

Información del artículo

Recibido: 03/03/2017

Revisado: 20/05/2017

Aceptado: 11/12/2017

Información del autor

*Estudiante Maestría en gerencia Estratégica FUNIBER, Profesor Auxiliar Escuela de Administración de Empresas de la Facultad Sede Sogamoso de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, Investigador grupo de investigación Management, rigus50@yahoo.com

**Magister en Salud y Seguridad en el Trabajo de la UNAL, Profesor asistente Escuela de Ingeniería de Minas Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, Investigador Grupo de investigación GEAM UPTC, oscar.gonzalez02@uptc.edu.co

***Estudiante de Maestría en Administración Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, Profesor auxiliar Escuela de Administración de Empresas Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, Investigador Grupo de investigación Management UPTC, anmbusinessman@gmail.com

Correspondencia

ravinocur@gmail.com

Cómo citar

Carballo, I.E., Vinocur, R.A. (2017) Revisión epistemológica del gobierno corporativo y la Responsabilidad Social Empresarial. *Contexto* 6, 43-56.



Revisión epistemológica del gobierno corporativo y la Responsabilidad Social Empresarial

*Ricardo Gustavo Molina Valencia**, *Oscar Ulises González Millán***,
*Alexander Niño Mendivelso****

Resumen

El presente artículo da cuenta del acercamiento teórico y epistemológico de dos temas de amplia y muy importante atención en el mundo empresarial y académico, tales como son el gobierno Corporativo (GC) y la Responsabilidad Social empresarial (RSE). El concepto de la responsabilidad social empresarial en el ámbito de los negocios se ha convertido en una las ventajas competitivas del mundo moderno, así mismo, el Gobierno Corporativo se ha venido acentuando como una de las mejores prácticas en relación con el medio donde se desarrollan las empresas modernas. En tal sentido la RSE se refiere a los Stakeholders (grupos de interés) y el GC tiene asiento en los órganos de alta dirección, que para este caso se refiere a los socios de la compañía. En relación al tema metodológico, el tipo y método de estudio fue el descriptivo – explicativo; la técnica de recolección de información fue la revisión documental.

Palabras clave: Gobierno corporativo, responsabilidad social empresarial, empresa.

Epistemological review of corporate governance and Corporate Social Responsibility

Abstract

This article gives an account of the theoretical and epistemological approach of two topics of wide and very important attention in the business and academic world, such as Corporate Government (CG) and Corporate Social Responsibility (CSR). The concept of Corporate Social Responsibility in the field of business has become one of the competitive advantages of the modern world; likewise, Corporate Governance has been accentuated as one of the best practices in relation to the medium where modern companies develop. In this sense, CSR refers to Stakeholders (interest groups) and CG has a seat in the organs of senior management, which in this case refers to the partners of the company. Regarding methodology, the type and method of study was descriptive - explanatory; the technique used for information gathering was documentary review.

Introducción

Hablar de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y de Gobierno Corporativo (GC), se ha convertido hoy en una panacea del éxito empresarial, de modo que, aunque las prácticas se generan de una manera voluntaria, estas se vuelven al cabo del tiempo en diferenciadores empresariales que convierte a las industrias modernas en sólidos ejemplos del buen quehacer en pro de sus grupos vinculados. Aunque resulte un poco extraño, las empresas se han caracterizado por mantener esquemas de gestión tradicionales, arraigados al esquema economicista pleno con una serie de políticas heterodoxas en el manejo de sus recursos y muy poca interacción con sus Stakeholders, por tal motivo, es importante revisar la epistemología y las concepciones teóricas a este respecto, de tal manera que sirvan como soporte de la investigación básica del tema en relación. Para alcanzar este objetivo, el presente artículo versará en tres acápites a saber: en primer lugar, se realizará una revisión conceptual acerca del RSE; el segundo ítem, dará lugar a la identificación de las concepciones básicas del GC existentes en los diferentes ámbitos; en tercera instancia, se pretende hacer la identificación de las conclusiones más relevantes, epistemológicamente dicha revisión corresponde al paradigma funcionalista, con relación al tipo y método de estudio el utilizado fue el descriptivo – explicativo; la técnica de recolección de información se basará en la revisión documental.

Revisión documental de la RSE

En la actualidad tanto la responsabilidad social como el gobierno corporativo ocupan cada vez más un lugar primordial en el mundo empresarial, ya que las organizaciones al pasar el tiempo han creado mayor conciencia de la importancia de trabajar de forma socialmente responsable, reconociendo y respondiendo por los daños e impactos negativos ocasionados por sus actividades de producción, así como la responsabilidad de llevar una excelente gestión, realizando control interno. Para ampliar un poco más el tema es necesario conocer los

antecedentes que dieron origen a la Responsabilidad Social Empresarial, pasando por las concepciones, examinando algo de la teoría de los stakeholders, y finalizando con los enfoques de la RS, para empezar a tratar la temática del Gobierno Corporativo.

Antecedentes

Para hablar de Responsabilidad Social Empresarial inicialmente es necesario mencionar algo de los antecedentes que dieron origen a este tema; por tanto, es pertinente conocer en primera instancia que el término de “Responsabilidad Social Empresarial” es de origen anglosajón, y que se ha usado desde mediados de la década de los setenta, aunque al principio no era una expresión muy conocida. No obstante en la década de los años noventa se hace mucho más recurrente y familiar debido a la globalización, de esta manera, la Responsabilidad Social Empresarial no solamente empieza a hacer parte de la empresa privada sino también de la empresa pública. La génesis de esta se remonta a los años cincuenta del siglo XX, identificando dos formas de comprender la economía del mercado, y las razones que originaron el modelo de dicha economía, así como los argumentos que dieron origen a la cesante preocupación de las empresas por el comportamiento socialmente responsable.

