

Alerta Documental

La Revista Universitaria Digital en Ciencias Sociales: RUDICS, incluye en este fascículo una -Alerta Documental- diseñada especialmente para el fortalecimiento de los procesos de enseñanza - aprendizaje y el propio enriquecimiento cognitivo de toda la comunidad lectora de la revista.

El contenido incluye un conjunto de definiciones y referencias bibliográficas (Estilo APA) actualizadas que contienen artículos científicos relacionados con el tema: Responsabilidad Social Organizacional, evaluados con un índice de factor de impacto y aparecen citados en bases de datos especializadas (*Dialnet* y *ScienceDirect*); así como libros en formatos digitales e impresos, disponibles en el Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional Autónoma de México.

Tema: Responsabilidad Social en las organizaciones

Definición:

El Banco Mundial, argumenta que la Responsabilidad Social Corporativa es el compromiso del negocio a contribuir al desarrollo económico sustentable, trabajando con los empleados, sus familias, la comunidad local y toda la sociedad en conjunto para mejorar la calidad de vida, de manera que sea bueno tanto para el negocio como para el desarrollo de las personas y el medio ambiente.

<https://www.eoi.es/blogs/mintecon/2014/04/07/la-responsabilidad-social-empresarial-rse-3/>

La Responsabilidad Social Empresarial es el: "Hacer negocios basados en principios ético y apegados a la ley. La empresa (no el empresario) tiene un rol ante la sociedad, ante el entorno en el cual opera.

https://siteresources.worldbank.org/CGCSRLP/Resources/Que_es_RSE.pdf

La Guía ISO-26000 publicada por la *International Organization for Standardization* (ISO) que es el organismo encargado de establecer los lineamientos en materia de Responsabilidad Social, define la Responsabilidad Social como: "la responsabilidad de una organización por los impactos de sus decisiones y actividades en la sociedad y al medio ambiente, mediante un comportamiento ético y transparente que:

- Contribuye al desarrollo sostenible, incluida la salud y el bienestar social.
- Tiene en cuenta las expectativas de los grupos de interés.
- Actúa conforme las leyes aplicables y las normas internacionales de comportamiento.
- Se encuentra integrada en toda la organización, y se pone en práctica en sus relaciones." (párr. 2)

<https://www.normas-iso.com/iso-26000-responsabilidad-social/>

Artículos:

Adnan, S., Hay, D. & Staden, Ch. The influence of culture and corporate governance on corporate social responsibility disclosure: a cross country analysis. *Journal of Cleaner Production*, 198, 820-832

Resumen:

Los responsables de la investigación estudian los efectos de la cultura nacional y el gobierno corporativo en los informes de responsabilidad social corporativa y la medida en que el gobierno corporativo tiene un efecto moderador sobre las influencias culturales en los informes de responsabilidad social corporativa. En el estudio fueron evaluados un total de 403 informes anuales, sitios web corporativos e informes independientes de sostenibilidad corporativa relacionados con 203 empresas en China, India, Malasia y el Reino Unido. La presentación de informes de responsabilidad social corporativa es más frecuente en empresas en países en los que la sociedad es individualista y también en sociedades donde hay poca distancia de poder. Los informes de responsabilidad social corporativa se ven reforzados por el gobierno corporativo en forma de comités de la junta de responsabilidad social, mientras que la propiedad gubernamental influye en la calidad de los informes de responsabilidad social corporativa. El gobierno corporativo modera algunas de las influencias culturales perjudiciales en los informes de responsabilidad social corporativa. Estos hallazgos tienen implicaciones para el desarrollo de directrices para la responsabilidad social corporativa y la presentación de informes de sostenibilidad en todos los países. Una contribución adicional es mostrar que la cultura nacional está asociada con la resistencia a reportar la responsabilidad social corporativa, pero que el gobierno corporativo puede ayudar a mitigar la influencia de la cultura nacional.

