



Universidad de la República.
Facultad de Psicología.

***“Responsabilidad Social Empresarial, sus inicios
vinculados a la corriente de pensamiento
Neoliberal, y una mirada social de las prácticas
que se llevan a cabo en la actualidad en
Uruguay”.***

Artículo de revisión científica.

Silvana Piuma

Montevideo

03/10/2016

Tutor: Alicia Migliaro.

Resumen

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es una herramienta que se ha venido desarrollando como estrategia de negocio a nivel mundial. Muchas organizaciones en nuestro país forman parte de una red de empresas que implementan diferentes prácticas de Responsabilidad Social Empresarial (en adelante RSE) en su plan de negocios.

Estas prácticas abarcan desde temas legales y de transparencia en la gestión de la organización, como también un marketing responsable, el cuidado del medio ambiente, salud de sus trabajadores, el apoyo social y comunitario entre otros.

En el presente artículo de revisión se abordará la temática desde cuatro apartados, en primer lugar definición del concepto de RSE de la mirada de diferentes autores y desde las instituciones que la regulan en Uruguay.

En segundo lugar una revisión de los factores sociales y económicos que permitieron que la RSE tenga cabida en las organizaciones. A su vez se realizará una aproximación al Neoliberalismo como corriente política económica y social, y su vínculo con la conformación de la RSE.

En tercer lugar un acercamiento a la RSE en Uruguay, cuales son las instituciones que la regulan y como la regulan, que beneficios trae a las diferentes organizaciones realizar prácticas de RSE y estar asociadas a dichas instituciones.

Y por ultimo un estado del arte de la RSE en las ciencias sociales, antecedentes e investigaciones de la presente temática, desde el abordaje de autores locales y regionales.

Palabras Clave: Responsabilidad Social Empresarial-Uruguay-Neoliberalismo-Estado.

Índice Temático.

Introducción.....	4
Metodología de revisión.....	6
Cap. 1 Concepto y definición de RSE.....	7
1.1 Definiciones.....	7
1.2 Stakeholders o partes interesadas.....	9
1.3 Definición de DERES y ACDE.....	9
Cap. 2 Neoliberalismo y RSE.....	11
2.1 Inicios de la RSE.....	11
2.2 Neoliberalismo.....	13
Cap. 3 RSE en Uruguay.....	17
3.1 Instituciones que la regulan.....	17
3.2 Índice de Responsabilidad Social Empresarial (IRSE).....	19
Cap. 4 Estado del Arte de la RSE en las Ciencias Sociales.....	21
4.1 RSE y Estado.....	21
4.2 La RSE como herramienta corporativa.....	24
4.3 Empresa Socialmente Responsable.....	25
Reflexiones finales.....	30
Referencias bibliográficas.....	34

Introducción.

La RSE es una herramienta corporativa empleada tanto en organizaciones públicas como privadas, que se ha venido desarrollando a lo largo de las últimas décadas. Muchas organizaciones en Uruguay buscan implementar en su plan de negocios actividades vinculadas a las diferentes áreas de la RSE.

Dichas actividades abarcan desde la transparencia en las gestiones de la organización, el cuidado del medio ambiente, el cuidado y relacionamiento con sus empleados y clientes, y un adecuado relacionamiento con el entorno social en que la organización forma parte. Algunas de las actividades que realizan están vinculadas al cuidado de la salud, el cuidado del medio ambiente, ayuda social y comunitaria, apoyo a eventos culturales, etc.

Aspectos vinculados al surgimiento de la RSE, como se implementa en Uruguay, quienes la regulan, cuales son los beneficios que trae a la organización y a la comunidad, son algunos de los cuestionamientos que surgen a raíz de la temática. Los mismos llevan a formular la pregunta que da línea al presente artículo de revisión, esta es:

¿Bajo qué condiciones sociales, históricas y económicas surgen las practicas de Responsabilidad Social Empresarial, y porque se implementan en la actualidad?

Para responderla en primer lugar se definirá el concepto de RSE, tanto de autores que trabajan el tema, como las definiciones propuestas por las instituciones que la regulan. También se verá cómo surge la RSE, y cuáles fueron los factores sociales y políticos que permitieron su formación y su implementación en Uruguay.

Los inicios de la RSE guardan una estrecha relación con la corriente política social y económica Neoliberal, por lo cual será necesario conocer y definir el pensamiento que dicha corriente propone.

La congruencia de diversos factores vinculados al Neoliberalismo dio lugar a que en la actualidad y en Uruguay la RSE sea de importancia en las diferentes organizaciones,

tal ha sido su efecto que existe una red de empresas que desempeñan actividades de RSE en sus plan de trabajo anual.

Las actividades que promueve la RSE son fomentadas por instituciones que la regulan en Uruguay, tales como ACDE y DERES. Se realizará un acercamiento a dichas instituciones y a la RSE en Uruguay, quienes la regulan, como se implementa, que empresas son las que participan, y cuáles son las áreas que abarca.

Se verá también que nivel de participación ha tenido el Estado en cuanto a la RSE, y de que maneras ha demostrado interés en esta herramienta corporativa en desarrollo.

Por último, un estado del arte de la RSE en las ciencias sociales, que se ha estudiado de la presente temática en nuestro país, quienes han investigado y desde que abordajes. Una revisión de los antecedentes generados sobre la RSE, y sobre los resultados obtenidos en las diferentes investigaciones, como eje central del presente artículo de revisión.

Metodología de revisión.

La metodología empleada para la búsqueda de información del presente artículo de revisión fue de relevamiento bibliográfico a través de diferentes medios de búsqueda. En una primera instancia se recabó información a través de Google académico, a

modo de relevar información de diferentes autores y disciplinas sobre el tema. Las palabras clave del motor de búsqueda fueron “Responsabilidad Social Empresarial”, “Estado y RSE en Uruguay”, “Neoliberalismo y RSE”.

A través del mismo se logra recopilar información proveniente de diferentes disciplinas sobre la temática, con diferentes formatos, ya sea libros, artículos, tesis de diferentes disciplinas, noticias, etc.

Dicha información fue clasificada según el formato, libros, artículos, tesis, revisiones de grado, a modo de organizar el material bibliográfico hallado, en diferentes modelos.

De la primera lectura general realizada sobre el tema se realiza un filtro de aquellas publicaciones pertinentes a la temática seleccionada, vinculadas a aspectos más sociales y no tanto económicos, sin descartar los mismos, y aquellas publicaciones más recientes, las que se habían elaborado en los últimos 10 años.

Otra fuente de información pertinente es la de la base de datos de la Biblioteca de Facultad de Psicología, también bases de datos Scielo, Psycodoc (base de datos de la psicología) y Timbó.

Por otra parte trabajos finales de grado de estudiantes de diferentes Facultades, que investigaron la temática desde diferentes disciplinas y enfoques.

También se tomó información de las páginas web de dos instituciones que regulan la RSE en Uruguay como ACDE y DERES, manuales de instrucciones para las empresas, publicaciones, etc., ya que son un punto de referencia para la temática trabajada en nuestro país.

