problemáticas sociales. Esta es la tesis que defiende el artículo. Para ello realiza una comparación entre la antigua y la nueva teoría económica y entre el viejo y el nuevo concepto de desarrollo, afirma que la ética empresarial es el marco general dentro del cual debe ser ubicada la Responsabilidad Social Empresarial; define la Responsabilidad Social Empresarial; y, por último, analiza someramente el tema en el campo de las mipymes colombianas.

Palabras clave: ética, responsabilidad, medio ambiente, persona humana, humanización, sociedad, desarrollo, rentabilidad, administración, comunidad.

1. UNA ANÉCDOTA PARA EMPEZAR

A principios de este año, unos empresarios de la capital se pusieron felices. La razón: se acababan de enterar de que había unas empresas europeas muy interesadas en importar flores de Sur América. Ellos, floricultores de la Sabana de Bogotá, inmediatamente entraron en contacto con dichas empresas para ofrecerles sus productos.

Los empresarios europeos se mostraron muy receptivos y entusiasmados. Perfecto, -les dijeron-, ¿quieren acceder a nuestros mercados? Bien. ¿qué sucede con el Río Bogotá? ¿qué está haciendo la empresa de ustedes por el medio ambiente? ¿pueden demostrar que su empresa ofrece a los trabajadores condiciones justas y dignas de trabajo y que no violan los derechos humanos? ¿cómo es la relación de ustedes con el Estado y con la sociedad civil colombiana? Cuando estén dispuestos a recibir una visita de nuestra compañía para asegurarnos de que ustedes pertenecen a una empresa socialmente responsable, nos lo hacen saber y programaremos el viaje de nuestros expertos.

...Ha pasado casi un año y los empresarios capitalinos aún no responden.

¹ El día 21 de septiembre de 2007, la División de Formación Avanzada de la Universidad de La Salle organizó el panel "Responsabilidad social y sector solidario", con la participación de Roberto Arias Pérez, Carlos Acero, Ricardo Dávila y Luis E. Salinas G. Este artículo recoge algunas de las principales ideas allí expresadas y aporta nuevos elementos a los asuntos tratados.

* Ganador del Premio Colombia a la cultura empresarial 2006, categoría escritores. Profesor del Seminario "Ética en los negocios" de las especializaciones en Gerencia Financiera y Gerencia de Mercadeo, División de Formación Avanzada, Universidad de La Salle. Editor general de la Universidad de San Buenaventura, Bogotá, D.C.

2. FUNDAMENTACIÓN

La única responsabilidad social de las empresas es generar beneficios económicos... La denominada "Responsabilidad social" es una doctrina subversiva (Milton Friedman, 1970).

Hay un objetivo capaz de poner de acuerdo a las compañías: hacer dinero (Washington Post, 2003).

Estas dos afirmaciones, propias de la teoría clásica de la economía, muestran fehacientemente lo que no es la Responsabilidad Social Empresarial. Como lo afirman las frases, durante mucho tiempo se creyó que la única responsabilidad que tenían las empresas era de orden económico. De ahí que se creyera que el objetivo principal de la actividad empresarial consistía en "incrementar las utilidades", "maximizar el beneficio", "asegurar la rentabilidad" o "generar riqueza".

Figura 1. Resultados tradicionales de la actividad productiva de la empresa



Fuente: Yepes, G., 2007: 204.

Ese objetivo hoy sigue siendo válido, pero no único como en el pasado. Para la nueva teoría económica la empresa no es un simple "negocio"; es, sobre todo, una comunidad de personas que aportan lo que poseen y lo que son, con un fin de servicio mutuo y de complementación. La empresa es principalmente un ente diseñado para satisfacer necesidades humanas con calidad. En tal sentido, la empresa antes que perseguir propósitos económicos está llamada a responder a finalidades sociales. Así lo expresa Hans Küng (1999: 262), creador de la Fundación Ética Mundial:

Alcanzar utilidades no es el fin último de la acción empresarial, es más bien un medio encaminado al servicio y bienestar social. La función de las empresas y las organizaciones es servir a los consumidores, a los trabajadores, a los accionistas y a la sociedad, con el fin de conseguir un equilibrio en sus antagónicos intereses.