Con el tiempo algunas iniciativas internacionales han creado importantes avances para la consolidación del tema, teniendo en cuenta los ámbitos económicos, sociales, y medioambientales; entre estas instituciones se destacan el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, el Libro Verde, y las Líneas Directrices para Empresas Multinacionales de la OCDE, en lo internacional se encuentra la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y el Global Compact para aumentar la formación y sensibilización de las organizaciones Camacho Solís, (2015; 7-8).

Todas estas organizaciones hacen parte fundamental de la Responsabilidad Social, ya que se esfuerzan por crear pautas o directrices que contribuyen a la mejora de los diferentes aspectos que componen el

tema social, entre estas los principios y derechos fundamentales en el trabajo, la justicia social, el desarrollo humano, entre otros.

Concepciones de la Responsabilidad Social Empresarial

Es claro afirmar que en lo atinente a la RSE, los destacados autores, que fueron pioneros en la temática (tales como Friedman (1970), Carroll (1991), Drucker (2003), Fredman (2005), orientaron su discurso hacia la percepción económica con algunas salvedades ideológicas del discurso orientados a la ética, a este grupo de autores seminales, la percepción tenía una connotación secundaria en el que hacer de la empresa, más sin embargo, aparece un nuevo grupo de estudiosos tales como: Bigne, Chumpitaz, Andreu, y Swaen (2005); Rodríguez (2005); McWilliams, Siegel y Wright (2006); Correa (2007); Solís (2008); Barroso y Francisco (2008), los cuales ampliaron su discurso en funciones más filantrópicas y éticas acordes al crecimiento económico de la organización, aspecto que a diferencia del primer grupo, supo combinar esa isostasia entre los resultados económicos y los sociales a nivel corporativo, de la misma manera, se presenta un tercer grupo de investigadores modernos, dentro de los cuales se destacan: Mellao (2009); Álvarez y León (2009); Crespo (2010); Aguilar y Rauflet (2010); Peña (2012); Dobele, Westetber, Steel y Flowers (2014), los cuales a diferencia de los anteriores, han ampliado su discurso en pro de aspectos como la ética empresarial y de los negocios, además de los aspectos básicos inclusivos de los Stakeholders. Aunque es claro en este punto que las concepciones y corrientes abundan y seguirán surgiendo en esta temática, existen numerosas referencias teóricas respecto al tema, sin embargo, se realiza una clasificación de las más relevantes y destacadas a lo largo del tiempo, haciendo alusión a algunos de los conceptos que se han implantado por destacados autores y organizaciones académicas, empresariales y sin ánimo de lucro. Por tal razón se presenta cronológicamente una tabla resumen con algunas definiciones respecto a la temática tratada, como se muestra a continuación.

Tabla 1. Principales Concepciones de Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

Principales concepciones de responsabilidad social empresarial (rse)			
Concepciones de rse según autores			
Año	Autor	Pag.	Concepción
1991	Carroll	(p. 39)	“un concepto que comprende las expectativas económicas, legales, éticas y voluntarias o filantrópicas que la sociedad tiene de las organizaciones en un punto dado del tiempo”
2000	Boatright	(p. 340)	“El concepto de RSE es frecuentemente expresado como la adopción voluntaria de responsabilidades que van más allá de las responsabilidades meramente económicas y legales de las empresas”
2000	Davidson y Griffin	(p. 3)	“Se identifica como un grupo de obligaciones que una organización tiene para proteger y promover a la sociedad en la cual funciona”
2000	Friedman	(p. 5)	“Se debe enfocar a maximizar sus ganancias y que el compromiso social es un impedimento para la competitividad económica y el desempeño de las empresas” Davidson & Griffin, (2000)
2002	Schermerhorn	(p. 3)	“Es la obligación de la organización para actuar en formas que sirven al interés propio y al interés de muchos stakeholders externos”
2003	Drucker	(p. 8)	“Consiste en la realización exitosa de su papel económico”
2006	Crouch	(p. 1533)	“Se denomina como un comportamiento por el cual las empresas asumen voluntariamente las externalidades producidas por su accionar”
2015	Amato	(p. 1)	“Es el proceso por el cual las empresas negocian su rol en la sociedad, lo que implica que es la sociedad en su conjunto con todos sus stakeholders quien termina decidiendo si una organización es o no socialmente responsable”
2015	ISO 26000	(p. 1)	“La responsabilidad de una organización ante los impactos que sus decisiones y actividades (productos, servicios y procesos) ocasionan en la sociedad y el medio ambiente, mediante un comportamiento ético y transparente”