Cap. 1- Concepto y definición de RSE.

1.1 Definiciones.

A continuación se plantean dos definiciones de RSE de autores extranjeros, dos definiciones de investigaciones locales, y dos definiciones de las instituciones que regulan la RSE en Uruguay.

En primer lugar la definición propuesta por Antonio Vives (2015), quien ha desarrollado diversos libros y artículos sobre la presente temática, afirmando que la RSE es cuando “la empresa hace cosas en beneficio de la sociedad, voluntariamente, más allá del cumplimiento con la legislación vigente”. (Vives, 2015, pg.9). Esto es que, más allá de que la organización tenga su empresa y trabajadores en regla, esta debe desempeñar con claridad y transparencia cada una de sus gestiones, introduciendo el término de voluntariedad, viendo a la RSE como una gestión voluntaria de la organización, no como una obligación.

En segundo lugar, la definición propuesta por Italo Pizzolante Negrón (2009), doctorado en comunicación organizacional, quien plantea la siguiente definición “La Responsabilidad Social Empresarial significa asumir con madurez y conciencia las implicaciones, favorables o no, de nuestras actuaciones en la sociedad de la que formamos parte, como un ciudadano más” (Pizzolante, 2009, pg.8). Según este autor la RSE no solo hace parte de los aspectos positivos generados activamente por la empresa, sino también hacerse cargo de aquellos aspectos negativos que involucran a la comunidad y el entorno de la organización.

Por otra parte, dos definiciones propuestas por autores locales, quienes a través de elaboraciones académicas han desarrollado las siguientes definiciones.

Bogiloff & Melgar (2010) afirman que la RSE es “la forma en que las empresas se comprometen para aportar al desarrollo económico, operando con los empleados, sus

familias, la comunidad y la sociedad en su conjunto con la meta de mejorar la calidad de vida de todos los involucrados” (Bogiloff y Melgar, 2010, pg. 5).

En esta definición se introduce el concepto de calidad de vida, viendo en la RSE una forma de favorecer la calidad de vida de todos los involucrados.

En segundo lugar Milán, et al. (2009) en su investigación sobre “El Rol del Estado en la Responsabilidad Social Empresarial y el Medio Ambiente”, definen la RSE como “conjunto de obligaciones y compromisos legales y éticos, tanto nacionales como internacionales que se derivan de los impactos que la actividad de las organizaciones pueden producir en el ámbito social, laboral, medioambiental y de los derechos humanos, y que las empresas deben tener en cuenta en sus estrategias de negocio” (Milán, Rosa & Villaroel, 2009, pg.11).

En esta definición se introduce el término medio ambiente, involucrando a la RSE no solo en el impacto provocado en las personas sino también el impacto que recibe el medio ambiente a raíz de las actividades llevadas a cabo por las organizaciones.

Dichos autores plantean que las empresas tienen una obligación ética hacia cada uno de los 5 grupos que la constituyen (stakeholders) estos son propietarios-accionistas, empleados, clientes, proveedores y la comunidad en general. Las actividades que la empresa lleve a cabo dependerán entonces de los intereses y decisiones de estas partes interesadas.

1.2 Stakeholders o partes interesadas.

Edward Freeman introdujo el concepto de Stakeholders en el lenguaje de la estrategia, de la ética empresarial y de la Responsabilidad Social Corporativa o Empresarial. Dicho autor plantea que los Stakeholders son definidos como “Cualquier

grupo o individuo que pueda afectar o ser afectado por el logro de los propósitos de una corporación. Stakeholders incluye a empleados, clientes, proveedores, accionistas, bancos, ambientalistas, gobierno u otros grupos que puedan ayudar o dañar a la corporación” (IESE, 2009, pg. 2).

En su proceso de toma de decisiones las organizaciones se encuentran con que hay grupos e individuos externos que están interesados en lo que hacen, tales como clientes, proveedores, comunidades, gobiernos, dueños y empleados, quienes en su toma de decisiones dependen de las organizaciones para realizar sus proyectos, y a la inversa las organizaciones dependen de ellos para ser exitosas (IESE, 2009).

En suma, los stakeholders son aquellos grupos e individuos con los cuales la organización establece una relación de dependencia mutua.

1.3 Definición de DERES y ACDE.

Las definiciones de RSE propuestas por las instituciones que regulan la RSE en Uruguay, DERES y ACDE.

DERES (2015) plantea que “La RSE es la responsabilidad de las empresas por sus impactos positivos y negativos en la sociedad”, “La responsabilidad o el hacerse cargo por parte de la empresa de sus impactos no implican una actitud reactiva ni simplemente reparadora”. Señalando también el concepto de Empresa Responsable, afirmando que es “aquella que, cumpliendo con la normativa vigente, integra armónicamente el desarrollo económico con el respeto por la ética, las personas, la comunidad y el medio ambiente, en toda su cadena de valor” (DERES, 2015, pg.1).

Por otra parte la definición propuesta por ACDE, y siguiendo lo establecido por UNIAPAC (2008), plantea que la RSE es “una forma de gestión surgida del compromiso personal, moral, consciente y congruente del empresario y de los miembros que integran la empresa basada en la ética social cristiana”. Estas prácticas

tienen “el fin de cumplir íntegramente con los objetivos internos y externos considerando las expectativas de todos los sectores y grupos de interés involucrados” (UNIAPAC, 2008, pg. 47).

En esta definición se identifica un enfoque distinto a las anteriores, ya que dicha institución lleva a adelante sus objetivos basada en un ética cristiana, con valores y principios que corresponden a su visión de la empresa, el mercado, el bien común.

De estas dos últimas definiciones planteadas se pueden señalar aquellos puntos más relevantes, de la definición propuesta por DERES, se destaca el hecho de que el hacerse cargo de los aspectos positivos y negativos de la organización sea de una manera reactiva, esto es que no surjan las propuestas de RSE a raíz de problemas generados, sino sean previstos e incluidos de antemano en el plan de acción y presupuesto de la organización.

Por otra parte en la definición propuesta por ACDE, se destaca el compromiso del empresario y toda la organización con las expectativas de los diferentes grupos de interés, esto es que, la organización toma en cuenta las necesidades, la opinión y el interés de las diferentes partes que dependen de su actividad.

Cap. 2- Neoliberalismo y RSE.

2.1 Inicios de la RSE.

El término Responsabilidad Social Empresarial surge en 1953 a raíz de la publicación de Howard Bowen titulada "Social Responsibilities of the Businessmen" (Las responsabilidades sociales de los hombres de negocios). Bowen apelaba a la responsabilidad social de las corporaciones para producir no sólo bienes y servicios, sino devolver a la sociedad parte de lo que ésta les había facilitado. Fue así que a raíz de su publicación Peter Drucker, devoto cristiano episcopaliano, incluía la responsabilidad pública como una de las áreas clave del management, afirmando que los ejecutivos también tenían que promover el bien público, contribuir a la estabilidad, el fortalecimiento y la armonía social. La conexión con el management facilitaría la expansión de la RSE.

