

INTRODUCCIÓN

“Nuestra sociedad, en la que reina un urgente deseo de riquezas y lujos, no entiende el valor de la ciencia. No se da cuenta de que la ciencia es una de las partes más preciosas de su patrimonio moral. Ni ha asumido de modo suficiente, el hecho de que la ciencia está en la base de todo el progreso que aligera la carga de la vida y disminuye su sufrimiento”.

Marie Curie.

No cabe duda de la importancia que tiene el sector empresarial para el desarrollo conjunto de la sociedad actual. El desempeño económico evidenciado mediante la facturación de algunas grandes empresas, ha venido aumentando notablemente a lo largo del tiempo, hasta el punto de superar el Producto Interno Bruto (PIB) de muchos Estados. El Global Justice Now, anteriormente conocido como el Movimiento de Desarrollo Mundial (WDM por sus siglas en inglés), comparte esta realidad, al asegurar en 2016 que 69 de las 100 mayores entidades económicas del mundo son corporaciones o empresas multinacionales (en adelante ETN – Empresas Transnacionales) y de estas, las 10 ETN más grandes tienen unos ingresos combinados mayores que el total de los 180 países más pobres del planeta. Es claro que este escenario no ha cambiado mucho hoy en día.

Por otra parte, Glattfelder y Battiston (2009) y Vitali, Glattfelder & Battiston (2011), citados en Peña, Guevara & Fraiz (2016a), son investigadores pertenecientes a un grupo prestigioso de teóricos de sistemas complejos de la Escuela Politécnica Federal (ETH) de Zúrich (Suiza) que han estudiado de una manera exhaustiva las redes de control y el poder de las empresas a nivel mundial, llegando a una conclusión determinante: 147 ETN controlan alrededor del 40% de la riqueza mundial. Estos resultados dejan en evidencia el enorme poder e influencia que

tiene el sector empresarial sobre uno de los activos más importantes para la generación de bienestar, la riqueza.

En relación al estudio del 2009, es importante resaltar que “va más allá de la ideología para identificar empíricamente una red de poder en las empresas, ya que combinan las matemáticas utilizadas para modelar sistemas naturales con datos corporativos exhaustivos para catalogar la propiedad entre las corporaciones transnacionales del mundo” (Peña & Serra, 2013, p.102). Por su parte, del estudio del 2011, se destaca también el hecho de que ningún otro trabajo había incluido una base de datos tan robusta; en concreto, analizaron la información de 37 millones de compañías e inversionistas de todo el mundo, lo que les permitió identificar 43.060 ETN y sus respectivas propiedades de acciones vinculantes, proponiendo un modelo explicativo del control de compañías mediante redes de propiedad de acciones. Un dato interesante del modelo es que logra combinar los ingresos operativos de cada una de las empresas para luego hacer una representación de toda la estructura de su poder económico global.

Así las cosas, “es sensato y prioritario que este poder empresarial sea utilizado para contribuir de una manera más eficaz al bienestar de la sociedad y, en última instancia, a la construcción de un mundo más justo y equitativo para todos” (Peña & Serra, 2013, p.102), y en este sentido, De la Cuesta (2004) plantea que dentro del libre juego del mercado son necesarias unas normas mínimas de conducta empresarial, para poder mitigar o minimizar los evidentes impactos medioambientales y sociales que generan sus actividades. Lamentablemente, hay que decir que dicha conducta empresarial no ha sido la esperada y que sus actuaciones han estado caracterizadas por la ausencia de valores éticos y morales de sus dirigentes (ver estudios de Kliksberg, 2011; Stets & Carter, 2012; y Alwyn & Kiyoteru, 2012), generando un pasivo incalculable para la sociedad e impactos negativos para el bienestar, como la crisis económica - financiera iniciada en el 2008, la cual produjo muchas afectaciones tanto a países desarrollados, como a países en vía de desarrollo.

Tal como lo argumentan Peña & Serra (2013): “los diferentes momentos de crisis económica, ambiental, social y de valores que el mundo ha venido experimentado a lo largo de la historia han puesto en una encrucijada a aquellas organizaciones que buscan exclusivamente la maximización del beneficio para el accionista” (p.102). En este sentido, es urgente y necesario hacer una disrupción en los modelos tradicionales de gestión empresarial, proponiendo un enfoque que centre su atención en todos los grupos de interés (en adelante *stakeholders*) de la organización, hasta el punto de convertirlos en la esencia de la estrategia empresarial. Para el autor de la presente obra, la *Responsabilidad Social Empresarial* (en adelante RSE) se convierte en el vehículo más adecuado para lograr este objetivo.

El sector empresarial es la principal fuente de generación de empleo y de inversión. Aporta una contribución significativa de impuestos y beneficios intangibles cruciales para el desarrollo, como son la apertura de ideas, la innovación, la generación de oportunidades y el empoderamiento de la gente; de igual manera, un vibrante sector privado realizando inversiones, creando trabajo y mejorando la productividad, promueve el crecimiento y expansión de oportunidades para las personas de bajos recursos (*International Finance Corporation – IFC*, 2011). No obstante, aún tiene una enorme deuda con el desarrollo de la sociedad y en este sentido se hace necesario un compromiso mayor en los temas de RSE.

El Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo – PNUD en su informe de 2018 asegura que pese a los progresos logrados en materia de desarrollo humano, las privaciones humanas se mantienen en todos los países en materia de salud, educación o nivel de vida, criterios que componen la pobreza multidimensional. Así mismo, la desigualdad sigue siendo un tema que requiere de una solución urgente, sobre todo en el tema de los ingresos. Un par de informes de Oxfam International en 2017 y 2018 corroboran este hecho, destacando los siguientes tres datos: i) desde el 2015, el 1% de la población más rica posee más riqueza que el resto del planeta; ii) ocho personas en el mundo poseen la misma cantidad de riqueza que la mitad más pobre de la humanidad; iii) el 82% de toda la riqueza creada en el 2017 fue al 1% del top de la población con mayores ingresos, mientras que el 50% inferior del rango de menores ingresos no vio aumento en absoluto.

En este tema, es inevitable mencionar a Thomas Piketty, profesor de la Escuela de Economía de París quien, con su libro *El Capital del Siglo XXI* (publicado originalmente en francés en 2013 y luego traducido al inglés y al español en 2014), puso el tema de la desigualdad en el centro del debate económico mundial. En síntesis, estudia cómo se ha originado la concentración de la riqueza y su distribución en 250 años, demostrando que cuando la tasa de acumulación de capital crece más rápido que la economía, la desigualdad aumenta. En efecto, durante el período del estudio, el rendimiento del capital ha sido superior a la tasa de crecimiento de la economía, cuestión que estimula la concentración de la riqueza y agrava el problema de la desigualdad. Ha habido entonces una concentración constante del aumento de la riqueza que no se autorregula, al tiempo que ha aumentado la desigualdad económica, por lo que el autor plantea establecer políticas fiscales de alcance global como los impuestos a la riqueza y a la herencia, medidas que ayudarían a moderar dicha disparidad.

Por su parte, los escenarios caóticos evidenciados a lo largo de la historia en relación a lo que ha venido aconteciendo entre el binomio empresa-sociedad, permiten recordar una interesante reflexión del científico más distinguido del siglo XX, Albert Einstein (1879-1955) publicada en el trabajo de Seelig (1954), quién fue su primer biógrafo, y que hace referencia a que no se pueden resolver los

problemas con el mismo pensamiento utilizado cuando fueron creados. Sin duda alguna, esta idea se debe extrapolar a la realidad actual del mundo empresarial y de los negocios, para que en la práctica la relación actual empresa-sociedad genere unos mejores resultados para la sociedad. Bajo este argumento, dicha relación analizada en profundidad por diversos estudiosos como Carroll (1999), Frederick (1978), McMahan (2002) y Reich (2007), ha evolucionado significativamente, hasta el punto de suscitar en la sociedad un particular interés, cada vez mayor, por conocer las actuaciones que, en materia de RSE, vienen desarrollando los distintos sectores empresariales.

Dicho esto, es importante comentar que la RSE no es un concepto nuevo en estricto sentido, dado que su origen se remonta al año 1776 con la publicación de la reconocida obra de Adam Smith, titulada *La Riqueza de las Naciones*. Autores como Murillo, González Alén & Rodríguez (2011) coinciden con esta afirmación al ubicar los inicios de la RSE en el siglo XVIII, con el desarrollo de la idea de libre mercado en la sociedad capitalista con un avance notable en la década de los 60 del siglo XX. Por su parte, Carroll (1999) sitúa, dentro de la literatura científica, el año 1953 como punto de partida del constructo del concepto, con la publicación del libro *Social Responsibilities of the Businessmen* de Howard Bowen, quien fue postulado por el mismo Carroll como Padre de la RSE. Un par de estudios más recientes corroboran este planteamiento, en concreto, Barrena, López & Romero (2016) señalan que el origen del debate académico en el tema de la RSE proviene de los inicios del siglo XX. Por su parte, Duque, García & Azuero (2016) consideran que la aparición de la noción de RSE en la literatura de la administración (en adelante *management*) se dio en la primera mitad del siglo XX.

El interés por el estudio de la RSE se ha mantenido vigente, dada, entre otras cosas, la complejidad práctica de su interpretación. No en vano Votaw & Sethi (1973) “la definían como un término brillante que significa algo, pero no es siempre lo mismo para todos. En los tiempos actuales, es evidente que muchos estudiosos de la RSE siguen apoyando esta pensamiento, no obstante, coinciden en que la RSE establece que las responsabilidades de las empresas no se limitan sólo a sus accionistas, sino a la sociedad en general” (Cruz & Porto, 2016 citado en Peña, Serra & Ramón, 2017a, p.106). Además es un fenómeno dinámico que puede ir cambiando con el tiempo y ser diferente de acuerdo al lugar y al sector económico en donde se lleve a cabo, convirtiendo al espacio y al tiempo en variables que influyen en las formas y contenidos de la RSE, lo que implica una muy probable diferencia en su aplicación dadas la características de los países y empresas.