Figura 2. Resultados de una empresa socialmente responsable



Fuente: Yepes, G., 2007: 206.

En este nuevo marco conceptual de la economía, en el que se reevalúa la idea de desarrollo, aparece el tema de la Responsabilidad Social Empresarial. La idea central que se maneja es la siguiente: "Las empresas tienen responsabilidades económicas, pero también tienen responsabilidades sociales" (Hamburger, 2004).

La Responsabilidad Social Empresarial, entonces, hunde sus raíces en un nuevo concepto de desarrollo (concebido ahora como desarrollo humano) y, por lo mismo, abandona las concepciones y prácticas propias del modelo clásico. En efecto, el "modelo clásico de desarrollo" se caracteriza por los siguientes aspectos (Murga, 2004):

- Se basa en las leyes de la economía y las finanzas.
- Otorga gran protagonismo al mercado.
- Cree que el mercado es el motor del progreso social.
- Vincula estrechamente el desarrollo con el crecimiento industrial de producción, transporte y consumo.
- Atribuye al consumo la capacidad de generar un elevado estándar de calidad de vida.
- Piensa que el consumo merece una generalización universal.
- Asocia el desarrollo al crecimiento económico.
- Concede prioridad a la economía como motor indiscutible del progreso.
- Está convencido de que el despliegue económico, por sí solo, puede resolver los problemas de pobreza, de analfabetismo y de salud.

El "nuevo modelo de desarrollo", por el contrario, parte de las siguientes convicciones (Murga, 2004):

- El desarrollo no es sólo "desarrollo económico"; es sobre todo "desarrollo humano".
- La persona ocupa el lugar central de los esfuerzos que buscan mejorar las condiciones de vida en todos y cada uno de los diferentes contextos sociales.
- Los esfuerzos de la humanidad deben encaminarse a buscar el bienestar y la calidad de vida de las personas.
- El modelo de desarrollo humano debe ser sostenible, y debe basarse en los principios de equidad, solidaridad y justicia.
- El modelo de desarrollo humano sostenible se fundamenta en tres pilares principales:
 1. Desarrollo humano y socialmente equitativo para toda la humanidad,
 2. Desarrollo económico al servicio del desarrollo humano, y
 3. Uso responsable de los recursos naturales del planeta.

Se deduce entonces, que una empresa enmarcada en el contexto del "modelo de desarrollo clásico", muy difícilmente podrá emprender un plan de responsabilidad social. En otras palabras, la Responsabilidad Social Empresarial sólo es posible a partir de un nuevo enfoque de la economía (economía social) y de un nuevo concepto de desarrollo (desarrollo de la persona humana). A éste se le ha denominado de diversas maneras: desarrollo a escala humana, desarrollo humanizado, desarrollo humano sostenido, incremento del capital intelectual, crecimiento del capital social.

La nueva forma de entender la actividad productiva supone "otra manera de hacer economía" en la que se parte de las siguientes convicciones (Arias, Acero, Dávila, Salinas, 2007):

- El ser humano está por encima del capital; el dinero es un medio, lo principal es el hombre,
- la mejor manera de propiciar el desarrollo de un país es propender por la calidad de vida de las personas,
- todos los habitantes de un país deben tener acceso al bienestar y a una vida digna,
- las empresas, como las personas, tienen alma; hay que humanizar las empresas,
- el capitalismo ha generado un gran desarrollo y enormes riquezas que se han quedado en manos de pocos. Es pre-

ciso redistribuir la riqueza y llevar el desarrollo a todos los habitantes del planeta,

- los líderes del futuro serán líderes del desarrollo a escala humana,
- el verdadero desarrollo se basa en la inclusión social, la protección de los niños, el cuidado de los ancianos, la lucha contra el hambre y la miseria y la promoción de la mujer,
- si el ser humano no cambia de rumbo, difícilmente dejaremos a nuestros descendientes un planeta habitable o una sociedad en la que puedan ser felices,
- una empresa exitosa es aquella en que se respetan los derechos humanos, se acatan los derechos en el trabajo, se protege el medio ambiente y se lucha contra la corrupción,
- la responsabilidad social es una obligación moral de las empresas.