Se desarrolla a continuación lo propuesto por dos autores con respecto a los factores y etapas de surgimiento del concepto de RSE, y también del contexto económico y social en el que se vienen desarrollando.

Milán, et al. (2009) afirman que el surgimiento de la RSE está vinculado a dos factores principales. En primer lugar la crisis del modelo de Estado de Bienestar, que obligó al Estado a reducir sus gastos en políticas sociales, dejando espacios vacíos que debieron ser cubiertos por las empresas. Previo a esto el Estado era el encargado de proveer servicios en cumplimiento de derechos sociales a toda la población.

Por otra parte, el segundo factor vinculado al surgimiento de un modelo económico marcado por la globalización, haciendo que las empresas aumenten su influencia y sus efectos en materia de lo económico, social y ambiental. La sociedad civil comienza a exigir a las empresas mayor participación, y normas de transparencia, es así como en el S.XXI la empresa se transforma en un motor de cambio y progreso de la sociedad (Milán, Rosa & Villaroel, 2009).

En segundo lugar Falero (2013), quien define tres etapas en el surgimiento y desarrollo de la RSE. Plantea una primera etapa surgida a raíz de las inquietudes generadas por la Revolución Industrial, como salarios, condiciones de trabajo, con el desarrollo de la economía del S.XVIII, siendo estas más notorias en el S.XIX. En esta primera etapa no se visualiza un concepto formado de RSE sino indicios, y elementos sueltos, emergentes de la Revolución Industrial.

En una segunda etapa, donde hay un ideal más moderno de RSE, en la que se integran cuestiones como la inseguridad social, el desempleo, desarrollándose en el S.XX, momento también donde la filantropía y la creación de fundaciones propias tuvieron su lugar de desarrollo. Es aquí donde se da comienzo al uso del término RSE con la publicación de un artículo de Howard Bowen (1953) como se mencionaba anteriormente, buscando incentivar que las organizaciones devuelvan a la sociedad parte de lo que ésta les había dado.

Falero (2013) afirma que a finales de los 90', a la par del crecimiento capitalista también se genera una crisis de confianza hacia grandes corporaciones, y de desligamiento del Estado de ciertas funciones de intervención social y regulación económica lo cual implicaría al sector privado a cargo de dichas cuestiones. En esta década además en el Estado Uruguayo se implementan medidas Neoliberales (Falero, 2013).

En cuanto a la tercera etapa, la actual, va de la mano con el cambio del papel del empresario, no solo de su imagen sino de su rol como líder, como gerente. Nuevas modalidades de liderazgo que van de la mano de conceptos como la motivación, la gestión, la innovación y nuevos emprendimientos. Dichas modalidades surgen a raíz de nuevas necesidades en los empleados y en la sociedad, otorgándole un nuevo sentido del trabajo para la persona para organización social.

2.2 Neoliberalismo.

El Neoliberalismo es una corriente de pensamiento política económica y social, que desde 1970 ha sido de gran influencia en el pensamiento y en las prácticas empresariales que se llevan a cabo. El neoliberalismo retoma preocupaciones planteadas por el pensamiento liberal, estableciéndolo en base a las conflictivas actuales, en la que se destaca el valor de la desigualdad. Harvey (2005) plantea “la desregulación, la privatización, y el abandono por el Estado de muchas áreas de la provisión social han sido generalizadas” (Harvey, 2005, pg. 7). Dicho autor, también afirma que la influencia del neoliberalismo atraviesa diferentes ámbitos de la sociedad tales como el académico, medios de comunicación, entidades financieras y directivos de grandes corporaciones e instituciones principales del Estado, entre otras. Y que “Posee penetrantes efectos en los modos de pensamiento, hasta el punto en que ha llegado a incorporarse a la forma natural en que muchos de nosotros interpretamos, vivimos y entendemos el mundo” (Harvey, 2005, pg. 7).

Sostiene también que para el pensamiento neoliberal “el bien social se maximiza al maximizar el alcance y las frecuencias de las transacciones comerciales y busca atraer toda la acción humana al dominio del mercado (Harvey, 2005, pg. 8).

En este período es duramente cuestionado el ideal del Estado como garantizador del bienestar social, dando lugar a nuevas formas de gobierno. Lo social se fragmenta y se privatizan los problemas y las soluciones, el éxito se basa en el acceso individual a bienes y servicios. Debido a este fuerte cuestionamiento del rol de Estado que se mencionaba es que el sector privado asume en gran parte aquellas funciones de las que el Estado se desliga.

Se insta un sistema desigual, basado en la derogación de lo social, en la aceptación de la incertidumbre e incursión de problemáticas colectivas. Dichos factores derivaron en la pérdida de la centralidad del trabajo como integrador de la sociedad, la desestructuración de la seguridad social y la aceptación de la desigualdad.

Por otra parte Foucault (2007) plantea una definición de Neoliberalismo basada en tres puntos de vista, en primer lugar desde el punto de vista económico lo define como “la reactivación de viejas teorías económicas ya desgastadas”, en segundo lugar desde el punto de vista sociológico lo define como “el elemento a través del cual pasa la instauración de relaciones estrictamente mercantiles en la sociedad”, y por último lo define desde el punto de vista político como “la cobertura para una intervención generalizada y administrativa del Estado, tanto más gravosa porque resulta insidiosa y se enmascara bajo la apariencia de un neoliberalismo”(Foucault, 2007, pg.155). Esto es que, el neoliberalismo no trae consigo un nuevo pensamiento, sino que disfrazar teorías en desuso para poder retomarlas en base a las problemáticas actuales, por otra parte es la forma de instalar relaciones mercantiles en la sociedad generalizadas por el Estado.

Foucault (2007) afirma que “La sociedad regulada según el mercado en la que piensan los neoliberales es una sociedad en la cual el principio regulador no debe ser tanto el intercambio de mercancías como los mecanismos de competencia” (Foucault, 2007, pg. 182). Esto es que, lo que se intenta obtener es una sociedad sometida a la dinámica competitiva, una sociedad donde los más competentes tienen acceso a bienes y servicios, no es una sociedad de supermercado, sino una sociedad empresa, no es el hombre del intercambio ni el hombre consumidor, es el hombre de la empresa y la producción (Foucault, 2007).

A su vez se produce un cambio significativo en los modos de control, ya no es tanto el control sino el auto-control, la auto-regulación, donde cada uno es responsable de sí mismo. En una modalidad de control horizontal y no piramidal, donde el desarrollo de las competencias individuales garantiza el éxito.

Foucault denomina el “homo economicus” como la subjetividad que se constituye en las formas biopolíticas avanzadas del neoliberalismo. La producción de esta subjetividad supone la emergencia de una forma productiva no sólo regulada por el

mercado sino también capturado por la empresa. Una “sociedad empresa” como la denomina Foucault, cuyo objetivo es generalizarse, apoderarse del tejido social, en una concepción del sujeto como competitivo. El objetivo de la generalización de esta forma empresa, o sociedad empresa, consiste en multiplicar el modelo económico, modelo de la oferta-demanda, de inversión, costo y beneficio, para convertirlo en un modelo de las relaciones sociales, relación consigo mismo y con todas sus relaciones (Foucault, 2007).