Año	Organización	Pág.	Concepción
2001	Libro Verde	(p. 8)	“Se concibe como la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y en sus relaciones con sus interlocutores”
2005	The World Business Council for Sustainable Development	(p. 1)	“La responsabilidad social empresarial es el compromiso que asume una empresa para contribuir al desarrollo económico sostenible por medio de colaboración con sus empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad en pleno, con el objeto de mejorar la calidad de vida”
2007	Comisión Económica para América Latina y el Caribe- (CEPAL)	(p.7)	“La RSE hoy en día se refiere más bien a una forma de hacer negocios que toma en cuenta los efectos sociales, ambientales y económicos de la acción empresarial, integrando en ella el respeto por los valores éticos, las personas, las comunidades y el medioambiente”
2007	Banco Mundial	(p. 7)	“Es el compromiso de las empresas para comportarse éticamente y para contribuir al desarrollo económico sustentable y la sociedad en general”
2007	Centro Internacional para el Desarrollo Humano (CIDH)	(p. 11)	“La RSE es una estrategia de negocios, la cual ha adquirido mucha importancia en el mundo de hoy. Las empresas, los gobiernos, las ONG y la diversidad de actores que componen nuestras sociedades, constatan los beneficios de cambiar prácticas, comportamientos y nociones que han perjudicado la calidad de vida actual y amenazado la de generaciones futuras”
2007	Fundarse	(p. 12)	“Es un compromiso continuo de la empresa de contribuir al desarrollo económico sostenible, mejorando la calidad de vida de sus empleados y sus familias, así como de la comunidad local y de la sociedad en general”
2007	Organización Internacional del Trabajo (OIT)	(p. 7)	“Es un conjunto integral de políticas, prácticas y programas centrados en el respeto por la ética, las personas, las comunidades y el medioambiente” “Es denominada como el compromiso consciente y congruente que asume el empresario y la empresa de cumplir integralmente con la finalidad de la empresa tanto en lo interno, como en lo externo, considerando las expectativas de todos sus participantes en lo económico, social o humano y ambiental, demostrando el respeto por los valores éticos, las personas, las comunidades y la construcción del bien común con justicia social”
2008	Aliarse	(p.12)	“La RSE trata de dotar a las organizaciones de herramientas que permitan planificar, monitorizar y evaluar el desarrollo de las relaciones de la empresa con todas las partes interesadas (stakeholders), conforme a unos valores compartidos por la organización”
2008	Foretica	(p. 9)	“Es una nueva forma de gestionar la práctica de los negocios que previene una administración responsable de los impactos de las acciones de las empresas sobre su entorno económico, natural y social”
2009	Comunicarse	(p. 9)	“Es una nueva forma de gestionar la práctica de los negocios que previene una administración responsable de los impactos de las acciones de las empresas sobre su entorno económico, natural y social”
2010	Instituto Deres	(p. 13)	“La RSE es una visión de negocios que incorpora a la gestión de la empresa, el respeto por: los valores y principios éticos, las personas, la comunidad y el medio ambiente”
2012	Centro Colombiano de Responsabilidad Empresarial	(p. 10)	“Es aquella forma de gestionar una organización mediante la interacción y relación armónica con sus diferentes grupos de interés dando respuesta a sus expectativas financieras, sociales y ambientales de manera que se contribuya al desarrollo sostenible y a la creación de valor en todo el sistema” “La responsabilidad social empresarial se define como la administración de un negocio de forma que cumpla o sobrepase las expectativas éticas, legales, comerciales y públicas que tiene la sociedad frente a una empresa”
-2007	Banco Interamericano de Desarrollo (BID)	(p. 1)	“Es una visión sobre la empresa que concibe el respeto a los valores éticos, a las personas, a las comunidades y al medio ambiente como una estrategia integral que incrementa el valor añadido y, por lo tanto, mejora la situación competitiva de la empresa. La RSE se trata más bien de un conjunto comprensivo de políticas, prácticas y programas que se incorporan a todas las operaciones y procesos de toma de decisión empresariales” “Es como un comportamiento institucional que en América Latina se lleva en práctica cada vez con mayor frecuencia, más que ser filantropía o apoyo caritativo, es una forma de demostrar que el crecimiento económico de un país o región debería ir de la mano con el crecimiento social”

Las anteriores concepciones demuestran que la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), es aquel compromiso que tienen las organizaciones con cada uno de sus stakeholders o grupos de interés, generando bienestar social, respondiendo por los daños ocasionados a la sociedad y medio ambiente, todo esto enmarcado bajo términos de equidad, conducta ética y justicia social. Lo que se entiende como el compromiso que tiene o debe tener cualquier tipo de empresa u organización pública o privada, evitando daños o remunerando de alguna forma a los stakeholders, haciéndose de forma voluntaria y no impuesto por leyes o regulaciones especiales.

Coherente con lo anterior, Taquia, (2006) manifiesta que la Responsabilidad Social es muy diferente a la filantropía y a la inversión social, ya que existen aspectos como la motivación, los objetivos y los resultados que hacen parte de cada uno de estos términos como se muestra en el Tabla 2.

Tabla 2. Diferencias conceptuales sobre filantropía, inversión social, y RSE.

Filantropía	Inversión social	RSE
Motivación: altruista	Motivación: obtener beneficios a corto plazo	Motivación: beneficios para los trabajadores, familias y comunidad
Impacto fuera de la organización	Impacto externo e interno (impacto en el exterior pero con influencia en la empresa)	Objetivo: lograr beneficios de mediano y largo plazo.
Produce satisfacción del empresario	Mejora la imagen de la empresa	Búsqueda de la calidad de vida de la sociedad interna y externa a la empresa

Fuente: Taquia (2006: 37), *El Nuevo Paradigma del Interés Social en el Marco de la Responsabilidad Social de la Empresa*.