3. ÉTICA EMPRESARIAL: MARCO GENERAL DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

El objetivo último de la actividad económica es ético: el bien del hombre.

(De Garay, 1997).

La responsabilidad que tienen las empresas para con la sociedad y para con el entorno natural en los que se encuentran insertas, es, en última instancia, una responsabilidad moral. En tal sentido, se puede afirmar que el tema que nos ocupa hace parte de un campo mucho más amplio de la actividad económica que se conoce con el nombre de *ética empresarial*.

En otras palabras, hablar de responsabilidad social de las empresas implica, necesariamente, hablar de *ética empresarial*.

Ahora bien, ¿qué es la *ética empresarial*? Se puede responder que la *ética empresarial* es una ciencia aplicada, pues toma unos principios éticos universales (el bien, la utilidad, la rectitud, la justicia...) y los incorpora al ámbito empresarial. El propósito principal de la *ética* de la empresa consiste en:

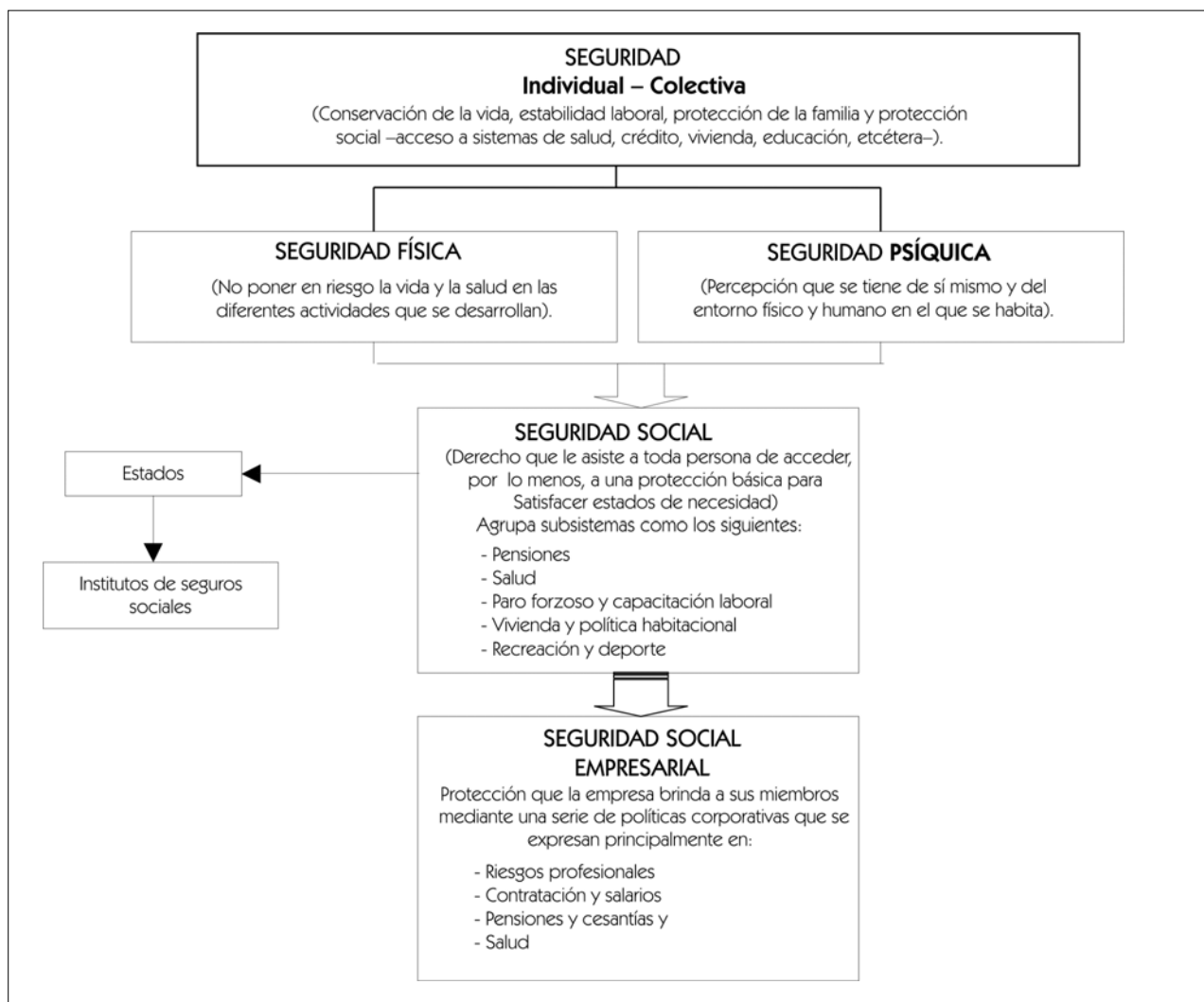
- a) Humanizar la empresa,
- b) preservar el medio ambiente, y
- c) defender la comunidad.

