

UNIVERSIDAD CEU-SAN PABLO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
DEPARTAMENTO DE LA ECONOMÍA DE LA EMPRESA



LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LOS SECTORES DEL
COMERCIO, LA INDUSTRIA Y LAS ENTIDADES FINANCIERAS
DE PUERTO RICO

TESIS DOCTORAL

Doctoranda

Sylvia I. Cardona Colón

Directores

Dr. Ricardo PALOMO ZURDO

Dra. Josefina FERNÁNDEZ GUADAÑO

Madrid, 2015

ÍNDICE

PRÓLOGO	I
AGRADECIMIENTOS	IV

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN Y JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Introducción.....	1
1.1. Perspectiva histórica.....	1
1.2. Marco conceptual	6
1.3. Trasfondo de la investigación.....	8
1.4. Justificación de la investigación.....	10
1.5. Objetivos y cuestiones de la investigación.....	11
1.6. Las hipótesis de la investigación	18
1.7. Estructura de la investigación.....	18
1.8. Limitaciones de la investigación	19

CAPÍTULO II. LOS FUNDAMENTOS TEÓRICOS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Introducción.....	20
2.1. Teorías y Modelos relacionados con la Responsabilidad Social Empresarial	20
2.2. El múltiple concepto sobre la Responsabilidad Social Empresarial	35
2.3. Estudios Empíricos sobre la Responsabilidad Social Empresarial.....	41
2.4. Modelo de Responsabilidad Social Corporativa: El Enfoque de Tres Dominios (<i>Corporate Social Responsibility: A Three – Domain Approach</i>)	50
2.5. La Actividad Filantrópica.....	54
2.6. La Responsabilidad Social Empresarial	62
2.6.1. La Responsabilidad Social Empresarial Económica	62
2.6.1.1. Hipótesis formuladas sobre la RSE Económica	73
2.6.1.1.1. RSE económica entre el comercio, la industria y las entidades financieras en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes en sus empresas	73

2.6.1.1.2. RSE económica entre el comercio, la industria y las entidades financieras desde la perspectiva de los participantes en las empresas de Puerto Rico	73
2.6.1.1.3. RSE económica entre las empresas pequeñas, medianas y grandes en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes en sus empresas	74
2.6.1.1.4. RSE económica entre las empresas pequeñas, medianas y grandes desde la perspectiva de los participantes en las empresas de Puerto Rico.....	75
2.6.1.1.5. RSE económica por género desde la perspectiva de los participantes en sus empresas	76
2.6.1.1.6. RSE económica por género desde la perspectiva de los participantes en las empresas de Puerto Rico.....	76
2.6.2. La Responsabilidad Social Empresarial Legal	77
2.6.2.1. Hipótesis formuladas sobre la RSE Legal	82
2.6.2.1.1. RSE legal entre el comercio, la industria y las entidades financieras en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes en sus empresas	82
2.6.2.1.2. RSE legal entre el comercio, la industria y las entidades financieras desde la perspectiva de los participantes en las empresas de Puerto Rico.....	82
2.6.2.1.3. RSE legal entre las empresas pequeñas, medianas y grandes en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes en sus empresas	83
2.6.2.1.4. RSE legal entre las empresas pequeñas, medianas y grandes desde la perspectiva de los participantes en las empresas de Puerto Rico	84
2.6.2.1.5. RSE legal por género desde la perspectiva de los participantes en sus empresas	85
2.6.2.1.6. RSE legal por género desde la perspectiva de los participantes en las empresas de Puerto Rico	85

2.6.3. La Responsabilidad Social Empresarial Ética.....	86
2.6.3.1. Hipótesis formuladas sobre la RSE Ética.....	96
2.6.3.1.1. RSE ética entre el comercio, la industria y las entidades financieras en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes en sus empresas	96
2.6.3.1.2. RSE ética entre el comercio, la industria y las entidades financieras desde la perspectiva de los participantes en las empresas de Puerto Rico.....	97
2.6.3.1.3. RSE ética entre las empresas pequeñas, medianas y grandes en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes en sus empresas	98
2.6.3.1.4. RSE ética entre las empresas pequeñas, medianas y grandes desde la perspectiva de los participantes en las empresas de Puerto Rico	99
2.6.3.1.5. RSE ética por género desde la perspectiva de los participantes en sus empresas	99
2.6.3.1.6. RSE ética por género desde la perspectiva de los participantes en las empresas de Puerto Rico	100
2.6.4. La Responsabilidad Social Empresarial en el Comercio, la Industria y las Entidades Financieras	101
2.6.4.1. La Responsabilidad Social Empresarial en el Comercio.....	101
2.6.4.2. La Responsabilidad Social Empresarial en la Industria	108
2.6.4.3. La Responsabilidad Social Empresarial en las Entidades Financieras...	117
2.6.5. La Responsabilidad Social Empresarial en las Empresas Pequeñas, Medianas y Grandes.....	125
2.7. El Concepto de Responsabilidad Social Empresarial en su Perspectiva Internacional	129
2.8. La Responsabilidad Social Empresarial en Puerto Rico	151
2.8.1. El Entorno Legal y Regulatorio en el Comercio, la Industria y las Entidades Financieras de Puerto Rico	160

CAPÍTULO III. METODOLOGÍA APLICADA A LA INVESTIGACIÓN Y ANÁLISIS

Introducción.....	165
3.1. Tipo y diseño de la investigación	166
3.2. Población objeto de estudio.....	170
3.2.1. El tipo de empresa de acuerdo al producto o servicio que ofrecen	171
3.2.2. El tamaño de la empresa por el número de empleados que trabajan.....	172
3.3. La muestra	173
3.4. Descripción de los instrumentos del estudio para la recopilación de los datos.....	175
3.4.1. Validez.....	179
3.4.2. Confiabilidad	180
3.5. Una referencia a la Junta para la Protección de Seres Humanos en la Investigación (<i>Institutional Review Board, IRB</i>).....	181
3.6. Procedimiento de la Investigación.....	182
3.7. Análisis de los Datos	184
3.8. Variables del estudio	185
3.9. Definición de variables.....	186

CAPÍTULO IV. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

Introducción.....	188
4.1. Análisis Cuantitativo – Estadística Descriptiva	188
4.1.1. Descripción de las características de los participantes en el estudio.....	188
4.1.2. Descripción de la Responsabilidad Económica, Legal y Ética de los participantes en sus empresas	204
4.1.3. Descripción de la Responsabilidad Económica, Legal y Ética en las Empresas de Puerto Rico	208
4.1.4. Descripción de la puntuación Media de los participantes en el estudio	212
4.1.5. Coeficiente de Confiabilidad Alfa de Cronbach	215
4.2. Análisis Cuantitativo – Estadística Inferencial No Paramétrica.....	219

4.2.1. Hipótesis – RSE económica entre el comercio, la industria y las entidades financieras en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes en sus empresas	219
4.2.2. Hipótesis – RSE económica entre el comercio, la industria y las entidades financieras desde la perspectiva de los participantes en las empresas de Puerto Rico.....	221
4.2.3. Hipótesis – RSE económica entre las empresas pequeñas, medianas y grandes en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes en sus empresas	223
4.2.4. Hipótesis – RSE económica entre las empresas pequeñas, medianas y grandes desde la perspectiva de los participantes en las empresas de Puerto Rico	225
4.2.5. Hipótesis – RSE económica por género desde la perspectiva de los participantes en sus empresas.....	227
4.2.6. Hipótesis – RSE económica por género desde la perspectiva de los participantes en las empresas de Puerto Rico.....	228
4.2.7. Hipótesis – RSE legal entre el comercio, la industria y las entidades financieras en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes en sus empresas	229
4.2.8. Hipótesis – RSE legal entre el comercio, la industria y las entidades financieras desde la perspectiva de los participantes en las empresas de Puerto Rico.....	231
4.2.9. Hipótesis – RSE legal entre las empresas pequeñas, medianas y grandes en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes en sus empresas	233
4.2.10. Hipótesis – RSE legal entre las empresas pequeñas, medianas y grandes desde la perspectiva de los participantes en las empresas de Puerto Rico	235
4.2.11. Hipótesis – RSE legal por género desde la perspectiva de los participantes en sus empresas	237
4.2.12. Hipótesis – RSE legal por género desde la perspectiva de los participantes en las empresas de Puerto Rico	238
4.2.13. Hipótesis – RSE ética entre el comercio, la industria y las entidades financieras en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes en sus empresas	239

4.2.14. Hipótesis – RSE ética entre el comercio, la industria y las entidades financieras desde la perspectiva de los participantes en las empresas de Puerto Rico	241
4.2.15. Hipótesis – RSE ética entre las empresas pequeñas, medianas y grandes en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes en sus empresas	243
4.2.16. Hipótesis – RSE ética entre las empresas pequeñas, medianas y grandes desde la perspectiva de los participantes en las empresas de Puerto Rico	245
4.2.17. Hipótesis – RSE ética por género desde la perspectiva de los participantes en sus empresas	247
4.2.18. Hipótesis – RSE ética por género desde la perspectiva de los participantes en las empresas de Puerto Rico	248
4.2.19. Análisis e Interpretación de los resultados de la Estadística Inferencial No Paramétrica	249
4.3. Modelo de Regresión Lineal Múltiple.....	258
4.3.1. Descripción de las variables del modelo de regresión lineal múltiple	258
4.3.2. Resultados e Interpretación	259
4.3.2.1. Y_{1a} (Diferencia de la Responsabilidad Social Económica).....	259
4.3.2.1.1. Resumen del Modelo.....	259
4.3.2.1.2. Resumen de ANOVA	259
4.3.2.1.3. Ecuación de Regresión Lineal Múltiple	259
4.3.2.1.4. Al nivel de significancia de 0.05	260
4.3.2.2. Y_{1b} (Diferencia de la Responsabilidad Social Legal)	261
4.3.2.2.1. Resumen del Modelo.....	261
4.3.2.2.2. Resumen de ANOVA	261
4.3.2.2.3. Ecuación de Regresión Lineal Múltiple	261
4.3.2.2.4. Al nivel de significancia de 0.05	262
4.3.2.3. Y_{1c} (Diferencia de la Responsabilidad Social Ética)	263
4.3.2.3.1. Resumen del Modelo.....	263
4.3.2.3.2. Resumen de ANOVA	263
4.3.2.3.3. Ecuación de Regresión Lineal Múltiple	263

4.3.2.3.4. Al nivel de significancia de 0.05	264
4.4. Análisis Cualitativo – Entrevista de profundidad.....	265
4.4.1. Metodología.....	265
4.4.2. Resultados (Descripción).....	266
4.4.3. Análisis e Interpretación de los resultados de la Investigación Cualitativa	270

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y PROPUESTAS DE ACTUACIÓN

5.1. Conclusiones presentadas sobre las comparaciones realizadas entre los sectores del comercio, la industria y las entidades financieras desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE (económica, legal, ética) en sus empresas y en las empresas de Puerto Rico	277
5.2. Conclusiones presentadas sobre las comparaciones realizadas entre las empresas pequeñas, medianas y grandes desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE (económica, legal, ética) en sus empresas y en las empresas de Puerto Rico	279
5.3. Conclusiones sobre los resultados obtenidos al realizar la comparación por género, desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE (económica, legal y ética) en sus empresas y en las empresas de Puerto Rico	282
5.4. Conclusiones presentadas sobre los asuntos que emergieron de las entrevistas en profundidad.....	282
5.5. Propuestas del estudio	284
5.6. Futuras Investigaciones	286
5.7. Limitaciones de la investigación	287
BIBLIOGRAFÍA	288
NORMATIVA LEGAL	309
ANEXOS	311

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 2.1. Comparación de la Puntuación Media en Investigaciones Empíricas sobre la Responsabilidad Económica, Legal y Ética entre los años 1984 hasta 2011 ..	49
Cuadro 2.2. Relación entre el Desempeño Económico y Desempeño Social	72
Cuadro 2.3. RSE económica entre el comercio, la industria y las entidades financieras en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes en sus empresas	73
Cuadro 2.4. RSE económica entre el comercio, la industria y las entidades financieras desde la perspectiva de los participantes en las empresas de Puerto Rico	74
Cuadro 2.5. RSE económica entre las empresas pequeñas, medianas y grandes en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes en sus empresas.....	75
Cuadro 2.6. RSE económica entre las empresas pequeñas, medianas y grandes desde la perspectiva de los participantes en las empresas de Puerto Rico	75
Cuadro 2.7. RSE económica por género desde la perspectiva de los participantes en sus empresas	76
Cuadro 2.8. RSE económica por género desde la perspectiva de los participantes en las empresas de Puerto Rico	77
Cuadro 2.9. RSE legal entre el comercio, la industria y las entidades financieras en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes en sus empresas.....	82
Cuadro 2.10. RSE legal entre el comercio, la industria y las entidades financieras desde la perspectiva de los participantes en las empresas de Puerto Rico	83
Cuadro 2.11. RSE legal entre las empresas pequeñas, medianas y grandes en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes en sus empresas	84
Cuadro 2.12. RSE legal entre las empresas pequeñas, medianas y grandes desde la perspectiva de los participantes en las empresas de Puerto Rico	84
Cuadro 2.13. RSE legal por género desde la perspectiva de los participantes en sus empresas	85
Cuadro 2.14. RSE legal por género desde la perspectiva de los participantes en las empresas de Puerto Rico	86
Cuadro 2.15. Diferentes Corrientes de Pensamientos y Estudios sobre la Ética Organizacional y la Responsabilidad Social Empresarial	95

Cuadro 2.16. RSE ética entre el comercio, la industria y las entidades financieras en Puerto Rico de los participantes en sus empresas	97
Cuadro 2.17. RSE ética entre el comercio, la industria y las entidades financieras desde la perspectiva de los participantes en las empresas de Puerto Rico	98
Cuadro 2.18. RSE ética entre las empresas pequeñas, medianas y grandes en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes en sus empresas	98
Cuadro 2.19. RSE ética entre las empresas pequeñas, medianas y grandes desde la perspectiva de los participantes en las empresas de Puerto Rico	99
Cuadro 2.20. RSE ética por género desde la perspectiva de los participantes en sus empresas	100
Cuadro 2.21. RSE ética por género desde la perspectiva de los participantes en las empresas de Puerto Rico	100
Cuadro 2.22. Entidades Financieras: Comparación entre Bancos y Cooperativas.....	125
Cuadro 2.23. Indicadores y propósitos de la Norma SA8000	132
Cuadro 2.24. Familia ISO 14000.....	137
Cuadro 2.25. Indicador G3	140
Cuadro 2.26. Leyes para proteger el Medio Ambiente	159
Cuadro 3.1. Población para el comercio, la industria y las entidades financieras.....	172
Cuadro 3.2. Clasificación de empresas pequeñas, medianas y grandes	173
Cuadro 3.3. Muestra estratificada.....	174
Cuadro 3.4. Especificaciones del cuestionario	178
Cuadro 3.5. Grupo de expertos y sus profesiones	180
Cuadro 4.1. La puntuación media obtenida en la responsabilidad económica, legal y ética de los participantes en sus empresas y en las empresas de Puerto Rico.....	212
Cuadro 4.2. La puntuación media obtenida en la responsabilidad económica, legal y ética en el sector del comercio, la industria y las entidades financieras en Puerto Rico de los participantes en sus empresas.....	213
Cuadro 4.3. La puntuación media obtenida en la responsabilidad económica, legal y ética en el sector del comercio, la industria y las entidades financieras de los participantes en las empresas de Puerto Rico.....	214

Cuadro 4.4. La puntuación media obtenida en la responsabilidad económica, legal y ética de las empresas pequeñas, medianas y grandes en Puerto Rico de los participantes en sus empresas	214
Cuadro 4.5. La puntuación media obtenida en la responsabilidad económica, legal y ética de las empresas pequeñas, medianas y grandes de los participantes en las empresas de Puerto Rico	215
Cuadro 4.6. Evidencia de la confiabilidad para la responsabilidad económica, legal y ética de las investigaciones empíricas realizadas entre los años 1984 al 2005	216
Cuadro 4.7. La confiabilidad para la responsabilidad social empresarial de los participantes en sus empresas y en las empresas de Puerto Rico	217
Cuadro 4.8. La confiabilidad para la responsabilidad económica, legal y ética de los participantes en sus empresas	217
Cuadro 4.9. La confiabilidad para la responsabilidad económica, legal y ética de los participantes en las empresas de Puerto Rico	218
Cuadro 4.10. La confiabilidad para la responsabilidad económica, legal y ética de los participantes en sus empresas y en las empresas de Puerto Rico	218
Cuadro 4.11. Prueba U Mann-Whitney: RSE económica entre el comercio, la industria y las entidades financieras en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes en sus empresas	220
Cuadro 4.12. Prueba U Mann-Whitney: RSE económica entre el comercio, la industria y las entidades financieras desde la perspectiva de los participantes en las empresas de Puerto Rico	222
Cuadro 4.13. Prueba U Mann-Whitney: RSE económica entre las empresas pequeñas, medianas y grandes en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes en sus empresas	224
Cuadro 4.14. Prueba U Mann-Whitney: RSE económica entre las empresas pequeñas, medianas y grandes desde la perspectiva de los participantes en las empresas de Puerto Rico	226
Cuadro 4.15. Prueba U Mann-Whitney: RSE económica por género desde la perspectiva de los participantes en sus empresas	227

Cuadro 4.16. Prueba U Mann-Whitney: RSE económica por género desde la perspectiva de los participantes en las empresas de Puerto Rico	228
Cuadro 4.17. Prueba U Mann-Whitney: RSE legal entre el comercio, la industria y las entidades financieras en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes en sus empresas	230
Cuadro 4.18. Prueba U Mann-Whitney: RSE legal entre el comercio, la industria y las entidades financieras desde la perspectiva de los participantes en las empresas de Puerto Rico	232
Cuadro 4.19. Prueba U Mann-Whitney: RSE legal entre las empresas pequeñas, medianas y grandes en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes en sus empresas	234
Cuadro 4.20. Prueba U Mann-Whitney: RSE legal entre las empresas pequeñas, medianas y grandes desde la perspectiva de los participantes en las empresas de Puerto Rico.....	236
Cuadro 4.21. Prueba U Mann-Whitney: RSE legal por género desde la perspectiva de los participantes en sus empresas	237
Cuadro 4.22. Prueba U Mann-Whitney: RSE legal por género desde la perspectiva de los participantes en las empresas de Puerto Rico.....	238
Cuadro 4.23. Prueba U Mann-Whitney: RSE ética entre el comercio, la industria y las entidades financieras en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes en sus empresas.....	240
Cuadro 4.24. Prueba U Mann-Whitney: RSE ética entre el comercio, la industria y las entidades financieras desde la perspectiva de los participantes en las empresas de Puerto Rico	242
Cuadro 4.25. Prueba U Mann-Whitney: RSE ética entre las empresas pequeñas, medianas y grandes en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes en sus empresas	244
Cuadro 4.26. Prueba U Mann-Whitney: RSE ética entre las empresas pequeñas, medianas y grandes desde la perspectiva de los participantes en las empresas de Puerto Rico.....	246

Cuadro 4.27. Prueba U Mann-Whitney: RSE ética por género desde la perspectiva de los participantes en sus empresas	247
Cuadro 4.28. Prueba U Mann-Whitney: RSE ética por género desde la perspectiva de los participantes en las empresas de Puerto Rico.....	248
Cuadro 4.29 Coeficiente de Correlación para la Diferencia de la Responsabilidad Social Económica	260
Cuadro 4.30 Coeficiente de Correlación para la Diferencia de la Responsabilidad Social Legal	262
Cuadro 4.31 Coeficiente de Correlación para la Diferencia de la Responsabilidad Social Ética.....	264

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.1. Cronograma comparativo de Eventos en torno a la Responsabilidad Social Empresarial en Puerto Rico y en el Ámbito Internacional: Aportaciones Académicas y Legales	5
Figura 2.1. Pirámide de Responsabilidad Social Empresarial.....	29
Figura 2.2. Elementos en la RSE que son comunes en las empresas	35
Figura 2.3. Relación de variables identificadas en las definiciones de RSE.....	41
Figura 2.4. Reubicación de la Actividad Filantrópica en el Modelo de Responsabilidad Social Corporativa: El Enfoque de Tres Dominios (<i>Corporate Social Responsibility: A Three-Domain Approach</i>).....	52
Figura 2.5. Modelo de Responsabilidad Social Corporativa: El Enfoque de Tres Dominios (<i>Corporate Social Responsibility: A Three-Domain Approach</i>).....	53
Figura 2.6. El Ciclo de la Actividad Filantrópica.....	62
Figura 2.7. La Responsabilidad Legal Empresarial.....	81
Figura 2.8. La Ética Organizacional y la RSE.....	96
Figura 2.9. La disyuntiva de los directivos en el Comercio	107
Figura 2.10. El Proceso ideal de la Responsabilidad Social Empresarial en la Industria .	116
Figura 2.11. Estructura Internacional de la Responsabilidad Social Empresarial.....	150
Figura 3.1. Diseño de Triangulación Modelo Convergente	169

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 4.1. Tipo de empresa en la que trabajan los participantes en el estudio.....	189
Gráfico 4.2. Sector al que pertenecen los participantes en el estudio	190
Gráfico 4.3. El comercio y el sector al que pertenecen los participantes en el estudio.....	191
Gráfico 4.4. La industria y el sector al que pertenecen los participantes en el estudio.....	192
Gráfico 4.5. Las entidades financieras y el sector al que pertenecen los participantes en el estudio.....	193
Gráfico 4.6. Ingreso anual (en dólares) de las empresas participantes en el estudio	194
Gráfico 4.7. Departamento en el que trabajan los participantes en el estudio.....	195
Gráfico 4.8. Género de los participantes en el estudio	196
Gráfico 4.9. Género por tipo de empresa en la que trabajan los participantes en el estudio	197
Gráfico 4.10. Género por departamento de presidencia y vicepresidencia de los participantes en el estudio	198
Gráfico 4.11. Género por tamaño de empresa de los participantes en el estudio.....	199
Gráfico 4.12. Edad de los participantes en el estudio.....	200
Gráfico 4.13. Clasificación de los participantes en el estudio por tamaño de empresa	201
Gráfico 4.14. El comercio por tamaño de empresa de los participantes en el estudio	202
Gráfico 4.15. La industria por tamaño de empresa de los participantes en el estudio	203
Gráfico 4.16. Las entidades financieras por tamaño de empresa de los participantes en el estudio.....	204
Gráfico 4.17. Responsabilidad económica de los participantes en sus empresas	205
Gráfico 4.18. Responsabilidad legal de los participantes en sus empresas	206
Gráfico 4.19. Responsabilidad ética de los participantes en sus empresas	207
Gráfico 4.20. Responsabilidad económica en las empresas de Puerto Rico	209
Gráfico 4.21. Responsabilidad legal en las empresas de Puerto Rico.....	210
Gráfico 4.22. Responsabilidad ética en las empresas de Puerto Rico	211

ÍNDICE DE ABREVIATURAS Y SIGLAS

AECA:	Asociación Española de la Contabilidad y Administración
AEEPR:	Autoridad de Energía Eléctrica de Puerto Rico
ASEPM:	Asociación Española del Pacto Mundial de Naciones Unidas
BGF:	Banco Gubernamental de Fomento para Puerto Rico
BSR:	<i>Business for Social Responsibility</i>
CC:	Ciudadanía corporativa
CEO:	Director Ejecutivo (<i>Chief Executive Officer</i>)
CEPAA:	Agencia de Acreditación del Consejo de Prioridades Económicas (<i>Council on Economic Priorities Accreditation Agency</i>)
CER:	Certificados de energía renovable
CERES:	Coalición para el Desarrollo de las Economías Medioambientalmente Responsable (<i>Coalition for Environmentally Responsible Economies</i>)
COSSEC:	Corporación Pública para la Supervisión y Seguro de Cooperativas de Puerto Rico
CRA:	Acta de Reinversión Comunitaria (<i>Community Reinvestment Act</i>)
CRT:	<i>Caux Round Table</i>
CSR Europe:	<i>Corporate Social Responsibility Europe</i>
DF:	Desempeño financiero
DFC:	Desempeño financiero corporativo
DJSI	<i>Dow Jones Sustainability Index</i>
DNF:	Desempeño no financiero
DRC:	Desempeño de la responsabilidad corporativa
DS:	Desarrollo sostenible
DSC:	Desempeño social corporativo
DUDH:	Declaración Universal de los Derechos Humanos
EC:	Empresa y consumidor
EPA:	Agencia Federal de Protección Ambiental de los Estados Unidos (<i>United States Environmental Protection Agency</i>)
EV:	Exceso de valor de mercado