Teoría de los Stakeholders

Según la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas, (2004), citado en Larrán, Andrades Peña, y Andrades Peña, (2015) el

concepto de stakeholder aparece a nivel empresarial y se podría definir como aquellos grupos sociales e individuos que son afectados de una y otra forma por la existencia, actividades y procesos realizados por la empresa, con un interés legítimo, directo e indirecto, por la marcha de esta, que influyen a su vez en la consecución de los objetivos marcados y la supervivencia. Es así como el origen de los stakeholders se relaciona directamente con la preocupación manifestada por autores especializados en gestión empresarial, ya que se dieron cuenta de la importancia de las obligaciones que tienen las compañías con respecto a los accionistas, proveedores, clientes, colaboradores, sociedad y medio ambiente o cualquier otro que haga parte fundamental en términos económicos (Argandoña, 1998). Es así como a nivel empresarial se empezó a tomar conciencia de la relevancia que tiene cada grupo de interés, ya que cada uno de ellos hace parte primordial y necesaria para el normal desarrollo de las funciones que realiza cualquier compañía.

Por lo tanto es significativo mencionar el papel que juegan los stakeholders en las empresas, ya que a pesar de que gran parte de la literatura se centra en el contexto empresarial, son varias las investigaciones que describen y estudian la relevancia de los stakeholders en las empresas para comprender las necesidades de los individuos participantes y ajustarlas a los objetivos de la organización, y así proveer a los empresarios una visión mucho más amplia del desarrollo de la empresa al evidenciar las relaciones entre empresa y stakeholders en la gestión estratégica de la compañía.

Principios de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

Ya examinando la importancia que tienen los stakeholders dentro del tema de la Responsabilidad Social Empresarial, es prudente hablar de los principios básicos que rigen e integran la temática dentro de las organizaciones, los cuales se muestran:

Principios de la Responsabilidad Social Empresarial.

- Rendición de cuentas.
- Comportamiento ético.
- Transparencia.
- Respeto por los intereses de las partes interesadas.
- Respeto por los principios de legalidad.
- Respeto por la normativa internacional de comportamiento.
- Respeto por los derechos humanos.

Fuente: Elaboración propia, a partir de *El Gobierno corporativo y el comité de auditoría en el marco de la responsabilidad social empresarial*, Mancilla Rendón María Enriqueta y Saavedra García

María Luisa, (2015: 5)

Estos siete principios básicos se basan teniendo en cuenta la conducta ética que debe regir en cualquier empresa u organización, independientemente de su actividad económica, su tamaño, sus recursos financieros, o su tecnología, y deben conducir al mejoramiento y fortalecimiento de las relaciones con cada uno de sus stakeholders o grupos de interés.

Enfoques de la Responsabilidad Social Empresarial

Ahora, dentro de la Responsabilidad Social Empresarial es pertinente tocar el tema de los enfoques que la gobiernan, para ello se hace necesario conocer, a cada uno de estos, sus características, filosofías, principales actores, entre otros, como se muestra en la tabla 3 (ver siguiente página)

Ya teniendo claro los enfoques existentes en el tema de la Responsabilidad Social Empresarial, es momento de examinar las dimensiones involucradas dentro de esta temática.

Dimensiones de la RSE

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE), hay una serie de dimensiones expuestas por la Confederación de la Producción y del Comercio y Prohumana, 2006, citadas en Díaz (2015) y que

se deben tener claras para formar una empresa u organización socialmente responsable.

Valores y coherencia

Inicialmente la Confederación de la Producción y del Comercio y Prohumana, (2006) menciona la dimensión valores y coherencia, la cual hace referencia al comportamiento ético que debe tener una compañía. Esto indica que las organizaciones en general establecen un marco ético que orienta su manera de actuar, delimitando el cómo deben actuar los miembros de la empresa, así como la relación que establecen con los diferentes grupos de interés a nivel externo, como son, los consumidores, los proveedores, el medio ambiente y la comunidad en donde se halla inmersa la organización.

La gestión ética que se construye en una compañía, se basa en los valores, ya que a partir de ellos se forman las acciones y maneras de actuar aceptadas como las que no.

De igual forma cuando se habla de coherencia se hace referencia a aquellas políticas y procedimientos que se crean con el fin de establecer un marco ético que oriente a toda la organización. Generalmente una empresa define los principios de su actuar, basados en prácticas éticas y por ello transparentes, y establece procedimientos para que sean aplicados en todos los niveles jerárquicos que tiene la organización, y así ir formando una empresa socialmente responsable.

Público Interno

La segunda gran dimensión que hace parte de la Responsabilidad Social Empresarial, es la denominada Público Interno, la cual se refiere al desempeño que tiene la empresa en relación con sus colaboradores, por lo tanto, es una dimensión que abarca diferentes ámbitos.

Cualquier compañía que quiera y se preocupe realmente por incrementar su productividad y por ende sus ventas y sus niveles de ingresos, debe inicialmente preocuparse por los niveles de