3.1. Humanizar la empresa implica varios aspectos

- Entender que el ser humano no es un recurso más, sino el principal valor de la empresa.

- Poner a la persona humana en el centro del proceso productivo sabiendo que ella es siempre un fin y nunca un medio.
- Hacer prevalecer el respeto a los derechos humanos.
- Respetar los derechos en el trabajo.
- Crear climas laborales saludables.
- Ofrecer condiciones dignas de trabajo (seguridad, salud, riesgos profesionales, salarios, etcétera).
- No utilizar mano de obra infantil.
- No discriminar personas por razones de sexo, raza, religión, condición intelectual o social, etcétera.

Figura 3. Sistema integral de seguridad social en perspectiva empresarial



Fuente: Hamburger, Á., 2007.

Intel, por ejemplo, la gigantesca productora de microchips electrónicos, tiene la seguridad como punto de referencia. Si uno de sus 80.000 trabajadores pierde un día de trabajo debido a una lesión, el director ejecutivo tiene que ser informado en el término de 24 horas. Intel estudia las causas del accidente para evitar que vuelva a ocurrir. El resultado es una tasa minúscula de accidentes: 0,27%, frente al promedio de 6,7% de la industria (Aburdene, 2006: 43).

Humanizar la empresa implica cambiar la teoría clásica de la administración por la teoría de las relaciones humanas.



Cuadro 1. Comparación entre la teoría clásica de la administración y la teoría de las relaciones humanas

TEORÍA CLÁSICA DE LA ADMINISTRACIÓN	TEORÍA DE LAS RELACIONES HUMANAS
● Estudia la organización como una máquina.	● Estudia la organización como grupos de personas.
● Hace énfasis en las tareas o en la tecnología	● Hace énfasis en las personas.
● Se inspira en sistemas de ingeniería.	● Se inspira en sistemas de psicología.
● Autoridad centralizada.	● Delegación plena de la autoridad.
● Líneas claras de la autoridad.	● Autonomía del trabajador.
● Especialización y competencia técnica.	● Confianza y apertura.
● Acentuada división del trabajo.	● Énfasis en las relaciones humanas entre los empleados.
● Confianza en reglas y reglamentos.	● Confianza en las personas.
● Clara separación entre línea y <i>staff</i> .	● Dinámica grupal e interpersonal.

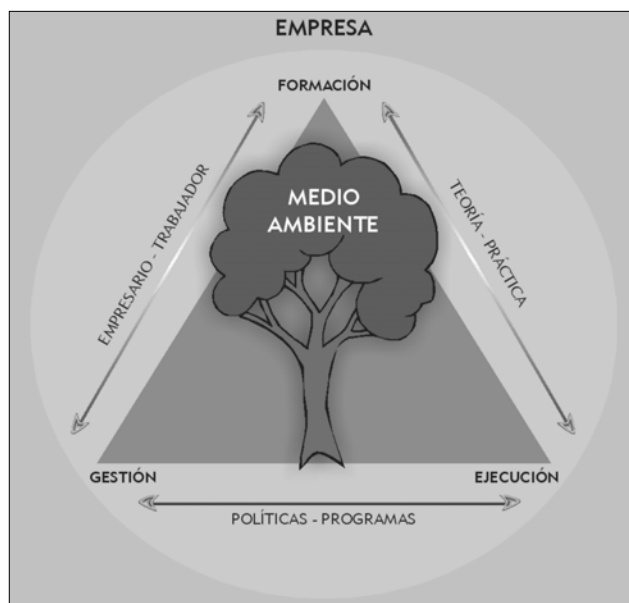
Fuente: Gallaga, 2003.