FDA:	Administración de Drogas y Alimentos de los Estados Unidos (<i>U.S. Food and Drug Administration</i>)
FDIC:	Corporación Federal de Seguros de Depósitos (<i>Federal Deposit Insurance Corporation</i>)
FEV:	Fondo de Energía Verde
FLA:	Asociación para el Trabajo Justo (<i>Fair Labor Association</i>)
GRI:	Iniciativa de Reporte Global (<i>Global Reporting Initiative</i>)
HN:	Habilidad en el negocio
IBEX 35:	Índice Bursátil Español
ICE:	Iniciativa de Comercio Ético (<i>Ethical Trading Initiative, ETI</i>)
IFC:	International Finance Corporation
IRB:	Junta para la Protección de Seres Humanos en la Investigación (<i>Institutional Review Board</i>)
ISO:	Organización Internacional de Normalización (<i>International Organization for Standardization</i>)
ISR:	Inversión socialmente responsable
ITF:	Impuesto a las transacciones financieras o Tasa Tobin
IVH/SIDA:	Inmunodeficiencia humana/Síndrome de inmunodeficiencia adquirida
I+D:	Investigación y Desarrollo
JCA:	Junta de Calidad Ambiental de Puerto Rico
KLD:	Kinder, Lydenberg, Domini
MARM:	<i>Marketing Approach to Responsive Management</i>
MWh:	Megavatio-hora
OCC:	Oficina del Contralor de la Moneda (<i>Office of the Comptroller of the Currency</i>)
OCDE:	Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (<i>Organisation for Economic Co-operation and Development, OECD</i>)
OCIF:	Oficina del Comisionado de Instituciones Financieras
ODM:	Objetivos del Desarrollo del Milenio (<i>Millennium Development Goals, MDGs</i>)

OIT:	Organización Internacional del Trabajo (<i>International Labour Organization, ILO</i>)
OLS:	Mínimos cuadrados ordinarios (<i>Ordinary least squares</i>)
ONG:	Organización No Gubernamental
ONGs:	Organizaciones No Gubernamentales
ORSC:	Orientación de Respuesta Social Corporativa
OSHA:	Administración de Seguridad Laboral y Salud (<i>Occupational Safety and Health</i>)
OSH ACT:	Ley de Seguridad y Salud Ocupacional (<i>Occupational Safety and Health Act</i>)
PGC:	Plan General de Contabilidad
PIA:	Asociación de la Industria Farmacéutica de Puerto Rico (<i>Pharmaceutical Industry Association of Puerto Rico</i>)
PIB:	Producto Interno Bruto
PR:	Puerto Rico
PRESOR:	Rol Percibido de la Ética y de la Responsabilidad Social
PRIDCO:	Compañía de Fomento Industrial de Puerto Rico (<i>Puerto Rico Industrial Development Company</i>)
PR OSHA:	Administración de Seguridad y Salud Ocupacional de Puerto Rico (<i>Puerto Rico Occupational Safety and Health Administration</i>)
PR OSH Act:	Ley de Seguridad y Salud en el Trabajo de Puerto Rico (<i>Puerto Rico Occupational Safety and Health Act</i>)
PNUMA:	Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente
Pyme:	Pequeña y mediana empresa
RH:	Recursos Humanos
ROA:	Retorno sobre los activos (<i>Return on assets</i>)
ROE:	Retorno sobre el capital (<i>Return on equity</i>)
ROS:	Retorno sobre las ventas (<i>Return on sales</i>)
RSE:	Responsabilidad Social Empresarial
SEC:	Comisión de Bolsas y Valores (<i>U.S. Securities and Exchange Commission</i>)
UCC:	Código Uniforme Comercio (<i>Uniform Commercial Code</i>)

VBA Model: *Value, Balance and Accountability Model*

WBCSD: Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible, (*World Business Council for Sustainable Development*)

PRÓLOGO

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es un concepto que ha sido definido de diversas formas, ha suscitado numerosos debates a favor o en contra de su aplicación en la gestión empresarial, se han llevado a cabo estudios empíricos demostrando sus beneficios para las empresas, los grupos de interés y el medio ambiente. También, ha cruzado las fronteras de las naciones y los gobiernos de avanzada dando lugar a normas, leyes, comisiones sobre la RSE que buscan el bienestar y la sustentabilidad para sus países.

En el caso de Puerto Rico la RSE comienza, desde un enfoque académico, a despuntar a finales de la década de los ochenta a través de una conferencia efectuada sobre la ética empresarial y responsabilidad social de las empresas con relación a las sociedades. En los años noventa se elaboraron las primeras Tesis de Máster no publicadas y una década después se presentó la primera Tesis Doctoral. Las investigaciones empíricas relacionadas al tema de la RSE en Puerto Rico publicado en revistas científicas arbitradas son inexistentes. A nivel práctico es poca la evidencia encontrada de las actividades empresariales sobre la RSE en Puerto Rico. Es por esto, importante desarrollar estudios sobre la RSE que nos permitan conocer el estado actual de la responsabilidad económica, legal y ética de las empresas en Puerto Rico.

El presente estudio de método mixto, donde se combinan los enfoques cuantitativo y cualitativo, tiene como objetivos específicos (1) describir la RSE (económica, legal, ética) en el sector del comercio, industria y entidades financieras, así como de las empresas pequeñas, medianas y grandes desde la perspectiva de los participantes en sus empresas y en las empresas de Puerto Rico; (2) realizar comparaciones entre los sectores del comercio, la industria, las entidades financieras desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE (económica, legal, ética) en sus empresas y en las empresas de Puerto Rico; (3) realizar comparaciones entre las empresas pequeñas, medianas y grandes desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE (económica, legal, ética) en sus empresas y en las empresas de Puerto Rico; (4) realizar comparaciones por género desde

la perspectiva de los participantes sobre la RSE (económica, legal, ética) en sus empresas y en las empresas de Puerto Rico, (5) explorar si las variables explicativas (sector_comercio, sector_industria, sector_entidades financieras, género, número de empleados, ingreso de la empresa, edad) predicen las variables dependientes (diferencia de la responsabilidad social económica, diferencia de la responsabilidad social legal, diferencia de la responsabilidad social ética) y (6) explorar las opiniones que tienen los participantes de una muestra del sector del comercio, la industria y entidades financieras con respecto a la RSE (económica, legal, ética) en sus empresas.

A partir de estos objetivos, se formularon unas preguntas de investigación y se propusieron una serie de hipótesis a contrastar, con el propósito de comprobar si existen diferencias significativas entre el comercio, la industria y las entidades financieras; las empresas pequeñas, medianas y grandes; por género desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE (económica, legal, ética) en sus empresas y en las empresas de Puerto Rico. En adición, se desarrollaron tres modelos de regresión múltiple con la finalidad de explorar que variables explicativas (sector_comercio, sector_industria, sector_entidades financieras, género, número de empleados, ingreso de la empresa, edad) predicen las variables dependientes (diferencia de la responsabilidad social económica, diferencia de la responsabilidad social legal, diferencia de la responsabilidad social ética). También, se realizaron entrevistas en profundidad a varios participantes para enriquecer los resultados del estudio.

Los datos del estudio cuantitativo se obtuvieron de una muestra de 191 participantes, entre directivos de empresas y personal administrativo del sector del comercio, la industria y las entidades financieras y para efectuar el objetivo cualitativo se efectuaron cuatro entrevistas en profundidad.

En el estudio se utilizaron distintas fuentes de datos secundarios como visitar las bibliotecas de universidades públicas y privadas en Puerto Rico para la lectura de las tesis no publicadas en RSE. También, se utilizó la base de datos de la biblioteca virtual de la Universidad del Turabo para identificar y seleccionar artículos sobre el tema, se efectuó

préstamos interbibliotecarios y se usó la Internet para obtener datos sobre la RSE a nivel internacional, la legislación en Puerto Rico y en Estados Unidos, estadísticas sobre datos económicos e información sobre las empresas del comercio, la industria y las entidades financieras en Puerto Rico.

El estudio se ha estructurado en cinco partes. La primera parte recoge la introducción y la justificación de la investigación. La segunda parte, describe las teorías y modelos de RSE, el múltiple concepto de la RSE, los principales estudios empíricos, el Modelo de Responsabilidad Social Corporativa: El Enfoque de Tres Dominios (*Corporate Social Responsibility: A Three-Domain Approach*), la actividad filantrópica, la RSE económica, legal y ética, la RSE en las empresas pequeñas, medianas y grandes, la RSE desde una perspectiva internacional y en Puerto Rico. La tercera parte, trata sobre la metodología de la investigación explicando el tipo y diseño del estudio, la población, la muestra, los instrumentos del estudio para recopilar los datos, la validez, la confiabilidad, el procedimiento de la investigación, el análisis de los datos, las variables del estudio y su definición. La cuarta parte, muestra los resultados descriptivos sobre las características de los participantes en el estudio, el análisis e interpretación de los resultados de la estadística inferencial no paramétrica y el análisis cualitativo demostrando que existen diferencias significativas entre los sectores del comercio, la industria y las entidades financieras y en las empresas pequeñas, medianas y grandes en Puerto Rico. Por último, la quinta parte se ocupa de las conclusiones del estudio y propuestas de actuación.

AGRADECIMIENTOS

En esta fase de la Tesis Doctoral, uno no se percata de todas las personas que han estado presentes o que han pasado efímeramente por mi venturoso camino irradiándome con sus buenas vibraciones.

Primero dar gracias a **Dios** por todas las bendiciones que me ha brindado en esta vida que me ha tocado vivir y por aquello que no ha podido ser porque siempre hay una razón de ser.

Deseo expresar mis más sinceros agradecimientos al Dr. Ricardo J. PALOMO ZURDO y a la Dra. Josefina FERNANDEZ GUADAÑO, directores de esta tesis, por sus orientaciones, consejos, correcciones y paciencia brindados durante el proceso de la investigación.

Gracias Dr. Ezequiel BAYUELO FLÓREZ por estar siempre dispuesto ayudar. Igualmente, muchas gracias Amparo.

Un agradecimiento especial a Jorge Adalberto por su colaboración, animándome siempre a continuar. Un ejemplo de optimismo, perseverancia y fortaleza ante las grandes pruebas que le ha tocado vivir.

A mis seres queridos, mi agradecimiento eterno por sus preocupaciones y sus oraciones.

De igual manera mi agradecimiento a la Sra. Lidia E. Martínez Ortiz, personal de la biblioteca de la Universidad del Turabo, por el excelente servicio ofrecido. También, agradecer a todas las personas que se me acercaron en la etapa final de mi tesis para brindarme su ayuda y colaboración. A todas ellas gracias muchas.

A la memoria de Mamá

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN Y JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.

Introducción.

Hay un interés creciente tanto en el ámbito institucional como social y empresarial por las prácticas de Responsabilidad Social, motivado, más si cabe, en los últimos años, por los acontecimientos derivados de la crisis financiera que ha supuesto un déficit de confianza por parte de la población en las empresas y los poderes públicos, que en cierta medida, puede contribuir a recuperar las buenas prácticas empresariales que caracterizan la RSE. De hecho, en el pasado, los acontecimientos que han motivado la necesidad de impulsar la RSE han estado asociados a *shocks* de tipo social y económico.

1.1. Perspectiva Histórica.

En el caso de Puerto Rico, a mediados de los años sesenta, el Gobierno asumió la responsabilidad de desarrollar una legislación para fomentar el crecimiento económico de la isla, desplazándose desde una economía agrícola a una industrial. Esta transformación ocasionó que tanto las entidades públicas, como las privadas comenzaran a asumir una responsabilidad con el entorno social, cultural y ambiental, impactando el estilo de vida de miles de puertorriqueños.

En esos años, paralelo a los cambios significativos que estaban ocurriendo en Puerto Rico, comenzó a despuntar en el ámbito global la actividad en la responsabilidad social. La Organización Internacional del Trabajo (OIT) y la Declaración Universal de los Derechos Humanos (DUDH) fueron los primeros organismos creados por las Naciones Unidas en los años 1946 y 1948, con el propósito de fomentar la justicia social y el respeto a los derechos y libertades del ser humano, aspecto que es considerado en la responsabilidad social de las empresas. La Organización para la Cooperación y el

Desarrollo Económico (OCDE) se creó en el 1961 para promover el bienestar económico y social entre los países miembros.

Por otro lado, la Iniciativa de Comercio Ético (ICE) se estableció en el 1998 para que las empresas se comprometieran a trabajar con los códigos de conducta. En el año 1999, Kofi Annan, Secretario de las Naciones Unidas, presentó el Pacto Mundial para que las empresas adoptaran voluntariamente diez principios universales. Además, en el año 2001, la Comisión de las Comunidades Europeas elaboró el Libro Verde para fomentar la responsabilidad social entre las empresas y en el 2002 en la Comunicación de la Comisión relativa a la RSE se reconoció que la gobernanza mundial y la interrelación entre el comercio, la inversión y el desarrollo sostenible son aspectos cruciales del debate sobre la responsabilidad social de las empresas. Estos organismos, a través de sus ponencias, establecen un compromiso y bienestar social con la humanidad.

En Estados Unidos, a principios de la década de los años cincuenta surgió el movimiento sobre la visión de la responsabilidad social de los negocios, cuando Bowen (1953) estableció en su libro *Social Responsibilities of the Businessman* que “la obligación de los hombres de negocios es perseguir aquellas políticas, tomar aquellas decisiones o continuar aquellas líneas de acción que son deseables en términos de los objetivos y valores de nuestra sociedad” (p. 6).

Una década después, Davis (1960) sugirió que las empresas que tomaban decisiones socialmente responsables adquirirían por derecho propio, poder social. En la década de los años setenta, Friedman (1970) afirmó que la única responsabilidad social de los propietarios de empresas era generar ganancias y aumentar el valor de éstas. A finales de los años setenta, Carroll (1979) argumentó que la responsabilidad social abarca unas expectativas económicas, legales, éticas y discrecionales que la sociedad espera de una organización en un tiempo dado. En la década de los años ochenta diferentes grupos de interés como los clientes, suplidores, empleados, agencias reguladoras y la comunidad en general se enfocaron hacia el aspecto de responsabilidad social de las empresas.

Freeman (1999) creó una premisa en 1984, en la que sostiene que los resultados económicos de la empresa van a depender de la calidad en la relación con estos grupos, el entorno y la sociedad. En el 1991, Carroll creó la Pirámide de la Responsabilidad Social y explicó que las empresas tienen diferentes niveles de responsabilidades. A principios del 2000, Schwartz y Carroll (2003) reexaminaron los modelos propuestos por Carroll en los años 70 y 90, presentando un nuevo modelo estableciendo que las responsabilidades esenciales de las empresas son la económica, la legal y la ética.

En Puerto Rico a finales de la década de los años ochenta se aprecia la introducción de esta corriente de pensamiento a través de una Segunda Conferencia de Ética Empresarial sobre la ética y responsabilidad social de las empresas con relación a la sociedad. En esta actividad la Dra. Martínez (1989) expresó, “Toda transacción empresarial tiene una dimensión ética, no sólo porque afecta positiva o negativamente el bienestar social, si no por un hecho muy sencillo. Los recursos y los bienes de nuestro mundo son limitados y por lo tanto, surge inmediatamente el problema ético de la distribución” (p. 5). “Si los recursos fueran ilimitados no habría un serio problema ético de distribución. Una minoría no tendría control sobre las riquezas, los recursos o los bienes materiales, mientras la mayoría están desprovistos de éstos. Por el contrario, los recursos son limitados porque no se regeneran, se usan más rápido de lo que se forman y porque el ser humano los está destruyendo. La contaminación ambiental es un ejemplo de esta destrucción” (Martínez, 1989, p. 6).

Por otro lado, se desarrollaron dos Tesis de Máster no publicadas para los años 1992 y 1994. Una década después, a partir del año 2005 se elaboraron tesis no publicadas de doctorado y de máster. Lamentablemente, las investigaciones empíricas relacionadas al tema de la RSE en Puerto Rico publicado en revistas científicas arbitradas son inexistentes.

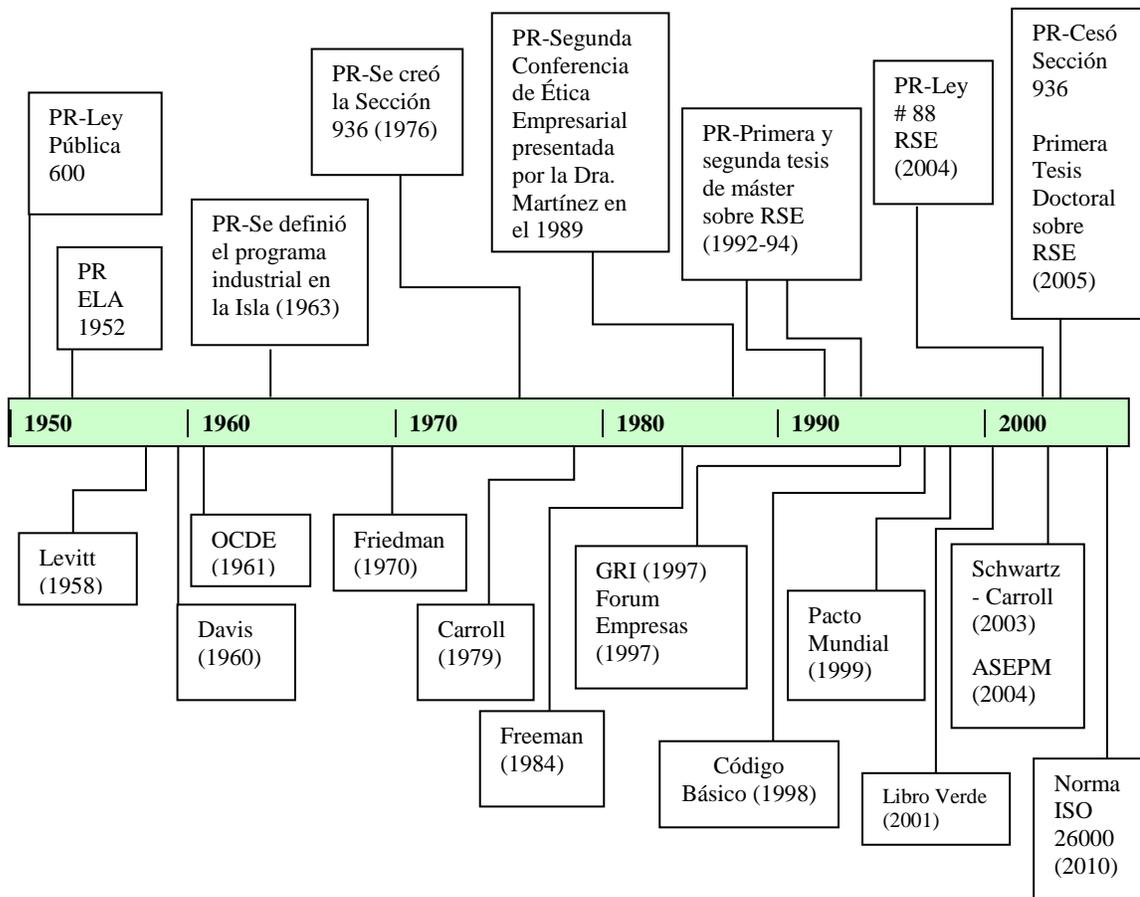
Es necesario el desarrollo de estudios que brinden mayor información sobre el estado actual de la RSE en Puerto Rico. Por consiguiente, a través de esta investigación se pretende:

- Describir la RSE (económica, legal, ética) en el sector del comercio, industria y entidades financieras, así como de las empresas pequeñas, medianas y grandes desde la perspectiva de los participantes en sus empresas y en las empresas de Puerto Rico.
- Realizar comparaciones entre los sectores del comercio, la industria y las entidades financieras; las empresas pequeñas, medianas y grandes; por género desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE (económica, legal, ética) en sus empresas.
- Realizar comparaciones entre los sectores del comercio, la industria y las entidades financieras, las empresas pequeñas, medianas y grandes; por género desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE (económica, legal, ética) en las empresas de Puerto Rico.
- Explorar si las variables explicativas (sector_comercio, sector_industria, sector_entidades financieras, género, número de empleados, ingreso de la empresa, edad) predicen las variables dependientes (diferencia de la responsabilidad social económica, diferencia de la responsabilidad social legal, diferencia de la responsabilidad social ética).
- Explorar las opiniones que tienen los participantes de una muestra del sector del comercio, la industria y entidades financieras con respecto a la RSE en sus empresas.

Se utilizará la metodología de investigación del método mixto, donde se combinarán los enfoques cuantitativos y cualitativos, para el desarrollo del estudio.

Los acontecimientos relevantes sobre los temas sociales en el ámbito internacional y Puerto Rico se recogen y se comparan en la Figura 1.1. Puerto Rico ha tenido adelantos en el concepto de la RSE en términos académicos y legales pero al contrastarlo desde una perspectiva internacional demuestra que tiene un largo camino por recorrer.

Figura 1.1. Cronograma comparativo de eventos en torno a la Responsabilidad Social Empresarial en Puerto Rico (PR) y en el Ámbito Internacional: Aportaciones Académicas y Legales.



Fuente: Elaboración propia

1.2. Marco conceptual.

En la medida que aumenta la difusión y aceptación de la RSE es necesario y útil desarrollar estudios relacionados a las responsabilidades que tienen las empresas en Puerto Rico con el fin de conocer el estado actual. Como punto de partida y para llevar a cabo la presente investigación se utilizará el marco teórico que procura el Modelo de Responsabilidad Social Corporativa: El Enfoque de Tres Dominios (*Corporate Social Responsibility: A Three-Domain Approach*) desarrollado por el Dr. Mark S. Schwartz y el Dr. Archie B. Carroll en el 2003. Los autores establecen que las empresas con fines de lucro tienen tres responsabilidades básicas: la económica, la legal y la ética. La actividad filantrópica no es apropiada clasificarla como responsabilidad por su naturaleza voluntaria. Por lo tanto, esta actividad no es considerada una obligación o una responsabilidad. Entonces, sugirieron que se incluyera dentro de la responsabilidad económica porque las actividades filantrópicas están basadas en intereses económicos y/o dentro de la responsabilidad ética porque en los niveles teóricos y prácticos es difícil distinguir entre la actividad filantrópica y la ética.

Los autores ubicaron estas tres responsabilidades dentro de un diagrama de Venn y cuando se interceptaron, surgieron las responsabilidades económica/ética, económica/legal, legal/ética y económica/legal/ética, para un total de siete, donde se puede formar, analizar e ilustrar el concepto de RSE (Schwartz y Carroll, 2003). Sin embargo, se decidió no atender las responsabilidades económica/ética, económica/legal, legal/ética y económica/legal/ética por considerarla no pertinente para esta investigación, debido a la similitud entre las mismas. Lo que indica que en este estudio solo se utilizarán las responsabilidades económicas, legales, y éticas.

Schwartz y Carroll (2003) explicaron las tres responsabilidades de la siguiente forma:

- La responsabilidad económica mide la rentabilidad de la empresa a través del desarrollo de actividades directas como aumentar ventas o evitar litigios y por medio de actividades indirectas que estén relacionadas a mejorar la moral del empleado y la imagen pública de la empresa.
- La responsabilidad legal persigue que la empresa deba cumplir, evitar y anular litigios civiles.
- La responsabilidad ética busca que la empresa deba responder obligatoriamente a la ética doméstica y a la global. Además, debe estar basada en uno de los siguientes principios: el convencional, el consecuencialista o el deontológico.

Los autores establecen que es de suma importancia estudiar la responsabilidad social empresarial a través de este modelo porque se puede:

- Enseñar e investigar sobre la ética de los negocios y temas sociales (Schwartz y Carroll, 2003).
- Desarrollar una representación gráfica para establecer donde se encuentran los encuestados sobre cada responsabilidad. También, se puede construir un gráfico de RSE de una industria específica (Schwartz y Carroll, 2003).
- Identificar las diversas razones por las cuales las empresas entran en actividades sociales (Carroll 1979).
- Clasificar la mayoría de los principales estudios de casos que se presentan en la literatura ética de los negocios (Schwartz y Carroll, 2003).

- Analizar estudios de casos en el salón de clase donde los estudiantes identifiquen y analicen las responsabilidades económicas, legales y éticas que compiten en las decisiones de negocios (Schwartz y Carroll, 2003).
- Analizar y discutir la tendencia de crecimiento en los negocios y en la sociedad de la ética de los negocios, la ciudadanía corporativa, la inversión social, la auditoría social, la sostenibilidad, el triple saldo social, el marketing social o el marketing de causas, la filantropía estratégica y la administración de los grupos de interés (Schwartz y Carroll, 2003).