Tabla 3. Enfoques de la Responsabilidad Social Empresarial

Enfoques / características	Finalidad de la empresa	Objetivo de la RSE	Filosofía	Principales actores
Macroeconómico	Obtener beneficios económicos	La RSE no tiene cabida ya que los agentes son racionales y amorales	Atender las necesidades sociales implica pérdida de competitividad	La responsabilidad de la empresa solo es con los Accionistas
Microeconómico	Incrementar beneficios económicos a través del equilibrio accionistas y sociedad	Mejorar la imagen interna y externa de la organización	Realizar inversiones filantrópicas hasta el punto en el que sea redituable (análisis costo-beneficio)	Considera a todos los grupos de interés (capital intelectual)
Costos de transacción	Incrementar beneficios económicos a través del equilibrio entre accionistas y sociedad	Mejorar la relación con los grupos de interés	La empresa debe atender los asuntos sociales y ambientales para evitar incrementar sus costos de transacción	Considera a todos los grupos de interés
Administrativo	Obtener beneficios económicos tomando en cuenta los intereses de la	Satisfacer las demandas de la sociedad para lograr la continuidad de la	Los intereses de la sociedad forman parte de los objetivos de la empresa	Considera a todos los grupos de interés
Teoría de la regulación	Obtener beneficios económicos sin afectar a la sociedad	Disminuir los efectos negativos que la empresa ha causado a la sociedad.	La RSE es un elemento de autorregulación	Considera a todos los grupos de interés
Desarrollo sustentable	Obtener beneficios económicos asegurando la sustentabilidad corporativa.	Lograr el desarrollo sustentable.	El desarrollo sustentable implica aspectos económicos, ambientales y sociales.	Considera a todos los grupos de interés.

Fuente: López y Contreras (2010: 12), *el concepto Responsabilidad Social Empresarial desde diversos enfoques teóricos*.

satisfacción de todos y cada uno de sus empleados, creando un mejor clima organizacional, con el fin de fomentar buenas relaciones laborales e incrementar el compromiso de estos con la organización, ya que los colaboradores ocupan un lugar primordial en los ámbitos de gestión de cualquier compañía.

Relación con proveedores

Otra dimensión representativa en la Responsabilidad Social es la relación con los proveedores, que como su nombre lo indica tiene con aquellas empresas que proveen materias primas e insumos en general.

Una empresa siempre puede encontrarse situada dentro de un encadenamiento productivo, es por esto la responsabilidad social es fundamental aplicarla en cada uno de los eslabones que conforman cualquier cadena productiva. La organización socialmente responsable debe desarrollar una política de relación estrecha con sus proveedores, en donde se genere confianza, lealtad, y transparencia.

Relación con consumidores

Tal vez esta dimensión sea una de las más importantes y determinantes en cualquier empresa, ya que la

relación que se debe tener con los consumidores o usuarios es fundamental para la proyección de una compañía. El comportamiento que una organización tiene hacia sus consumidores puede aumentar o disminuir las ventas de un producto o servicio, y puede influir fuertemente en la marca o sello de la organización.

Por lo tanto, las empresas deben forjar respeto y transparencia con sus clientes, así se mejora la fidelidad de ellos y por ende la reputación corporativa.

Relaciones con la comunidad

Esta quinta dimensión hace referencia a las políticas y procedimientos que se tienen en relación con los públicos de interés y su función con los individuos que hacen parte de la comunidad.

Las empresas no pueden ser indiferentes con la comunidad circundante, ya que estas ocasionan daños en el ámbito social y deben responder por ellos, las compañías deben establecer programas de inversión social, ya que así esto aumentara su ventaja comparativa y por ende la reputación corporativa.

Medioambiente

Finalmente, la sexta y última dimensión concerniente a la Responsabilidad Social es la medioambiental, que es aquellas prácticas, políticas diseño e implementación de los sistemas de gestión ambiental que aseguren la sostenibilidad de la organización Díaz Ortiz, (2015).

Es decir, las empresas en general no deben descuidar a ninguno de sus grupos de interés, ya que cada uno de ellos contribuye en gran medida al buen desempeño de las organizaciones, ya que aportan de una u otra forma al incremento de sus utilidades; no obstante así como la compañía recibe positivamente beneficios por parte de los stakeholders, así mismo debe contribuir con ellos para lograr una relación de carácter equitativo.

Gobierno corporativo

En torno al tema también han hablado diversos estudiosos (Pineda y Torres, 2005; Lefort, 2003; Longinos, Arcas, Martínez y Olmedo, 2009; García, Cortez y Rodríguez, 2009), los cuales se ha referido a este ítem como “un conjunto de prácticas, procesos y sistemas para dirigir y controlar una empresa. El Gobierno Corporativo regula las relaciones entre accionistas, junta directiva y alta gerencia. También regula las relaciones de la empresa con los grupos de interés y fortalece la disposición ética de la compañía.” (Córdoba Garcés y Vicentelli, 2009).

En este sentido, Castro, Báez y Brown (2009), Ganga y Vera (2008), Fernández (2012), González (2012), coinciden globalmente en los beneficios que generan las buenas prácticas de Gobierno Corporativo, dentro de las cuales se destacan:

- Incrementar el valor de la sociedad.
- Facilitar su acceso al capital.
- Contribuir para su perennidad.
- Facilitar el acceso a un mayor volumen de financiamiento externo.

El gobierno corporativo se rige bajo cuatro ejes siendo estos la rendición de cuentas, la equidad, la transparencia y la responsabilidad corporativa. Todos estos son la base para que funcione correctamente, para que esto se cumpla se enuncian tres principios básicos de gobierno corporativo que son la transparencia, revelación y responsabilidad (Gallego, García y Rodríguez, 2009; Almeida y Da Silva, 2010; Lameira, Lee, Van Aduard, 2007). en tal sentido, se considera que un buen sistema de gobierno corporativo ejecuta bajo sus tres principios básicos las siguientes acciones:

El trato igualitario y la protección de los intereses de todos los accionistas.

El reconocimiento de la existencia de los terceros interesados en el buen desempeño, la estabilidad, y la permanencia en el tiempo de las sociedades.

La emisión y revelación responsable de la información, así como la transparencia en la administración.

El ejercicio de la responsabilidad fiduciaria del Consejo de Administración.