Amal, A. & Chitru, F. (2018). Corporate social responsibility versus corporate shareholders responsibility: a family firm perspective. *Journal of Corporate Finance* (En prensa)

Resumen:

El contenido del artículo muestra un estudio sobre las diferencias en la política hacia la responsabilidad social corporativa (RSC) entre las empresas familiares y no familiares para arrojar luz sobre la postura corporativa hacia la RSC y la tensión entre los problemas de agencia tipo I y tipo II en las empresas familiares. Los autores retoman lo enunciado, por Bowen (1953) quien afirmó que los empresarios deberían "Perseguir esas políticas, tomar esas decisiones o seguir esas líneas de acción que son deseables en términos de los objetivos y valores de nuestra sociedad". Adicionalmente, en un conocido artículo de la revista *New York Times*, Friedman (1970) afirma que "La responsabilidad social de una empresa es aumentar sus ganancias". Estas dos declaraciones reflejan un tema ampliamente debatido entre académicos y profesionales durante las últimas décadas, es decir, ¿la RSC es una parte legítima de la empresa de la empresa o no es su empresa?

Dumitrescu, C., Hughner, R. & Shultz, C. (2018). Examining consumers' responses to social responsibility addressing childhood obesity: the mediating role of attributional judgments. *Journal of Business Research*, 88, 132-140

Resumen:

Los comercializadores de alimentos han respondido con numerosas acciones de autorregulación destinadas a abordar la obesidad infantil. Si bien la investigación sobre responsabilidad social corporativa (RSC) generalmente proporciona pruebas sólidas con respecto a los beneficios económicos que disfrutaban las corporaciones socialmente responsables, no está claro: ¿cómo y por qué los consumidores responden a los diferentes niveles de RSC?, especialmente en la industria alimentaria. Nuestra investigación examina los efectos de las actividades de RSC, destinadas a combatir la obesidad infantil, en las evaluaciones de las empresas de los consumidores y las intenciones de compra posteriores, al tiempo que evalúa el papel mediador de las atribuciones, en un entorno de falla del producto. Los resultados indican que el alto compromiso de una empresa de alimentos hacia un problema social importante puede generar menos culpa para el vendedor de alimentos por el fracaso de un producto, lo que a su vez afecta positivamente las actitudes de los consumidores hacia la empresa. Los hallazgos identificables por los autores ofrecen una fuerte evidencia de que las corporaciones alimentarias realmente pueden hacer bien haciendo el bien.

Grygiel, J. Brown, N. (2019). Are media companies motivated to be good corporate citizens? Examination of the connection between corporate social responsibility and social media safety. *Telecommunications Policy*, 43(5), 445-460

Resumen:

El artículo explora la conexión entre la responsabilidad social corporativa y la seguridad de las redes sociales. Al examinar el marco legal que rige las plataformas sociales en los Estados Unidos y los estudios de casos de daños en línea, los autores analizan si las leyes actuales de los EE. UU. y las políticas de moderación de contenido de la empresa son efectivas para eliminar el contenido (porno de venganza y actos de terrorismo) que universalmente se considera dañino. Finalmente, el documento hace una serie de sugerencias para mejoras en la política.

Guillen, L., Benavides, H. & Castan, J. M. (2019). Evaluation of the perception and application of social responsibility practices in micro, small and medium companies in Barranquilla. An analysis from the theory of Stakeholders. *Estudios Gerenciales*. 33(144), 261-270.

Resumen:

El propósito de este documento es evaluar el grado de comprensión y aplicación de las prácticas de responsabilidad social (RS) en micro, pequeñas y medianas empresas en Barranquilla (Colombia), con base en la teoría de las partes interesadas. Utilizando un análisis factorial exploratorio en 779 empresas, se descubrió que las variables con una mayor influencia explicativa para el desempeño socialmente responsable son los empleados, el medio ambiente y la comunidad. Por el contrario, la gestión corporativa, la cadena de valor y el gobierno / sector público condicionan el desarrollo de acciones de RS. En particular, existe una percepción débil y falta de voluntad entre los propietarios y gerentes de la empresa para llevar a cabo programas integrales de responsabilidad social, así como la formalización de aquellas acciones que tienen un impacto en la RS.