1.3. Trasfondo de la investigación.

En Puerto Rico, a partir del año 1992, comienzan los primeros trabajos de investigación sobre la RSE a través de tesis no publicadas. Una década después, en el año 2005, se desarrolló la primera tesis doctoral y se evidencia un auge de estudios no publicados en revistas arbitradas relacionadas con este tema.

La literatura revisada establece que las empresas asumen un conjunto de responsabilidades que son representativas de la RSE como son la económica, la legal, la ética e inclusive la discrecional o filantrópica (Carroll, 1979; Aupperle, 1984; Carroll, 1991). En el 2003, Schwartz y Carroll señalaron que las principales responsabilidades de las empresas son la económica, legal y ética. Una empresa responsable con sus empleados, la sociedad en general, el medio ambiente, sea a nivel local, internacional o mundial es sustentable a través del tiempo. En el Informe Aldama (2003), se estableció que las empresas tienen dos niveles de responsabilidades: el primero, la empresa debe generar beneficios mediante una buena posición competitiva, cumpliendo con las leyes y evitando toda actuación injusta y el segundo, hace referencia a llevar actuaciones positivas con todos los agentes involucrados, con la empresa y con la sociedad.

El movimiento de la RSE en Puerto Rico ha tenido desde el inicio del nuevo siglo un impulso significativo a través de las Tesis de Máster y de doctorado sobre el tema, sin embargo, todavía se encuentra en una etapa incipiente. Al presente, las fuentes de información e investigaciones empíricas publicadas en revistas científicas, que documenten el comienzo de este movimiento en suelo puertorriqueño y que ayude a entender la orientación de las empresas con fines de lucro con respecto a sus responsabilidades, son muy limitadas.

Hernández Sampieri, Fernández Collado y Batista Lucio (2007) argumentaron que las investigaciones son convenientes porque ayudan a resolver un problema social, desarrollan o apoyan una teoría, ayudan a crear un nuevo instrumento para recopilar datos o definen la relación entre variables. De acuerdo con Salkind y Escalona (1999) una investigación para que sea de calidad debe estar basada en el trabajo de otros investigadores, que se pueda replicar y generalizar a otras situaciones, que se base en un razonamiento lógico y que esté vinculado a una teoría, que se pueda hacer, que genere nuevas preguntas, que vaya creciendo con base a lo que ya se tiene y que tenga como meta final contribuir al beneficio de la sociedad.

Por lo tanto, un proceso de investigación ayudará a conocer mejor la realidad que nos circunda con respecto a la responsabilidad social empresarial en Puerto Rico. Es necesario llevar a cabo estudios que apoyen con evidencia empírica el estado actual de las responsabilidades de las empresas con fines de lucro.

De manera que, en la presente investigación, se persigue describir la RSE (económica, legal, ética) del sector del comercio, la industria y las entidades financieras, así como de las empresas pequeñas, medianas y grandes en Puerto Rico. También, se realizarán comparaciones de la RSE (económica, legal, ética) entre el comercio, la industria y las entidades financieras; las empresas pequeñas, medianas y grandes; por género desde la perspectiva de los participantes en sus empresas y en las empresas en Puerto Rico. Además, con el propósito de enriquecer los resultados del estudio se

explorará las opiniones que tienen los participantes de una muestra del sector del comercio, la industria y de las entidades financieras con respecto a la RSE (económica, legal y ética) de sus empresas utilizando entrevistas de profundidad.

1.4. Justificación de la investigación.

Los directivos de las empresas en Puerto Rico en la medida que incorporen estratégicamente la RSE económica, legal y ética en la esencia de sus negocios podrán obtener ventajas sobre aquellas corporaciones que no estén interesadas en este movimiento. Es necesario llevar a cabo el estudio propuesto sobre la RSE en Puerto Rico por las siguientes razones. Primero, de forma cuantitativa se puede establecer en donde se encuentran algunas empresas en Puerto Rico con respecto a su responsabilidad económica, legal y ética. Segundo, desde la perspectiva de los participantes en el estudio, se puede identificar la orientación de las empresas de Puerto Rico con respecto a la responsabilidad económica, legal y ética. Tercero, por medio de la entrevista en profundidad se puede identificar si son las mismas categorías las que explican la importancia de la responsabilidad económica, legal y ética entre los participantes entrevistados. Cuarto, los resultados del estudio pueden aportar evidencia sobre las diferencias entre el comercio, la industria y las entidades financieras, así como de las empresas pequeñas, medianas y grandes en Puerto Rico y por género sobre la RSE. Por último, los directivos pueden utilizar el instrumento de medición para realizar una autoevaluación sobre sus prácticas de negocios locales e internacionales. Permite, también, a los directivos reflexionar sobre sus decisiones, acciones y beneficios hacia la empresa con respecto a la RSE.

Cuesta González y Valor Martínez (2003) señalan que “la investigación empírica viene a reafirmar los argumentos a favor de la RSE” (p. 17). Algunos investigadores han identificado diversas razones a favor de la RSE. Por ejemplo, aumenta el valor económico de la empresa (Cuesta González, Valor Martínez y Kreisler Merino, 2003), incrementa las ventas (León, 2008), mejora la imagen o reputación corporativa (Cuesta

González et al. 2003; Roitstein, 2004; Rochlin, 2005; León, 2008), retiene empleados (Cuesta González et al., Roitstein, 2004; Rochlin, 2005; León, 2008), incrementa la lealtad de los consumidores (Cuesta González et al., Rochlin, 2005), promueve las relaciones con los diferentes públicos objetivos, genera oportunidades de relación con personas influyentes y fortalece las relaciones con la comunidad (Roitstein, 2004), favorece una licencia social para operar (Roitstein, 2004; Rochlin, 2005), previene casos de riegos (Roitstein, 2004), tiene acceso al volumen de fondos de la inversión socialmente responsable, gana en eficiencia por la mejor gestión de costes y es más competitiva en licitaciones en los países donde hay legislación al respecto (Cuesta González et al.), mejora el acceso a capitales y ejecución financiera y fomenta el capital social (León, 2008).

Estas múltiples razones contribuyen directa o indirectamente a que el comportamiento responsable de las empresas con fines de lucro pueda considerarse una inversión social, sean más rentables y al mismo tiempo mejoren la calidad de vida de los diversos grupos de interés con los que se relacionan. La misma vida humana, no solo las organizaciones empresariales reclama la responsabilidad social por la evolución de una vida futura mejor y por la propia sostenibilidad de nuestro planeta Tierra.

1.5. Objetivos y cuestiones de la investigación.

Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio (2007) señalaron que los objetivos son las guías del estudio y que hay que tenerlas presente durante todo el proceso de investigación.

A estos efectos, el propósito de este estudio es describir la RSE (económica, legal, ética) del sector del comercio, la industria y las entidades financieras, así como de las empresas pequeñas, medianas y grandes en Puerto Rico. También, se realizarán comparaciones de la RSE (económica, legal, ética) entre el comercio, la industria y las entidades financieras; las empresas pequeñas, medianas y grandes; por género desde la

perspectiva de los participantes en sus empresas y en las empresas de Puerto Rico. Además, con el propósito de enriquecer los resultados del estudio se explorarán las opiniones que tienen los participantes de una muestra del sector del comercio, la industria y de las entidades financieras con respecto a la RSE (económica, legal y ética) de sus empresas utilizando entrevistas en profundidad. El marco conceptual del Modelo de Responsabilidad Social Corporativa: El Enfoque de Tres Dominios (*Corporate Social Responsibility: A Three-Domain Approach*) desarrollado por Schwartz y Carroll (2003) se utilizó para elaborar los objetivos y el instrumento de medición.

Para lograr los propósitos de la presente investigación se han formulado los siguientes objetivos específicos:

1. Describir la RSE (económica, legal, ética) en el sector del comercio, industria y entidades financieras, así como de las empresas pequeñas, medianas y grandes desde la perspectiva de los participantes en sus empresas y en las empresas de Puerto Rico.
2. Realizar comparaciones entre los sectores del comercio, la industria, las entidades financieras desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE (económica, legal, ética) en sus empresas.
3. Realizar comparaciones entre los sectores del comercio, la industria, las entidades financieras desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE (económica, legal, ética) en las empresas de Puerto Rico.
4. Realizar comparaciones entre las empresas pequeñas, medianas y grandes desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE (económica, legal, ética) en sus empresas.

5. Realizar comparaciones entre las empresas pequeñas, medianas y grandes desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE (económica, legal, ética) en las empresas de Puerto Rico.
6. Realizar comparaciones por género desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE (económica, legal, ética) en sus empresas.
7. Realizar comparaciones por género desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE (económica, legal, ética) en las empresas de Puerto Rico.
8. Explorar si las variables explicativas (sector_comercio, sector_industria, sector_entidades financieras, género, número de empleados, ingreso de la empresa, edad) predicen las variables dependientes (diferencia de la responsabilidad social económica, diferencia de la responsabilidad social legal, diferencia de la responsabilidad social ética).
9. Explorar las opiniones que tienen los participantes de una muestra del sector del comercio, la industria y entidades financieras con respecto a la RSE (económica, legal, ética) en sus empresas.

Con la finalidad de elaborar la fase descriptiva de la presente investigación se formularon las siguientes preguntas de investigación:

1. ¿Cuál es la RSE (económica, legal, ética) en el sector del comercio, la industria y entidades financieras en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes en sus empresas?
2. ¿Cuál es la RSE (económica, legal, ética) en el sector del comercio, la industria y entidades financieras desde la perspectiva de los participantes en las empresas de Puerto Rico?

3. ¿Cuál es la RSE (económica, legal, ética) de las empresas pequeñas, medianas y grandes en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes en sus empresas?
4. ¿Cuál es la RSE (económica, legal, ética) de las empresas pequeñas, medianas y grandes desde la perspectiva de los participantes en las empresas de Puerto Rico?

Con el propósito de desarrollar la etapa comparativa de la actual investigación se elaboraron a continuación las siguientes preguntas:

Responsabilidad Social Empresarial Económica:

1. ¿Existen diferencias significativas estadísticamente entre el comercio y la industria; el comercio y las entidades financieras; la industria y las entidades financieras en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE económica en sus empresas?
2. ¿Existen diferencias significativas estadísticamente entre el comercio y la industria; el comercio y las entidades financieras; la industria y las entidades financieras desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE económica en las empresas de Puerto Rico?
3. ¿Existen diferencias significativas estadísticamente entre las empresas pequeñas y medianas; empresas pequeñas y grandes; empresas grandes y medianas en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE económica en sus empresas?
4. ¿Existen diferencias significativas estadísticamente entre las empresas pequeñas y medianas; empresas pequeñas y grandes; empresas grandes y medianas desde la

perspectiva de los participantes sobre la RSE económica en las empresas de Puerto Rico?

5. ¿Existen diferencias significativas estadísticamente por género desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE económica en sus empresas?
6. ¿Existen diferencias significativas estadísticamente por género desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE económica en las empresas de Puerto Rico?

Responsabilidad Social Empresarial Legal:

7. ¿Existen diferencias significativas estadísticamente entre el comercio y la industria; el comercio y las entidades financieras; la industria y las entidades financieras en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE legal en sus empresas?
8. ¿Existen diferencias significativas estadísticamente entre el comercio y la industria; el comercio y las entidades financieras; la industria y las entidades financieras desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE legal en las empresas de Puerto Rico?
9. ¿Existen diferencias significativas estadísticamente entre las empresas pequeñas y medianas; empresas pequeñas y grandes; empresas grandes y medianas en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE legal en sus empresas?
10. ¿Existen diferencias significativas estadísticamente entre las empresas pequeñas y medianas; empresas pequeñas y grandes; empresas grandes y medianas desde la

perspectiva de los participantes sobre la RSE legal en las empresas de Puerto Rico?

11. ¿Existen diferencias significativas estadísticamente por género desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE Legal en sus empresas?

12. ¿Existen diferencias significativas estadísticamente por género desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE legal en las empresas de Puerto Rico?

Responsabilidad Social Empresarial Ética:

13. ¿Existen diferencias significativas estadísticamente entre el comercio y la industria; el comercio y las entidades financieras; la industria y las entidades financieras en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE ética en sus empresas?

14. ¿Existen diferencias significativas estadísticamente entre el comercio y la industria; el comercio y las entidades financieras; la industria y las entidades financieras desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE ética en las empresas de Puerto Rico?

15. ¿Existen diferencias significativas estadísticamente entre las empresas pequeñas y medianas; empresas pequeñas y grandes; empresas grandes y medianas en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE ética en sus empresas?

16. ¿Existen diferencias significativas estadísticamente entre las empresas pequeñas y medianas; empresas pequeñas y grandes; empresas grandes y medianas desde la

perspectiva de los participantes sobre la RSE ética en las empresas de Puerto Rico?

17. ¿Existen diferencias significativas estadísticamente por género desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE ética en sus empresas?

18. ¿Existen diferencias significativas estadísticamente por género desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE ética en las empresas de Puerto Rico?

Para elaborar los tres modelos de regresión lineal múltiple se elaboró la siguiente pregunta:

1. ¿Cuál de las variables explicativas (sector_comercio, sector_industria, sector_entidades financieras, género, número de empleados, ingreso de la empresa, edad) influyen en las variables dependientes (diferencia de la responsabilidad social económica, diferencia de la responsabilidad social legal, diferencia de la responsabilidad social ética)?

Para efectuar la fase cualitativa en este estudio se formuló la siguiente pregunta:

1. ¿Cuáles son las opiniones que tienen los participantes de una muestra del sector del comercio, la industria y las entidades financieras sobre la RSE (económica, legal, ética) en sus empresas?

1.6. Las hipótesis de la investigación.

Para dar respuesta a las preguntas de la investigación se han planteado sus respectivas hipótesis, dando lugar, para cada uno de los casos a una hipótesis nula (H_0) y a su hipótesis alternativa (H_a) que tienen el propósito de comparar entre el comercio, la industria y las entidades financieras; las empresas pequeñas, medianas y grandes; por género desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE (económica, legal, ética) en sus empresas y en las empresas de Puerto Rico. Las hipótesis formuladas fueron expuestas en los apartados correspondientes de la revisión de literatura sobre la responsabilidad económica, legal y ética¹.

1.7. Estructura de la Investigación.

Este estudio se ha estructurado de la siguiente forma: el Capítulo I recoge la introducción, el marco conceptual, el transfondo y la justificación de la investigación. También, se incluyen los objetivos y las preguntas de la investigación. El Capítulo II reúne los Fundamentos Teóricos, y se describen las teorías y modelos de RSE; los principales estudios empíricos; El Modelo de Responsabilidad Social Corporativa: El Enfoque de Tres Dominios (*Corporate Social Responsibility: A Three – Domain Approach*); el múltiple concepto de la RSE; la actividad filantrópica; la RSE económica, legal y ética con sus respectivas hipótesis; la RSE en el comercio, industria y entidades financieras; el concepto de la RSE desde una perspectiva internacional y en Puerto Rico. El Capítulo III es la sección de la metodología, donde se explica el tipo y diseño del estudio, la población, la muestra, los instrumentos del estudio para recopilar los datos, la validez, la confiabilidad, el procedimiento de la investigación, el análisis de los datos, las variables del estudio y su definición. En el Capítulo IV se presentan los resultados de la investigación cuantitativa y cualitativa y en el Capítulo V se establecen las conclusiones y las propuestas de actuación.

¹ a. Apartado 2.6.1.1. Hipótesis formuladas sobre la RSE Económica, páginas 73 – 77.

b. Apartado 2.6.1.2. Hipótesis formuladas sobre la RSE Legal, páginas 82 – 86.

c. Apartado 2.6.1.3. Hipótesis formuladas sobre la RSE Ética, páginas 96 – 100.

1.8. Limitaciones de la investigación.

Las limitaciones encontradas en el desarrollo del estudio fueron las siguientes:

1. Se encontraron muy pocos estudios sobre RSE en Puerto Rico. Sin embargo, hay una ingente literatura acerca de la RSE, y una proliferación de estudios empíricos, sobre todo en los últimos treinta años, con resultados contradictorios que hacen difícil consensuar resultados.
2. El acceso a las empresas es limitado para entrar a solicitar los datos. Las visitas personales para obtener una cita, algunas llamadas de teléfono y el envío del cuestionario por correo electrónico fueron infructuosos. El correo tradicional fue la única alternativa a utilizar para recoger la mayoría de los datos.
3. El grado de respuesta de las personas contactadas por teléfono y por correo electrónico en el desarrollo de la investigación fue bajo. En muchas situaciones la recepcionista desconocía a que persona transferir la llamada telefónica. En otras ocasiones se transfería la llamada telefónica a la persona responsable pero esta no atendía la llamada y salía el mensaje de voz. Cuando se lograba hablar con la persona y se le explicaba el propósito del estudio estas solicitaban que les enviara el cuestionario al correo electrónico, recibándose solamente dos cuestionarios devuelta.
4. No hay una cultura de participar en investigaciones académicas. A los participantes se les enviaron los cuestionarios por correo en dos ocasiones diferentes. Se les dio diez (10) días laborales para completar los cuestionarios y devolverlos por correo. Transcurridos los diez (10) días el cuestionario se envió nuevamente por correo.

CAPÍTULO II. LOS FUNDAMENTOS TEÓRICOS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE).

Introducción.

Con el propósito de tener un mayor entendimiento sobre la RSE, en éste capítulo se presentan y se analizan diferentes teorías, modelos y estudios empíricos sobre la RSE. Se explica el Modelo de Responsabilidad Social Corporativa: El Enfoque de Tres Dominios (*Corporate Social Responsibility: A Three – Domain Approach*) sobre el cual se fundamenta la disertación doctoral, así como la presentación de diferentes definiciones conceptuales sobre la RSE. La actividad filantrópica y su relación con la responsabilidad económica y ética es otro de los temas discutidos. También, se presentan y se analizan las variables sobre la RSE económica, legal y ética, la visión de la RSE en el ámbito internacional y la RSE en Puerto Rico.

2.1. Teorías y Modelos relacionados con la Responsabilidad Social Empresarial.

Algunas teorías, como la Teoría de la Agencia, establecen que el dueño es el principal y ejerce control sobre la corporación y el gerente es solo un administrador o agente, responsable de maximizar los intereses de los accionistas (Donaldson y Davis, 1991). En contra de la Teoría de la Agencia se desarrolla la Teoría del Servidor que propone que el gerente solo desea realizar un buen trabajo y no está motivado por intereses individuales o personales. Las decisiones que toman los gerentes las llevan a cabo pensando en los mejores intereses del grupo (Davis, Schoorman y Donaldson, 1997).

En esta misma dirección, la Teoría del Servidor esta impregnada en el argumento de Bowen (1953) cuando indicó, que los hombres de negocios eran siervos de la sociedad y administrar los intereses de los accionistas no era su única obligación. Igualmente, analizó la responsabilidad social a través de la Teoría de *Laissez Faire* e indicó que el hombre de negocio tenía unas obligaciones morales que eran requisito de la libre empresa.

Dentro de este aspecto se destacan ocho responsabilidades: observar los principios de la propiedad privada; cumplir con los contratos; evitar el engaño y el fraude; ser eficiente y promover el progreso económico; proteger la vida, la integridad física y la salud de los trabajadores y del público en general; competir con fuerza y en caso de que la competencia fallara, actuar con prudencia; aceptar y respetar la libertad económica de los consumidores, trabajadores y propietarios; y tener en cuenta los derechos humanos de los trabajadores (Bowen, 1953).

Levitt (1958) por otro lado, indicó que el síndrome de la responsabilidad social no refleja un cambio en la naturaleza del hombre de negocios o en su propia decadencia. Por el contrario, es visto como un mecanismo para maximizar la existencia del capitalismo.

Davis (1960) explicó que la responsabilidad social tenía dos caras. La primera, hace referencia a que los directivos de una empresa dentro de una sociedad asumen una obligación con el desarrollo económico de sus comunidades. La segunda, es la obligación de los hombres de negocios para preservar y desarrollar valores humanos como la moral, la cooperación, la motivación y la autorrealización en el trabajo. Es por esto que la responsabilidad social se compone de obligaciones socio-económicas y socio-humanas para con otros. La importancia radica en que los directivos adquieren por derecho propio poder social cuando sus decisiones y acciones influyen en las comunidades. La responsabilidad social de los negocios y el poder social deben estar distribuidos con igualdad. Sí las empresas no mantienen un balance aproximado entre estos dos conceptos, entonces el gobierno y los trabajadores podrán convertirse en los principales grupos de cambio. Los hombres de negocios no pueden conceder fácilmente su poder social. Al ser poseedores actuales de este poder, deberán actuar responsablemente para poderlo mantener. Si son proactivos, se convertirán en instrumentos de cambio social en los negocios. El poder continuo de las empresas depende de la aceptación de la responsabilidad socio-humana unido a la responsabilidad socio-económica.

Friedman (1970) por su parte, afirmó que la responsabilidad social de las empresas es utilizar los recursos y compromisos en actividades dirigidas a obtener ganancias, siguiendo las leyes básicas de la sociedad, dentro de un marco legal y de costumbres éticas. El directivo es responsable de conducir el negocio de acuerdo a los deseos de los dueños. En su carácter personal, puede asumir voluntariamente otras responsabilidades hacia las personas o grupos que están fuera de la empresa, dedicando parte de su dinero y de su esfuerzo a causas meritorias. Sin embargo, como hombre de negocio al asumir la responsabilidad social a través de la empresa, está actuando muy diferente a los deseos de los dueños, gastando el dinero de la corporación con un interés social y reduciendo el rendimiento de los accionistas.

Davis (1973) expresó que la responsabilidad social son respuestas de la empresa, más allá de los requerimientos económicos, técnicos y legales. Las organizaciones tienen la obligación de evaluar sus decisiones y el efecto de éstas sobre el sistema social, de manera de obtener beneficios sociales y al mismo tiempo, ganancias. No es socialmente responsable si solo cumple con los requerimientos mínimos de ley. Davis presentó argumentos a favor y en contra de la responsabilidad social de las empresas.

Las diferentes razones a favor que él estableció son las siguientes. El interés a largo plazo e implica que la sociedad espera que el negocio logre una variedad de bienes sociales, para que obtenga ganancias a largo plazo. Otro argumento incluye, el engrandecer la imagen pública, para ganar mayores consumidores, empleados y beneficios adicionales y la viabilidad del negocio, aplicado a todo el sistema de las empresas, para desarrollar servicios valorados por la sociedad. Estos deben responder a las necesidades y brindarle a la sociedad lo que ésta desea. De no aceptar estas responsabilidades en la medida en que surjan, otros grupos las asumirán con el poder que esto conlleva. Incluso, evitar la intervención gubernamental, ya que es costosa y restringe su flexibilidad para tomar decisiones y el hombre de negocios opera dentro de un conjunto de normas socioculturales o de restricciones, los cuales son poderosos determinantes de conductas. En la medida en que la sociedad se mueve hacia la responsabilidad social, las empresas tienen que guiarse por estas normas. Otra explicación de Davis es que los

accionistas entran en conductas responsables por la imagen pública, por evitar la intervención gubernamental y por las implicaciones económicas que representa para ellos. Al mismo tiempo, brinda rendimientos y beneficios a los accionistas que mantienen una cartera diversificada y la oportunidad de realizar negocios, aunque otras empresas fallen en el intento. Davis expone que los recursos valiosos con que cuenta la compañía, se pueden aplicar a los problemas sociales donde las comunidades, a su vez, los pueden utilizar a su favor y convertir los problemas sociales que surjan en oportunidades de hacer ganancias para la empresa. Esta estrategia anima a la empresa a ser más activa en el área social lo que conduce a la prevención, ya que al tratar los problemas sociales en el momento en que ocurren, se evita que crezcan fuera de control. De esta forma el directivo tiene tiempo adicional para lograr el objetivo primario de producir bienes y servicios.

Los argumentos que Davis estableció en contra son los siguientes: la maximización de la ganancia, donde Friedman fue el principal exponente de esta línea de pensamiento. El costo de la participación social, surge cuando las empresas son empujadas hacia las obligaciones sociales. La falta de destrezas sociales para asumir objetivos de responsabilidad social y realizar el trabajo, y que el negocio, al involucrarse en objetivos sociales debilita su propósito básico, que es su productividad económica. Otras razones en contra de la RSE, son la debilidad en la balanza de pago internacional, cuando se le añade a los precios de los productos los costes sociales y la falta de detallar cuentas hacia los grupos de interés por parte de los directivos de la empresa. Existe un pobre control social y es la sociedad la que debe desarrollar los mecanismos para que el negocio le rinda cuentas al público y la falta de un apoyo amplio entre todos los grupos de la sociedad, intelectuales, gobierno y los hombres de negocios.