La declaración de principios éticos y de responsabilidad social empresarial.

El cumplimiento de las distintas regulaciones a que esté sujeta la sociedad.

El dar certidumbre y confianza a los inversionistas y terceros interesados sobre la conducción honesta y responsable de los negocios de las sociedades (Díaz, 2010).

Objetivos de Gobierno Corporativo

En torno al tema, Maroto, Melle, Moreno y Rodríguez (2006), Pardo (2003), Do Nascimento, Dos Santos, Miranda, Camarano y Aparecida (2013), confluyen en establecer que existen objetivos del G.C., establecidos como se relacionan a continuación:

- Institucionalizar la toma de decisiones.
- Mejorar la gestión empresarial.
- Lograr ventajas competitivas.
- Mejorar el acceso a mercados financieros.
- Contribuir a la generación de valor (Córdoba Garcés y Vicentelli, 2009).

Base y estructura del Gobierno Corporativo

El gobierno corporativo se basa en reducir o administrar de la mejor manera los conflictos de agenda que se presenten en la empresa con los diferentes grupos de interés. Principalmente reduce y mitiga la desalineación de intereses entre:

- Accionistas y administradores.
- Accionistas mayoritarios y minoritarios.
- Empresa y sus grupos de interés.

Así mismo el gobierno corporativo se basa en la comprensión de la estructura de dirección, el sistema de controles y los mecanismos de alineación de incentivos así:

Figura 1. Gobierno Corporativo



Fuente: Colombia Capital, un punto de encuentro para inversionistas

Elementos claves. El gobierno corporativo maneja cinco elementos claves:

- Buenas prácticas del consejo.
- Procesos de control apropiados.
- Sistema fuerte de transparencia y revelación de la información.
- Protección de los derechos de los accionistas.
- Fuerte compromiso con las reformas de corporativo (Díaz, 2010).

Funciones de gobierno corporativo

- Visión estratégica.
- Vigilar la operación.
- Aprobar la gestión.
- Auditoría.
- Evaluación y compensación.
- Finanzas y planeación (Díaz, 2010).
- Valor agregado del Gobierno Corporativo.

Mejora en el desempeño de la organización a largo plazo

Crecimiento en la rentabilidad y en el valor del negocio.

Mejores condiciones para recibir capital y/o financiamiento.

Inversiones alineadas al Plan Estratégico, los ajustes en los procesos se dan más rápido y los planes se ejecutan con mayor efectividad.

Identificación precisa de los riesgos y establecimiento de mecanismos para su control.

Asegura la permanencia de la institución en el tiempo, en beneficio de los accionistas y los terceros interesados.

Consideran que un buen Gobierno Corporativo conduce a un mejor desempeño de la inversión.

Invierten con socios que usan el Gobierno Corporativo para asegurar estrategias que añadirán valor a su inversión.

Su programa de inversión está basado en los principios de Gobierno Corporativo y busca ampliar su portafolio para alcanzar retornos no disponibles en los mercados tradicionales.

Buscan inversiones en las que puedan aumentar el valor influyendo en el Gobierno Corporativo.

Es una prioridad el nombramiento de consejeros en las empresas en las que invierten y hacerlos responsables de la sustentabilidad de la empresa y la creación de valor a largo plazo (Díaz, 2010).

Beneficios del buen gobierno corporativo

A continuación se mencionan algunos de los beneficios que implica el buen gobierno corporativo (Córdoba y Vicentelli, 2009):

Dueños de la empresa (accionistas):

Protege a los accionistas con un ejercicio ordenado de sus derechos.

Garantiza la difusión de información oportuna y transparente de la situación de la empresa.

Fortalece el proceso de toma de decisiones para que se adopten mejores decisiones de negocios.

Genera mecanismos idóneos para resolver conflictos entre los accionistas y de los accionistas con los administradores o la propia empresa.

En el caso de compañías cerradas y de familia, mitiga el riesgo de sucesión, regula las relaciones de la familia – accionista como empleado, proveedor o cliente.

Inversionistas

Los inversionistas se benefician del Gobierno Corporativo al contar con un lenguaje basado en estándares internacionales que les permite entender las características y el alcance de sus inversiones.

Incluso si las compañías no prevén fuentes de capital extranjero, adoptar buenas prácticas de Gobierno Corporativo se traduce en un aumento de confianza por parte de los inversionistas locales, quienes se verán beneficiados al contar con más y mejor información de la compañía.

Acreedores:

Los acreedores en su función de monitoreo del deudor cuentan con reglas para proteger la garantía de su acreencia, así como información oportuna y fiable de la empresa/deudor. Esto facilita la comprensión del acreedor sobre la situación real de la empresa, lo que se traduce en una reducción del riesgo percibido y en mejores condiciones de endeudamiento para la compañía.

Otros grupos de interés:

Los empleados, clientes, proveedores y demás grupos de interés de la compañía son esenciales en

el desempeño y continuidad de cada empresa. Por medio del Gobierno Corporativo se define una estrategia de administración transparente y eficiente que promueve la articulación de las responsabilidades de la compañía frente a cada grupo de interés.

Comparación entre Responsabilidad Social y Gobierno Corporativo

La Responsabilidad Social se hace cada vez más necesaria y cada vez debe estar más presente en el gobierno corporativo de las empresas; por esta razón, en la tabla 4 se contrastan las características y ventajas de cada uno de los componentes señalados.