3.2. La tarea ecológica de la ética empresarial parte del convencimiento de que la empresa en nuestros días tiene una responsabilidad enorme en la tarea de mejorar el medio ambiente. Esta responsabilidad debe ejercerse ante una perspectiva que supere el mero cumplimiento de la legalidad vigente al respecto: por una parte entendiendo que el tema medioambiental en la empresa es una obligación para con la sociedad y para con las generaciones de seres humanos venideras y, por otro lado, siendo consciente de que la formación en el área de medio ambiente es para el empresario una inversión de futuro (Hamburger, 2007).

Entonces, ¿qué deben hacer concretamente las empresas para incorporar en sus planes el factor medioambiental? Deben emprender un camino de, al menos, tres pasos:

- 1.) Establecer un programa de formación ambiental.
- 2.) Comprometerse con un plan de gestión ecológica.
- 3.) Institucionalizar prácticas de ejecución medioambiental.

Figura 4. Mejoramiento de la responsabilidad ecológica de la empresa



Fuente: elaboración del autor a partir de Donoso, J. & Clemente, M. (2003)

El mejoramiento de la responsabilidad ecológica de la empresa, supone adoptar principios como los siguientes - que hoy en día son patrocinados por compañías tan importantes como Coca-Cola, Bank of America y Nike, entre otras (Aburdene, 2006: 44):

1. Protección de la biosfera
2. Utilización sostenible de los recursos naturales
3. Reducción y eliminación de desperdicios
4. Conservación de la energía
5. Reducción del riesgo
6. Productos y servicios seguros
7. Restauración ambiental
8. Información para el público
9. Compromiso de la administración
10. Auditoría e informes.

Hoy, por ejemplo, existe la norma ISO 14001, que recoge los requisitos y especificaciones que deben seguir las organizaciones para poder obtener la certificación ISO de su Sistema de Gestión Medioambiental. La ISO 14001 forma parte de la serie de normas ISO 14.000 correspondientes al medio ambiente y contiene todos los requisitos actuales de un sistema de gestión medioambiental. Se ha escrito, y puede aplicarse, para todo tipo de empresas, independientemente de su tamaño y condiciones geográficas, culturales y sociales.

3.3. Defender la comunidad, la tercera tarea de la ética empresarial, es una cuestión realmente importante. En un mundo en donde ha primado el individualismo, el egoísmo y el materialismo, es importante rescatar el valor de la comunidad y su papel preponderante en el logro de condiciones humanas más justas y equitativas para todos.

Actualmente se habla de la "sociedad planetaria", de la "sociedad-mundo", de la "aldea universal", del "mundo como patria común". Con ello se quiere expresar que la raza humana es una sola. Cada día los seres humanos estamos más interconectados. Dependemos más los unos de los otros. El destino humano es un destino colectivo: nos salvamos todos o perecemos todos (Morin, Ciurana, Motta, 2003). De ahí que la ética empresarial defienda la idea de comunidad y avale todos los esfuerzos tendientes a construirla y consolidarla. En este esfuerzo, son importantes la solidaridad, la cooperación, el trabajo en equipo, el respeto a la diferencia y la convivencia, entre otros valores.

Ahora bien, ¿cómo logra alcanzar la ética empresarial su propósito general de humanizar la empresa, preservar el medio ambiente, y defender la comunidad? Lo logra convirtiéndose en una *herramienta de gestión* que les permite a los

directivos de las empresas tomar decisiones justas y prudentes cuando se enfrentan a situaciones y problemáticas que afectan a las personas, a la comunidad o al entorno natural.

La ética se convierte en una herramienta de gestión efectiva cuando las empresas se han preocupado por forjar una cultura ética empresarial, que se refleja en la existencia de al menos, los siguientes componentes: un clima laboral saludable, un código de ética de la empresa, un comité de ética, y una asesoría de expertos en asuntos que conciernen a la ética (Hamburger, 2006).