De acuerdo con Edmunds (1977) los negocios pueden responder de tres formas diferentes frente a la responsabilidad social: la primera alternativa es ignorar el problema y enfrentarse a más regulaciones cada vez que ocurran impactos sociales adversos. El directivo toma decisiones utilizando el criterio tradicional de cubrir los costes directos del negocio y maximizar la ganancia: la segunda opción es la descentralización, donde el directivo decide limitar su propio poder y autoridad, como el mecanismo para reducir sus

responsabilidades y costes sociales. El medio más simple es acotar el tamaño del negocio, reduciendo la autoridad y responsabilidad sobre la vida de los individuos: la tercera alternativa es adoptar criterios de interés público para todo el proceso decisional. Anticipar todos los costes sociales y los costes directos del negocio, evaluándolos contra los resultados sociales del beneficio público. El modelo se convierte en uno social de coste beneficio, en vez de ser, un modelo de maximizar ganancia.

Zenisek (1979) propuso un modelo de responsabilidad social que se tiene que ajustar entre dos componentes, la ética del negocio y las expectativas de la sociedad. Implica que para obtener mayor comprensión y exactitud de la responsabilidad social, se deben observar las actividades de los directivos y las conductas de las organizaciones dentro de un marco que abarque las expectativas y demandas de la sociedad. En el modelo se establecen cuatro etapas, representando la continuidad de la responsabilidad social. La primera etapa es la del dueño/gerente, con los objetivos de producir bienes y servicios y de obtener ganancia. Es convertir la empresa en una institución estrictamente económica. La segunda etapa es la de los participantes de la organización, aquí la empresa tiene la obligación de proveer una atmósfera estimulante de trabajo y desarrollar el talento de sus empleados al máximo. La tercera etapa son los factores del medio ambiente, donde se provee información completa del producto, sin abusar de las políticas de precio, ni distribuir productos inseguros. Además, evitar entrar en prácticas engañosas, apoyar el bienestar de las comunidades locales con dinero y esfuerzo y cooperar con el gobierno local. La cuarta etapa es el de la sociedad, aquí la empresa coopera con el Estado, sin degradar el medio ambiente y le provee a los grupos minoritarios la oportunidad de ser miembros activos e importantes del sistema de la libre empresa, trabajando para promover la justicia social.

En 1979, Carroll presentó el modelo *A Three – Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance* que abarca tres dimensiones. Una de estas dimensiones son las categorías de responsabilidad social que contiene cuatro responsabilidades importantes para la empresa: económica, legal, ética y discrecional. Otra de las dimensiones, es la

filosofía de respuesta social que explica como las organizaciones responden a los asuntos sociales. Las implicaciones de los problemas sociales es la tercera dimensión, donde se presenta un listado de asuntos sociales que afectan a los grupos de interés y a la sociedad. Además, Carroll construyó una definición donde la RSE abarca expectativas económicas, legales, éticas y discrecionales que la sociedad tiene de una organización en un tiempo dado. Estas cuatro responsabilidades no son mutuamente exclusivas, ni pretenden establecer una continuidad entre el aspecto económico y el social. Carroll (1979) las definió de la siguiente forma:

- La responsabilidad económica de los negocios es producir bienes y servicios que la sociedad desea y poderlos vender con ganancias. Los negocios tienen la obligación de ser productivos y rentables y satisfacer las necesidades de los consumidores en la sociedad.
- La responsabilidad legal se refiere a las leyes y regulaciones bajo las cuales los negocios tienen que operar. En esta responsabilidad, la obligación económica de la empresa tiene que enfocarse dentro de las leyes escritas.
- La responsabilidad ética son conductas y actividades que no están codificadas en ley. Reflejan códigos no escritos, normas y valores implícitos derivados de la sociedad.
- La responsabilidad discrecional son actividades voluntarias en su naturaleza que están a discreción del negocio en desarrollarlas. La decisión de la organización de asumir esta responsabilidad es por el deseo de ocupar un papel social que no es mandatario ni requerido en ley.

Cada una de estas orientaciones se puede utilizar para identificar las diversas razones por las cuales las empresas entran en actividades sociales y llamar la atención de gerentes sobre las consideraciones éticas y discrecionales.

En esta misma dirección, Wartick y Cochran (1985) propusieron un modelo de ejecución social corporativa usando de base el trabajo realizado por Carroll en 1979, compuesto por tres dimensiones. La primera dimensión es la responsabilidad social empresarial, apoyándose en la responsabilidad económica, legal, ética y discrecional. Las dos premisas básicas en las cuales los autores fundamentan la responsabilidad social son el contrato social y el hombre de negocios como un agente moral. El contrato social establece que la conducta y el método de operación de los negocios deben caer dentro de las normas de la sociedad. En cambio, el hombre de negocio como agente moral al tomar decisiones debe reflejar valores que sean consistentes con los de la sociedad. La respuesta social es la segunda dimensión, considerándose el proceso para ejecutar la responsabilidad social. Su finalidad es que los directivos tengan la capacidad para desarrollar e implementar políticas para responder a los asuntos de índole social. La tercera dimensión son los temas de gestión social, proveyendo la metodología para hacer operativa una respuesta social. El propósito básico es minimizar los problemas que surgen en el medio ambiente de los negocios, determinar políticas sociales efectivas y responder prontamente a los cambios medioambientales. Los autores concluyeron que este modelo es el comienzo de un nuevo paradigma para los negocios como para la sociedad.

Murray y Montanari (1986) elaboraron el Modelo *Marketing Approach to Responsive Management* (MARM) para incorporar la responsabilidad social en la planificación estratégica, identificar temas relevantes de la sociedad que confrontan las empresas y asignar al departamento de *marketing* actividades de responsabilidad social con una orientación al mercado. El modelo sugerido presenta a la RSE como un producto ofrecido por la empresa a su público a través de un proceso de intercambio. De acuerdo al modelo, la RSE es un producto o servicio convencional que será administrado como parte de las operaciones de una empresa.

La primera fase es identificar el producto-mercado, donde la empresa lleva a cabo una segmentación sociocultural entre los diferentes segmentos de mercado. Luego cada segmento se va a enlazar con las necesidades, problemas o amenazas potenciales de la

empresa. Determinar el *marketing mix* o el producto, precio, distribución y comunicación, es la segunda etapa, los cuales se van a relacionar con cada grupo de individuos seleccionados. Determinar e implementar el programa de responsabilidad social, es la tercera etapa del modelo. En esta fase se constituye la línea de actividades de responsabilidad social, se busca el involucramiento de los directivos con los temas estratégicos y el departamento de *marketing* tendrá la función de obtener los datos del medio ambiente para examinar la ejecución social de la empresa. Se efectuará un monitoreo para evaluar el impacto de las actividades de responsabilidad social en los mercados objetivos. Los autores establecieron que el modelo sirve para maximizar el esfuerzo social de las empresas y optimizar el costo de la RSE.

Wood (1991) reformuló el modelo de ejecución social corporativa desarrollado por Wartick y Cochran en 1985, estableciendo que la responsabilidad social está enmarcada en tres niveles: institucional, organizacional e individual. El primer nivel es el institucional o de legitimidad, el cual se fundamenta en la Responsabilidad de la Ley de Hierro desarrollado por Davis en 1973, donde los negocios como una institución social deben usar su poder responsablemente. Si la sociedad considera que estos abusan de su poder, entonces lo perderán. El segundo nivel es el organizacional o de responsabilidad pública, establece que la empresa tiene la responsabilidad de solucionar los problemas que ha ocasionado, así como ayudar a resolver los asuntos sociales que están relacionados con sus intereses. El nivel número tres es el individual o discreción gerencial, donde los gerentes son actores morales que actúan con discreción y son personalmente responsables por las decisiones que efectúan dentro de los límites de la responsabilidad económica, legal y ética. El modelo les brinda a los investigadores una estructura para el desarrollo de investigaciones y organizar teorías en el campo de la ejecución social corporativa.

The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders fue el segundo modelo que Carroll (1991) dio a conocer, argumentando que la RSE para que sea aceptada por los hombres de negocios debe ser abarcadora en su alcance. Sugiere que la RSE total de una compañía la deben constituir

las responsabilidades económica, legal, ética y filantrópica, las cuales fueron plasmadas dentro de la figura de una pirámide.

La responsabilidad económica es el cimiento de la Pirámide de Responsabilidad Social, dentro de este componente, los empresarios organizan y establecen las empresas con el incentivo primario de obtener ganancias, siendo esta la unidad económica básica de la sociedad. Además, tienen que producir bienes y servicios que los consumidores necesitan y desean. Las otras tres responsabilidades de la empresa se fundamentan sobre el componente económico.

La responsabilidad legal fue plasmada en el segundo estrato de la pirámide. La sociedad espera que las empresas obedezcan las leyes y las regulaciones promulgadas por el gobierno, como normas básicas bajo las cuales tienen que operar. Los negocios esperan lograr su misión económica dentro de una estructura de ley.

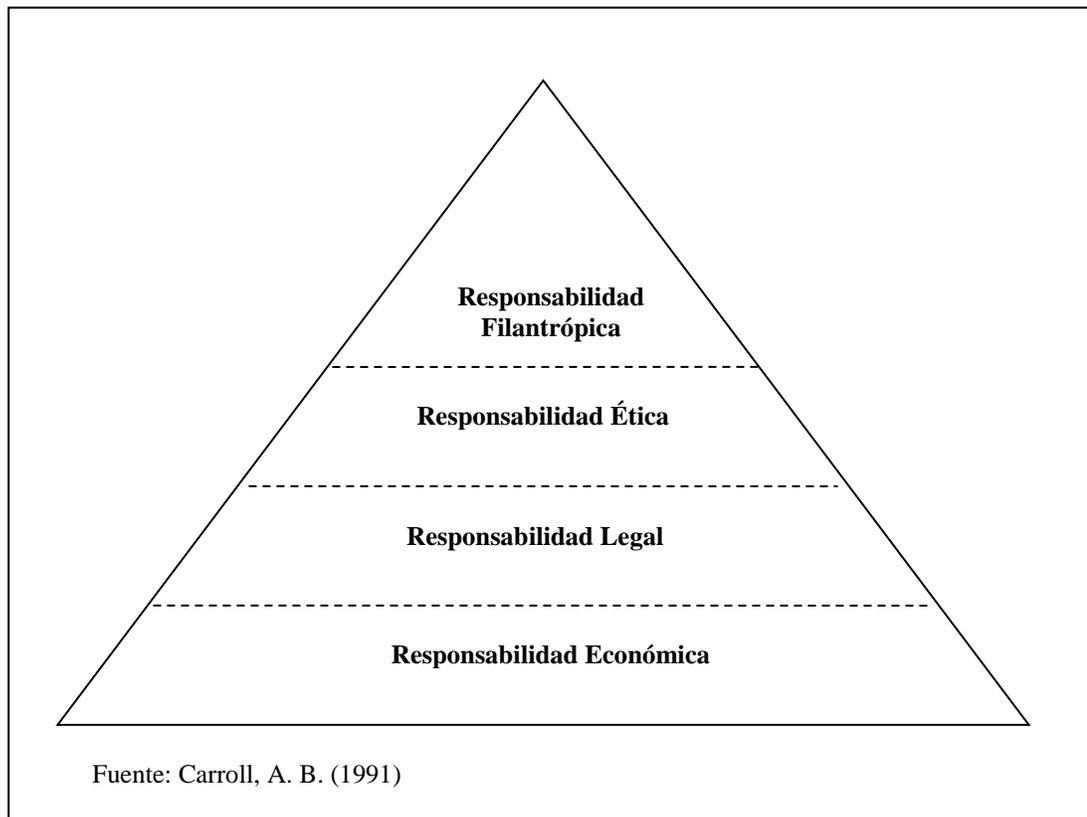
El componente ético es ubicado en la tercera fase de la pirámide de RSE. Se trata de estándares, normas o expectativas que los consumidores, los empleados, los accionistas y las comunidades consideran correctas y justas evitando hacer daño a los grupos de interés. Los valores o los cambios éticos son la fuerza conductora detrás de la creación de leyes o regulaciones, como, por ejemplo, legislaciones para proteger el medio ambiente, los derechos civiles y el movimiento consumerista. Es la responsabilidad que abraza los nuevos valores que surgen en la sociedad esperando que las empresas las promuevan dentro de un alto nivel de ejecución requerido por ley.

La responsabilidad filantrópica es la cuarta etapa ubicándola en el tope de la pirámide de RSE. Esta orientación representa acciones corporativas en respuesta a las expectativas de la sociedad. Las empresas contribuyen con sus recursos financieros y humanos a la comunidad para mejorar su calidad de vida. Un rasgo distintivo de la responsabilidad filantrópica es que no tiene un elemento ético o moral. Las empresas que

no cumplen con las expectativas de la sociedad no son vistas como organizaciones anti-éticas. Por lo tanto, el componente filantrópico son actividades voluntarias y discrecionales llevadas a cabo por parte de las empresas. Son altamente costosas y deseables, pero menos importante que los otros tres componentes de la responsabilidad social.

La Pirámide de RSE se compone de distintos niveles que constituyen un todo unificado y las empresas deben comprometerse a cubrir simultáneamente los cuatro componentes a través de sus decisiones, acciones y programas. Por consiguiente, las organizaciones deben esforzarse en hacer ganancias, obedecer las leyes, ser éticas y ser unos buenos ciudadanos corporativos (Carroll, 1991). En la Figura 2.1. se observa la Pirámide de Responsabilidad Social Empresarial.

Figura 2.1. Pirámide de Responsabilidad Social Empresarial.



Swanson (1995) reorientó el modelo de ejecución social corporativa elaborado por Wood (1991) porque no le dio peso a la investigación en la ética de los negocios. El modelo se organizó para establecer una interrelación entre cuatro temas de investigación. El primero, es el “Macro principio de la RSE” integrado por el nivel institucional y el nivel organizacional. El segundo, es el “Micro principio de RSE” y envuelve los valores personales, la ética y el proceso de tomar decisiones de los ejecutivos con el propósito de dirigir la empresa a economizar y proteger el medio ambiente. El tercero, tiene el propósito de enlazar las decisiones de los ejecutivos con la cultura corporativa. El cuarto, persigue unir el impacto social de la compañía con la cultura corporativa. El modelo se podrá utilizar para desarrollar estos tópicos a profundidad y evaluar la integración del aspecto económico y ético en una teoría de ejecución social corporativa.

Freeman (1999) creó en 1984 una premisa instrumental donde sugiere que si una organización desea ser efectiva, debe prestar atención a todas las relaciones que pueden afectar o que han afectado a los propósitos de la organización.

En esta misma dirección, Donaldson y Preston (1995) argumentaron que la Teoría de los Grupos de Interés, puede ser más precisa, más formal o más científica si se distinguen estos tres aspectos: la exactitud descriptiva, el poder instrumental y la validez normativa. La exactitud descriptiva establece las características y conductas específicas de las corporaciones, como son la administración e interacción con los grupos de interés, la naturaleza de la empresa, la forma en que los directivos piensan sobre la administración, la opinión de la junta de directores acerca de los intereses de la corporación y como algunas empresas son administradas. El poder instrumental examina la conexión o la falta de ésta, entre la administración de los grupos de interés y el logro de los objetivos corporativos. La validez normativa se utiliza para interpretar la función de la corporación e identificar las guías morales y filosóficas para su operación y administración. Esta teoría describe como la organización debe tratar a sus grupos de interés y establece que estos grupos son personas con intereses legítimos en las actividades de la empresa. Los autores concluyeron que los aspectos descriptivos,

instrumentales y normativos de la teoría de los grupos de interés se apoyan mutuamente y que la base normativa es la fundamental.

De acuerdo con Hall, Matos y Vredenburg (2005), los grupos de interés se clasifican tradicionalmente en primarios y secundarios. Los grupos primarios son aquellos que están expuestos a los riesgos o que tienen un interés directo en la compañía. Los grupos secundarios afectan o son afectados por la empresa, pero no tienen transacciones directas con ellas, ni dependen de éstas para sobrevivir. Los grupos imprevistos se encuentran en el entorno de los grupos secundarios, los cuales no tienen ninguna relación con las actividades de las empresas y las atacan por su alto grado de vulnerabilidad social.

McWilliams y Siegel (2001) abordaron el tema de la RSE utilizando un modelo de oferta y demanda dentro de la teoría de la empresa, que permite a los directivos determinar el nivel apropiado de inversión en RSE. Los autores formularon las hipótesis de que el nivel de responsabilidad social de una empresa depende de su tamaño, del nivel de diversificación de gastos en investigación y desarrollo, de gastos en publicidad, de la importancia de las ventas al gobierno, del nivel de ingresos de los consumidores, de las condiciones del mercado de trabajo y de la etapa del ciclo de vida de la industria. Ellos constataron que existe una relación neutral entre la actividad en RSE y el desempeño financiero de la compañía.

Zadek (2005), por su parte, presentó la Curva de Aprendizaje Civil que definió como una herramienta que tiene el propósito de ayudar a las empresas a identificar donde se encuentran ubicadas en relación con los temas sociales. Además, ayuda a las organizaciones a desarrollar estrategias de negocios que sean aceptadas por la sociedad.

En el aprendizaje organizacional la empresa trata de desarrollar un sentido de responsabilidad corporativa pasando por cinco etapas. La primera etapa es la defensiva,

donde la empresa niega las acusaciones en su contra o se defiende de ataques a su reputación que podrían afectar las ventas, el reclutamiento, la productividad y la marca. La segunda etapa es la de cumplimiento, las empresas establecen políticas sobre los temas sociales que estén visibles a los grupos de interés para proteger su reputación y reducir el riesgo de litigio. La tercera etapa es la de gestión, la empresa se enfrenta con un problema a largo plazo y encomienda a los directivos a identificar las causas y buscar una solución. La cuarta etapa es la estratégica, la empresa integra el tema social a sus estrategias organizacionales con el propósito de obtener ventaja competitiva y de contribuir a largo plazo al éxito de la empresa. La quinta etapa es la civil, donde se promueve la participación amplia de toda la industria en los temas sociales (Zadek, 2005).

El aprendizaje social es la segunda dimensión de la Curva de Aprendizaje Civil. Aquí, la empresa busca predecir y responder a un conjunto específico de temas sociales a través de cuatro etapas. La primera etapa es la latente, donde los activistas y las Organizaciones No Gubernamentales (ONGs) son conscientes de los temas sociales y las empresas los ignoran. En la segunda etapa emergente, surgen políticas, se realizan investigaciones y las empresas líderes desarrollan diferentes ideas para enfrentar los problemas. En la tercera etapa de consolidación existen prácticas de negocios y estándares voluntarios en torno a los temas sociales. En la cuarta etapa de institucionalización se establecen normas y regulaciones sobre la responsabilidad social convirtiéndose en modelos de excelencia de las organizaciones (Zadek, 2005). En la medida en que las organizaciones avanzan en la Curva de Aprendizaje Civil hasta lograr su desarrollo pleno mayores serán las oportunidades de crecimiento económico.

Rochlin (2005) elaboró el Modelo Integral de Responsabilidad Corporativa para lograr la integración entre el aprendizaje comprometido, las estrategias, el liderazgo y el aspecto operacional. En el centro del modelo se encuentra el aprendizaje comprometido, donde la empresa asume un compromiso con los grupos de interés. Estos grupos son una fuente de información y conocimiento, que contribuyen a promover el aprendizaje y la innovación e impulsar el desempeño corporativo. Un segundo aspecto de este modelo es

la estrategia de negocios, cuyo propósito es alinear el desempeño social, el medio ambiental y el económico con el valor a largo plazo de la compañía. De esta forma la responsabilidad corporativa se convierte en el eje central incorporándose en toda la organización. El liderazgo en ciudadanía corporativa es el tercer componente en este modelo. La excelencia operacional es el cuarto y el quinto elemento de este modelo persigue establecer una infraestructura para que las estrategias de negocio se incorporen a las operaciones de la organización. Los empleados tienen que tener un entendimiento claro sobre lo que representa las estrategias de RSE. La fortaleza del modelo radica en la integración de todas sus partes.

Porter y Kramer (2006) también afirmaron, que para avanzar en la responsabilidad social, ésta se debe convertir en parte de las estrategias y actividades de la empresa. Las corporaciones exitosas, a través de un buen gobierno, deben cumplir con las leyes, respetar los derechos de propiedad, utilizar los recursos naturales eficientemente, ofrecer productos seguros y crear trabajo. La dependencia mutua de ambos, corporación y sociedad, deben seguir el principio del valor de la acción, donde las alternativas deben beneficiar a las dos partes. La compañía debe integrar dentro de su gestión una perspectiva social para guiar sus estrategias de negocio.

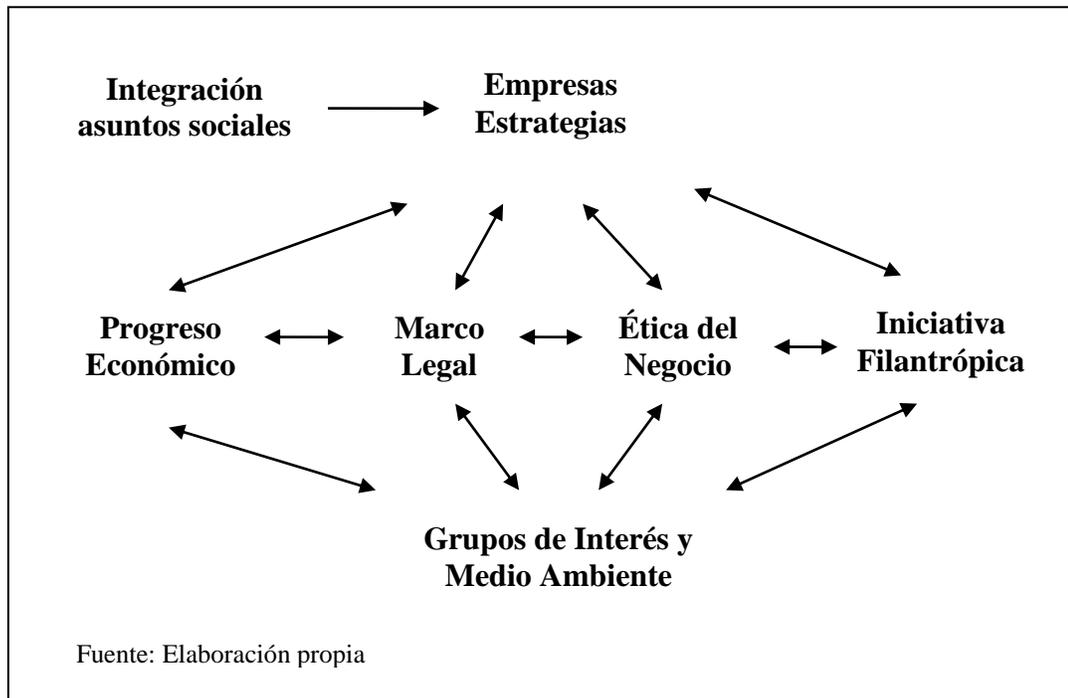
Schwartz y Carroll (2008) propusieron el Modelo *Value, Balance and Accountability* (VBA Model) con el propósito de evitar confusiones entre la RSE, la ética de los negocios, la administración de los grupos de interés, la sostenibilidad y la ciudadanía corporativa. Los autores analizaron cada una de las cinco variables y encontraron tres conceptos en común: valor, balance y rendición de cuentas. Estas tres variables se utilizaron como fundamento para la elaboración de la siguiente expresión: Valor+Balance+Rendición de cuentas = papel apropiado de los negocios en la sociedad. El valor representa la obligación que tienen los negocios de producir bienes y servicios que generarán beneficios a toda la sociedad. El balance significa desarrollar una serie de etapas para responder apropiadamente a las inclinaciones de los grupos de interés, al medio ambiente natural y a los estándares morales como, por ejemplo, la distribución de

justicia. La rendición de cuenta simboliza los principios o responsabilidades que las empresas tienen que asumir por el impacto de sus actividades, políticas, procesos y decisiones. Los autores indicaron que el modelo provee las bases para la discusión y desarrollo de teorías en el ámbito de los negocios y la sociedad.