Latapi. M. A., Lara, J. & Brynhildur, D. (2019). Drivers that motivate energy companies to be responsible: A systematic literature review of Corporate Responsibility in the energy sector. *Journal of Cleaner Production*, (En prensa)

Resumen:

Las empresas de energía a nivel global están cada vez más presionadas para abordar un conjunto amplio de responsabilidades sociales que van más allá de los requisitos legales y ambientales, lo que las motiva a incorporar un enfoque holístico a sus actividades. Para hacerlo, diversas empresas han adoptado la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) como respuesta a una diversidad de presiones, pero también como un marco que les permite prevenir y gestionar riesgos y ser proactivos en el contexto del cambio climático. Si bien los impulsores de la RSE se han estudiado a fondo, las motivaciones específicas para que las compañías de energía adopten la RSE parecen estar ausentes en la literatura. Por tanto, el objetivo de este documento es revisar la literatura para identificar y clasificar los impulsores que motivan a las compañías de energía a adoptar la RSE. Para ello, se realiza una revisión sistemática de la literatura que cubre todas las publicaciones académicas de 1990 a 2018 disponibles en cuatro bases de datos científicas y se centra en la RSE en el sector energético. Los resultados indican que cinco controladores internos, tres controladores de conexión y cuatro controladores externos pueden identificarse en la literatura como motivaciones para que las compañías de energía adopten la RSE. Además, es identificable que las empresas de energía tienen un enfoque receptivo o proactivo hacia la implementación de la RSE. Este artículo contribuye a la literatura al proporcionar una amplia revisión sistemática de las publicaciones académicas sobre el tema e identificando y categorizando los diferentes impulsores para la implementación de la RSE que han señalado los académicos de la muestra. Las contribuciones prácticas de esta investigación provienen de la presentación de los impulsores que motivan a las compañías de energía a adoptar la RSE, lo que proporciona una comprensión de las razones detrás de las prácticas comerciales responsables y puede traducirse en implicaciones positivas para el sector energético en términos de gobernanza, legislación y marcos empresariales innovadores. Finalmente, los autores afirman que el estudio puede ser útil para académicos y profesionales por igual porque describe las líneas

de investigación relevantes sobre el tema y proporciona una síntesis de la literatura que resalta las brechas de investigación y las tendencias.

Lyons, M., Bartlet, J. & McDonald, P. (2016). Corporate social responsibility in junior and mid-tier-resources companies operating in developing nations – beyond the public relation offensive. *Resources Policy*,50,204-213

Resumen:

El artículo explora cómo las empresas de pequeños recursos y de nivel medio que operan en los países más pobres del mundo entienden y practican la responsabilidad social corporativa (RSC), y su relación con su licencia social asumida para operar Licencia Social de Operación (LSO). El estudio se basó en una investigación emergente que encuentra que las empresas más pequeñas, que están menos sujetas al escrutinio de partes interesadas externas como ONG, medios e inversores, entienden y practican la RSC de manera diferente a las empresas multinacionales que han dominado la investigación existente. El estudio encontró que el significado y la práctica de la RSC en este grupo de empresas grande, pero poco investigado, estaba altamente basado en el contexto y centrado en la comunidad, en marcado contraste con las estrategias y prácticas de las empresas de mayores recursos que operan en países en desarrollo. Es importante destacar que el estudio también reveló contradicciones y ambigüedades sorprendentes entre las acciones y la responsabilidad de RSC de los participantes y su LSO asumido

Sayekti, Y. (2015). Strategic Corporate Social Responsibility /CRS), Company Financial Performance, and Earning Response Coefficient: empirical evidence on Indonesian Listed Companies. *Procedia-Social-and Behavioral Sciences*,211,411-40.

Resumen:

El autor presenta un estudio que examina el efecto de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) estratégica y la Responsabilidad Social no Estratégica en el desempeño financiero, y examinar el efecto de la RSE estratégica y la RSE no estratégica en el coeficiente de respuesta de ganancias (CRE). Los resultados de este estudio muestran que la RSE estratégica y la RSE no estratégica afectan positiva y negativamente el desempeño financiero, respectivamente. El nivel de RSC estratégico revelado en los informes anuales afecta positivamente el coeficiente de respuesta de ganancias (ERC), mientras que el CRE no estratégico no tiene un efecto en el RSE. La principal contribución de este estudio es el desarrollo de una matriz de lista de verificación para distinguir entre la RSE estratégica y la RSE no estratégica.