En síntesis, la Responsabilidad Social Empresarial sólo se entiende y sólo se explica en el contexto de una ética de las organizaciones. Por eso, antes de hablar de responsabilidad habría que hablar de ética. Aquella es una expresión particular de ésta.

4. ¿QUÉ ES LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL?

Somos conscientes de que solamente las compañías responsables, ecológicas y sociales pueden ser globalmente competitivas y acertadas al largo plazo

Thomas Weber (2007).

Lo primero que habría que decir es que el término "responsabilidad" significa rendir cuentas de las propias actuaciones y asumir sus consecuencias.

Cuando los sujetos actúan (y los sujetos pueden ser los individuos o las empresas, como en este caso), esa actuación produce unos resultados que pueden ser positivos o negativos. Ser responsable, entonces, consiste en tener la capacidad de vislumbrar los resultados de las actuaciones o comportamientos y, una vez realizados, estar dispuestos a aceptar sus consecuencias.

La Real Academia Española, por su parte, en su Diccionario de la Lengua Española, define la responsabilidad como "la capacidad existente en todo sujeto para reconocer y aceptar las consecuencias de un hecho realizado libremente".

La responsabilidad social empresarial, pues, está en relación con el reconocimiento y la aceptación, por parte de la empresa, de los efectos que su actividad produce en el entorno social, entendido éste desde tres dimensiones diferentes: lo humano, lo ecológico y lo comunitario.

Para el Banco Interamericano de Desarrollo -BID- (2007):

La responsabilidad social empresarial es un enfoque que se basa en un conjunto integral de políticas, prácticas y programas centrados en el respeto por la ética, las personas, las comunidades y el medio ambiente. Esta estrategia aplicada a la toma de deci-

siones y las operaciones de las empresas aumenta el valor agregado y de esa manera mejora su competitividad.

Por su parte, *Business for Social Responsibility* (2006), entidad creada en San Francisco en los años 90 y que hoy cuenta con más de 400 organizaciones afiliadas, define la responsabilidad social empresarial como "un conjunto integral de políticas, prácticas y programas que obtienen éxito financiero y al mismo tiempo honran los valores éticos y respetan a las personas".

Ahora bien, en los inicios del siglo XXI, la responsabilidad social empresarial parece ser un proceso irreversible. Así lo demuestran hechos como los siguientes: el lanzamiento del *Global Compact* o Pacto Mundial en el 2001, la publicación del *Libro Verde* de la Comunidad Económica Europea en el 2002, los *Reportes de sostenibilidad* con carácter obligatorio en Francia en el 2004, y la norma ISO 26000 sobre Responsabilidad Social Empresarial, planeada para el 2008.

Otro ejemplo de la fuerza que está tomando el tema de la Responsabilidad Social Empresarial, lo constituye la norma SA 8000 creada por la Service Association International (SAI).

Esta norma, diseñada para ser aplicada en la Comunidad Económica Europea, expresa claramente unos lineamientos básicos que se deben tener en cuenta a la hora de formular un programa de responsabilidad social empresarial dentro de cualquier organización, a saber (Gutiérrez y Martínez, 2007):

1. Prohibición del trabajo infantil.
2. Prohibición del trabajo forzado.
3. Promoción de la salud y la seguridad en el trabajo.
4. Respeto a la libertad de asociación y derecho de negociación colectiva.
5. Prohibición de la discriminación.
6. Claridad en las medidas disciplinarias.
7. Respeto de los horarios de trabajo.
8. Remuneración justa y digna.
9. Calidad en los sistemas de gestión.

5. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LAS MIPYMES

Las micro industrias y pequeñas y medianas empresas (mipymes), en general, comparten las mismas obligaciones sociales de las grandes empresas. En tal sentido, no necesitan una reglamentación especial. Sin embargo, debido a su naturaleza y peculiaridad deben adaptar las normas y requerimientos de la Responsabilidad Social Empresarial a su propia realidad.

Por otra parte, hay que reconocer que en Colombia, lamentablemente, el sector empresarial y el sector educativo y académico apenas se están asomando al tema. Eso explica los pocos desarrollos y los pocos logros que hasta ahora se han alcanzado en esta materia.