Es así como en palabras de Welford et al. (2007), citado en Guédez (2010), “la forma de entender y aplicar la RSE varía de localidad a localidad, de industria a industria y a través del tiempo” (Peña, Guevara & Fraiz, 2016, p.153), por tal motivo, el concepto de la RSE debe ser adaptado a las situaciones y prácticas

específicas de cada sector y subsector económico (Cochran, 2007). El éxito de su aplicación estará en función del sector específico que la lleve a cabo, así como de las condiciones ambientales enfrentadas por cada una de las empresas que lo componen en el momento dado.

Por otra parte, autores como Bigné, Alvarado, Currás & Rivera (2010); De Bakker et al. (2005); Gerde & Wokutch (1998); Lockett, Moon & Visser (2006); y Rowley & Berman (2000); citados en Perdomo & Escobar (2011) argumentan que la RSE ha venido presentando una evolución en sentido progresivo, como un campo de estudio dentro de la disciplina del interés del presente libro, es decir, el *management*, no obstante, en la literatura científica son escasos los trabajos e investigaciones sectoriales en el tema y más aún en empresas del sector turístico (Bohdanowicz, 2006). Investigadores reconocidos en turismo como Henderson (2006), Papaleo & Beeton (2006) y Fennel & Malloy (2007) citados en Tepelus (2008), coinciden con esta afirmación.

De manera específica, se hace interesante llevar a cabo un análisis detallado de la RSE dentro del ámbito del turismo, ya que es uno de los sectores más importantes para la economía mundial, considerado clave para el desarrollo, la prosperidad y el bienestar, dado su potencial real para el progreso socioeconómico mediante la creación de empresas y de trabajos, ingresos por exportación y desarrollo de infraestructura, principalmente; además, si es llevado a la práctica de buena manera, puede contribuir a la preservación cultural, la protección del medio ambiente, la paz, la seguridad y el crecimiento económico inclusivo.

De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo – OMT (UNWTO por sus siglas en inglés), la situación actual de este sector es esperanzadora al evidenciar, por ejemplo, un incremento exponencial en las llegadas por turismo internacional, pasando de 25 millones de visitantes en 1950 a más de 1.000 millones (1.400 millones) en 2018 (UNWTO, 2019), proyectando 1.800 millones para el 2030. Por su parte, los ingresos por turismo internacional obtenidos por los destinos pasaron de 2 billones de dólares de Estados Unidos en 1950 a 1.340 billones de dólares en 2017, alcanzando la cifra de los 1.6 billones de dólares en exportaciones, lo que representa el 30% de exportaciones en servicios y el 7% de las exportaciones mundiales (UNWTO, 2018).

Para reforzar estos datos, el Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC por sus siglas en inglés) argumenta que el turismo representa, a nivel mundial, el 10,4% del PIB, emplea al 9,9% del total de trabajadores y se estima que para el 2028 llegue al 11,6%. Así mismo, la inversión en turismo equivale al 4,5% del total mundial y se espera que llegue al 5,1% en los próximos 10 años (WTTC, 2018).

No obstante lo anterior, el turismo también es reconocido por la generación de impactos en los lugares donde se desarrolla, y en este sentido, la sociedad en

general conoce y es cada vez más consciente de esta realidad (Holden, 2003); de igual manera, se ha convertido en un elemento prometedor para la mejora de la situación laboral y para el desarrollo económico mundial, pero al mismo tiempo es causante de muchos problemas sociales, culturales y ecológicos, además de caracterizarse, dentro de las relaciones laborales, por una alta carga en el trabajo, dependencia de las temporadas y por la falta de protección social (Kate, Tourism Watch & ACSUD, 2006). Por lo tanto, el estudio de la RSE en el sector turístico se convierte en una herramienta que puede contribuir tanto a la identificación de dichos impactos, como a su correcta gestión.

Por su parte, la RSE es también relevante para el sector hotelero debido a su conexión directa con el medio ambiente y la comunidad, cuestión que se ve determinada por su ubicación física en el propio destino turístico. Tal como lo argumenta Ayuso (2003), los establecimientos hoteleros son empresas propiamente turísticas, dado que ofrecen productos y servicios para el uso explícito y exclusivo del turismo en el destino, lugar en donde los turistas suelen pasar el mayor tiempo de su visita, realizando a su vez la mayor parte del gasto, con lo cual su comportamiento puede verse influenciado por dichos establecimientos; por lo tanto, los impactos positivos y negativos de las empresas turísticas de alojamiento son más evidentes en las comunidades de acogida, y un ejemplo de ello es que suelen tener un fuerte impacto en el ambiente natural y social, a través de la contaminación del aire, la contaminación acústica, la generación de residuos, el consumo de espacio, entre otros, con lo cual, el estudio de la RSE en las empresas turísticas hoteleras es de una evidente importancia (Chung & Parker, 2010 citados en Li, Fu & Huang, 2015) adquiriendo una atención e interés cada vez mayores.