Debido a esto la empresa debe valerse de nuevos modos de gestión, nuevas estrategias para este individuo competitivo que crea, incluyendo así otros aspectos del individuo. Anteriormente se mencionaba que el trabajo pierde su centralidad, y surge un nuevo modelo, una nueva forma de gestión.

En cuanto a esto Zangaro (2011) afirma que “Las formas de gestión pos-fordistas, vigentes a partir de la década de los 70’, toman como materia principal de la conducta la emocionalidad del individuo”, a su vez define la emocionalidad del individuo como “el conjunto de los estados afectivos del sujeto, concebidos como estados anímicos” (Zangaro, 2011, pg.117). Surge una nueva consideración del individuo como un todo integrado, abarcando diferentes aspectos, tanto lo físico, lo intelectual y lo emocional. Marcando así una nueva propuesta managerial, nuevas lógicas de gestión, basadas en la integralidad del individuo.

Hasta el momento la concepción del trabajo estaba centrada en el aspecto físico, “trabajar era entonces ejecutar una actividad física y ser trabajador era casi exclusivamente ser trabajador fabril” (Zangaro, 2011, pg.118).

Las organizaciones comenzaron a considerar y centrarse en el factor humano para el éxito de sus organizaciones, concibiendo a la empresa no solo como fuente de trabajo e ingresos sino también como motivadora a través de incluir en sus prácticas aquellas actividades vinculadas a lo emocional, el compromiso con la comunidad y el

emprendimiento de actividades extra laborales. Esta integración tiene el mero objetivo de que el trabajador desempeñe sus actividades con una motivación extra al ingreso económico, concentración y productividad son el resultado, lo cual se traduce en una conexión entre el hacer y el ser en el trabajo (Zangaro, 2011).

Vinculado a esto Flores y Grey (2003) proponen dos modelos de organización del trabajo y subjetivación, basados en la importancia que adquiere la utilización de las capacidades cognitivo-afectivas del trabajador en el proceso del trabajo.

Por un lado la “Vida Wired” o forma de productividad Wired, caracterizada por centrarse en proyectos que se ejecutan en función de talentos o inspiraciones, un estilo de vida basado en disfrutar las pasiones (Flores & Grey, 2003).

Por otro lado propone la modalidad “Vida emprendedora”, la cual se basa en renovar la vida de la comunidad a través de un producto o servicio, de un logro político, de un evento cultural o servicio social. En esta modalidad la realización del individuo no pasa por su talento o inspiraciones, sino más bien por su sensibilidad a las discordias y conflictos de la comunidad, siendo lo que da sentido a su vida laboral el compromiso con las causas a las que se adhiera (Flores & Grey, 2003).

Cap. 3- RSE en Uruguay

3.1 Instituciones que la regulan.

En Uruguay son dos las principales instituciones que regulan la Responsabilidad Social Empresarial.

Por una parte la Organización empresarial sin fines de lucro DERES, quien reúne empresas de Uruguay que buscan desarrollar la RSE, tanto desde el punto de vista

conceptual como de su aplicación práctica. Nace a fines del 1999, a raíz de una iniciativa de la Universidad Católica del Uruguay, con el objetivo de generar un ámbito específico desde el cual promover en Uruguay el concepto y las prácticas de RSE.

La definición básica que maneja DERES está vinculada a un hacerse cargo por las diferentes instituciones de sus impactos positivos y negativos en la sociedad, definición que se desarrolló anteriormente.

DERES plantea 5 ámbitos de aplicación o áreas de RSE.

- **Ética y Gobierno Corporativo:** refiere a las políticas de dirección que generen una gestión ética y transparente.
- **Medio Ambiente:** refiere al compromiso de la empresa para proteger y mejorar al medio ambiente minimizando sus impactos en el mismo.
- **Cadena de Valor:** refiere a la responsabilidad y transparencia respecto a los productos y servicios brindados así como la relación con los consumidores, clientes, proveedores, etc.
- **Participación activa en la Comunidad:** refiere a la forma en que la empresa interactúa y se involucra con la comunidad con el fin de mejorar su inclusión y desarrollo socio-económico.
- **Calidad de Vida y Prácticas Laborales:** refiere a las políticas dirigidas a los trabajadores que buscan un desarrollo seguro e integral de los mismos así como una mejor calidad de vida.

Por otra parte, y como segunda institución principal moderadora de la RSE en Uruguay, la Asociación Cristiana de Dirigentes de Empresas (ACDE), fundada en 1952, es una asociación sin fines de lucro que ofrece a los socios integrar una red de empresas con el fin de brindarse apoyo mutuo para enfrentar los desafíos del mundo empresarial.

Con una visión de la empresa como comunidad, como grupo de personas, basada en un código de conducta no solo gerencial y cultural sino personal, donde el enfoque está puesto en el desarrollo de las personas.

Dicha institución representa en Uruguay a la Unión Internacional Cristiana de Dirigentes de Empresas (UNIAPAC), con sede en Bruselas, que nuclea a más de 40.000 empresarios en 30 países. UNIAPAC plantea que “la empresa debe caracterizarse por su capacidad para servir al bien común gracias al trabajo bien organizado, a sus prácticas de investigación, su capacidad de detectar y satisfacer necesidades, su valentía para arriesgar inversiones, la creación estable de fuentes de empleo y cadenas de valor agregado que amplíen la capacidad de generar riquezas y distribuir las. El respeto y promoción de los derechos humanos encuentra así su plena concreción” (UNIAPAC, 2008, pg. 51).

El marco de la RSE para ACDE está basado en el bien común, considerando a los empresarios como responsables de brindar desarrollo económico y humano, tanto en la empresa como en la sociedad (UNIAPAC, 2008). Donde los empresarios desde las empresas, deben ser promotores del desarrollo integral de las personas, ya que cuentan con importantes herramientas como: relaciones, recursos, conocimiento y formación.

Considera también que la responsabilidad radica en las personas, ya que son ellas las que ejecutan los actos morales, por lo tanto la RSE puede ser comprendida como la responsabilidad de todas las personas involucradas.

3.2 Índice de Responsabilidad Social Empresarial (IRSE).

ACDE junto con Deres y el apoyo de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de la República (UdelaR), elaboran el índice de Responsabilidad Social

Empresarial (IRSE) alcanzando ya su 6ta edición y con la participación de más de 100 empresas (Milán, Rosa & Villaroel, 2009).

El IRSE es una herramienta de autoevaluación que permite que las empresas analicen y midan las acciones de responsabilidad social que están desarrollando, a través de la medición en diferentes áreas, estas son: qué hizo la empresa en relación a los accionistas, en relación a los empleados, a los clientes, proveedores y consumidores (CPC) y en relación a la comunidad, el Estado y el medio ambiente (CEMA).