La revisión de la teoría y modelos en RSE hasta el momento permiten identificar siete elementos comunes aplicables a las empresas que son: el estratégico, el económico, el legal, el ético, el filantrópico, los grupos de interés y el medio ambiente. El factor estratégico hace referencia al desarrollo de políticas, estándares, guías y prácticas en RSE con la finalidad de incorporarlas y convertirlas en parte de la propuesta de valor de las empresas. El elemento económico persigue obtener ganancias en beneficio de los accionistas. El aspecto legal implica el respeto empresarial a las leyes y regulaciones bajo las cuales tienen que operar. El componente ético, presenta a los ejecutivos como actores morales con deberes hacia la sociedad. En la filantropía, las empresas trabajan voluntariamente causas meritorias, resolviendo asuntos sociales en respuesta a las expectativas de la sociedad. Los grupos de interés tienen intereses legítimos en la empresa. A su vez, las empresas deben preocuparse por proteger y responder rápidamente a los cambios en el medio ambiente.

Las empresas deben integrar la responsabilidad social o los asuntos sociales en sus estrategias y mantener una interacción inherente con los elementos económicos, legales, éticos, filantrópicos, grupos de interés y medio ambiente, con la finalidad de obtener ventajas competitivas a nivel local, internacional y global. En la Figura 2.2. se presentan los elementos de la RSE que son comunes en las empresas.

Figura 2.2. Elementos de la RSE que son comunes en las empresas.



2.2. El múltiple concepto sobre la Responsabilidad Social Empresarial.

La definición de RSE difiere entre instituciones internacionales, empresas y autoridades públicas e inclusive entre investigadores y estudiosos interesados en los temas sociales. Aunque este concepto lleva con nosotros alrededor de seis décadas, se evidencia una falta de acuerdo entre los diversos grupos de interés sobre una definición de RSE que sea uniforme para todos por igual.

Algunas instituciones que trabajan a favor de la responsabilidad social empresarial han presentado una gran variedad de definiciones sobre este tema.

La Asociación Española de la Contabilidad y Administración (AECA) elaboró en el 1999 la siguiente definición: “Es el compromiso voluntario de las organizaciones con el

desarrollo de la sociedad y la preservación del medioambiente, desde una esencia social y un comportamiento responsable hacia las personas y grupos sociales con quienes se interactúan”.

La Comisión de las Comunidades Europeas en el 2001, presentó ante la comunidad europea el Libro Verde para fomentar entre diversos sectores una retroalimentación sobre la responsabilidad de las empresas. En este documento la Comisión definió la RSE como “la integración voluntaria, por parte de las empresas de las preocupaciones sociales y medio ambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con los grupos de interés”.

Por otro lado, el Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible (*World Business Council for Sustainable Development*), también conocido como WBCSD (2002) indicó que la RSE es un “compromiso de las empresas para contribuir al desarrollo económico sostenible, trabajando con los empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad en general para mejorar su calidad de vida”.

El Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales del Gobierno español constituyó en el año 2005 la Comisión de Seguimientos y Evaluación del Dialogo Social. La Comisión expresó que la RSE es “un conjunto de compromisos de diverso orden económico, social y medioambiental adoptados por las empresas, las organizaciones e instituciones públicas y privadas y que constituyen un valor añadido al cumplimiento de sus obligaciones legales, contribuyendo a la vez, al progreso social y económico en el marco de un desarrollo sostenible”.

El Foro de Expertos sobre RSE constituido en el 2005 por el Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales de España, expuso en el Informe del Foro de Expertos en RSE (2007) que la RSE es, “el cumplimiento estricto de las obligaciones legales vigentes, la integración voluntaria en su gobierno y gestión, en su estrategia, políticas y

procedimientos, de las preocupaciones sociales, laborales, medioambientales y de respeto a los derechos humanos que surgen de la relación y el dialogo transparente con sus grupos de interés, responsabilizándose así de las consecuencias y los impactos que se derivan de sus acciones”.

La Organización Internacional del Trabajo (OIT) (2006) determinó que la RSE es, “la manera en que las empresas toman en consideración las repercusiones que tienen sus actividades sobre la sociedad, y en la que afirman los principios y valores por los que se rigen, tanto en sus propios métodos y procesos internos como en su relación con los demás actores. La RSE es una iniciativa de carácter voluntario y que sólo depende de la empresa, y se refiere a actividades que se considera rebasan el mero cumplimiento de la legislación”.

Por su parte, el *Business for Social Responsibility* (BSR) (2006) organización líder en responsabilidad social desde el 1992 señaló que la RSE es, “lograr el éxito comercial de un negocio cumpliendo con los valores éticos y el respeto a las personas, a las comunidades y al medio ambiente natural”.

Para la *International Finance Corporation* (IFC), *World Bank Group* (2010) la RSE es, “el compromiso de las empresas para contribuir al desarrollo económico sostenible al trabajar con los empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad en general, mejorando sus vidas de forma tal que sean buenas para el crecimiento de los negocios”.

Ahora bien, algunos investigadores en esta materia proponen sus propias definiciones a la luz de resultados empíricos o del análisis de contenido de las propuestas presentadas por los organismos internacionales.

Bowen (1953) indicó que “es la obligación de los hombres de negocios perseguir aquellas políticas, para tomar decisiones, o seguir aquellas líneas de acción que son deseables en términos de objetivos y valores de nuestra sociedad” (p. 6).

Según, Davis (1960) la RSE son “decisiones y acciones que los hombres de negocios llevan a cabo por razones parciales, más allá de los requerimientos económicos, técnicos y legales” (p. 70).

Frederick (1960) argumentó que la “responsabilidad social en el análisis final implica una postura pública hacia los recursos económicos y humanos de la sociedad y el deseo de ver que esos recursos sean utilizados para fines sociales y no simplemente por los intereses estrictamente circunscritos de personas privadas y empresas” (p. 60).

Zenisek (1979) conceptualizó la RSE “como un grado de ajuste entre las expectativas de la sociedad con la comunidad empresarial y la ética de los negocios” (p. 362).

Por su parte, Carroll (1979) argumentó que la RSE “abarca unas expectativas económicas, legales, éticas y discrecionales que la sociedad tiene de una organización en un tiempo dado” (p.500). Dos décadas después, Schwartz y Carroll (2003) expresaron que las únicas responsabilidades de la empresa son la económica, la legal y la ética. La responsabilidad discrecional o filantrópica la incluyeron dentro de la responsabilidad económica y/o ética.

Para Drucker (1984), la RSE “es domar al dragón, es convertir un problema social en una oportunidad económica y en un beneficio económico, en capacidad productiva, en competencia humana, en puestos de trabajo bien remunerados y en riquezas” (p. 62). Posteriormente, Drucker (1999) estableció en su libro *Las Nuevas Realidades* que la

primera responsabilidad social de las instituciones pluralistas “es hacer su trabajo... en segundo lugar, son responsables de su impacto sobre las personas, la comunidad y la sociedad en general... finalmente, que actúan de modo irresponsable si van más allá de lo necesario para realizar su tarea, sea ésta cuidar enfermos, producir bienes o promover la enseñanza” (p. 104).

En cambio, Wood (1991) argumentó que “los negocios y la sociedad en vez de ser diferentes entidades, están entrelazados; de esta manera, la sociedad tiene ciertas expectativas hacia la conducta apropiada de los negocios y sus resultados” (p.695).

McWilliams y Siegel (2001) establecieron que la RSE, “son acciones que parecen promover algún bien social, más allá de los intereses de la empresa y de lo que exige la legislación. La RSE significa ir *más lejos* del cumplimiento de la ley” (p. 117).

Cuesta González y Valor Martínez (2003) definieron la RSE como, “un conjunto de obligaciones y compromisos, legales y éticos, nacionales e internacionales con los grupos de interés, que se derivan de los impactos que la actividad y operaciones de las organizaciones producen en el ámbito social, laboral, medioambiental y de los derechos humanos” (p. 7).

Kotler y Lee (2005) indicaron que la RSE es un “compromiso para mejorar el bienestar de la comunidad a través de prácticas discretas de negocios y contribuciones de los recursos de la empresa” (p. 3).

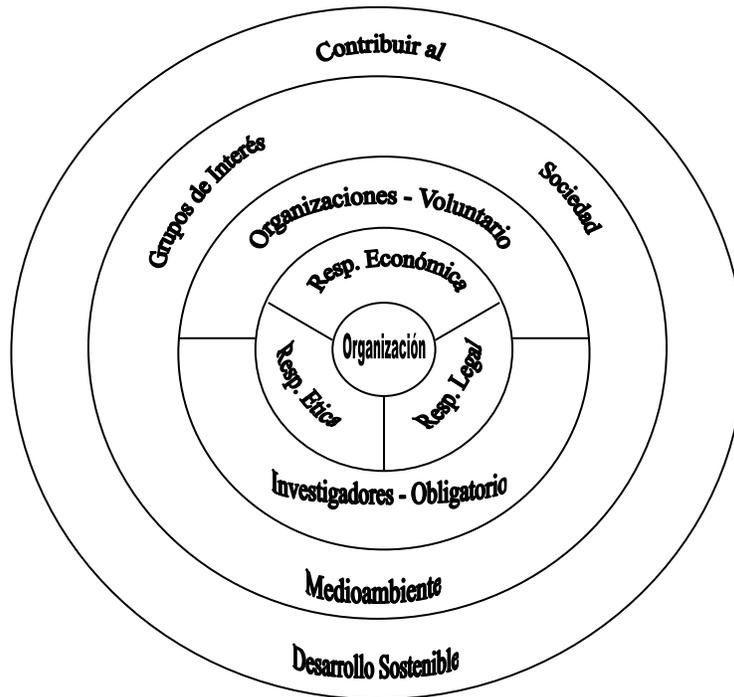
En su opinión, Hopkins (2006) señaló que la “RSE se preocupa por tratar a los grupos de interés de la empresa éticamente o de una forma socialmente responsable. Los grupos de interés existen dentro y fuera de la empresa. El objetivo de la responsabilidad

social es crear altos estándares de vida, mientras se preserva la rentabilidad de la corporación, para sus grupos de interés dentro y fuera de la corporación” (p. 299).

Cajiga Calderón (2006) argumentó que la RSE es el “compromiso consciente y congruente 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, la gente, las comunidades y el medio ambiente y para la construcción de bien común” (p. 4).

Después de evaluar cada una de las definiciones propuestas por algunos organismos internacionales e investigadores o estudiosos en la materia de RSE se ha identificado que existe un consenso entre los dos grupos sobre las responsabilidades que las empresas deben tener: la económica, la legal y la ética. Además, se deben preocupar por la repercusión de sus acciones en los grupos de interés, en la sociedad en general y en el medio ambiente que los rodea. La coordinación armónica de estos factores debe contribuir al desarrollo sostenible. Sin embargo, solo los organismos internacionales establecen que la RSE debe ser una acción voluntaria por parte de las empresas. En cambio, los investigadores en esta materia establecen que la RSE debe ser un compromiso o una obligación con los diversos grupos de interés y con el medioambiente. Por tanto, no existe un consenso entre estos dos grupos, en términos, de sí la RSE debe ser voluntaria u obligatoria. En la Figura 2.3. se presenta la relación entre las variables identificadas de las diferentes definiciones de RSE. Ver Anexo A.

Figura 2.3. Relación de variables identificadas en las definiciones de RSE.



Fuente: Elaboración propia

2.3. Estudios Empíricos sobre la Responsabilidad Social Empresarial.

Desde mediados de la década de los ochenta se han desarrollado investigaciones empíricas en torno a los modelos elaborados por Carroll (1979, 1991), demostrando continuamente la existencia de la responsabilidad económica, legal, ética y filantrópica o discrecional en las empresas. Las investigaciones encontradas se han concentrado en establecer o no una relación significativa, corroborando o contrastando constantemente las diferentes orientaciones de RSE. Un elemento común en las cuatro responsabilidades tipificadas es que todas son parte inherente de las actividades diarias que las empresas desarrollan.

Sobre este particular se destaca Aupperle (1984), que demostró que en las principales organizaciones existe la responsabilidad económica, legal, ética y discrecional, y que están relacionadas entre sí. Igualmente, no encontró una relación significativa entre la responsabilidad social y la ejecución financiera. Pero sí encontró un nivel de significancia estadística, modesta y negativa, entre la responsabilidad social y el riesgo total. El estudio no demostró diferencia significativa entre las empresas que desarrollaron o no proyección social en relación a la rentabilidad a largo plazo. Tampoco, se probó diferencia significativa en términos de la rentabilidad entre las empresas que tenían o no un Comité de RSE en su Junta Corporativa. Las responsabilidades demostraron una consistencia interna satisfactoria, apoyando la existencia de las cuatro responsabilidades de RSE y el porcentaje de la media demostró como la comunidad corporativa interpretó su contrato social con la sociedad.

Aupperle, Carroll y Hatfield (1985) repitieron el estudio que elaboró Aupperle en 1984 corroborando que las organizaciones tienen cuatro responsabilidades, con la prioridad mayor hacia la responsabilidad económica, seguida de la legal, la ética y la discrecional. Se reflejó una clara relación inversa entre la responsabilidad económica y la responsabilidad ética, así como una fuerte correlación negativa entre la responsabilidad legal y discrecional. Inclusive, se demostró el valor o peso relativo propuesto por Carroll en 1979. El estudio no encontró una relación significativa estadísticamente entre la rentabilidad y la orientación hacia la responsabilidad social corporativa. Tampoco se encontraron diferencias significativas en rentabilidad entre las empresas que utilizaron proyecciones sociales y Comités de RSE en sus Juntas Corporativas con aquellas empresas que no realizaron estas prácticas. Los autores sugirieron que a mayor orientación económica de una empresa menos énfasis se le dará a los temas legales, éticos y discrecionales.

En la investigación de Spencer y Butler (1987) se creó un modelo decisional para investigar, desde la perspectiva de estudiantes de gerencia, información relacionada con la responsabilidad económica, legal, ética y discrecional hacia un número de organizaciones

hipotéticas. El estudio reveló diferencias significativas hacia las cuatro responsabilidades y contrastaron los resultados con estudios previos. La responsabilidad ética resultó ser la más importante, la responsabilidad legal fue la segunda elección, la tercera posición le correspondió a la responsabilidad discrecional y la responsabilidad económica resultó ser la de menor importancia. Los autores argumentaron que una empresa determina su responsabilidad social a través de su comportamiento moral y ético y no a través de su rentabilidad.

El estudio realizado por O'Neill, Saunders y McCarthy (1989) fue dirigido a investigar la orientación de respuesta social corporativa (ORSC) de las Juntas Corporativas y contrastar los resultados del estudio con los hallazgos encontrados por Aupperle et al. (1985). El estudio encontró que el nivel de ORSC no se relacionó con el nivel de rentabilidad corporativa. Los miembros de las Juntas Corporativas respondieron a la RSE como un concepto multi-dimensional. Igualmente, no se demostró diferencias significativas entre la orientación hacia la RSE con los hallazgos de Aupperle et al. El análisis de correlación reflejó una relación inversa entre la responsabilidad económica con cada una de las otras tres responsabilidades y resultó ser significativamente menor que los resultados presentados por Aupperle et al. En ambos estudios la correlación resultó ser negativa. Incluso, no se encontró una correlación significativa entre la RSE y las medidas de rentabilidad a corto y a largo plazo.

Strong y Dale Meyer (1992) en su estudio identificaron una correlación negativa y significativa entre la responsabilidad económica, legal y ética. Además, corroboraron y demostraron afinidad con los resultados obtenidos por Aupperle et al. (1985). Sin embargo, la responsabilidad discrecional (filantrópica) no obtuvo el apoyo de los participantes como una medida para evaluar la responsabilidad social desde una perspectiva gerencial. Igualmente, se demostró que no hubo una correlación significativa entre el desarrollo moral y la percepción gerencial hacia la responsabilidad corporativa. Strong et al. (1992) argumentaron que no hubo aceptación hacia lo discrecional (filantrópico) porque la toma de decisión sobre esta orientación solo se efectúa en la sala

de Juntas. Por otra parte, la falta de relación significativa entre el desarrollo moral y la responsabilidad social, se puede deber a que los gerentes establecen poco valor a los juicios morales, el instrumento de medición no es confiable para evaluar la habilidad del gerente para pensar moralmente o existen unas variables moderadoras que influyen en el juicio moral.

Ibrahim y Angelidis (1995) decidieron estudiar las diferencias y las similitudes entre los miembros internos y externos de las Juntas de Directivos. El estudio reveló que existen diferencias significativas entre ambos grupos con respecto a la ORSC. La Junta de Directivos internos se inclinó más hacia la responsabilidad económica, con una débil orientación hacia lo discrecional. En cambio, la Junta de Directivos externos mostró una orientación mayor hacia la responsabilidad discrecional, con una menor dirección hacia la ejecución económica. Tampoco, se encontraron diferencias significativas con respecto a la responsabilidad legal y ética. Los autores argumentaron que los miembros de las Juntas de Directivos externos son más sensibles a las actividades filantrópicas porque tienen una amplia gama de experiencias e intereses y se encuentran mayoritariamente en organizaciones económicamente exitosas. Por otro lado, los integrantes internos de las Juntas de Directores son ejecutivos corporativos que diariamente responden a las presiones competitivas buscando maximizar las necesidades económicas de sus empresas.

Pinkston y Carroll (1996) investigaron si existían diferencias significativas entre la muestra de subsidiarias multinacionales establecidas en Estados Unidos y la muestra de empresas nativas del país de origen, con respecto a la responsabilidad económica, legal, ética y filantrópica, así como contrastar los resultados con el trabajo empírico de Aupperle (1985). El estudio encontró en términos de la orientación general, que la responsabilidad económica resultó ser la más importante, seguida de la legal, la ética y la filantrópica. Las corporaciones internacionales clasificaron las cuatro responsabilidades con la misma prioridad que las empresas de Estados Unidos. Los autores establecieron que los resultados fueron similares y consistentes con los presentados por Aupperle et al., hace diez años atrás. Además, argumentaron que las responsabilidades económicas y legales se

han combinado para formar parte de la responsabilidad mínima de una empresa y que la importancia mayor debe recaer en las responsabilidades éticas y filantrópicas.

En su investigación Edmondson y Carroll (1999) evaluaron la filantropía, desde la perspectiva de los dueños de negocios pertenecientes a la raza negra, en los Estados Unidos e identificaron la orientación de los participantes hacia la RSE. El estudio demostró que la responsabilidad económica fue la más importante. Seguido, de la responsabilidad ética, luego la responsabilidad legal y en último lugar la filantropía. La prioridad en la responsabilidad legal y ética se invirtieron y el resultado en la filantropía fue mayor que los hallazgos obtenidos de estudios previos. El estudio no reveló diferencias significativas entre la responsabilidad legal, ética y filantrópica. Sin embargo, al contrastar los resultados con estudios ya realizados, los dueños de negocios de la raza negra evaluaron la responsabilidad legal y ética menos importante y la responsabilidad filantrópica como la más importante. Los autores argumentaron que los dueños de negocios de la raza negra no percibieron la responsabilidad legal importante porque en los últimos 30 años las agencias gubernamentales no le han dado prioridad. En relación a la importancia de la responsabilidad filantrópica, los hombres de negocios tienen fuertes raíces religiosas, la iglesia es parte importante de sus comunidades, en algún momento de sus vidas se beneficiaron o fueron receptores de actividades filantrópicas y se interesan genuinamente en el desarrollo y preservación de sus comunidades.

Por otro lado, García de los Salmones, Herrero Crespo y Rodríguez del Bosque (2005) dirigieron un estudio exploratorio con el propósito de identificar las dimensiones económica, legal-ética y discrecional, así como el peso de cada responsabilidad dentro del constructo global de la responsabilidad social, desde el punto de vista de los usuarios de servicio móvil de las compañías Telefónica Móviles, Vodafone y Amena en España. Luego, analizaron si el constructo de RSE influyó sobre la valoración total del consumidor, sobre el servicio recibido y lealtad hacia sus operadores. El estudio confirmó, desde la perspectiva de los consumidores, que existen tres dimensiones de comportamiento corporativo: económica, ética-legal y discrecional. También, se validó la

naturaleza multidimensional de la RSE. Sin embargo, los usuarios del servicio móvil opinaron que la responsabilidad económica no es parte del componente de la responsabilidad social porque las empresas buscan ganancias y éxito en sus actividades. Incluso, el estudio demostró que el comportamiento responsable genera para las compañías de servicios móviles beneficios comerciales, aunque no se observó una relación directa entre la percepción del comportamiento socialmente responsable y la lealtad de los consumidores hacia las empresas de servicio móvil. Los autores establecieron que la RSE puede influir indirectamente en la lealtad a través de la valoración total que los usuarios hacen del servicio que reciben.

Alvarado Herrera y Schlesinger Díaz (2008) investigaron la influencia que las dimensiones económica, ético-legal y discrecional de la RSE tienen sobre la imagen de la marca y la reputación, desde la perspectiva de usuarios universitarios de la empresa de servicio de telefonía celular de la ciudad de Valencia, España. Los resultados del estudio confirmaron que la RSE es un concepto multidimensional y que la imagen de la marca si se ve influenciada directa y positivamente por las responsabilidades económica, ético-legal y discrecional de la RSE. También, se encontró que a través de la medición de la imagen de la marca se influye significativamente pero de forma indirecta en la reputación de la empresa.

Ibrahim, Howard y Angelidis (2008) efectuaron un estudio comparativo para determinar el grado de religiosidad entre directivos y estudiantes hacia cada una de las responsabilidades propuestas por Carroll (1979). La muestra fue clasificada en grupos de Baja o Alta Religiosidad. El estudio encontró que los estudiantes se inclinaron más hacia la ética y lo discrecional con una débil orientación hacia lo económico, cuando se compararon los estudiantes y directivos de Baja Religiosidad. No se reflejó diferencias significativas con respecto a lo legal. En la comparación entre los estudiantes y directivos con una Alta Religiosidad, los estudiantes presentaron un patrón de respuesta similar a los estudiantes con una Baja Religiosidad. En la medida en que el grado de religiosidad de los directivos se incrementó, también aumentó su responsabilidad ética y discrecional,

disminuyendo levemente lo económico y legal. Ibrahim et al. (2008) señalaron que el nivel individual de religiosidad no tiene impacto sobre la toma de decisiones éticas. Además, establecen, con respecto a lo económico, que los directivos tienen una inclinación mayor hacia la competitividad y eficiencia financiera, mientras los estudiantes se mantienen distantes del mercado laboral.

Dusuki, Asyraf Wajdi y Yosuf, Tengku Farrah Maimunah Tengku (2008) señalaron que los estudiantes universitarios clasificaron la responsabilidad económica como la más importante, seguido de la ética, legal y filantrópica. El estudio corroboró que existían diferencias significativas entre las responsabilidades, convirtiéndose la responsabilidad económica en la de mayor relevancia. Los hombres percibieron la responsabilidad económica más importante que las mujeres. El grupo más joven de estudiantes asignó un valor más alto a la responsabilidad filantrópica. Los Chinos le dieron mayor importancia a la responsabilidad económica, luego los Malayos y por último los Indios. Los estudiantes de bachillerato le dieron mayor relevancia a la responsabilidad ética y filantrópica. Los participantes con seis años o más de experiencia de trabajo le asignaron la puntuación más alta a la responsabilidad económica y la más baja a la filantropía. Los estudiantes universitarios que se clasificaron con un alto grado de religiosidad le otorgaron un alto valor a la responsabilidad legal, ética y discrecional.

En su estudio Ramasamy y Yeung (2009) realizaron una comparación entre un grupo de consumidores chinos de las ciudades de Shangai y Hong Kong para evaluar el modelo de la Pirámide de RSE propuesto por Carroll en el 1991. En su estudio encontraron que el nivel de apoyo de los consumidores de Hong Kong hacia los negocios responsables fue significativamente menor que la muestra de Shangai. El estudio, también, demostró que los consumidores de Hong Kong después de evaluar las responsabilidades sociales de los negocios determinaron que la responsabilidad económica, legal, ética y filantrópica forma parte de la responsabilidad social de una empresa. En cambio, la muestra de Shangai no consideró la responsabilidad económica parte de la responsabilidad social de los negocios porque la consideraron un beneficio

dirigido sólo para los dueños de las empresas. En ambos países, desde la perspectiva de los consumidores, la responsabilidad económica se consideró la más importante y la responsabilidad filantrópica la de menor importancia. Igualmente, los consumidores de ambos países indicaron que la RSE es muy importante para ellos. Ramasamy et al. (2009) sugirieron que este apoyo podría deberse al papel de los medios de comunicación al difundir ampliamente temas relacionados al medioambiente y a las condiciones de trabajo.