Actualmente, los trabajos sobre RSE en la industria hotelera son escasos, si los comparamos con otros temas de mayor desarrollo investigativo en el sector turístico/hotelero; y más aún, si se contrastan con otros sectores económicos; por ejemplo, Bohdanowicz & Zientara (2009) y Gard Mcgehee, Wattanakamolchai, Perdue & Calvert (2009), argumentan que pocas investigaciones han analizado aspectos relacionados con la RSE en hoteles, mientras que Bohdanowicz (2007) y Holcomb, Upchurch & Okumus (2007) evidencian el bajo número de trabajos, desde el punto de vista holístico, sobre la RSE en el sector hotelero. Esto, sin duda alguna, se convierte en una motivación adicional para estudiar la RSE desde el ámbito de la aplicación del sector turístico, concretamente en las empresas turísticas de alojamiento.

A pesar de que la presente obra se enmarca en la realidad del sector hotelero mediante sus resultados y aportaciones, se pretende tener una proyección general del resto de empresas del sector y de otros sectores, así como también una aplicación práctica a nivel internacional, sin perder de vista las particularidades de los entornos locales en donde se desarrolle. Esto último es muy importante

para el éxito de la RSE, pues se ha evidenciado que, en la práctica, la RSE tiene un carácter contextual y muchos autores (Jones, 1980; Van Marrewijk, 2003; Kakabadse, Rozuel & Lee-Davies, 2005; y Boxenbaum, 2006) siguen justificando este hecho.

En cuanto al aspecto geográfico, el interés de la RSE debe centrarse en las regiones más pobres del planeta y en la población con menos recursos, para los cuales, la solución a gran parte de sus problemas puede conseguirse con el involucramiento directo y sostenido del sector empresarial, el cual puede reforzar su propia prosperidad en este proceso (Prahalad & Hammond, 2002). Sin duda alguna, para muchos países en vía de desarrollo, el turismo ha adquirido una importancia significativa, hasta convertirse, en algunos casos, en la principal fuente de ingresos; por ejemplo para la OMT ha sido evidente el aporte sustancial del sector turístico a las economías de países como los de América Latina, lo cual puede contribuir eficazmente a la disminución de la pobreza que tanto afecta a la región (OMT, 2008).

En este sentido, Colombia es un país en vía de desarrollo perteneciente a la región latinoamericana en donde el turismo ha adquirido una evidente importancia nacional, hasta el punto de ubicarlo en la tercera posición en materia de exportación (solamente por detrás del petróleo y el carbón) superando, inclusive, a un producto tan tradicional para el país como las flores. De manera más específica, el sector hotelero se ha convertido en uno de los primeros generadores de puestos de trabajo del país, en el que se cuenta con la región Caribe colombiana, que además de tener recursos naturales, geográficos, históricos y culturales destacados, se le reconoce como una de las zonas con mayor operación turística y hotelera del país, con un enorme potencial de desarrollo internacional.

Bajo este contexto, el presente libro pretende hacer una contribución concreta al mundo empresarial y académico, en el sentido de aportar al debate de la RSE, proponiendo un análisis integrado del *conocimiento*, la *aplicación* y la *comunicación* de esta (en adelante **CAC-RSE**), todo ello bajo un marco científico sólido que permita el traslado efectivo de la misma al mundo real de las organizaciones, cuya utilidad práctica quedará en evidencia al ser aplicado en el sector turístico y en concreto, en las empresas turísticas hoteleras de la región Caribe colombiana.

Es importante mencionar que en obras anteriores las variables del *conocimiento*, la *aplicación* y la *comunicación* han sido estudiadas de manera individual, o como máximo se ha combinado el estudio de dos, pero nunca se han integrado los tres aspectos, lo cual puede ser una consecuencia de la citada escasez de estudios sectoriales de RSE, sobre todo en el sector turístico y hotelero, trayendo como resultado la notoria dificultad de trasladarla al mundo real. La integración de estas tres variables al análisis de la RSE es el principal aporte de esta obra, dado

que, para el autor del presente documento, la RSE solo puede llegar a tener un sentido práctico y una mayor efectividad para las empresas en el momento en que se integren al seno de las organizaciones, sus tres pilares básicos, es decir, el *conocimiento*, la *aplicación* y la *comunicación*.

Con este propósito, a partir de los resultados del análisis **CAC-RSE**, se proponen un par de modelos de gestión de la RSE, los cuales son complementarios, cuyos objetivos se centran, por un lado, en entender las relaciones causales del *conocimiento*, la *aplicación* y la *comunicación* de la RSE y sus respectivos factores determinantes, y por el otro, en apropiarse de una manera sencilla de estos conceptos para que el traslado de los mismos a la realidad empresarial sea más efectivo. Con la aplicación de estos dos modelos, la RSE puede llegar a convertirse en la esencia de la gestión estratégica de las empresas del sector hotelero de la región Caribe colombiana, con lo cual sus acciones aportarán y contribuirán, con mayor efectividad, a la conservación ambiental y al bienestar social de todos sus *stakeholders*, así como a la mejora de la competitividad empresarial, logrando en el mediano y largo plazo un mayor beneficio y valor, tanto para los establecimientos hoteleros, como para la sociedad anfitriona que los acoge.