Tabla 4. Comparativo e interacción entre Responsabilidad Social y Gobierno Corporativo

	Responsabilidad social	Gobierno corporativo
Definición	<p>La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es la contribución al desarrollo humano sostenible, a través del compromiso y la confianza de la empresa hacia sus empleados y las familias de estos, hacia la sociedad en general y hacia la comunidad local, en pos de mejorar el capital social y la calidad de vida de toda la comunidad.</p>	<p>El Gobierno Corporativo, es un mecanismo de autorregulación de normas, prácticas y procedimientos, por medio del cual la sociedad da normas para regular las relaciones a largo plazo con sus grupos de interés.</p>
Características	<p>Tiene como finalidad el encontrar un equilibrio estable que satisfaga las aspiraciones de las distintas partes interesadas, tanto las que intervienen como las que son afectadas por la actuación de la empresa.</p> <p>Aunque la RS no es gratis, genera ventajas en cuanto al “mejoramiento de la productividad por parte de los trabajadores, (...) reducción de los costos de transacción para con los accionistas, la calidad del producto percibida por los consumidores y una mayor demanda por parte de los consumidores”.</p> <p>De la misma manera, la RS mejora la imagen de las empresas, las posiciona y las hace competitivas diferenciándolas y garantizando su supervivencia.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Gestión responsable - Buenas practicas - Gobierno y política social - Plan de negocios armonizado con los intereses de la sociedad - Relaciones con los públicos. <p>En conjunto con una cultura basada en la ética, un buen gobierno corporativo es ideal para generar un clima organizacional de confianza y transparencia entre los diferentes stakeholders, quienes día a día demandan mayor información y seguridad. Lo anterior conducirá q mayor competitividad y protección a la inversión en la compañía</p>
Ventajas del concepto		

Fuente: Vergara y Vicaría, (2009); “Ser o Aparentar la RSE en Colombia: Análisis organizacional basado en los lineamientos de la RSE”; Pontificia Universidad Javeriana.

Conclusiones

Se hace evidente que la responsabilidad social empresarial es una corriente empresarial que ha venido trasegando por diferentes vertientes, lo que ha hecho que sus posturas se orienten a través de la historia por diferentes conceptualizaciones, desde los que la consideran prácticamente el acabose y una obligación económica innecesaria, hasta los que han pensado incluso en someterla en un factor de la ética empresarial, así mismo los que la sustentan como una ventaja competitiva que favorece a todos los grupos de interés.

De la misma manera el gobierno corporativo atañe al compromiso de las juntas directivas y los compromisos éticos para con los distintos Stakeholders, aunque pareciera ser que los dos se orientan en un sano grupo de prácticas la gran diferencia está en su aplicación y la cobertura que tanto el G.C. como la RSE poseen para el desarrollo de las organizaciones modernas.

Por último y a manera de reflexión es conveniente establecer que tanto las direcciones como los propietarios y como los empleados mismos debemos desarrollar una cultura basada en la responsabilidad social y el gobierno corporativo desde todas nuestras facetas cotidianas, más aún en un momento en que la sociedad moderna requiere de mejores prácticas en pro de los grupos que soportan a la empresa moderna.

Referencias bibliográficas

Aliarse. (2008). *Analysis of the corporate social responsibility concept*. Daena: International Journal of Good Conscience.

Amato, C. (2015). Relación entre Sustentabilidad, Responsabilidad Social y Responsabilidad Extendida al Productor. Brief for GSDR, 1.

Argandoña, A. (1998). *La teoría de los stakeholders y el bien común*. Navarra: Universidad de Navarra., 355.

Argandoña, A., y Isea, S. (2011). ISO 26000, una guía para la responsabilidad social en las organizaciones. España: Universidad de Navarra, IESE Business School, 11.

Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas, (2004). El marco conceptual de la RSC corporativa. AECAE, 10.

Banco Interamericano de Desarrollo, (2007). Analysis of the corporate social responsibility concept. Daena: International Journal of Good Conscience. 2(1): 54-70. Octubre 2006 – Marzo 2007. ISSN 1870-557X., 1.

Banco Mundial. (2007). Analisis del concepto de Responsabilidad Social Empresarial. Daena: International Journal of Good Conscience. 2(1): 54-70. Octubre 2006 – Marzo 2007. ISSN 1870-557X., 7.

Blanco, M., Hernández, M., & Aibar, B. (2009). El buen gobierno corporativo y los requerimientos informativos sobre los sistemas de control interno y riesgos: análisis de la regulación española y portuguesa en relación con otros referentes. Revista de Estudios Politécnicos VII (12), 75-97.

Boatright, J. R. (2000). *Ethics and the Conduct of Business*, 3rd Edition. New York: Prentice Hall, Upper Saddle River, NJ.

Bolsa de Valores de Colombia. (2009). Cartilla de Gobierno Corporativo. Bogotá D.C.

Business for Social Responsibility, (. (2007). Analysis of the corporate social responsibility concept. Daena: International Journal of Good Conscience. 2(1): 54-70. Octubre 2006 – Marzo 2007. ISSN 1870-557X., 7.