Shum y Yam (2011) elaboraron un modelo de ecuación estructural para probar el modelo de la Pirámide de Responsabilidad Social Empresarial y medir la interacción entre las responsabilidades, en una muestra de compañías petroquímicas de Malasia. En el modelo propuesto la responsabilidad económica afectará a las otras tres responsabilidades. La responsabilidad legal va a tener una relación más directa con las responsabilidades ética y discrecional y la responsabilidad ética tendrá un efecto en la responsabilidad discrecional. En relación a la interacción entre las responsabilidades, todos los coeficientes fueron positivos y estadísticamente significativos, excepto la relación entre la responsabilidad económica – discrecional. La interacción más fuerte se encontró entre la responsabilidad económica – legal, seguida de la responsabilidad ética – discrecional. Shum et al. (2011) argumentaron que un alto nivel de responsabilidad económica no conduce automáticamente a una empresa a llevar actividades voluntarias de RSE que beneficien a las comunidades. Tiene que existir una clara relación causal entre la rentabilidad de la empresa y la ejecución de la RSE para que las organizaciones se comprometan voluntariamente con actividades sociales. La limitación de guías claras en RSE, la no disponibilidad de las mejores prácticas de los negocios exitosos y la insuficiencia de incentivos a corto plazo, podrían ser posibles razones para reflejarse un bajo compromiso entre la responsabilidad económica y la RSE voluntaria.

Estos estudios han confirmando ampliamente la existencia y aceptación en las empresas de la responsabilidad económica, legal, ética y filantrópica. Los resultados de la puntuación media demostraron que la responsabilidad de mayor importancia ha sido la

económica, manteniéndose en la mayoría de los estudios realizados el secuencial propuesto por Carroll (1979, 1991). Ver Cuadro 2.1.

Cuadro 2.1.
Comparación de la Puntuación Media en Investigaciones Empíricas sobre la Responsabilidad Económica, Legal y Ética entre los años 1984 hasta 2011.

Investigadores	Año	Económico	Legal	Ética	*Filantrópica/ **Discrecional
**Aupperle, K. E.	1984	3.50	2.54	2.22	1.30
**Aupperle, K. E., Carroll, A. B. & Hatfield, J. D.	1985	3.50	2.50	2.22	1.30
**Spencer, B. A. & Butler Jr., J. K	1987	0.18	1.07	1.26	0.90
**O'Neill, H. M., Saunders, C. B. & McCarthy, A. D.	1989	3.28	2.31	2.82	1.25
**Ibrahim, N. A. & Angelidis, J.P.	1995				
Junta Directores Internos		3.28	2.62	2.21	1.83
Junta Directores Externos		3.77	2.50	2.08	1.31
*Pinkston, T. S. & Carroll, A. B.	1996	3.28	3.07	2.45	1.15
*Edmondson, V.C. & Carroll, A. B.	1999	3.16	2.12	2.19	2.04
**Ibrahim, N. A.; Howard, D. P. & Angelidis, J. P	2008				
Alta Religiosidad					
Estudiantes		2.75	2.66	2.70	1.85
Directivos		3.81	2.67	2.06	1.45
Baja Religiosidad					
Estudiantes		3.03	2.75	2.46	1.75
Directivos		3.85	2.71	2.01	1.32
*Dusuki, Asyraf Wajdi & Yosuf, Tengku Farrah Maimunah Tengku	2008	2.38	2.24	2.27	2.16
*Ramasamy, B. & Yeung, M.	2009				
Shanghai		5.66	5.41	5.16	4.87
Hong Kong		5.66	5.36	5.06	4.98
**Shum, P. K.; Yam, S. L	2011	4.53	4.58	4.15	3.89

*Estudios desarrollados utilizando la variable de responsabilidad filantrópica

**Estudios elaborados con la variable de responsabilidad discrecional

Fuente: Elaboración propia

2.4. Modelo de Responsabilidad Social Corporativa: El Enfoque de Tres Dominios *(Corporate Social Responsibility: A Three – Domain Approach).*

El Modelo de Responsabilidad Social Corporativa: El Enfoque de Tres Dominios (*Corporate Social Responsibility: A Three – Domain Approach*) fue elaborado por Schwartz y Carroll (2003) después de evaluar algunos estudios empíricos y de re-examinar los modelos desarrollados por el Dr. Carroll en los años 1979 y 1991.

En el año 1979, Carroll presentó el modelo *A three – dimensional conceptual model of corporate performance*, compuesto por tres dimensiones. En la primera etapa, el autor del modelo argumentó que las empresas tienen responsabilidades económicas, legales, éticas y discrecionales ante la sociedad, explicó cada una de las responsabilidades y presentó una definición de la responsabilidad social de las empresas. En la segunda fase, se identificaron temas sociales que se enlazaron a las distintas responsabilidades que tiene la empresa. En la tercera etapa, se desarrolló la filosofía de la receptividad, donde las empresas responden a la responsabilidad social y a los temas sociales. Inclusive, Carroll elaboró en el año 1991 el modelo *The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders* con el propósito de representar gráficamente las responsabilidades económicas, legales, éticas y discrecionales dentro de la figura de una pirámide y demostrar que son parte esencial de toda empresa.

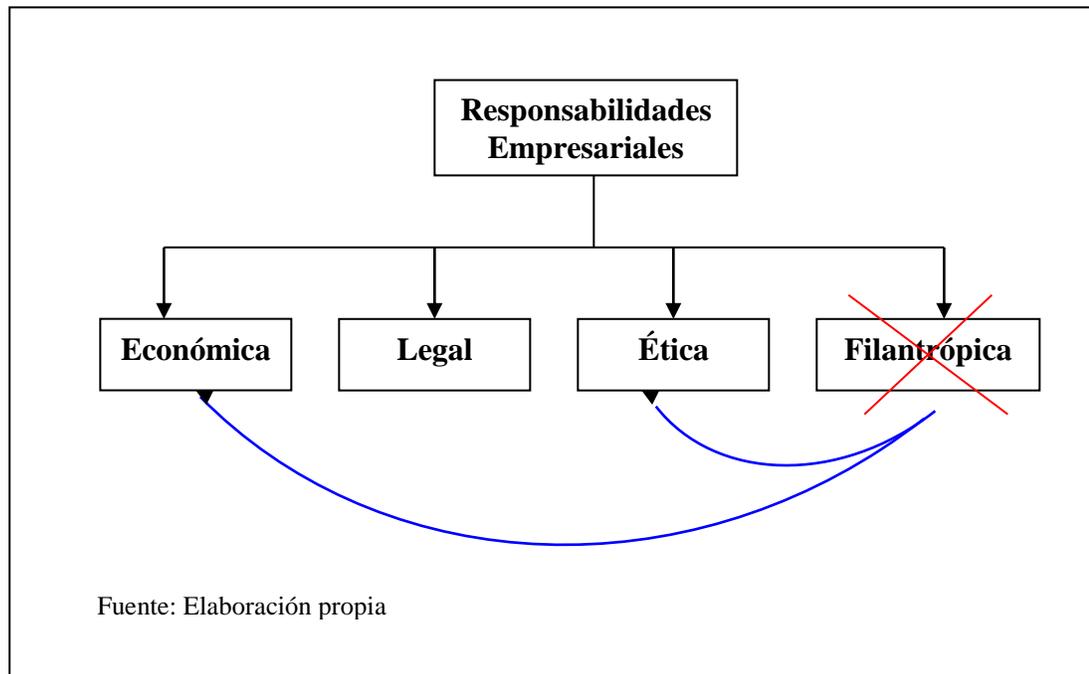
Los motivos para llevar a cabo la modificación en los modelos que el Dr. Carroll elaboró fueron los siguientes:

- La primera, es la interpretación errónea que algunos investigadores le han otorgado a la estructura de la Pirámide de RSE que Carroll desarrolló en el 1991. De acuerdo a Schwartz y Carroll (2003) la jerarquía de la pirámide se puede prestar a confusión porque la responsabilidad discrecional o filantrópica al estar

ubicada en el tope de la pirámide puede ser considerada como la más importante y la responsabilidad económica al estar en la base de la pirámide como la de menor valor, cuando es todo lo contrario. Además, Schwartz y Carroll (2003) señalaron que Carroll en el 1993 reconoció que en la estructura de la Pirámide de RSE no se aprecia completamente la naturaleza sobrepuesta de la responsabilidad económica, legal, ética y filantrópica.

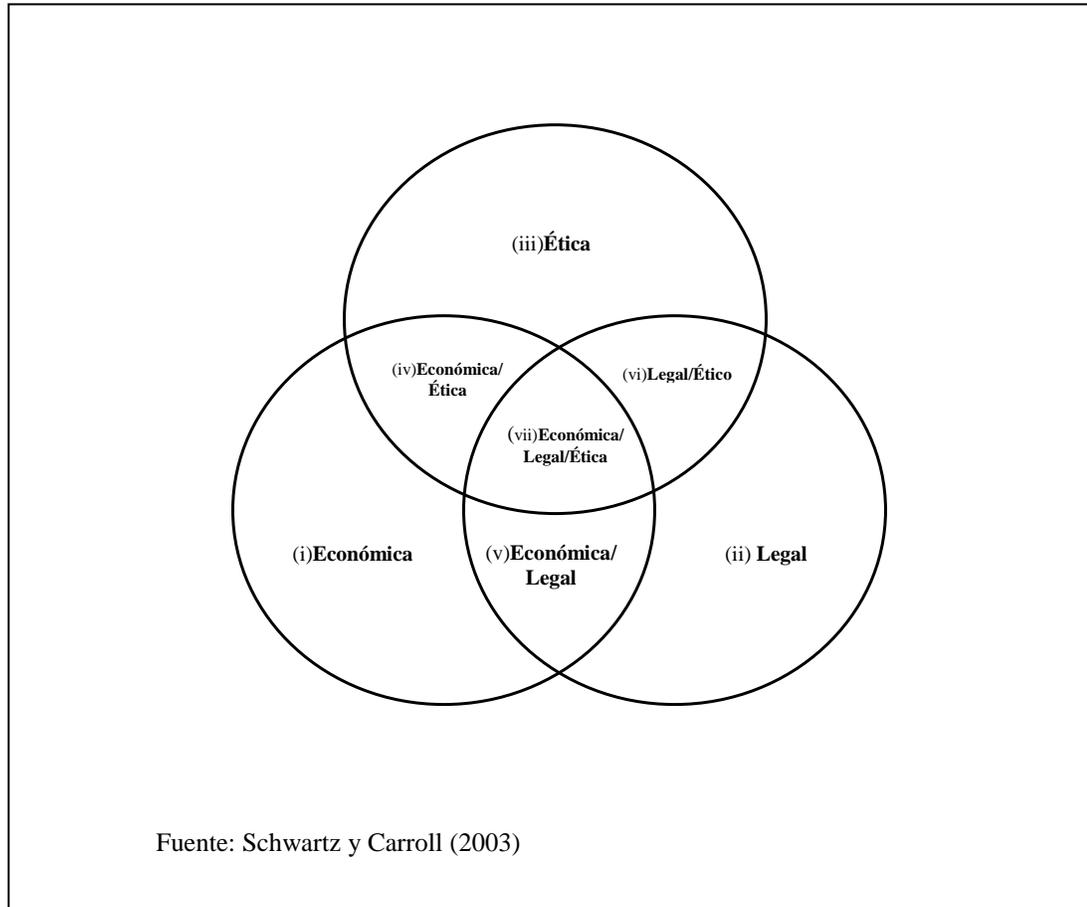
- El uso de la variable filantrópica es la segunda razón para introducir el nuevo modelo. De acuerdo a Schwartz y Carroll (2003) esta variable no es apropiada clasificarla como responsabilidad por su naturaleza voluntaria. Tampoco, es considerada una obligación o una responsabilidad de negocios, pero es deseable. En el nuevo modelo los autores la ubicaron dentro de las responsabilidades éticas y/o económicas. La dificultad para distinguir entre las actividades filantrópicas y éticas, en la teoría y en la práctica, y que las actividades filantrópicas podrían tener intereses económicos, son las dos justificaciones para llevar a cabo esta reubicación. Desde el punto de vista ético, la filantropía se puede utilizar para hacer donativos a organizaciones benéficas, adoptar una escuela, proveer un centro de cuidado a madres trabajadoras o conducir programas internos para personas con problemas de drogadicción. En términos económico, la filantropía utilizada estratégicamente se puede utilizar a largo plazo para ayudar a sostener el saldo final de los negocios. En la Figura 2.4. se presenta la reubicación de la actividad filantrópica en el Modelo de Responsabilidad Social Corporativa: El Enfoque de Tres Dominios.
- La tercera razón para el desarrollo del nuevo modelo es la poca discusión que existe sobre como las corporaciones pueden cumplir simultáneamente con la responsabilidad económica, legal y ética.

Figura 2.4. Reubicación de la Actividad Filantrópica en el Modelo de Responsabilidad Social Corporativa: El Enfoque de Tres Dominios.



El modelo plantea la existencia de tres responsabilidades: la económica, la legal y la ética. Estas tres responsabilidades son representadas en el diagrama de Venn, sugiriendo que ninguna es más importante que la otra. Los autores al utilizar el diagrama de Venn resaltan la naturaleza sobrepuesta de las propiedades, creando siete responsabilidades donde la RSE puede ser analizada. El punto ideal del modelo reside en el centro, donde las responsabilidades económicas, legales y éticas se satisfacen simultáneamente. Las responsabilidades son la (i) económica, (ii) legal, (iii) ética, (iv) económica/ética, (v) económica/legal, (vi) legal/ética y (vii) económica/legal/ética. Ver Figura 2.5. En esta tesis doctoral se decidió no atender las responsabilidades económica/ética, económica/legal, legal/ética y económica/legal/ética por considerarla no pertinente para este estudio, debido a la similitud entre las mismas. Lo que indica que solo se utilizará la responsabilidad económica, legal, y ética para el desarrollo de esta investigación.

Figura 2.5. Modelo de Responsabilidad Social Corporativa: El Enfoque de Tres Dominios (Corporate Social Responsibility: A Three-Domain Approach).



La primera, es la responsabilidad económica donde las actividades de las empresas pueden tener beneficios directos e indirectos. La segunda responsabilidad es la legal, donde la empresa establece decisiones y acciones para cumplir con la ley. La tercera responsabilidad del modelo es la ética, donde las acciones deben estar basadas en por lo menos un principio moral aunque no tengan un impacto económico positivo. Schwartz y Carroll (2003) establecieron que las actividades filantrópicas no están basadas en intereses económicos, pero muchas de estas actividades que se consideran éticas tienen a largo plazo un beneficio económico indirecto. Es difícil encontrar decisiones y acciones puramente éticas por todos los elementos que entran en juego. La cuarta responsabilidad

es la económica/ética, donde las actividades corporativas que se desarrollan deben brindar unos beneficios económicos directos o indirectos y para que se consideren éticas deben estar basadas en un principio moral.

La quinta responsabilidad es la económica/legal, donde Schwartz y Carroll (2003) establecen que muy pocas empresas entrarán en este segmento por que son oportunistas al cumplir con la ley o buscan resquicios legales y administrativos para obtener ganancias económicas, siendo a su vez antiéticas. La sexta responsabilidad es la legal/ética, donde la empresa cumple con las leyes y su acción se considera ética. Por tanto, los autores del modelo establecen que estas acciones pueden proveer un beneficio económico indirecto y que son muy pocas las actividades corporativas que se encuentran en esta responsabilidad. La responsabilidad económica/legal/ética es el séptimo componente del modelo. Toda actividad que está motivada simultáneamente con el propósito de obtener beneficios económicos, cumplir con el sistema legal y tener consideraciones éticas se encuentran dentro de esta responsabilidad.

2.5. La Actividad Filantrópica.

En el 2003, Schwartz y Carroll establecieron que la filantropía no es una responsabilidad de la empresa porque su naturaleza es voluntaria, aunque sea deseable. También, señalaron que es difícil distinguir entre la filantropía y la ética y que se puede utilizar con un enfoque económico. Desde estos planteamientos, se pretende a través de la revisión de literatura corroborar hacia cual de los dos brazos de la balanza se inclina más la actividad filantrópica, si es hacia lo económico o hacia lo ético.

Dentro de un contexto filosófico, la filantropía de acuerdo a Ferriz y Sicilia (1865) es el amor hacia nuestro semejante, como individuo de la humanidad y miembros de una misma familia. En esta misma dirección, Lowell (1893) argumentó que es un acto de bondad de un ser humano hacia otro.

En cambio, Carnegie (1889) le otorgó a la filantropía una orientación más práctica que filosófica, al señalar que el hombre capitalista tenía que satisfacer moderadamente las necesidades de las personas que dependían de él y luego convertir el excedente de dinero en fondos fiduciarios para producir resultados en beneficio de la comunidad. Una de las principales consideraciones de la caridad es ayudar aquellos que desean ayudarse a sí mismos,... pero nunca hacerlo todo (Carnegie, 1889, p. 663).

En la década de los sesenta Johnson (1966) confirmó en su estudio que las contribuciones corporativas a la filantropía están motivadas por la búsqueda de ventajas competitivas. En cambio, Schwartz (1968) reveló que la promoción, el ingreso y el flujo de caja tienden a influir sobre el número y el importe de las donaciones de las empresas, y que la fuerza que motiva las actividades filantrópicas es el lucro.

A mediados de los años setenta Holmes (1976) encontró que el esfuerzo social engrandece la reputación corporativa y la buena voluntad. Es por ello que, se fortalece el sistema social y el económico en el cual la empresa tiene sus operaciones.

En 1979, Carroll indicó que las empresas tenían una serie de responsabilidades, económica, legal, ética y discrecional en la sociedad. Sin embargo, fue Carroll (1979) el que expresó en relación a la responsabilidad discrecional, que era inexacta llamarla responsabilidad por que estaba a discreción de los negocios. En el 1991, Carroll reafirmó la responsabilidad económica, legal y ética en las empresas y la cuarta, la responsabilidad discrecional, la sustituyó por la responsabilidad filantrópica. Él la definió como una contribución voluntaria de parte de la empresa, con recursos financieros y humanos para mejorar la calidad de vida de las comunidades. Por tanto, son actividades corporativas en respuesta a las expectativas de la sociedad.

En los años ochenta Fry, Keim y Meiners (1982) encontraron que la alta correlación entre las contribuciones filantrópicas y las promociones y los otros gastos del

negocio, como son las compensaciones de los directivos, los dividendos y los beneficios de los empleados están motivados por las ganancias. En relación a utilizar la filantropía con un enfoque estratégico, Mescon y Tilson (1987) argumentaron que se puede emplear para avanzar en los objetivos corporativos y obtener beneficios de las contribuciones benéficas. Se está usando como una herramienta de *marketing* para incrementar los clientes, obtener ventaja competitiva y tener una alta visibilidad.

En la década de los noventa, Smith (1994) señaló que el nuevo enfoque era enlazar la filantropía con las estrategias de la empresa. Al llevar a cabo ésta acción, la empresa puede incrementar el reconocimiento de su nombre entre los consumidores, estimular la productividad de los empleados, reducir los costes de investigación y desarrollo, superar los obstáculos de las regulaciones y fomentar la sinergia entre los diferentes departamentos, brindándole a la empresa una ventaja competitiva.

Por su parte, Clarkson (1995) explicó, que era difícil definir la responsabilidad discrecional, excepto cuando el concepto se hacia extensivo a las actividades filantrópicas o hacia el involucramiento con las comunidades donde las empresas efectuaban sus negocios.

Murray (1997) por otro lado, argumentó que la filantropía promueve el intercambio de recursos, talentos, tiempo y esfuerzo por parte de aquellos que tienen... es compartir valores y objetos de valor dentro del marco de una comunidad.

En este contexto, Campbell, Gulas y Gruca (1999) hallaron en su investigación que las empresas que donaron lo hicieron por razones de altruismo. Se evidenció una fuerte relación entre el personal que tomó las decisiones y el comportamiento filantrópico corporativo, porque demostraron una conciencia social muy alta y estuvieron motivados por un sentimiento de responsabilidad social.

Edmondson y Carroll (1999) señalaron en su estudio que las actividades de mayor impacto en la comunidad negra fueron apoyar las actividades de los jóvenes y las donaciones a colegios de raza negra, asesorar en la fase administrativa a las minorías, dueños de negocios y desarrollar actividades en las iglesias para beneficio de las comunidades. De ahí que, las motivaciones más significativas para realizar estas actividades filantrópicas fueron proteger y mejorar el medio ambiente en el cual ellos viven, trabajan y hacen negocios, ser un buen ciudadano corporativo y devolverle a la comunidad por los beneficios recibidos.

Para Lara (2000) la filantropía empresarial debe incluir los objetivos del negocio unido a los objetivos comunitarios. Los objetivos del negocio se relacionan con acrecentar la imagen de la empresa; integrar e incrementar la participación de los empleados; mejorar la preferencia del mercado; desarrollar relaciones a largo plazo con los clientes y lograr el máximo rendimiento de los recursos de la empresa. En cambio, los objetivos de desarrollo social van dirigidos a contribuir a mejorar la calidad de vida de la población infantil con programas de educación familiar y clínicas de salud; colaborar con proyectos de autosuficiencia económica en beneficio de la comunidad y contribuir a preservar los ecosistemas. Añade, que la filantropía procura realzar a mayor escala la condición de la vida humana.

Wulfson (2001) indicó que las “corporaciones tienen los recursos, la experiencia y la obligación para cumplir con su responsabilidad social a través de actividades filantrópicas que a su vez pueden crear conciencia del producto y servicio; crear una relación con los consumidores, crear lealtad por parte del consumidor; mejorar la imagen de la empresa y mostrar preocupación corporativa mientras se recaudan fondos para una causa comunitaria.

En el 2002, Porter y Kramer argumentaron que la filantropía es estratégica cuando los costes corporativos producen simultáneamente objetivos sociales y económicos, logrando con esta integración mejorar a largo plazo la competitividad de la empresa.

Además, añaden, que la filantropía se describe en términos de dólares o de horas de voluntariado invertido, pero casi nunca en términos de su impacto.

Schwartz y Carroll (2003) propusieron que la filantropía se incluyera dentro de la responsabilidad económica porque las actividades filantrópicas están basadas en intereses económicos y/o dentro de la responsabilidad ética porque es difícil distinguir en los niveles teóricos y prácticos entre la actividad filantrópica y la ética.

Mou y Taffler (2004) utilizaron el análisis de contenido para estudiar 60 casos de empresas que efectuaron donaciones corporativas a las artes durante el 2001. En su estudio no encontraron evidencia de altruismo. Por el contrario, demostraron el beneficio que las empresas analizadas recibieron. Las motivaciones principales fueron utilizar las donaciones como una herramienta de *marketing* directo e influir en los grupos de interés.

De acuerdo con Godfrey (2005) las actividades filantrópicas pueden crear un capital moral positivo entre los grupos de interés base de la compañía y generar riquezas a los accionistas. Por su parte, Brammer y Millington (2005) encontraron en su investigación que las compañías con altos niveles de gastos filantrópicos reflejaron una mayor reputación corporativa y que las donaciones en efectivo generaron mayor aceptación que el voluntariado. La actividad voluntaria durante las horas de trabajo del empleado fue vista por los participantes del estudio como un desperdicio de los recursos, las cuales no son compatibles con los objetivos financieros de la empresa.

En el 2006, Campbell y Slack sugirieron que las empresas utilizaron las donaciones benéficas para responder positivamente a la exposición y visibilidad pública. En cambio, Valor (2006) utilizó la Teoría del Comportamiento Pro-Social para explicar que algunos directivos por razones morales realizan actividades filantrópicas pero justifican su comportamiento con el logro de los objetivos económicos de la empresa.

Choi y Wang (2007) argumentaron que los altos directivos con sus valores de benevolencia e integridad promueven la filantropía corporativa brindándole a la empresa los beneficios de crear relaciones de confianza con los grupos de interés y de mejorar la ejecución financiera. En cambio, Sasse y Trahan (2007) propusieron que los ejecutivos deben ser cautelosos con los gastos filantrópicos porque no hay un mecanismo para evaluar el valor en el área social. En este sentido, ellos deben establecer límites claros sobre la cantidad de gastos que se comprometen en causas sociales.

Aunque, Leisinger (2007) señaló que muchos líderes corporativos no consideran las actividades filantrópicas parte de las responsabilidades de la empresa, presentó diferentes razones para realizar donaciones corporativas. Por ejemplo, mejorar las relaciones con los políticos, promover las motivaciones de beneficencia de los directivos y engrandecer la reputación con los principales grupos económicos.

Amato y Amato (2007) encontraron una relación positiva entre la filantropía corporativa y el tamaño de la empresa, así como diferencias significativas en la cultura filantrópica entre industrias. Los autores sugirieron que la relación recíproca entre el enfoque de las contribuciones y el tamaño de la empresa puede aumentar las ventas, los ingresos y la rentabilidad. Además, la cultura filantrópica entre las industrias puede crear un ambiente competitivo con el fin de superar las actividades de donaciones del competidor para mantener una buena voluntad con el cliente y la comunidad, más obtener beneficios por cada dólar donado.