El objetivo de esta herramienta es revisar y analizar a través de un cuestionario de autoevaluación, la forma en que las empresas se relacionan con los grupos de interés y el medio ambiente. A su vez es un mecanismo para analizar las decisiones y acciones cotidianas en función de criterios socialmente responsables.

Su aplicación consiste en realizar por parte de la empresa un cuestionario que incluye afirmaciones relacionados con toma de decisiones, formas de hacer las cosas, manejo de problemas, el mismo debe ser completado teniendo en cuenta la manera en que la empresa se relaciona con ocho grupos de interés, accionistas, trabajadores, clientes, proveedores, competidores, comunidad, Estado y medioambiente.

Esta auto evaluación podría dar un indicio de que nivel de compromiso presentan las organizaciones con respecto a las prácticas de RSE, cuáles son sus áreas de intervención, y además de ser reconocidas como organizaciones responsables dejar a luz su nivel de compromiso con las diferentes prácticas y con la comunidad. A su vez, se les realiza un reconocimiento a aquellas organizaciones que presentan mejores resultados, las cuales serían de referencia para las demás instituciones.

Este índice de medición de RSE en las empresas asociadas proporcionaría datos relevantes en cuanto al nivel de compromiso y responsabilidad real que tienen las organizaciones que forman parte, ya que daría a luz datos significativos del comportamiento y los resultados generados en las prácticas de RSE. Al estar basado en un formato de autoevaluación no es posible el acceso a dicha información.

Valiéndose de la autocrítica que las organizaciones puedan desarrollar e implorando a respuestas acorde al funcionamiento y plan de trabajo realizado.

Cap.4- Estado del arte de la RSE en las Ciencias Sociales.

Los antecedentes recabados serán presentados en tres partes, en primer lugar autores que realizaron investigaciones en cuanto al rol del Estado en materia de RSE, en segundo lugar autores que consideran a la RSE como herramienta corporativa y por último los beneficios que obtiene una organización a raíz de la implementación de estrategias de RSE.

4.1 RSE y Estado.

Bogilof y Melgar (2014) llevaron a cabo una investigación que arroja varios datos significativos a raíz de su búsqueda con respecto a las prácticas de RSE en Uruguay. Tomando en cuenta que es un tema reciente y en desarrollo, acercándose a diferentes organizaciones que se encargan de regular y asesorar sobre RSE en Uruguay.

Utilizando como base para su investigación encuestas realizadas a diferentes organizaciones nacionales, separando aquellas que tienen un capital nacional de las que no. En base a esto se pudo concluir en dicha investigación que las empresas de capital extranjero desarrollan en sus organizaciones una mayor cantidad de prácticas de RSE vinculadas al medioambiente. Con respecto al factor medio ambiente y entorno de las organizaciones concluyen que las empresas de capital extranjero desarrollan más actividades volcadas al medio, mientras que las nacionales hacia los empleados y la comunidad.

Desde su visión consideran que el Estado debe articularse con las empresas para poder lograr mejores resultados, plantean la necesidad de una mayor integración y coordinación Estado-Organizaciones que permitan una mejor y más organizada gestión en RSE, “este entramado de relaciones entre las empresas, el Estado y todos los stakeholders (las partes interesadas) es lo que hará posible una mejor y más amplia incorporación de la RSE en nuestro país” (Bogiloff & Melgar, 2014, pg.56).

Señalan también que el tema de la RSE por lo general está dado de una forma lineal, en el sentido de lo que las organizaciones pueden brindar, pero tomando en cuenta que las mismas consideran para su plan de intervención la opinión de los consumidores. Los mismos deberían estar informados sobre las diferentes prácticas que las organizaciones desempeñan para poder intervenir, planteando sus inquietudes y necesidades, ya que de esta manera las prácticas serían un beneficio clave para el

entorno y el medio ambiente en el que están establecidas. En la actualidad no hay un conocimiento general de prácticas que se llevan a cabo, un medio de difusión y centralización de esta información que podría ser de interés para las diferentes partes que intervienen (Boggilof & Melgar, 2014).

Por otra parte Forte & López (2011), indagan sobre el rol que tiene y, desde su postura, el rol que debería tener el Estado en materia de RSE. Señalan dos corrientes de pensamiento, una donde sugiere que el Estado debería encargarse solo de mantener el orden interno y no intervenir en otros aspectos de la vida de las personas. Dicha corriente de pensamiento sostiene que la organización y el desarrollo económico de la sociedad deben estar librados al libre juego del mercado. Uno de los fundadores de esta teoría de Liberalismo Económico, Adam Smith, quien planteó la existencia de una mano invisible que se encargaría de regular las relaciones económicas entre los agentes.

Por otra parte una segunda corriente de pensamiento que manifestó la necesidad de que el Estado tuviera un rol más participativo e influyente en la sociedad, y la vida de las personas, principalmente en los aspectos económicos de la misma (Forte & López, 2011). Señalan también que a raíz del crecimiento de la Revolución Industrial “surgieron críticas a las ideas que postulaban al mercado como encargado de regular las economías de las naciones. Estas teorías fueron agrupándose bajo la denominación Estado Benefactor” (Forte & López, 2011, pg.4). Su principal ideología se basa en la intervención del Estado para que el desarrollo de la sociedad sea más equitativo.

En su investigación plantean una serie de recomendaciones al Estado de cómo favorecer el establecimiento de medidas de RSE, estas son:

- Estimulando la inversión socialmente responsable, estableciendo políticas fiscales favorables de forma que se incentive la inversión en los sectores a los cuales se identifiquen como prioritarios.
- Asumiendo un rol regulador y promotor en el desarrollo de una normativa que exija transparencia a las entidades que administren fondos de inversión.
- Contribuyendo al desarrollo del mercado de las instituciones socialmente responsables desde su participación a través de las empresas estatales.

Por otra parte, un dato relevante que proporciona el presente antecedente es el debate llevado a cabo en la mesa de diálogo del Gobierno Uruguayo, en el 2006 sobre RSE, con el fin de formar un espacio de intercambio entre los sectores público, empresarial y la sociedad civil, intentando promover una articulación de iniciativas de desarrollo económico y social con equidad. Donde el concepto de equidad es primordial, siendo este concebido como condición para el progreso económico justo y responsable (López & Forte, 2011). A su vez, se reconoció el desarrollo desigual de la RSE en la sociedad uruguaya, resaltando la importancia del apoyo a las distintas iniciativas promovidas por los principales actores.

Donde se planteó también la posibilidad de unificar conceptos y criterios, en un marco normativo básico, planteándose también la cuestión de calidad de los servicios y la rendición de cuentas de las empresas públicas (Forte & López, 2011).

A su vez, en el 2007 se creó la Red de Empresas Públicas (REP), en la cual se estableció un ámbito de coordinación e intercambio de experiencias entre las empresas públicas y servicios descentralizados, con la finalidad de lograr mayor eficacia y eficiencia en sus servicios. Es así que las empresas estatales a través de sus páginas web comenzaron a comunicar a la ciudadanía sus gestiones realizadas con respecto a la RSE, dando cuenta de este modo de sus actividades brindando

transparencia, y permitiendo a los ciudadanos conocer cómo se manejan los fondos públicos (Forte & López, 2011).