De una manera más amplia, se quiere enriquecer, bajo una perspectiva teórico-práctica, el constante debate académico que se viene dando desde hace más de 50 años, entre aquellos pensadores que defienden el clásico modelo de gestión empresarial (maximización de beneficios como único objetivo empresarial) y aquellos otros, cuyos argumentos exponen que la empresa, dentro de su gestión estratégica, debe tener en cuenta también las cuestiones sociales y ambientales del entorno, y no solo los aspectos económicos propios de la naturaleza utilitarista de la misma. Dicho debate, además de despertar el interés en las escuelas de negocios, ha llamado la atención del propio sector empresarial, de inversores, gobiernos e inclusive de la sociedad en general, e incluye algunas posturas académicas al respecto, entre las cuales se destaca la de De la Cuesta (2004), quien argumenta que “la corriente a favor de que la empresa como organización desempeña un papel clave en la sociedad no solamente restringido a la creación de riqueza y empleo es cada vez más aceptada y los viejos esquemas conceptuales de la escuela de Friedman van poco a poco perdiendo relevancia” (pp. 45-46). Esta misma autora recuerda que “Friedman afirmó en varias ocasiones que la única responsabilidad de la empresa es maximizar el beneficio, con el único límite de la ley y las costumbres mercantiles” (De la Cuesta, 2004: p.46). No obstante su espaldarazo a la RSE, publicaciones prestigiosas como *The Economist* han criticado la falta de unanimidad del concepto de RSE y su posterior aplicación o medición en el mundo real de las organizaciones, tachándola inclusive de falacia empresarial (*The Economist*, 2005), aunque tres años más tarde reconociera en otro escrito el valor estratégico de la misma (*The Economist*, 2008).

A manera de síntesis, la presente obra presenta evidencias concretas que contribuyen a superar dichas críticas, buscando avanzar en el desarrollo teórico y científico de la RSE, mediante la aplicación del enfoque integral **CAC-RSE**, cuyo fin es realizar un análisis integrado de las variables del *conocimiento*, la *aplicación* y la *comunicación* de la RSE, cuestión que hasta el momento, tal como se ha indicado, no ha sido estudiada en la literatura existente.

Teniendo en cuenta lo anterior y para una mayor comprensión del tema, el presente libro se ha dividido en cinco capítulos. El primero aborda el *conocimiento* de la RSE y contiene tres secciones. En la primera (origen y evolución del concepto) se explica amplia y detalladamente el origen del concepto y se proponen seis períodos que argumentan el grado evolución de la RSE a lo largo de la historia. En la segunda (aproximación conceptual de la RSE) se hace un riguroso análisis conceptual de la RSE, explicando las bases científicas para el constructo de la misma, mostrando y agrupando diversas definiciones propuestas por diferentes *stakeholders* de la sociedad (académicos, organizaciones internacionales, organizaciones empresariales y organizaciones de la sociedad civil). En la tercera (aporte al constructo de la RSE. Una propuesta de definición) se plantea una definición propia de la RSE que pretende aportar al constructo de la misma, aplicada, por una parte, al ámbito general de los sectores económicos y por otra, al ámbito específico del turismo.

El segundo capítulo gira en torno a la *aplicación* de la RSE y consta de cuatro partes. La primera (justificación para la acción) analiza los principales argumentos que se han desarrollado a favor de la puesta en marcha de la RSE. La segunda (la RSE en el mundo, en América Latina y en Colombia. Diversas interpretaciones) describe la *aplicación* de la RSE en los cinco continentes, en América Latina (haciendo además una comparación con respecto a Europa) y en Colombia, por ser el área geográfica de interés del estudio aplicado. La tercera (la práctica de la RSE. Principales aportaciones) identifica las teorías científicas más importantes de la RSE, muestra una interesante propuesta para la clasificación de empresas según sus prácticas de RSE y hace un relato sintético sobre las líneas de investigación de RSE que, desde el ámbito del *management* se han configurado. La cuarta (la RSE aplicada al sector turístico y hotelero) hace un análisis detallado de los impactos positivos y negativos que genera el turismo, seguido de una síntesis sobre los principales estudios realizados en el campo de la RSE, tanto en el ámbito general del turismo, como en el ámbito específico del sector hotelero.

El tercer capítulo reflexiona sobre la *comunicación* de la RSE mediante el desarrollo de tres ítems. Uno (rendición de cuentas. Conceptualización, iniciativas, instrumentos y aportaciones) especifica los conceptos, iniciativas, instrumentos y estudios más importantes relacionados con la rendición de cuentas (*accountability*). Otro (evolución de los informes de RSE) determina la evolución que

han tenido la configuración y el desarrollo de informes de RSE (*reporting*) en general. Y el último (los informes de RSE en el sector turístico y hotelero) analiza los estudios más importantes en materia de informes de RSE en los ámbitos turístico y hotelero.