- Camacho Solís, J. I. (2015). Las Normas de Responsabilidad Social. Su Dimensión en el Ambito Laboral de las Empresas. Universidad Nacional Autónoma de México. Instituto de Investigaciones Jurídicas, 7-8.
- Carroll, A. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: toward the moral management of organizational stakeholders.. *Business Horizons*, 39.
- Centro Colombiano de Responsabilidad Empresarial, C. (2012). Indicadores de Responsabilidad Social.. *Construyendo Confianza*, 1.
- Centro Internacional para el Desarrollo Humano, C. (2007). Análisis del concepto de Responsabilidad Social Empresarial. *Daena: International Journal of Good Conscience*. 2(1): 54-70. Octubre 2006 – Marzo 2007. ISSN 1870-557X., 11.
- Codigo de Mejores Prácticas Corporativas, C. (2010). *Codigo de Mejores Prácticas Corporativas*. México.
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe, (. (2007). Análisis del concepto de responsabilidad social empresarial. *Daena: International Journal of Good Conscience*. 2(1): 54-70. Octubre 2006 – Marzo 2007. ISSN 1870-557X., 7.
- Comunicarse. (2009). Analysis of the corporate social responsibility concept. *Daena: International Journal of Good Conscience*. 2(1): 54-70. Octubre 2006 – Marzo 2007. ISSN 1870-557X., 9.
- Córdoba Garcés, J. P. (2009). *Gobierno Corporativo*. Colombia Capital, un punto de encuentro para inversionistas, 15.
- Crouch, C. (2006). Modelling the Firm in its Market and Organizational Environment. *Organization Studies*. Vol. 27, no. 10, 1533-1551.
- Davidson, P., & Griffin, W. (2000). *Management: Australia in a global context*. Wiley, Brisbane., 5.
- Díaz Danel, R. (2010). *Mejores Prácticas de Gobierno Corporativo*. 7.ª. Convención Nacional de la Red de la Gente. Mexico: Control de Gestión de Negocios, S.C. 1.
- Díaz Ortiz, Ä. J. (2015). *Responsabilidad Social Empresarial en los Hoteles Cinco Estrellas de la Ciudad Cartagena- Caso Hotel Almirante Cartagena Colombia BC Hoteles S.A.. Cartagena de Indias D, T y C: Corporación Universitaria Rafael Nuñez*. Facultad de Ciencias Contables y Administrativas. Programa de Contaduría Pública. IX Semestre.
- Drucker, P. (2003). *Managing For The Future. The 1990's and Beyond*. New York: Truman Talley Books.
- Foretica. (2008). Analysis of the corporate social responsibility concept. *Daena: International Journal of Good Conscience*. 2(1): 54-70. Octubre 2006 – Marzo 2007. ISSN 1870-557X., 9.
- Fundarse. (2007). Análisis del concepto de Responsabilidad Social Empresarial. *Daena: International Journal of Good Conscience*. 2(1): 54-70. Octubre 2006 – Marzo 2007. ISSN 1870-557X., 12.
- Ibedrola, S. (2015). *Sistema de Gobierno Corporativa*. Iberdrola, 3-6.
- IMCP, S. (2014). *Normas Internacionales de auditoría y control de calidad*. México: IMCP.
- Instituto Deres. (2010). Analysis of the corporate social responsibility concept. *Daena: International Journal of Good Conscience*. 2(1): 54-70. Octubre 2006 – Marzo 2007. ISSN 1870-557X., 13.

- ISO 26000, I. S. (15 de enero de 2016). Guía de Responsabilidad Social. Norma Internacional ISO 26000. Recuperado el 11 de Agosto de 2015, de ISO 26000: www.iso.org
- Larrán, M., Andrades Peña, J., & Andrades Peña, F. J. (2015). Análisis de la responsabilidad social universitaria desde diferentes enfoques teóricos. *Universia*. Num 15. Vol. VI, 5.
- Libro verde, C. E. (2001). Análisis del concepto de Responsabilidad Social Empresarial.. *International Journal of Good Conscience*, 8.
- López, A., y Contreras Soto, R. (2010). El concepto Responsabilidad Social Empresarial desde diversos enfoques teóricos. *Ide@sCONCYTEG*, 2.
- Mancilla, M. E., y Saavedra García, M. L. (2015). El gobierno corporativo y el comité de auditoría en el marco de la responsabilidad social empresarial. México: Universidad La Salle, Facultad de Negocios. Unam.
- Martín, V., & Mancilla, M. (2010). Control en la administración para una información financiera confiable. *Contabilidad y Negocios* 5 (9), 68-75.
- Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación, (. (2007). Análisis del concepto de responsabilidad social empresarial. *Daena: International Journal of Good Conscience*. 2(1): 54-70. Octubre 2006 – Marzo 2007. ISSN 1870-557X., 1.
- Organizacion Internacional del Trabajo, (. (2007). Analysis of the corporate social responsibility concept. *Daena: International Journal of Good Conscience*. 2(1): 54-70. Octubre 2006 – Marzo 2007. ISSN 1870-557X., 7.
- Rivero, P. (2005). Responsabilidad Social y Gobierno Corporativo: Información y Transparencia. *Asturiana de Economía*, 29.
- Ruiz, A., & Steinwascher, W. (2007). Gobierno corporativo, diversificación estratégica y desempeño empresarial. *MPRA Paper No. 3819* (5), 40.
- Schermerhorn, J. R. (2002). *Management*. New York: Wiley 7th edition.
- Tamborino, G. (2011). Control interno el pilar del gobierno corporativo. *Caso Portugal/España. Cuaderno de Trabajo*, 1.
- Taquia, R. (2006). El Nuevo Paradigma del Interés Social en el Marco de la Responsabilidad Social de la Empresa. *Vox Juris*, 39.
- WBCSD. (2005). *Generation Lost: Young Financial Analysts and Environmental, Social and Governance Issues*. Geneva: WBCSD.