Vélez, M. I. (2008). Responsabilidad social empresarial: la nueva cara del aprendizaje organizacional. *Revista Madrid*, (49)

Resumen:

Los altos directivos tienen la potestad de tomar decisiones estratégicas para direccionar el rumbo de las entidades que dirigen, convirtiendo estas decisiones en herramientas de adaptabilidad y mejora organizacional. A su vez, cada una de las decisiones y de sus resultados, sean éxitos o fracasos, les permiten a los directivos involucrarse consciente o inconscientemente, en un proceso de aprendizaje que se materializa en su cambio de actitud. Es decir, el aprendizaje, entendido como el proceso mediante el cual se integran conocimientos, habilidades y actitudes para conseguir cambios o mejoras de conducta, es aquel resultado inevitable que obtienen los directivos luego de llevar a cabo procesos decisorios. Este artículo describe cómo se genera dicho aprendizaje de cara a la responsabilidad social empresarial (RSE) como herramienta de legitimación social

Wirth, H., Kulczycka, J., Hausner, J. & Kónski, M. (2016). Corporate Social Responsibility: Communication about social and environmental disclosure by large and small copper mining companies. *Resource Policy*, 49, 53-60

Resumen:

La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) actualmente, es un concepto conocido y ampliamente utilizado en la práctica por las empresas mineras, tanto grandes como pequeñas. El papel principal de la RSE para las empresas mineras es garantizar una empresa comercial responsable para reducir los riesgos potenciales derivados de problemas de seguridad y una posible huella ambiental negativa y atraer mejores empleados y ganar aceptación entre la sociedad local. Sin embargo, el alcance y la función de las actividades de RSE dependen no solo del perfil y el tamaño de las empresas, sino también del área donde realizan sus operaciones mineras (valor para la sociedad), por lo que a veces podría no estar claro qué función desempeña la RSE en las economías en desarrollo. Por lo tanto, el objetivo del documento es discutir cómo las corporaciones multinacionales han desarrollado sus políticas de RSE y hasta qué punto han adoptado estas políticas en los países en desarrollo. Además, el objetivo de este artículo es comparar sus actividades con las pequeñas y medianas empresas (PYME) que operan en diferentes regiones del mundo. Se demostró que los grandes productores de cobre tienen una política a largo plazo sobre RSE y llevan a cabo una amplia gama de actividades de RSE que dependen de las necesidades locales, mientras que las PYME se centran en resolver problemas ad-hoc en lugar de desarrollar relaciones estratégicas a largo plazo. Las PYME ya han reconocido la necesidad de fortalecer sus políticas sociales para comprometerse con las comunidades a fin de proteger sus derechos humanos y evitar resultados negativos, principalmente en lugares más remotos. Al mismo tiempo, las empresas analizadas reconocen el hecho de que a medida que aumenta la demanda de recursos, también aumenta el potencial de un impacto negativo en las comunidades y los conflictos sociales.

Zhang, X., Zang, L., Fung, K., Rangaiah, G. & Ng, K. (2018). Product design: impact of government policy and consumer preference on company profit and corporate social responsibility. *Computers & Chemical Engineering*, 118, 118-131

Resumen:

Los autores a través de su investigación presentan un marco de optimización de objetivos múltiples que considera la influencia de la política gubernamental en el diseño del producto. La política del gobierno afecta el diseño del producto en forma de incentivos financieros y no financieros, y regulaciones. Los consumidores afectan el diseño del producto por su comportamiento de compra que a su vez está influenciado por el precio, la calidad del producto y la presencia de productos de la competencia. La empresa responde a estos factores influyentes para diseñar un producto con el mayor beneficio posible mientras satisface la responsabilidad social corporativa. Se presentan diferentes modelos y métodos basados en reglas: calidad, utilidad del consumidor, demanda del producto, costo del producto, presupuesto de capital, índices sociales y política gubernamental. Se utiliza un estudio de caso solar fotovoltaico para ilustrar el marco.

Libros:

Carrillo, M. V. (2009). *Comunicación integral y responsabilidad social en las organizaciones*. Distrito Federal, México: Pearson

Responsabilidad social en la comunicación digital (2017). Coordinadoras: Rebeca Illiana Arévalo Martínez y María Antonieta Rebeil Corella. Distrito Federal, México: Tirant Humanidades. Universidad Anáhuac.

Responsabilidad social de las organizaciones en México: perspectivas críticas, experiencias y debates. (2016) Distrito Federal, México: UAM-Iztapalapa

Sánchez-Urán, Y. (2016). *Responsabilidad social organizacional*. Distrito Federal, México: Alfaomega. LIBRO ELECTRÓNICO