El cuarto capítulo muestra los resultados de la aplicación del análisis **CAC-RSE** en un estudio aplicado a las empresas turísticas de alojamiento de la región Caribe colombiana y se divide en dos partes. En la primera (fundamentación) se explican las bases teóricas que sustentan el análisis **CAC-RSE** y en la segunda (caso práctico del análisis **CAC-RSE** en las empresas turísticas de alojamiento de la región Caribe colombiana), mediante un caso real aplicado en el sector hotelero del Caribe colombiano, se muestra la utilidad práctica del **CAC-RSE**, llevando a cabo el análisis integrado de las variables del *conocimiento*, la *aplicación* y la *comunicación* de la RSE, lo que permitirá identificar los niveles (grados) de *conocimiento*, *aplicación* y *comunicación* de la RSE en las empresas del sector, proponiendo además un modelo que explicita las relaciones causales existentes entre dichas variables y sus factores determinantes. Esto es algo novedoso en este tipo de estudios, dado que la literatura científica en el tema no reporta trabajos de estas características, contribuyendo de esta manera con el campo de estudio de la presente obra, y en concreto, con el mejoramiento de la gestión de las actividades de RSE del sector hotelero de la región Caribe colombiana, lo que sin duda alguna, generaría un impacto positivo mayor en las comunidades en donde opera.

Por último, el quinto capítulo describe las conclusiones generales del libro haciendo énfasis en las principales implicaciones prácticas para el mundo empresarial, con una propuesta complementaria de modelo de gestión de la RSE como aporte para la adecuada apropiación y puesta en marcha de la misma, buscando la decidida sensibilización de los empresarios turísticos hacia una mayor implicación con el bienestar de la sociedad y el desarrollo de un turismo más responsable y sostenible en su área de influencia más cercana.

Teniendo claro lo anterior, en las próximas páginas se aborda el desarrollo de los cinco capítulos respectivos.

CAPÍTULO 1

EL CONOCIMIENTO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

“El término responsabilidades sociales del hombre de negocios se refiere a la obligación del empresario de 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”.

Howard R. Bowen.

En este primer capítulo se abordarán las diferentes concepciones, juicios y pensamientos que subyacen a la RSE, agrupados en dos grandes temáticas. En la primera se explica amplia y detalladamente el origen del concepto y se proponen seis períodos que argumentan el grado de evolución de la RSE a lo largo de la historia. En la segunda se hace una rigurosa aproximación conceptual de la RSE, explicando las bases científicas para el constructo de la misma, describiendo y agrupando las diversas definiciones propuestas por los diferentes *stakeholders*, a nivel mundial (aportaciones de académicos, organizaciones internacionales, organizaciones empresariales y organizaciones de la sociedad civil), y termina con una propuesta de definición propia, como aporte al constructo de la RSE, aplicada, por una parte al ámbito general de los sectores económicos, y por otra, al ámbito específico del turismo.

1.1. Origen y evolución del concepto

Las diferentes versiones que dan cuenta sobre el origen de la RSE hacen necesaria una exhaustiva revisión histórica del concepto que tiene como fin mostrar sus

orígenes y más allá de esto, analizar la evolución y los avances que ha tenido hasta nuestra sociedad actual. Como un primer acercamiento, en un sentido amplio, la RSE se entiende como una respuesta de las empresas a las demandas o expectativas de la sociedad (Carroll, 1979), lo cual implica una relación evidente entre empresa y sociedad. Por lo tanto, el análisis de la evolución del concepto debe partir del entendimiento de las teorías que buscan explicar dicha relación y en este sentido, tal como se comentó en la introducción del presente libro, muchos pensadores coinciden en que Adam Smith fue el primero en analizar este tipo de relaciones en su obra *La Riqueza de las Naciones* publicada en 1776.

A partir de los postulados de Adam Smith sobre las relaciones entre productores, propietarios y consumidores se derivó la teoría neoclásica de la empresa (Key, 1999), que se fundamenta en las fuerzas del mercado y la racionalidad que subyacen a las mismas (Friedman, 1962) y que tiene como meta básica para el directivo maximizar la riqueza de la empresa (Brenner & Cochran, 1991). Esto explica la clásica visión de la maximización del beneficio como objetivo organizacional, planteamiento con el que muchos sectores y organizaciones empresariales de los tiempos actuales se sienten plenamente identificados.

Es claro entonces que las ideas de Adam Smith llevadas al campo práctico de la RSE se limitan a lo económico. No obstante, el tipo de relaciones en los ámbitos de empresa y mercado (consumidores como parte de la sociedad) que él mismo expone, hacen que su mención en esta introducción a la evolución del concepto de RSE sea importante para su entendimiento, aunque lógicamente sea un incipiente precedente de la RSE. Dicho de otro modo, era la responsabilidad social que en dicha época se presumía por parte de las empresas.