Por último, los autores contrastan dos conceptos con respecto al rol del Estado, el control público (obligatoriedad) y la autorregulación (voluntariedad), donde por una parte el Estado podría beneficiar en fomentar las prácticas, pero por otra parte algunos autores afirman que un exceso de regulación podría desincentivar las prácticas voluntarias que se vienen llevando a cabo.

4.2 La RSE como herramienta corporativa.

Falero (2013) plantea el concepto de confianza aplicado a las organizaciones que desarrollan prácticas de RSE, afirmando que la misma puede generar expectativas de confianza y aceptación, en medio de un contexto capitalista, una confianza en muchos casos perdida. Planteando que la conexión entre confianza colectiva y RSE radica en que perdido lo primero, lo segundo puede tener pocas posibilidades y por tanto ya no tener objeto, es así como una vez perdida la confianza, la convicción del colectivo es de haber sido engañado por el poder (Falero, 2013).

Por otra parte Giniger (2014) investigadora y docente de la ciudad de Buenos Aires, plantea que la RSE puede ser considerada según su postura como una herramienta corporativa. Dicha herramienta estaría destinada especialmente a la construcción de una imagen específica de las empresas.

En una investigación titulada “Doctrina Social de la Iglesia y RSE”, donde vincula RSE, neoliberalismo y doctrina cristiana, presenta a la RSE como una estrategia empresarial discursiva, donde se agrega a las organizaciones el tinte de socialmente responsable, para poder dar una buena imagen de las empresas, en este intento de lavado de cara a las ideas que implican mayor explotación del capital. Asegura que mediante la

sensibilidad social las empresas alcanzan sus objetivos, dándole una mirada más aceptable a sus intereses, una proyección hacia la comunidad, asociada a una imagen de la organización tanto como herramienta de marketing como dispositivo, designando a la misma el rol de ordenamiento social (Giniger, 2014).

Como resultado de su investigación afirma que la RSE constituye uno de los elementos de política empresarial que mayor difusión tienen y que estaría mejor conceptualizado socialmente. La RSE trasciende el ámbito empresarial para proyectarse a toda la comunidad, es un puente de llegada y acceso a la misma, generando confiabilidad, y una imagen positiva para alcanzar aceptación. En este punto es que coincide con Falero, autor que mencionamos anteriormente, siendo la confiabilidad uno de los beneficios que estimula la organización con sus prácticas de RSE en la comunidad.

4.3 Empresa Socialmente Responsable.

Aguilera & Puerto (2012) plantean una correlación entre la RSE y el crecimiento de la empresa, intentan establecer en qué medida la RSE asumida de manera positiva por las organizaciones, contribuye al crecimiento empresarial.

Afirman que la RSE ofrece una nueva alternativa de competitividad, concebida como la transferencia de valor agregado a la sociedad, valor que se espera se convierta en fuente de ventaja competitiva. El crecimiento empresarial es un elemento de búsqueda incuestionable de la organización, un crecimiento que les permita ser sostenibles, crear una imagen corporativa positiva, buscar el bienestar institucional y garantizar su permanencia y consolidación en el ámbito empresarial; según plantean los autores la RSE contribuye con este propósito.

Planteando también algunas alternativas estratégicas en base al crecimiento mediante la RSE, brindando beneficios para los grupos de interés (stakeholders), generando

mejoras en la reputación de la empresa. Estas mejoras pueden reforzar la reputación de la organización al generar confianza entre los empleados a través de prácticas de gestión ejemplares, reputación por credibilidad de inversores, reputación por la confianza entre clientes y proveedores asegurando calidad, servicio e innovación. Por la responsabilidad generada en la comunidad y los entes públicos, por la contabilidad entre el Gobierno y los intereses de los competidores.

Por otra parte, al mejorar la reputación de la empresa, se convierte en una empleadora más atractiva, por lo tanto atrae más solicitantes del mercado laboral, brindándole a su vez una mayor competitividad externa. Realizar aportes de obra social permite que la organización se posicione con mayor facilidad en las mentes de sus grupos de interés. Por último y a modo de conclusión afirman que la RSE opera como agente de estímulo en cuanto al crecimiento sostenible de la empresa, ya que la mayoría de ellas han entendido que su crecimiento y productividad se relacionan directamente con un incremento en la calidad de vida de la comunidad, lo cual redundará en beneficios para todos.

Correa & Van Hoof (2010) con respecto a la competitividad afirman que uno de los motivadores centrales para los empresarios es el deseo de mejorar los resultados financieros del negocio, por lo que consideran que la mejor manera de promover la RSE es demostrar las ventajas de negocio que surgen a partir de las consideraciones sociales y ambientales. Proponen una metodología que ayude a la empresa a mejorar su visión y estrategia, los procesos internos y la cultura, mejorar las relaciones con los stakeholders (clientes, proveedores, comunidades, ONG, autoridades) para generar valor financiero (Correa & Van Hoof, 2010).

Alegan que “Las empresas buscan mejorar sus resultados financieros a partir de la rentabilidad y el crecimiento, pero también buscan construir ventajas competitivas

desarrollando productos y servicios innovadores, e innovando en modelos de negocio que mejoren su posición competitiva” (Correa & Van Hoof, 2010, pg. 25).

En este punto es relevante aclarar que se entiende por ventaja competitiva, Correa & Van Hoof (2010) toman la definición planteada por Michael Porter donde la define como “la capacidad que tienen las empresas para producir o mercadear sus bienes o servicios en mejores condiciones de calidad, oportunidad o costos que sus competidores” (Correa y Van Hoof, 2010, pg. 38).

Considerando además a la responsabilidad social como un componente importante para el desarrollo y bienestar de las sociedades de los países de la región, por lo cual proponen también generar una alianza público privada como estrategia para crear una situación más equilibrada entre el papel del Estado y el mercado, “un nuevo papel del Estado como garante y motor de los principales cambios deberá surgir del ejercicio asociativo Estado –sector privado– sociedad civil” (Correa y Van Hoof, 2010, pg. 38).

Moreno (2004) pone de relieve la influencia positiva que tienen las estrategias de responsabilidad social corporativa en la solidez económica de las empresas que la practican, y particularmente en su grado de competitividad.

En una primera parte, destaca la contribución de carácter transversal de la RSE a la mejora de la gestión, y en segundo lugar, el aporte de valor que puede prestar directamente a la empresa cada uno de sus grupos de interés en virtud de la mejor atención de la firma con ellos y gracias a la puesta en marcha de estrategias implementadas (Moreno, 2004).