En cambio, Sajardo Moreno y Serra Yoldi (2009) llevaron a cabo un estudio con el objetivo de conocer la implicación y participación que las empresas socialmente responsables de la Comunidad Valenciana tienen en el campo de la acción social, desde la perspectiva de la ciudadanía corporativa. El estudio encontró que las modalidades de responsabilidad social de las empresas valencianas socialmente responsables están relacionadas mayoritariamente con: donaciones de productos, servicios y dinero, el patrocinio de entidades cívicas y sociales, la inserción socio-laboral de colectivos

desfavorecidos como son los grupos de trabajadores inmigrantes y personas con discapacidad, y el voluntariado corporativo llevado a cabo en la comunidad y en las ONGs.

Por su parte, Freitas Drumond (2010) explicó la filantropía desde un punto de vista ético, la cual se caracteriza por una moral altruista, de amor a la humanidad, centrada en el beneficio del enfermo, que exige la práctica de virtudes humanitarias, como la compasión, el respeto y la honestidad.

Srinivasan (2010) argumentó que la filantropía tiene que convertirse en valores corporativos y en objetivos. Añade, que para alcanzar todo su potencial moral y espiritual tiene que ocurrir una transformación interna y externa. Externamente, es utilizar eficientemente los recursos de la empresa para mejorar el bienestar de la humanidad y del planeta Tierra. Internamente, es el acto de dar con amor, espontáneamente, para el bienestar y progreso de otros, sin esperar nada a cambio. Además, agrega que los líderes corporativos no deben utilizar la filantropía para satisfacción personal o engrandecer su ego moral.

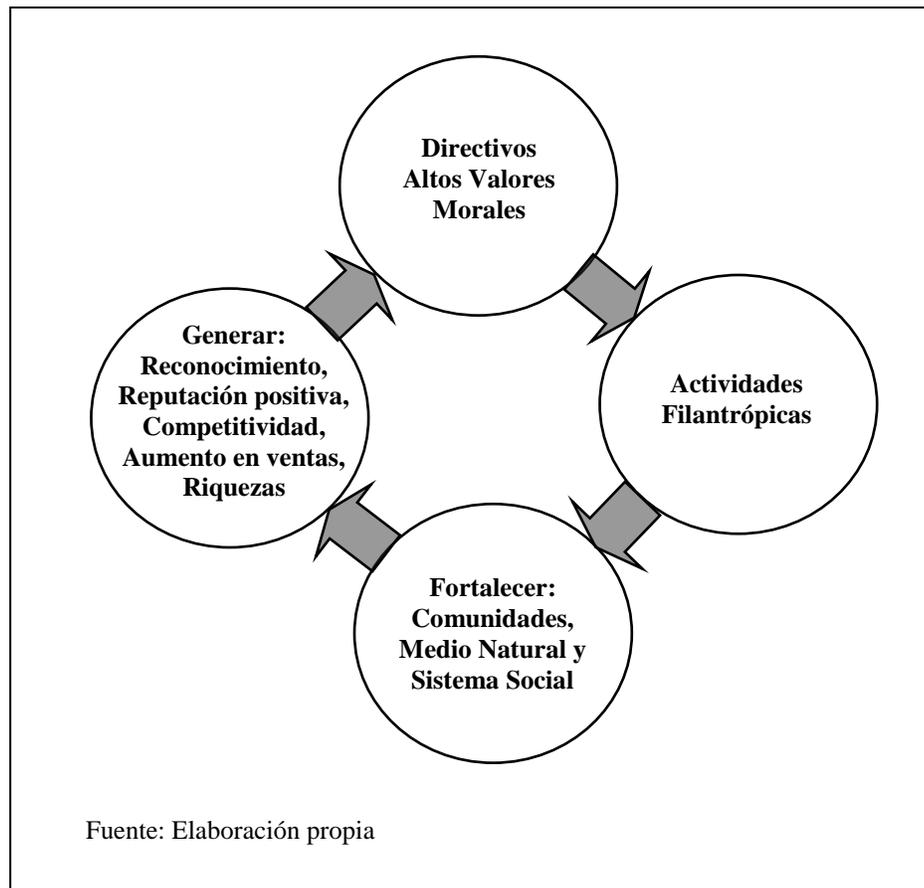
Zhang, Zhu, Yue y Zhu (2010) afirmaron que la filantropía corporativa es utilizada por los directivos como una estrategia de *marketing* para diferenciarse de sus competidores, engrandecer la reputación de la empresa y crear valor económico para los accionistas. Se encontró una relación positiva entre las donaciones corporativas y la intensidad de los anuncios en industrias competitivas.

La literatura revisada sobre la filantropía corporativa corrobora por un lado, que es una actividad voluntaria (Carroll, 1979; Carroll, 1991; Murray, 1997; Edmondson y Carroll, 1999; Schwartz y Carroll, 2003;) y por el otro, que existen dos fuertes motivaciones para llevarla a cabo, una es la económica (Johnson, 1996; Schwartz, 1968; Fry, Keim y Meiners, 1982; Mescon y Tilson, 1987; Smith, 1994; Wulfson, 2001; Porter

y Kramer, 2002; Mou y Taffler, 2004; Godfrey, 2005; Brammer y Millington, 2005; Campbell y Slack, 2006; Leisinger, 2007; Amato y Amato, 2007; Zhang, Zhu, Yue y Zhu, 2010) y la otra es la ética (Murray, 1997; Campbell, Galas y Gruca, 1999; Choi y Wang, 2007; Freitas Drumond, 2010). Sin embargo, el mayor peso de la balanza se inclina más hacia lo económico. La motivación económica persigue a través de la filantropía la mayor rentabilidad para la empresa y por medio de la motivación ética se busca fortalecer los cimientos de la sociedad.

Las empresas que deciden entrar en el desarrollo de actividades filantrópicas comenzarán a formar parte de un ciclo continuo donde las partes involucradas, empresa y sociedad, se beneficiarán mutuamente. Por un lado, las comunidades mejorarán su calidad de vida y el medio natural se defenderá y se conservará. Las empresas colaborarán mano a mano con los grupos de interés que se impacten en beneficio del sistema social. Por otro lado, estas acciones a la vez, redundarán en las organizaciones con reconocimientos, competitividad, reputación positiva, aumento en ventas e ingresos, y riquezas que se reinvertirán nuevamente en las empresas y en contribuciones a la sociedad. Además, es importante que los directivos sean íntegros, crean y se comprometan al adentrarse en el campo filantrópico. En la Figura 2.6. se presenta el Ciclo de la Actividad Filantrópica.

Figura 2.6. El Ciclo de la Actividad Filantrópica.



2.6. La Responsabilidad Social Empresarial.

En el presente apartado se presentan estudios sobre la RSE en torno a la responsabilidad económica, legal y ética; en el comercio, la industria y las entidades financieras y en las empresas pequeñas, medianas y grandes. También, se discute el concepto de la RSE en su perspectiva internacional y en Puerto Rico.

2.6.1. La Responsabilidad Social Empresarial Económica.

La responsabilidad económica, de acuerdo con Cuesta González y Valor Martínez (2003), se ha asociado con la búsqueda del máximo beneficio y el máximo valor para los

accionistas. Igualmente, reconocen que existe un intercambio entre el desempeño económico, el respeto a las leyes, las costumbres sociales y el entorno medio ambiental. Por su parte, Carroll y Buchholtz (2009) indicaron que la responsabilidad social de la empresa es de naturaleza económica. Sin embargo, aceptaron que existen otras fuerzas, como son la legal y la ética, que se tienen que considerar y equilibrar entre sí al tomar decisiones inteligentes.

Como expresó Moskowitz (1972), las corporaciones tienen la posibilidad de enfrentarse con inversores que van a negociar la compra de acciones que cotizan en la bolsa basándose en las actividades de responsabilidad social que éstas desarrollan. También, señaló que no existe evidencia de que los mercados de capital afecten al desempeño social y que las empresas conocidas socialmente responsables tienen una sensibilidad especial que las hace superior a su competidor.

Al poco tiempo, Moskowitz (1975) utilizó diferentes indicadores para clasificar algunas empresas en los Estados Unidos como las mejores y peores en el campo social. Estos fueron el control sobre la contaminación; la oportunidad de igualdad en el trabajo; la representación de mujeres y minorías en los Consejos de Administración; el apoyo a empresas pertenecientes a minorías; las promociones; las donaciones filantrópicas; las relaciones comunitarias y la calidad de los productos. También, seleccionó el sistema de seguridad; la ilegalidad en la política; la divulgación de información; los beneficios de los empleados; el respeto a la privacidad; el apoyo a programas culturales; la respuesta a las querrelas y la negociación justa con los clientes. Cada uno de los indicadores los seleccionó de las siguientes fuentes: los reportes anuales, la prensa comercial, las publicaciones sobre investigaciones corporativas y las revistas especializadas en negocios.

El estudio presentado por Moskowitz sirvió de fundamento para que posteriormente algunos investigadores desarrollaran estudios empíricos que han girado principalmente sobre la relación entre el desempeño económico o financiero y el

desempeño social de las empresas. Por eso, a continuación se presentan diferentes investigaciones dirigidas a probar la relación entre estos dos desempeños.

En este sentido, Vance (1975) quiso demostrar que las corporaciones socialmente responsables no son una buena inversión. Entonces, analizó las recomendaciones presentadas por Moskowitz y encontró que el precio de las acciones de las empresas había bajado. También, comparó los resultados de dos estudios, uno dirigido a hombres de negocios y el otro a estudiantes graduados de escuela de negocios. Los dos grupos clasificaron de manera independiente el desempeño de la responsabilidad social de cincuenta empresas. En los dos grupos la clasificación de 1.00 representó poca o ninguna responsabilidad social corporativa y una puntuación de 5.00 demostró una responsabilidad social sobresaliente. El método de mínimos cuadrados fue utilizado para establecer la relación entre la respuesta social corporativa y el precio de las acciones por acción. En ambos grupos se evidenció una correlación negativa entre la RSE y el desempeño de las acciones en el mercado de valores. Por tanto, las empresas con una alta responsabilidad social reflejaron una baja en la valoración de sus acciones en el mercado de valores. Vance (1975) concluyó que estas empresas no eran una buena inversión.

Sturdivant y Ginter (1977) llevaron a cabo un estudio para demostrar si las empresas socialmente responsables tienen un desempeño económico mejor o peor que las empresas que no son responsables socialmente. Además, sugirieron que la respuesta social de las empresas influye a largo plazo en el desempeño económico de éstas. El desempeño de la responsabilidad social se evaluó con el índice de reputación de las empresas que Moskowitz (1975) elaboró. Estas empresas fueron clasificadas de acuerdo a su desempeño social como: mejor, mención honorífica y peor. El indicador utilizado para medir el desempeño económico fue el crecimiento de los ingresos por acción. El estudio demostró que las compañías clasificadas por su desempeño social como mejores y mención honorífica sobresalieron en su desempeño económico sobre las peores compañías en respuesta social. Sin embargo, el estudio no apoyó el argumento que a

largo plazo las compañías socialmente responsables siempre superan a las compañías menos responsables.

Por otro lado, Alexander y Buchholz (1978) investigaron la relación entre la responsabilidad social y el desempeño económico tomando como indicador la cotización de los títulos en el mercado de valores. Para el desarrollo del estudio se incorporaron los parámetros del retorno y el riesgo de los valores. También, se utilizaron los datos que Vance (1975) usó para clasificar el desempeño de la responsabilidad social de varias empresas. El estudio no demostró una relación significativa entre el grado de responsabilidad social y el desempeño medido por el retorno. Tampoco, se encontró una relación significativa entre el nivel de riesgo de las acciones y el grado de responsabilidad social.

Por su parte, Arlow y Gannon (1982) examinaron diversas investigaciones empíricas para conocer como los negocios han respondido a la responsabilidad social y su relación con el desempeño económico. Como resultado del análisis, propusieron un enfoque de contingencia porque la respuesta social de las empresas varía de acuerdo a la relevancia del tema social, la naturaleza de la industria, el tamaño de la empresa y de los otros objetivos corporativos que en su naturaleza son económicos. Además, los autores indicaron que a corto plazo no existe una conexión positiva ni negativa entre el desempeño económico y la responsabilidad social. Es por ello que una relación positiva entre estos dos componentes solo se podrá obtener a largo plazo.

En cambio, Cochran y Wood (1984) buscaron conocer si existe relación entre la RSE y el desempeño financiero (DF). Para medir el desempeño de responsabilidad social utilizaron el índice de reputación del listado de compañías que Moskowitz (1975) seleccionó. El desempeño financiero fue evaluado inicialmente con tres mediciones de retorno de contabilidad. Estas mediciones fueron la proporción de ganancias operativas para los activos, la proporción de ganancias operativas para las ventas y el exceso de valor de mercado (EV). Posteriormente, se añadieron dos variables explicativas como fueron la

rotación de activos y la edad de los activos. Por último, se realizó el análisis Logit. El estudio demostró que existe una fuerte correlación significativa entre la RSE con la edad de los activos, y al omitir ésta variable en el estudio, se obtiene una correlación falsa entre la RSE y el desempeño financiero.

Aupperle, Carroll y Hatfield (1985) llevaron a cabo un estudio con el propósito de investigar la relación entre la RSE y la rentabilidad. Los indicadores para medir la RSE fueron las cuatro responsabilidades propuestas por Carroll (1979). El retorno sobre los activos (ROA), a un término de un año y de cinco años, fue el indicador utilizado para medir la rentabilidad. Además, se ajustó el riesgo usando el índice de seguridad *Value Line*. El estudio demostró una correlación negativa entre la responsabilidad económica y las responsabilidades legal, ética y discrecional. Tampoco, el estudio pudo probar una relación positiva o negativa entre la rentabilidad y la RSE.

En cuanto a McGuire, Sundgren y Schneeweis (1988), utilizaron la clasificación de reputación corporativa de la revista Fortune para estudiar la relación entre la RSE y el desempeño financiero (DF). El estudio lo llevaron a cabo con dos propósitos. Primero, medir el desempeño financiero utilizando las variables en contabilidad, mercado de valores y riesgo. Segundo, evaluar si la RSE predice el DF o si el DF influye en la responsabilidad social. Para realizar los análisis se utilizaron varios períodos de tiempo entre los años 1977-81, 1982-84 y 1983-85. La RSE de 1983 se utilizó como variable independiente. Los autores desarrollaron una correlación y una regresión para estudiar la relación entre RSE y DF. El resultado de la correlación sugirió que las empresas con riesgo bajo y con un alto retorno sobre los activos tienen en un futuro una alta reputación en RSE. El análisis de la regresión encontró que existe una asociación más cercana entre la RSE y el desempeño financiero antes de 1983, que después de 1983. También, los resultados del estudio demostraron que el DF se debe utilizar como una variable para predecir la RSE y que un beneficio importante de la responsabilidad social es la reducción en el riesgo de la empresa.

Waddock y Graves (1997) construyeron un índice de desempeño social corporativo (DSC) utilizando la base de datos de la empresa Kinder, Lydenberg, Domini (KLD) para estudiar la relación entre el desempeño financiero (DF) y el DSC. Los autores argumentaron que existe una relación simultánea o un círculo virtuoso entre DSC y DF. En la primera hipótesis sugirieron que un mejor desempeño financiero, resulta en un DSC mejorado. En la segunda hipótesis establecieron que al mejorar el DSC permite que el DF mejore. La muestra fue de 469 compañías de S&P 500 y se utilizó un análisis de regresión para probar las hipótesis. Para medir el DSC se utilizaron las variables control de tamaño, riesgo e industria. En el DF las variables control fueron el retorno sobre los activos (ROA), el retorno sobre el capital (ROE) y el retorno sobre las ventas (ROS). El estudio probó la primera hipótesis, demostrando que existe una relación significativa positiva entre el DF y el DSC. También, se encontró evidencia que el DF depende de un buen desempeño social.

McWilliams y Siegel (2000) estudiaron la correlación entre la RSE y la Investigación y Desarrollo (I+D). La hipótesis sugerida establece que existe una correlación positiva entre la I+D y el desempeño social corporativo (DSC), porque ambos pueden crear productos y procesos innovadores. Los autores establecieron que el DSC es considerado una medida de la RSE. El estudio confirmó una alta correlación entre el DSC y la I+D. Pero, al intensificar en el estudio la I+D se demostró un efecto neutral entre el DSC y la rentabilidad. Un año después, McWilliams y Siegel (2001) desarrollaron un modelo de oferta y demanda dentro de la teoría de la empresa para determinar el nivel de inversión en RSE. El estudio probó que a través de un análisis de costes – beneficio existe un nivel ideal de inversión en RSE que maximiza el beneficio y al mismo tiempo satisface la demanda de los grupos de interés. También, predijo que existe una relación neutral entre la RSE y el desempeño financiero.

Moore (2001) investigó la interrelación entre el desempeño social corporativo (DSC) y el desempeño financiero (DF) en la industria de supermercados en el Reino Unido. El DSC se evaluó con dieciséis indicadores sociales identificados de diversas

fuentes, los cuales se distribuyeron entre seis grupos de interés. Los grupos de interés fueron los empleados, consumidores, accionistas, suplidores, comunidad y medio ambiente. Además, se incluyó la declaración de la misión como una medida general. En cambio, el DF fue evaluado por el crecimiento de la facturación, rentabilidad, rendimiento del capital invertido y ganancias por acción. También, se incluyó el tamaño y edad de la empresa, como el nivel medio de endeudamiento. Se recopilaron datos del DSC y DF por un período de tres años, 1997/1998-1999/2000. También, se recopilaron datos financieros de los años 1994/1995-1996/1997 para realizar un contraste con el DSC posterior. La muestra estuvo compuesta por ocho supermercados. El estudio encontró una relación negativa entre el DSC total y el DF. Mientras, se demostró una relación positiva entre el DF de los años 1994/1995-1996/1997 y el DSC posterior al 1997. También, se reflejó una relación positiva entre la edad y el tamaño de la empresa con el DSC. Sin embargo, el nivel medio de endeudamiento demostró una débil relación negativa con el DSC.

Simpson y Kohers (2002) llevaron a cabo una investigación para medir la relación entre el desempeño social corporativo (DSC) y el desempeño financiero (DF) en la industria bancaria. El Acta de Reinversión Comunitaria (CRA) se utilizó como medida del DSC por ser multidimensional y único. El retorno sobre los activos (ROA) y la proporción de las pérdidas en los préstamos se utilizaron como medidas del DF. El estudio demostró una fuerte relación positiva entre el DSC y DF.

En cuanto a Brammer y Millington (2008), investigaron la relación entre el desempeño social corporativo (DSC) y el desempeño financiero (DF) dentro del contexto de las donaciones filantrópicas corporativas. De acuerdo con el grado de donativos se identificaron tres grupos de empresas que fueron clasificadas con un alto, bajo o normal DSC. El estudio encontró que sólo las empresas con un nivel de responsabilidad social o una tasa de donativos muy alto o muy bajo obtuvieron un DF significativamente alto. Las empresas que se diferencian con un alto grado de responsabilidad social mejoran la motivación de los empleados e incrementan la lealtad del inversionista y consumidor. En cambio, las empresas con una baja responsabilidad social conservan sus recursos

financieros para asignarlos a otros proyectos de inversión o pagarles a los accionistas sus dividendos.

Por su parte, Nelling y Webb (2009) desarrollaron una investigación longitudinal para estudiar con diferentes técnicas estadísticas la relación causal entre la RSE y el desempeño financiero (DF). La RSE se evaluó con el índice KLD Sócrates y el DF fue evaluado con el retorno sobre los activos (ROA) y el rendimiento de acciones comunes. La primera técnica fue el análisis estándar de regresión por mínimos cuadrados (OLS) demostrando que existe una relación positiva entre la RSE y el DF. El modelo de regresión de Efectos Fijos fue la segunda técnica, reflejando una débil relación. El modelo de causalidad de Granger fue la tercera técnica, demostrando una débil relación. La cuarta técnica consistió en incorporar la regresión de Efectos Fijos y el modelo de Granger al modelo de causalidad. En este análisis no se encontró causalidad entre la RSE y el DF. Por último, se examinó la relación entre el DF y los grupos de interés. Después de diferentes análisis estadísticos el estudio no encontró evidencia que la RSE afecte el DF de la empresa.

Valor y Hurtado (coord.) (2009) desarrollaron un estudio para describir las políticas de RSE llevadas a cabo por las empresas españolas en países del Sur con relación a los Objetivos del Milenio (ODM). La investigación se dividió en dos etapas, en la primera, se estudiaron documentos públicos presentados por las empresas que componen la muestra. La segunda se caracterizó por escoger las empresas con las mejores prácticas para efectuar entrevistas en profundidad. Las autoras señalaron que las empresas hablan con mayor frecuencia de filantropía y contribución a la comunidad que de desarrollo o pobreza. También, indicaron que las empresas orientadas a los ODM están impulsadas por incentivos económicos y sociales. Los incentivos económicos implican que la empresa mejora su crecimiento económico al pertenecer a índices éticos, valoran su adhesión y mejoran el ambiente en el que operan. El índice social significa que los empleados le solicitan a la empresa mayor involucramiento con los problemas de la comunidad.

El propósito principal del estudio de Choi, Kwak y Choe (2010) fue conocer la relación entre la RSE y el desempeño financiero (DF) en Corea entre los años 2002 al 2008. El índice ponderado de igualdad y el índice ponderado de los grupos de interés de Akpinar fueron los indicadores utilizados para medir la RSE. El DF lo midieron con el retorno de capital (ROE), retorno sobre los activos (ROA) y la Tasa Tobin (ITF). El estudio encontró una relación positiva y significativa entre la RSE y el DF cuando la RSE es medida por el índice ponderado de los grupos de interés. Cuando midieron la RSE con el índice ponderado de igualdad los resultados demostraron una relación insignificante. Los autores sugirieron que las empresas deben tener en cuenta el grado de prioridad de grupos específicos de interés y el aspecto de la responsabilidad social que es importante para estos grupos, porque las iniciativas sociales bien dirigidas mejoran el balance final.

Mishra y Suar (2010) estudiaron si la RSE dirigida a los grupos de interés primarios influye en el desempeño financiero (DF) y en el desempeño no financiero (DNF) de algunas empresas en la India. Los grupos de interés fueron los empleados, consumidores, inversionistas, comunidades, compañías a favor del medio ambiente y de los suplidores. La muestra estuvo compuesta de 400 compañías Indias de manufactura de las cuales solo respondieron 150 empresas. La RSE se midió para cada grupo de interés enfocando los temas sociales, éticos, legales y económicos. El retorno sobre los activos (ROA) fue el indicador utilizado para evaluar el DF. El DNF fue evaluado a través de 12 indicadores. Estos fueron la tasa de crecimiento de las ventas, la participación en el mercado, las ganancias operativas, las relaciones laborales, el flujo de caja de las operaciones, el rendimiento de la inversión, el desarrollo de nuevos productos, el desarrollo del mercado, la investigación y desarrollo (I+D), los programas de reducción de costes, el desarrollo de personal, y la salud y seguridad de los empleados. Las variables control fueron la lista de activos de la bolsa de valores, los tipos de propiedad y el tamaño de la empresa. El estudio solo encontró una correlación positiva entre las empresas que cotizan en la bolsa de valores y la RSE. El estudio demostró que las empresas que cotizan en bolsa tienen mejores prácticas de RSE y DF que las empresas que no cotizan en bolsa. Además, se encontró que una RSE favorable hacia los grupos de interés hacen a las empresas Indias más rentables.

Surroca, Tribo y Waddock (2010) elaboraron una investigación para demostrar que los recursos intangibles como la innovación, el capital humano, la reputación y la cultura, median entre el desempeño de la responsabilidad corporativa (DRC) y el desempeño financiero corporativo (DFC). Los autores propusieron la hipótesis que no hay una relación directa entre el DRC y DFC, y que existe un círculo virtuoso que une ambas mediciones de desempeño a través de los recursos intangibles. La muestra estuvo compuesta por 399 compañías de 28 países. La RSE se evaluó con la base de datos de *Sustainalytic Platform*. En esta base de datos se analizan las inversiones socialmente responsables de compañías en Europa, América del Norte y Australia. Además, provee una puntuación para cada grupo de interés. El DFC fue evaluado con la Tasa de Tobin. Además, se utilizaron diversos indicadores para evaluar los recursos intangibles. El estudio demostró que no existe una relación directa entre el DRC y DFC, pero si encontró una relación indirecta entre ambos indicadores de desempeño cuando median los recursos intangibles. Los autores argumentaron que el círculo virtuoso existe porque cuando una de las mediciones del desempeño incrementa e influye positivamente en los recursos intangibles, la otra medición o indicador del desempeño mejora.