Siguiendo con el análisis evolutivo del concepto, llegamos a la primera referencia formal de la RSE, realizada por Andrew Carnegie en su libro *The Gospel of Wealth* publicado en 1889, mediante el cual estableció que las personas adineradas y sus empresas deberían asumir, como responsabilidad propia, el administrar la riqueza de sus organizaciones, para así luego brindar beneficios a la sociedad (Yepes, Peña & Sánchez, 2007). La frase “*personas adineradas y sus empresas*” deja claro que la RSE no se da por sí sola, sino que se requiere de la participación activa (y proactiva) de las personas propietarias y/o que lideran la organización, sin las cuales hablar del tema no tendría ningún sentido práctico, desde el punto de vista empresarial. Sin entrar en detalles o controversias respecto a si la responsabilidad es de la persona individual o de la persona jurídica, lo evidente desde la praxis es que son las personas, dentro del marco de la institucionalidad empresarial, las que llevan a cabo las acciones en materia de RSE, por lo tanto, la responsabilidad que tienen las personas sobre la aplicación y práctica del concepto, lleva a analizar su procedencia, la cual ayudará a entender por qué debe haber dicha implicación humana.

En este sentido, la Real Academia de la Lengua Española (RAE) ofrece diferentes definiciones sobre el concepto de *responsabilidad*, de las cuales se resaltan las dos siguientes: “Capacidad existente en todo sujeto activo de derecho para reconocer y aceptar las consecuencias de un hecho realizado libremente”; y “Cargo u obligación moral que resulta para alguien del posible yerro en cosa o asunto determinado” (RAE, 2018). Por otra parte, decir que una persona es responsable de una acción determinada, es solo decir que es adecuado tomarla como base de valoración moral de esa persona (Scanlon, 1998); por lo tanto, la responsabilidad forma parte de toda acción humana (Argandoña, 2009).

Si estas definiciones las desplegamos en el tiempo, es evidente la aparición de dos tipos de responsabilidades: retrospectiva y prospectiva (Sasía & Valor, 2007); la primera, referida a la que se tiene a posteriori por lo ya ocurrido; y la segunda, la que se tiene a priori por lo que está ocurriendo o lo que pudiera ocurrir. Esta apreciación nos permite identificar, al menos en primera instancia, la evolución del concepto de responsabilidad sobre las personas y organizaciones. Se deduce entonces que habrá mayor evolución en aquellas que asuman responsabilidades futuras.

En un interesante trabajo, Vincent (2011) va más allá y plantea una taxonomía de conceptos de responsabilidad, relacionados con las personas. En concreto, propone seis diferentes alcances de la responsabilidad, los cuales se describen a continuación. El primero de estos, la *Virtue-Responsibility*, que cubre la descripción de una persona que es diligente, obediente y que tiene los rasgos de carácter virtuoso que esperaríamos de un agente responsable. El segundo alcance, la *Role-Responsibility*, se relaciona con los deberes ligados a una persona en virtud de su posición institucional, social o moral: son las cosas que se esperan de ellos y por las que son sometidos a crítica moral, si no lo hacen. Un tercer alcance es la *Outcome-Responsibility*, que hace referencia a los resultados (eventos o estados de cosas) por los cuales una persona es considerada responsable. En este caso, por ejemplo, el capitán de un barco es responsable del bienestar de su tripulación y la seguridad de su buque. Un cuarto alcance, la *Causal-Responsibility*, hace alusión a los vínculos causales entre eventos y estados de asuntos, considerando que los juicios causales juegan un papel crucial en la determinación de cuándo y dónde, los conceptos de responsabilidad, se aplican. En este caso, por ejemplo, una tormenta puede ser responsable de una inundación. La *Capacity-Responsibility*, el quinto alcance, está relacionado con las capacidades (distintas de los rasgos del carácter) que un agente necesita para poder ser considerado responsable. Por ejemplo a menudo se ha considerado que un agente necesita de una capacidad de pensamiento racional para elegir una opción y para la toma de decisiones voluntarias, con el fin de ser responsable. Por último, la *Liability-Responsibility* cubre los castigos, sanciones o las cargas que se aplicarán al agente responsable. Por ejemplo, una persona responsable de cometer un delito está sujeta a pasar algún tiempo en la cárcel.

Ahora bien, es natural que dichas responsabilidades requieran de un entorno para que puedan darse y de unas relaciones humanas dentro del mismo, por lo cual, se avanza hacia el concepto de *responsabilidad social*, que sintéticamente puede definirse como el conjunto de las diferentes obligaciones que, de manera recíproca y múltiple, tienen los actores en un entorno determinado, las cuales se encuentran enmarcadas dentro de lo que es justo y aceptado ética, moral, política o legalmente por una colectividad, hasta el punto de convertirlo en un comportamiento modelo, tratando incluso de garantizar su debido cumplimiento mediante normas o regulaciones (Anshen, 1983; Aram, 1989; Cabot, 1990; Crespi, 1999; Donaldson, 1985; citadas en Yepes, Peña & Sánchez, 2007; véase también Cruz & Aramayo, 1999; Jonas, 1994; Sasía, 2004; citados en Sasía & Valor, 2007).