Desarrolla una serie de factores que obran en beneficio de la empresa al desarrollar un plan de RSE, entre ellos, una mejor información, donde se trata de incluir toda aquella información fiable, precisa y relevante que permita valorar adecuadamente la relación de la empresa con todos sus grupos de interés, y por lo tanto los efectos de

su actividad en todos los ámbitos de incidencia, con el fin de evitar riesgos, reducir impactos negativos, potenciar fortalezas y aprovechar las oportunidades disponibles.

Otro factor que plantean es el de un mayor conocimiento en tres aspectos, mejor conocimiento de las características y necesidades de los grupos de interés con los que la empresa se relaciona y de las expectativas y demandas que mantienen frente a ella, mejor conocimiento del funcionamiento general de la empresa y de lo que hace cada unidad. Y por último, mejor conocimiento de los rasgos diferenciales (debilidades y fortalezas) de la empresa, de lo que quiere ser y quiere conseguir, del papel que pretende asumir frente a sus grupos de interés y en la sociedad, de los valores que presume, su visión, misión y su cultura corporativa.

Una mejor coordinación, e incluso una mejora en el proceso de toma de decisiones, y en la implementación de estrategias y evaluación de riesgos. Una mejora en la eficiencia y una apuesta por la calidad, aspirando a la máxima calidad posible en la relación que la empresa mantiene con todos sus grupos de interés, y aspirando por lo tanto, a la máxima calidad posible en todas las actividades de la empresa.

Un motor de innovación, y un fortalecimiento de la reputación, lo cual puede ser definido como el “resultado de la impresión que cualquier persona o entidad produce en su entorno y que en el caso de las empresas obedece a multitud de factores: es el producto neto de la percepción que –por todas sus características- tienen de la empresa sus grupos de interés y el público en general. O lo que es lo mismo, el grado de confianza que depositan en ella, el valor que les merece su marca” (Moreno Izquierdo, 2004, pg. 28).

Reflexiones finales.

Retomando la pregunta central planteada al inicio del presente artículo de revisión, y en base a los cuatro puntos de abordaje podemos desarrollar las siguientes reflexiones.

En cuanto a la definición de RSE podemos ver que existen varios conceptos de la misma, que abarcan diferentes aspectos, muchos autores coinciden en que la RSE se trata de la responsabilidad de una organización frente a sus efectos en la sociedad, como esta es de influencia en la comunidad y el medio en que está inserta.

En caso de que la influencia sea negativa, la empresa asume la responsabilidad de disminuir esos efectos, en el caso de que la influencia sea positiva, la responsabilidad estaría en fomentar e impulsar dicha influencia.

Uno de los aspectos que ha sido tema de discusión entre los autores es el término responsabilidad, como se veía en el desarrollo, la discusión se centra en saber si las organizaciones son realmente responsables o simplemente voluntarias en prácticas específicas y emergentes de la sociedad.

Otra de las discusiones con respecto al concepto es el denominado lavado de cara o lavado de imagen que realizan algunas organizaciones a través de las prácticas de RSE. Con esto no se quiere afirmar que el fin de las instituciones que la regulan sea realizar un lavado de imagen de las empresas que están asociadas, sino que, las organizaciones utilizan esta herramienta corporativa para recuperar la confianza y credibilidad perdida en la sociedad.

Otro de los aspectos a discutir es la falta de información que existe a nivel social con respecto a las prácticas de RSE, son las empresas y diferentes organizaciones quienes están al tanto de esta tendencia corporativa, y no la comunidad. Lo cual deja liberado a las organizaciones en qué tipo de necesidades o carencias intervenir, y no es la sociedad la que propone o sugiere las intervenciones. Si existiera un espacio de difusión social sobre estas prácticas, las mismas se desarrollarían de una manera más equitativa y acorde a las necesidades existentes.

Por otra parte, proponíamos indagar en los factores y el contexto social y económico en que surge la RSE. El surgimiento de la corriente Neoliberal dio cabida a diversos

cambios sociales que favorecieron la conformación de la RSE. Desregulación, desigualdad, privatización y abandono del Estado en muchas áreas de provisión social, son algunas de los cambios propuestos por dicha corriente. A su vez y como plantea Foucault la instauración del modelo de “sociedad empresa”, que se extiende a todas las relaciones sociales del individuo, basado en la competitividad y las relaciones mercantiles es otro de los factores que influyó en el surgimiento de la RSE, y su vínculo con las empresas.

Así mismo, Falero (2013) afirma que el cambio producido en el rol del empresario y una nueva modalidad de gestión en el tipo de liderazgo y gerenciamiento, son factores que favorecieron al desarrollo de la RSE. Dicho modelo de empresario está basado en la innovación y en el emprendimiento, es un nuevo modo de management, como alude Zangaro (2011), que toma en cuenta la integralidad del individuo, incluyendo en sus tareas y en su labor todos los aspectos del mismo, mente cuerpo y ahora también emociones. Adicionalmente incluye en las tareas aspectos sociales, comunitarios, voluntariado, con el objetivo de mantener al trabajador motivado y concentrado en la productividad e innovación. De otra forma, lo social, y por supuesto la responsabilidad asociada a la misma, se habrían mantenido separadas de la empresa.

Esta conjunción de la responsabilidad social y la empresariedad da lugar al surgimiento de la RSE como herramienta corporativa, ya que en este proceso de cambios sociales marcados por el neoliberalismo, las empresas vieron una oportunidad de negocio, una herramienta gerencial eficaz.

Por otra parte, y en cuanto a la participación del Estado en la RSE, vimos que algunos de los autores trabajados sugieren que el Estado debería trabajar en coordinación con las empresas privadas y con las instituciones que la regulan. El objetivo de esta

coordinación sería facilitar herramientas de mejora en las prácticas de RSE que se llevan a cabo en Uruguay.

Como mencionábamos en los antecedentes, en el 2006 se llevó a cabo un debate en la mesa de diálogo del Gobierno Uruguayo sobre RSE, donde se reconoció el desarrollo desigual de la misma en la sociedad Uruguaya, y la falta de promoción y apoyo en las distintas iniciativas. Donde se planteó además la necesidad de unificar conceptos en un marco normativo básico, discutiéndose también sobre la calidad de los servicios de las empresas públicas, y la rendición de cuentas de las mismas (Forte & López, 2011).

Podemos observar que Uruguay carece de una unificación de conceptos sobre la RSE, y una notoria falta de equidad en las iniciativas que se llevan a cabo. Para lo cual se propondría trabajar en conjunto, empresas-Estado-instituciones reguladoras, con el fin de obtener mejores resultados en los que la comunidad se vea beneficiada.

Por otra parte, se puede observar que el énfasis en la información disponible en cuanto a los beneficios de la RSE, está puesto en los resultados positivos que trae a las organizaciones, una buena imagen, confianza, competitividad, sostenibilidad, pero poco se destacan los beneficios y resultados en la sociedad y el medio.

DERES y ACDE miden a través del IRSE que tan responsables son las organizaciones que están vinculadas a ellas, pero no existe un reporte de cómo la sociedad es beneficiada con las iniciativas de RSE.