Los estudios internacionales demuestran que, frente a las prácticas de responsabilidad social, las empresas se ubican en tres niveles, a saber:

- Nivel de prácticas operativas. Las empresas de este nivel tienen poca sensibilidad social, son apáticas, defensivas y pasivas frente al tema de la responsabilidad social. Cuando actúan lo hacen más por temor a la ley que por convicción.
- Nivel de prácticas eficientes. Las empresas de este nivel se caracterizan por un cumplimiento mínimo de la responsabilidad social empresarial; es decir implementan las prácticas ya aprobadas y comúnmente aceptadas. No se oponen a la responsabilidad social empresarial, pero tampoco hacen nada para mejorarla.
- Nivel de prácticas responsables. Empresas que se caracterizan por realizar prácticas de responsabilidad social empresarial innovadoras, futuristas y de largo plazo. Son plenamente conscientes del impacto que generan en el entorno social en el que operan. Tienen una alta sensibilidad social.

Según Gustavo Yepes (2007: 216), en Colombia la mayoría de las mipymes se ubican en el primer nivel; es decir, en el operativo, pues

desconocen su entorno y los efectos de sus acciones y se encuentran tan preocupadas por resolver las dificultades internas que son sorprendidas por válidas reglamentaciones que, en la mayoría de los casos, no están interesadas en cumplir, pues no representan para ellas sino el incremento de los gastos y egresos mensuales y por eso su reacción es en contra del legislador al cual consideran como un adversario que sin razón las ataca.



Pero también hay algunas mipymes colombianas que se encuentran en el segundo nivel, es decir, el de las prácticas eficientes. A este grupo pertenecen empresas que han empezado un proceso descontrolado de crecimiento que las obliga a incrementar su operación, debido a su creciente participación en el mercado (Yepes, 2007).

Finalmente, la tendencia general de las mipymes, esbozada por Yepes, fue ratificada por una investigación reciente realizada por dos estudiantes de la Facultad de Administración de Empresas de la Universidad de La Salle.

El estudio titulado "Descripción de la responsabilidad social empresarial en el entorno administrativo de las empresas de familia del sector curtiembre del municipio de Villa pinzón, Cundinamarca", (Gutiérrez y Martínez, 2007), demostró que estas microempresas:

- Poseen bajo conocimiento en cuanto a responsabilidad social empresarial.
- No tienen orientación hacia la responsabilidad social empresarial.
- No poseen patentes.
- Contribuyen de manera activa a la contaminación del Río Bogotá.

CONCLUSIONES

La Responsabilidad Social Empresarial sólo es posible a partir de la generación y aceptación de dos nuevos escenarios. Por un lado un nuevo enfoque de la actividad económica que, a diferencia de la teoría clásica, ponga el énfasis en la denominada *economía social*. Por otro lado, una nueva concepción de la noción de desarrollo, ya no entendido como progreso económico, sino fundamentalmente como *desarrollo a escala humana*.

La Responsabilidad Social Empresarial es en última instancia una *responsabilidad moral*. En ese sentido, tal responsabilidad hace parte de un campo mucho más amplio de la actividad económica que se conoce con el nombre de *ética empresarial*. En otras palabras, la Responsabilidad Social Empresarial sólo se entiende y sólo se explica en el contexto de una ética de las organizaciones. Por eso, antes de hablar de responsabilidad habría que hablar de ética. Aquella es una expresión particular de ésta.

La ética empresarial es una ciencia aplicada que toma unos principios éticos universales como el bien, la utilidad, la rectitud y la justicia, por ejemplo, y los incorpora al ámbito empresarial. Es un tipo de reflexión cuyo propósito principal consiste

en humanizar la empresa, preservar el medio ambiente y defender la comunidad.

Para ser realmente efectiva la ética empresarial debe convertirse en una *herramienta de gestión* que les permita a los directivos tomar decisiones justas y prudentes. Esto es más factible cuando las empresas se han preocupado por forjar una cultura ética empresarial, que se refleja en la existencia de un clima laboral saludable, un código de ética de la empresa, un comité de ética y una asesoría a la organización en asuntos éticos.

La empresa en nuestros días tiene una responsabilidad enorme en la tarea de mejorar el medio ambiente. Esta responsabilidad debe ejercerse ante una perspectiva que supere el mero cumplimiento de la legalidad vigente al respecto.