Las responsabilidades sociales no han sido, no son y no serán algo estático, en absoluto; por el contrario, van cambiando con el tiempo. Las responsabilidades de los actores sociales, hoy, no son las mismas de antaño y con seguridad no serán las mismas mañana (Yepes, Peña & Sánchez, 2007). Haciendo un repaso de la literatura, vemos cómo diversos autores asocian el tipo de responsabilidad social con la época; así, por ejemplo, en la antigua Grecia se centraban en lo público, en la edad media en las creencias, en la edad moderna en la razón y en la edad contemporánea o postmoderna en el mercado. Del mismo modo, el espacio en donde se desarrolla la responsabilidad social incide directamente sobre sus formas y contenidos; las características geográficas hacen que se condicione física y culturalmente a las personas, incluyendo su manera de relacionarse. Solo hace falta citar algunos casos actuales de la sociedad para corroborarlo. En el ámbito empresarial, por ejemplo, las responsabilidades dependen de las demandas concretas de la sociedad, lo cual supone llevar la conducta empresarial a un grado de congruencia con las normas, los valores sociales y las expectativas que imperan en un momento o espacio dado (De la Cuesta, 2002, citada en Robledo, 2004).

Diversas ETN tienen claro esto y por ello no han dudado en trasladar el aparato productivo a países con regulaciones blandas, principalmente en temas de derechos laborales y medioambientales. El ensayo titulado *El mundo en el límite* de Vandana Shiva publicado en 2001 denuncia cómo Lawrence Summers - quien fue Economista Jefe del Banco Mundial - sugería transferir las industrias más contaminantes a los países del tercer mundo. De igual forma, el caso más sonado en materia de explotación laboral ha sido el de la empresa *Nike*, cuando la revista *Life*, en el año 1996, publicara una foto de niños paquistaníes cosiendo balones de esta empresa, recibiendo un pago de seis centavos de dólar por hora (Robledo, 2004). De esta manera, se pueden seguir citando muchos ejemplos de empresas que asumen una responsabilidad diferente o acorde - según ellos - al espacio geográfico en donde se encuentren operando. Este principio también se ve reflejado en las responsabilidades sociales estatales, por ejemplo, muchos países de oriente no aceptan la participación de la mujer en cuestiones tan básicas

como política, religión y economía, mientras que en occidente se nota un avance diferenciado en el tema, aunque, inclusive, en esta zona quede mucho camino por recorrer.

La responsabilidad social, entonces, depende, principalmente del tiempo y el lugar - de sus características geográficas, sociales, económicas y políticas - en donde se lleve a cabo, pero es importante dejar claro que en la práctica es necesaria una homogeneización que garantice las mínimas formas de entendimiento en las relaciones humanas, que hagan que las responsabilidades sociales sean universales. Tal como lo argumenta Robledo (2004), así como los mercados y las finanzas se han globalizado, también deben hacerlo los derechos humanos, la justicia, la democracia, la compasión y el respeto, cuestiones que están claramente enmarcadas dentro de la responsabilidad social.

A partir de aquí corresponde analizar la responsabilidad de las organizaciones, no sin antes mencionar que, según su función social, de acuerdo con el estudio de Schvarstein (2003), las organizaciones pueden ser de tres tipos: i) organizaciones públicas, cuyo fin es de carácter teleológico (proteger, cuidar y atender a la sociedad); ii) organizaciones del tercer sector, cuya misión es de carácter deontológico (apoyar la labor de cuidado de la sociedad de las organizaciones públicas); y iii) organizaciones empresariales, cuyo función social es de carácter utilitarista (prestar un servicio a la sociedad a cambio de una retribución económica).

De esta clasificación el interés del presente libro se centra en el análisis de la responsabilidad social de las empresas, debido a siete razones fundamentales; (i) la importancia económica global que tienen las organizaciones empresariales, por encima inclusive de muchos Estados; ii) el poder de las empresas va más allá del tema económico y cada vez es mayor; iii) el sector empresarial tiene una evidente deuda con la sociedad, dadas sus actuaciones y conductas poco éticas; iv) es necesario un mayor compromiso empresarial en los temas de RSE para que su contribución al desarrollo tenga un mayor impacto en la sociedad; v) las empresas son una fuente de generación de empleo, inversión, ideas, innovación, oportunidades y empoderamiento para la gente, cuestiones vitales para el desarrollo de las sociedades; vi) el interés de la RSE debe centrarse en las poblaciones con menos recursos quienes son las que tienen las menores oportunidades de desarrollo y por ende necesitan un mayor apoyo empresarial; vii) el creciente interés de la sociedad en general por conocer, con mayor detalle, las relaciones y actuaciones que tienen las empresas dentro del ámbito de la RSE, sus efectos y sobre todo sus aportes para la reconstrucción de un mundo más justo y equitativo para todos.

Teniendo claro lo anterior se ha avanzado en el texto hasta llegar a la *Responsabilidad Social Empresarial*, que, tal como se ha comentado en la introducción de la