Por último, y en cuanto a los antecedentes recabados vemos que la RSE es un tema que continúa en desarrollo, y que ha tenido un crecimiento considerable en las últimas décadas. Si bien muchas organizaciones podrían estar implementando estrategias de apoyo comunitario y ayuda social, con la conformación de las instituciones reguladoras en Uruguay se ha difundido a nivel gerencial su implementación.

Los antecedentes recabados en Uruguay proceden en su gran mayoría de trabajos e investigaciones académicas, tesis, monografías, proyectos de investigación, y por otra parte los materiales realizados por ACDE y DERES para asesorar a las empresas que están asociadas a ellas. Sería efectivo y de gran aporte que se puedan fomentar y desarrollar un mayor número de investigaciones y aportes bibliográficos que permitan un conocimiento más profundo de la presente temática, y a su vez una difusión más amplia de las actividades que se llevan a cabo.

Lo elaborado en el presente artículo de revisión desencadena nuevos cuestionamientos y puntos de análisis, que no son pertinentes para la presente elaboración, pero que dan pie a una investigación más profunda y elaborada de las mismas. Cuestiones tales como ¿Qué tipo de prácticas son las que se llevan a cabo?, ¿Cuáles son las organizaciones locales que están asociadas a ACDE y DERES, y que tipo de organizaciones son las que participan? ¿Qué diferencias hay entre las empresas públicas y privadas en cuanto a dichas prácticas?

Otros aspectos tales como la evasión de impuestos a raíz de donaciones y apoyo comunitario, estrategias de management, y sentidos del trabajo y la empresa en la actualidad. Son algunas de las preguntas que surgen a raíz de la presente elaboración, pero que podrían dar lugar a próximas investigaciones

Referencias bibliográficas.

Aguilera, A. & Puerto, D. (2012). Crecimiento empresarial basado en la Responsabilidad Social. Artículo. Revista: Pensamiento y gestión, N° 32. Universidad

del Norte, 1-26, 2012. Recuperado de:
<http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/viewFile/3977/2823>

Bogiloff, A. & Melgar, N. (2010). Responsabilidad Social Empresarial en Uruguay, análisis del tipo de prácticas según el origen del capital de las empresas. (Trabajo presentado en las XI Jornadas de Investigación de la Facultad de Ciencias Sociales) UdelaR. Montevideo, Uruguay. Recuperado de: http://cienciassociales.edu.uy/wp-content/uploads/2013/archivos/Mesa_11_Bogiloff%20y%20Melgar.pdf

Correa, M. & Van Hoof, B. (2010). Cambio y oportunidad: la responsabilidad social corporativa como fuente de competitividad en pequeñas y medianas empresas en América Latina y el Caribe. Impreso en Naciones Unidas, Santiago de Chile.
Recuperado de: <http://www.cepal.org/es/publicaciones/5071-cambio-y-oportunidad-la-responsabilidad-social-corporativa-como-fuente-de>

Crespo, F. (2010). Entre el concepto y la práctica: Responsabilidad social empresarial. Revista Estudios Gerenciales, Vol. 26 No. 117 (Octubre - Diciembre, 2010) pp. 119-130. Recuperado de:
<http://www.redalyc.org/pdf/212/21218551006.pdf>

Deres. Responsabilidad Social Empresaria. (2015). Documento de afinamiento conceptual. Recuperado de: <http://deres.org.uy/rse-areas/>

Deres. Responsabilidad Social Empresaria. (2015). RSE y sus áreas.
Recuperado de: <http://deres.org.uy/>

Falero, A. (2013). El Uruguay desde la Sociología XI. Uruguay. Editorial: Mastergraf S.R.L. Recuperado de: <https://www.colibri.udelar.edu.uy/handle/123456789/7601>

Flores, F. Gray, J. (2003). El final de las profesiones. Nuevas formas de trabajo y de política pública. En la Práctica Multidisciplinaria en la Organización del Trabajo. Montevideo, Psicolibros, 2003. Recuperado de: file:///C:/Users/sipi_000/Desktop/RSE/Trabajo%20final%20de%20Grado/Flores%20y%20Grey.%20Vida%20Wired.pdf

Forte, L & López, V. (2011). El rol del Estado Uruguayo en materia de Responsabilidad Social Empresarial. (Trabajo de investigación monográfico). UdelaR. Uruguay. Recuperado de: <https://www.colibri.udelar.edu.uy/bitstream/123456789/477/1/M-CD4279.pdf>

Foucault, M. (2007). Nacimiento de la Biopolítica. Buenos aires: Fondo de cultura económica de Argentina. Recuperado de: <http://www.inau.gub.uy/biblioteca/seminario/nacimiento%20biopolitica.pdf>

Giniger, N. (2014). Doctrina Social de la Iglesia y Responsabilidad Social Empresaria: ética y política del neoliberalismo. Revista Sociedad y Religión N°42, Vol. XXIV, pg. 34-66. Buenos Aires. Recuperado de: <http://www.scielo.org.ar/pdf/syr/v24n42/v24n42a03.pdf>

IESE (2009, noviembre). Business School University of Navarra. La evolución del concepto de stakeholders en los escritos de Ed Freeman. Newsletter N° 5. Noviembre 2009, pg. 1-4. Recuperado de: http://www.iese.edu/es/files/La%20evaluaci%C3%B3n%20del%20concepto%20de%20stakeholders%20seg%C3%BAn%20Freeman_tcm5-39688.pdf

Milán, N. Rosa, M. & Villaroel, M. (2009). Responsabilidad social y medio ambiente. El rol del Estado. (Trabajo final, Máster en Gerencia y Administración). Udelar. Montevideo, Uruguay. Recuperado de: <http://www.ccee.edu.uy/investigacion/lineas/etica/Responsabilidad%20Social%20y%20Medio%20Ambiente.%20El%20Rol%20del%20%20%20%20%20%20%20Estado.pdf>

Moreno, J. (2004). Responsabilidad social corporativa y competitividad: Una visión desde la empresa. Artículo Revista. R•V•E•H N° 12 - III/2004, pg.1-26. Recuperado: http://www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-95182010000300007

Pizzolante, I. (2009). De la Responsabilidad Social Empresarial a la empresa socialmente responsable. Madrid. Editorial: Ciencias Sociales. Recuperado de: <http://www.casadellibro.com/libro-de-la-responsabilidad-social-empresarial-a-la-empresa-socialmente-responsable/9788487510502/1265042>

UNIAPAC. (2008). La rentabilidad de los valores. Una visión cristiana de la Responsabilidad Social Empresarial. México: Editorial Multicolor Industria Gráfica S.A. Recuperado de: <http://www.uniapac.org/filesPDF/El%20Valor%20de%20los%20Valores.pdf>

Vives, A. (2011). Mirada crítica a la responsabilidad social de la empresa en Iberoamérica. México: Cumpetere. Recuperado de: <http://www.cumpetere.com/Documents/Mirada%20Critica%20Version%20imprensa.pdf>

Zangaro, M. (2011). Subjetividad y Trabajo. Una lectura Foucaultiana del Management. Buenos Aires: Herramienta.