La Responsabilidad Social Empresarial es el reconocimiento y la aceptación por parte de la empresa, de los efectos que su actividad produce en el entorno social, entendido éste desde tres dimensiones diferentes: lo humano, lo ecológico y lo comunitario.

Las micro industrias y pequeñas y medianas empresas (mipymes), en general, comparten las mismas obligaciones sociales de las grandes empresas. En tal sentido, no necesitan una reglamentación especial. En Colombia la Responsabilidad Social Empresarial es un tema nuevo y de escasa profundización. Eso explica los pocos desarrollos y logros que hasta ahora se han alcanzado en esta materia.

BIBLIOGRAFÍA

Aburdene, P. *Megatendencias 2010, el surgimiento del capitalismo consciente*. Bogotá: Norma, 2006.

Arias, R., Acero, C., Dávila, R. y Salinas, L. "Responsabilidad social y sector solidario", panel realizado en la Universidad de La Salle, Bogotá, D.C., el día 21 de septiembre 2007.

Banco Interamericano de Desarrollo -BID-. citado por Yepes, G. "Estrategias para la responsabilidad social empresarial". *Desarrollo, ciudadanía y cambio social. Desafíos para las políticas públicas en Colombia*. Bogotá: Uniminuto, Dansocial, Fundación Carolina Colombia, Fodesec y Corporación El Minuto de Dios, 2007.

Business for Social Responsibility. citado por Aburdene, P. *Megatendencias 2010, el surgimiento del capitalismo consciente*. Bogotá: Norma, 2006.

De Garay, J. "Los códigos éticos de las empresas". *Sociología para la empresa*. Madrid: McGraw-Hill, 1997.

Friedman, M. "Social Responsibility: A Subversive Doctrine". *The Sunday Times Magazine*, (13 September, 1970).

Gutiérrez, D. y Martínez, M. "Descripción de la responsabilidad social empresarial en el entorno administrativo de las empresas de familia del sector curtiembre del municipio de Villapinzón, Cundinamarca". Trabajo de grado (s.e.). Bogotá: Universidad de La Salle, 2007.

Hamburger, A. *Ética de la empresa, el desafío de la nueva cultura empresarial*. Bogotá: Paulinas, 2005.

---. *La cultura ética en la empresa, Lineamientos para diseñarla e implementarla*. Bogotá: Paulinas, 2006.

---. *Los valores corporativos en la empresa, cómo suscitarlos, difundirlos y vivenciarlos*. Bogotá: Paulinas, 2007.

Küng, H. *Una ética mundial para la economía y la política*. Madrid, s.e., 1999.

Morin, E.; Ciurana, E. y Motta, R. *Educación en la era planetaria*. Barcelona: Editorial Gedisa, 2003.

Murga, M. "Salud y desarrollo humano sostenible: las competencias de la educación". *Educación para la salud: un reto de nuestro tiempo*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos, 2003.

Weber, T. citado por Yepes, G. "Estrategias para la responsabilidad social empresarial". *Desarrollo, ciudadanía y cambio*

social. Desafíos para las políticas públicas en Colombia. Bogotá: Uniminuto, Dansocial, Fundación Carolina Colombia, Fodesecc y Corporación El Minuto de Dios, 2007.

Yepes, G. "Estrategias para la responsabilidad social empresarial". *Desarrollo, ciudadanía y cambio social. Desafíos para las políticas públicas en Colombia*. Bogotá: Uniminuto, Dansocial, Fundación Carolina Colombia, Fodesecc y Corporación El Minuto de Dios, 2007.

CIBERGRAFÍA

Donoso, J. & Clemente, M. "Ecología y empresa: el medio ambiente en la empresa". *Guía Luces para emprendedores*. El Escorial, 2003.

(<http://www.oadl.dip-caceres.org/GuiaLUCES/es/Index.htm>).

Gallaga, R. "La teoría de las relaciones humanas". Morelia, Michoacán, México. 2003. (<http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/rrhh1/teorelhum.htm>)

Washington Post (2003), editorial del 10 de julio, citado por Cáceres, E., en: "La crisis de los mercados reclama ética" (www.contadoresaic.org)