En resumen, la revisión de literatura sobre la responsabilidad económica reflejó diversidad en la metodología, en los indicadores y en los resultados. La mayoría de los estudios analizados demostraron que existe una relación positiva entre el desempeño económico y el desempeño social corporativo. Algunos estudios utilizaron en la investigación múltiples indicadores obteniendo resultados positivos y negativos. También, se evidenció en algunos estudios una relación negativa y neutral. Las acciones que cotizan en el mercado de valores y el retorno sobre los activos fueron los indicadores más utilizados para evaluar el desempeño económico. Aproximadamente, hasta el 1984 el Índice de Reputación de Moskowitz fue el indicador más utilizado para evaluar el desempeño social. Posteriormente, a este año no se identificó un indicador social predominante. Ver Cuadro 2.2.

Cuadro 2.2.

Relación entre el Desempeño Económico y Desempeño Social.

Positiva	Negativa
Sturdivant y Ginter (1977)	Vance (1975)
Arlow y Gannon (1982)	Alexander y Buchholz (1978)
Cochran y Wood (1984)	Aupperle, Carroll y Hatfield (1985)
McGuire, Sundgren y Schneeweis (1988)	Surroca, Tribo y Waddock (2010)
Waddock y Graves (1997)	
Simpson y Kohers (2002)	
Brammer y Millington (2008),	
Mishra y Suar (2010)	
Neutral	Positiva/Negativa
McWilliams y Siegel (2000)	Moore (2001)
McWilliams y Siegel (2001)	Nelling y Webb (2009)
	Choi, Kwak y Choe, (2010)

Fuente: Elaboración propia

2.6.1.1. Hipótesis formuladas sobre la RSE Económica.

Derivado de la revisión de literatura se proponen las siguientes hipótesis:

2.6.1.1.1. RSE económica entre el comercio, la industria y las entidades financieras en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes en sus empresas:

A. H_0 : No existen diferencias significativas estadísticamente entre (1) el comercio y la industria; (2) el comercio y las entidades financieras; (3) la industria y las entidades financieras en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE económica en sus empresas.

H_a : Existen diferencias significativas estadísticamente entre (1) el comercio y la industria; (2) el comercio y las entidades financieras; (3) la industria y las entidades financieras en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE económica en sus empresas.

Cuadro 2.3.

RSE económica entre el comercio, la industria y las entidades financieras en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes en sus empresas.

1. $H_0 : C = I$	2. $H_0 : C = EF$	3. $H_0 : I = EF$
$H_a : C \neq I$	$H_a : C \neq EF$	$H_a : I \neq EF$
C = Comercio	I = Industria	EF =Entidad Financiera

2.6.1.1.2. RSE económica entre el comercio, la industria y las entidades financieras desde la perspectiva de los participantes en las empresas de Puerto Rico:

B. H_0 : No existen diferencias significativas estadísticamente entre (4) el comercio y la industria; (5) el comercio y las entidades financieras; (6) la

industria y las entidades financieras desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE económica en las empresas de Puerto Rico.

H_a : Existen diferencias significativas estadísticamente entre (4) el comercio y la industria; (5) el comercio y las entidades financieras; (6) la industria y las entidades financieras desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE económica en las empresas de Puerto Rico.

Cuadro 2.4.

RSE económica entre el comercio, la industria y las entidades financieras desde la perspectiva de los participantes en las empresas de Puerto Rico.

4. $H_0 : C = I$	5. $H_0 : C = EF$	6. $H_0 : I = EF$
$H_a : C \neq I$	$H_a : C \neq EF$	$H_a : I \neq EF$
C = Comercio	I = Industria	EF =Entidad Financiera

2.6.1.1.3. RSE económica entre las empresas pequeñas, medianas y grandes en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes en sus empresas:

C. H_0 : No existen diferencias significativas estadísticamente entre (7) las empresas pequeñas y medianas; (8) las empresas pequeñas y grandes; (9) las empresas medianas y grandes en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE económica en sus empresas.

H_a : Existen diferencias significativas estadísticamente entre (7) las empresas pequeñas y medianas; (8) las empresas pequeñas y grandes; (9) las empresas medianas y grandes en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE económica en sus empresas.

Cuadro 2.5.

RSE económica entre las empresas pequeñas, medianas y grandes en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes en sus empresas.

7. $H_0 : P = M$	8. $H_0 : P = G$	9. $H_0 : M = G$
$H_a : P \neq M$	$H_a : P \neq G$	$H_a : M \neq G$
P = Pequeña	M = Mediana	G = Grande

2.6.1.1.4. RSE económica entre las empresas pequeñas, medianas y grandes desde la perspectiva de los participantes en las empresas de Puerto Rico:

D. H_0 : No existen diferencias significativas estadísticamente entre (10) las empresas pequeñas y medianas; (11) las empresas pequeñas y grandes; (12) las empresas medianas y grandes desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE económica en las empresas de Puerto Rico.

H_a : Existen diferencias significativas estadísticamente entre (10) las empresas pequeñas y medianas; (11) las empresas pequeñas y grandes; (12) las empresas medianas y grandes desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE económica en las empresas de Puerto Rico.

Cuadro 2.6.

RSE económica entre las empresas pequeñas, medianas y grandes desde la perspectiva de los participantes en las empresas de Puerto Rico.

10. $H_0 : P = M$	11. $H_0 : P = G$	12. $H_0 : M = G$
$H_a : P \neq M$	$H_a : P \neq G$	$H_a : M \neq G$
P = Pequeña	M = Mediana	G = Grande

2.6.1.1.5. RSE económica por género desde la perspectiva de los participantes en sus empresas:

E. H_0 : No existen diferencias significativas estadísticamente (13) por género desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE económica en sus empresas.

H_a : Existen diferencias significativas estadísticamente (13) por género desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE económica en sus empresas.

Cuadro 2.7.

RSE económica por género desde la perspectiva de los participantes en sus empresas.

13. H_0 : F = M

H_a : F \neq M

F = Femenino

M = Masculino

2.6.1.1.6. RSE económica por género desde la perspectiva de los participantes en las empresas de Puerto Rico:

F. H_0 : No existen diferencias significativas estadísticamente (14) por género desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE económica en las empresas de Puerto Rico.

H_a : Existen diferencias significativas estadísticamente (14) por género desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE económica en las empresas de Puerto Rico.

Cuadro 2.8.

RSE económica por género desde la perspectiva de los participantes en las empresas de Puerto Rico.

14. $H_0 : F = M$	
$H_a : F \neq M$	
F = Femenino	M = Masculino

2.6.2. La Responsabilidad Social Empresarial Legal.

La responsabilidad legal es, de acuerdo con Carroll y Buchholtz (2009), la obligación que tienen los negocios con la sociedad de cumplir con todas las leyes y regulaciones que establecen los legisladores. Es cumplir con las leyes que protegen el medio ambiente, consumidor y empleado, como con todas las obligaciones contractuales y garantías. Aun así, señalan Carroll y Buchholtz (2009), que las leyes son inadecuadas por que no cubren todas las situaciones que los negocios enfrentan, no se enmiendan para atemperarlas a los sucesos recientes y reflejan las intenciones personales y políticas de los legisladores que las crean. Bansal (2002) también explica, que se pueden utilizar para coaccionar a las empresas para que respondan a una situación en particular.

Por otra parte, Jentz (1966) indicó que se ha incrementado la responsabilidad legal sobre el vendedor debido a las decisiones y legislaciones en el Código Uniforme de Comercio (*Uniform Commercial Code*, UCC). Especialmente cuando el comprador, su propiedad o terceras personas reciben lesiones o daños por la compra de productos defectuosos. El UCC establece en el artículo 2-313 que las garantías expresas son “cualquier afirmación de hecho o promesa hecha por el vendedor al comprador que este relacionada a los bienes y se convierta en parte de la base de negociación crea una garantía expresa que las mercancías se ajustarán a la afirmación o promesa” (p. 2). Por eso, la responsabilidad del vendedor recae en prestar mayor vigilancia en vender

productos libres de defectos, como proveerle al consumidor las debidas advertencias sobre cualquier posible daño. Así podrán evitar posibles reclamaciones legales en las cortes.

En el caso de Corrado (1975) sostiene que, la responsabilidad legal de los directivos es administrar los intereses de los accionistas. Esto con lleva seguir las leyes de forma justa, equitativa y prudente, conocer los asuntos corporativos, participar en las reuniones y oponerse a decisiones cuando lo estimen necesario, evitar conflictos de intereses y no utilizar información confidencial de la empresa para su beneficio personal. Los directivos pueden ser emplazados en las cortes para que justifiquen sus decisiones y acciones.

Christopher Stone indicó en su libro *Where the Law Ends: The Social Control of Corporate Behavior* que el sistema legal debe involucrarse cada vez más y tener impacto sobre el proceso decisional de las corporaciones con la finalidad de asegurar un mayor grado de responsabilidad corporativa (Silkenat, 1976, p. 1649).

Dalton y Cosier (1982) combinaron las dimensiones de legalidad y responsabilidad para explicar las Cuatro Caras de la Responsabilidad Social y presentar diversas estrategias que las empresas pueden asumir. Primero, la empresa al proceder de forma ilegal e irresponsable demuestra un comportamiento de alto riesgo. Segundo, la empresa con un comportamiento ilegal y responsable puede violentar en algún momento los requerimientos mínimos de ley, aunque sus operaciones se lleven a cabo de forma segura. Tercero, la empresa se comporta legal e irresponsable porque manufactura un producto dentro del marco de la ley, pero puede ser nocivo para la salud. Cuarto, la empresa actúa legal y responsablemente demostrando que es un ciudadano corporativo respetuoso de la ley, sus actuaciones exceden los parámetros requeridos por ley y están orientados hacia el voluntariado social. Las empresas en esta última estrategia pueden anticipar e influir en la reacción del público y ser más proactivo en el logro de sus objetivos.

Por otro lado, Barlett Foote (1984) manifestó que es necesario que el ambiente legal provea a los negocios de una estructura de incentivos para que maximicen positivamente sus resultados. Dentro de ese marco de incentivos las empresas deben reconocer los asuntos sociales y ejercer con responsabilidad sus actividades discrecionales.

En este sentido, Fieser (1996) señaló que el principio legal es necesario porque las leyes han establecido el marco contractual bajo el cual se realizan las operaciones de trabajo. También, argumentó que la única obligación moral de los negocios es aquella que esta contenida en la ley. Estas pueden ser guías que están relacionadas con la honestidad en los anuncios, la seguridad del producto, un lugar seguro de trabajo y la práctica justa de contratación y despido. Además, indicó que las obligaciones morales que están por encima de la ley son responsabilidades opcionales.

Por su parte, Ostas (2001) expresó que se debe hacer un llamamiento a las empresas socialmente responsables para que colaboren con las autoridades gubernamentales para mejorar las leyes y lograr rentabilidad a largo plazo. Al eludir la aplicación de las leyes las empresas solo obtendrán ganancias a corto plazo. La RSE es una función de la ley y la ley es una función de la RSE.

En cambio, Schwartz y Carroll (2003) argumentaron que existen tres clasificaciones generales para la responsabilidad legal. El cumplimiento con la ley es la primera clasificación que a su vez se subdivide en pasivo, restrictivo y oportunista. En el cumplimiento pasivo la empresa realiza sus actividades y se limita solo a cumplir con la ley. En el cumplimiento restrictivo, la ley le prohíbe a la empresa que realice ciertas actividades o la obliga a modificar sus operaciones de negocios. En cambio, en el cumplimiento oportunista la empresa busca resquicios legales o toma ventaja de la ley para realizar sus negocios. La segunda clasificación general es evitar la ley, donde las actividades de la empresa se llevan a cabo para evadir litigios laborales y civiles. Prevenir los efectos de una nueva ley o cambios en una legislación, es la tercera clasificación

general. Aquí, la empresa voluntariamente modifica sus operaciones con la finalidad de cumplir con los nuevos cambios regulatorios.

Sobczak (2004) indicó que las empresas asumen un comportamiento de carácter legal cuando éstas adoptan estrategias de responsabilidad social y las hacen públicas. Por tanto, las herramientas de responsabilidad social deben verse como mecanismos para renovar las leyes laborales y civiles.

Por otra parte, Gainet (2010) desarrolló un estudio longitudinal orientado a conocer como los diversos sistemas legales europeos influyen en la responsabilidad social y medioambiental corporativa. Este estudio demostró que el sistema legal influyó débilmente o en menor intensidad en la responsabilidad social corporativa. En cambio, la estructura del sistema legal influyó significativamente en la responsabilidad medio ambiental corporativa. De ahí que, las empresas actúan de forma medioambientalmente responsable porque existen fuertes regulaciones que garantizan ese comportamiento, pero no así en lo social.

Calderón Hernández, Álvarez Giraldo y Naranjo Valencia (2011) estudiaron la relación entre la RSE y la gestión humana con un grupo de empresas colombianas de los sectores del comercio, manufactura y servicio. El estudio demostró que las empresas cumplen con todas las regulaciones relacionadas con los trabajadores en términos de la gestión eficiente de selección, retención, desvinculación y formación de los empleados. También, se preocupan por la transparencia de la información a todos los grupos de interés y por el compromiso de mejoramiento continuo de la organización.

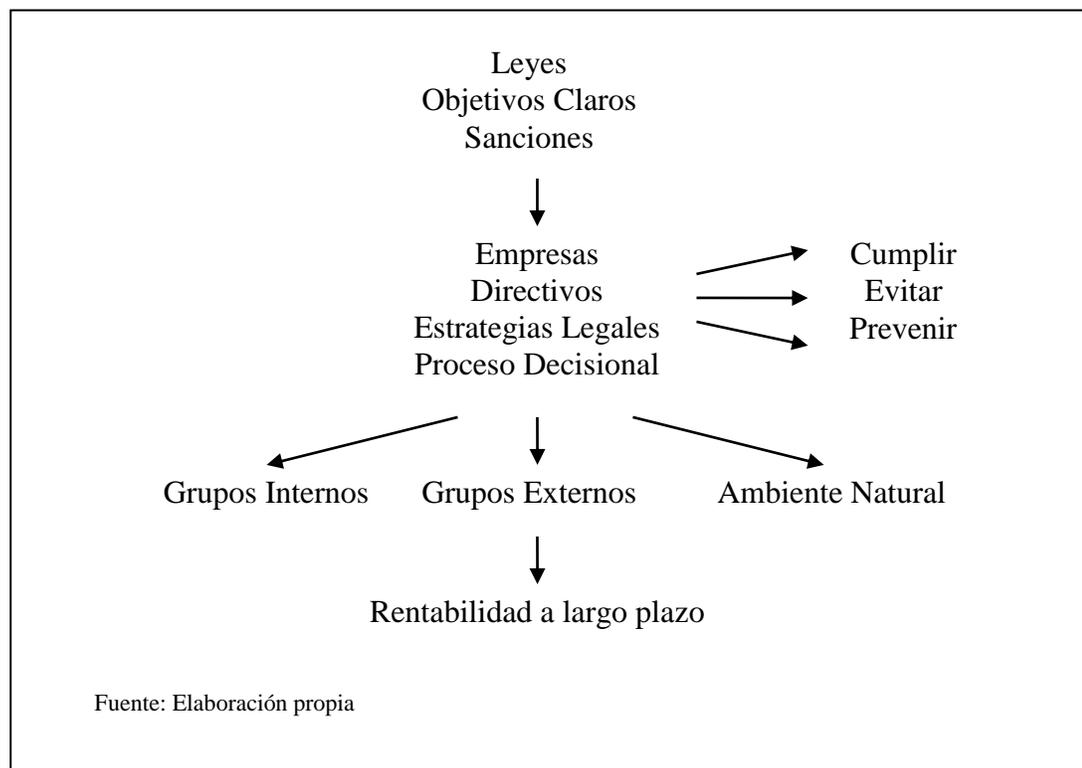
Como indicó Rinwigati Waagstein (2011), un gobierno al promulgar una ley de RSE, para que sea obligatoria y efectiva en su país debe ponderar algunos factores esenciales. La ley de RSE debe establecer claramente su objetivo como imponer sanciones por el no cumplimiento. Además, es indispensable identificar quienes serán los

beneficiarios y el titular de la obligación. La forma en que se establezca la ley de RSE debe ser eficaz, transparente, rentable y rápida.

Finalmente, Shum y Yam (2011) demostraron en su estudio que la responsabilidad legal y ética parece mediar entre la responsabilidad económica y la RSE voluntaria. Ellos argumentaron que la ética y las leyes guían la mano invisible que corrige las externalidades generadas por la RSE.

En resumen, las leyes promulgadas por los gobiernos deben ser claras en su exposición de motivos, sus objetivos y sanciones a las que se exponen las empresas por su no cumplimiento. El objetivo para la empresa es conocer las leyes en términos de su impacto y respetarlas para ser a largo plazo rentables. En la Figura 2.7. se observa la Responsabilidad Legal Empresarial.

Figura 2.7. La Responsabilidad Legal Empresarial.



2.6.2.1. Hipótesis formuladas sobre la RSE Legal.

Derivado de la revisión de literatura se proponen las siguientes hipótesis:

2.6.2.1.1. RSE legal entre el comercio, la industria y las entidades financieras en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes en sus empresas:

G. H_0 : No existen diferencias significativas estadísticamente entre (15) el comercio y la industria; (16) el comercio y las entidades financieras; (17) la industria y las entidades financieras en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE legal en sus empresas.

H_a : Existen diferencias significativas estadísticamente entre (15) el comercio y la industria; (16) el comercio y las entidades financieras; (17) la industria y las entidades financieras en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE legal en sus empresas.

Cuadro 2.9.

RSE legal entre el comercio, la industria y las entidades financieras en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes en sus empresas.

15. H_0 : C = I	16. H_0 : C = EF	17. H_0 : I = EF
H_a : C \neq I	H_a : C \neq EF	H_a : I \neq EF
C = Comercio	I = Industria	EF =Entidad Financiera

2.6.2.1.2. RSE legal entre el comercio, la industria y las entidades financieras desde la perspectiva de los participantes en las empresas de Puerto Rico:

H. H_0 : No existen diferencias significativas estadísticamente entre (18) el comercio y la industria; (19) el comercio y las entidades financieras; (20)

la industria y las entidades financieras desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE legal en las empresas de Puerto Rico.

H_a : Existen diferencias significativas estadísticamente entre (18) el comercio y la industria; (19) el comercio y las entidades financieras; (20) la industria y las entidades financieras desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE legal en las empresas de Puerto Rico.

Cuadro 2.10.

RSE legal entre el comercio, la industria y las entidades financieras desde la perspectiva de los participantes en las empresas de Puerto Rico.

18. $H_0 : C = I$	19. $H_0 : C = EF$	20. $H_0 : I = EF$
$H_a : C \neq I$	$H_a : C \neq EF$	$H_a : I \neq EF$
C = Comercio	I = Industria	EF =Entidad Financiera

2.6.2.1.3. RSE legal entre las empresas pequeñas, medianas y grandes en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes en sus empresas:

I. H_0 : No existen diferencias significativas estadísticamente entre (21) las empresas pequeñas y medianas; (22) las empresas pequeñas y grandes; (23) las empresas medianas y grandes en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE legal en sus empresas.

H_a : Existen diferencias significativas estadísticamente entre (21) las empresas pequeñas y medianas; (22) las empresas pequeñas y grandes; (23) las empresas medianas y grandes en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE legal en sus empresas.

Cuadro 2.11.

RSE legal entre las empresas pequeñas, medianas y grandes en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes en sus empresas.

21. $H_0 : P = M$	22. $H_0 : P = G$	23. $H_0 : M = G$
$H_a : P \neq M$	$H_a : P \neq G$	$H_a : M \neq G$
P = Pequeña	M = Mediana	G = Grande

2.6.2.1.4. RSE legal entre las empresas pequeñas, medianas y grandes desde la perspectiva de los participantes en las empresas de Puerto Rico:

J. H_0 : No existen diferencias significativas estadísticamente entre (24) las empresas pequeñas y medianas; (25) las empresas pequeñas y grandes; (26) las empresas medianas y grandes desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE legal en las empresas de Puerto Rico.

H_a : Existen diferencias significativas estadísticamente entre (24) las empresas pequeñas y medianas; (25) las empresas pequeñas y grandes; (26) las empresas medianas y grandes desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE legal en las empresas de Puerto Rico.

Cuadro 2.12.

RSE legal entre las empresas pequeñas, medianas y grandes desde la perspectiva de los participantes en las empresas de Puerto Rico.

24. $H_0 : P = M$	25. $H_0 : P = G$	26. $H_0 : M = G$
$H_a : P \neq M$	$H_a : P \neq G$	$H_a : M \neq G$
P = Pequeña	M = Mediana	G = Grande

2.6.2.1.5. RSE legal por género desde la perspectiva de los participantes en sus empresas:

K. H_0 : No existen diferencias significativas estadísticamente (27) por género desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE legal en sus empresas.

H_a : Existen diferencias significativas estadísticamente (27) por género desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE Legal en sus empresas.

Cuadro 2.13.

RSE legal por género desde la perspectiva de los participantes en sus empresas.

$27. H_0 : F = M$	
$H_a : F \neq M$	
F = Femenino	M = Masculino

2.6.2.1.6. RSE legal por género desde la perspectiva de los participantes en las empresas de Puerto Rico:

L. H_0 : No existen diferencias significativas estadísticamente (28) por género desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE legal en las empresas de Puerto Rico.

H_a : Existen diferencias significativas estadísticamente (28) por género desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE legal en las empresas de Puerto Rico.

Cuadro 2.14.

RSE legal por género desde la perspectiva de los participantes en las empresas de Puerto Rico.

28. $H_0 : F = M$	
$H_a : F \neq M$	
F = Femenino	M = Masculino

2.6.3. La Responsabilidad Social Empresarial Ética.

La ética, de acuerdo a Raiborn y Payne (1990) es un sistema de principios y prácticas de valor y una definición del bien y del mal. Carroll y Buchholtz (2009) la definieron como normas, estándares, valores y expectativas que reflejan lo que los consumidores, empleados, accionistas y comunidad estiman que es justo, equitativo y coherente con relación al respeto y protección de los derechos morales de los grupos de interés.

Desde el punto de vista de los negocios, Saul (1981) definió la ética de los negocios como un conjunto de valores y comportamientos que la gobiernan, que debe ser compartida no solo dentro de la comunidad empresarial, sino también dentro de la sociedad. Para Arthur (1984) comprende patrones de conducta empresarial que son aceptadas como buenas en el medio ambiente donde se aplican. Ésta se asocia con las empresas con fines de lucro, las transacciones comerciales y con las relaciones dentro y fuera de la empresa, como es el medio ambiente, el gobierno y los grupos de interés. También, envuelve los patrones de conducta en una profesión e industria. O como le expone Lewis (1985) al señalar que son reglas, normas, códigos o principios que establecen guías para un comportamiento moralmente correcto y la veracidad, en situaciones específicas.

Drucker (1981) expresó que la ética organizacional para que sea duradera y efectiva tiene que seguir los tres postulados claves de la ética confuciana. El primer postulado establece que se tiene que definir claramente las relaciones fundamentales, como son la relación entre el superior y empleado. El segundo postulado va dirigido a determinar normas generales y universales de conducta para todos por igual y el tercer postulado se enfoca en el comportamiento correcto. Una organización que desea considerarse ética debe definir el comportamiento correcto, como aquel que optimiza los beneficios de cada una de las partes para que la relación entre ambos sea mutuamente beneficiosa.

De acuerdo con Epstein (1987), la ética de los negocios, la RSE y la respuesta social de las empresas se han utilizado para analizar el desempeño social corporativo. Aunque, los tres conceptos están estrechamente relacionados en asuntos como los derechos o seguridad de los empleados en el trabajo y la calidad de los productos, también existen diferencias conceptuales. La ética de los negocios se fundamenta en los valores de los directivos, sus acciones personales y organizacionales y las consecuencias sobre los grupos sociales interesados. La RSE es lograr resultados que tengan un efecto benéfico en los grupos de interés. La respuesta social de la empresa se relaciona con los procesos que siguen los directivos para tomar decisiones con la finalidad de anticipar, responder y administrar las políticas de la empresa. El grado de énfasis moral es otra diferencia entre la ética de los negocios y la RSE. El análisis ético puede cuestionar lo que es correcto o incorrecto en el comportamiento de los negocios. A su vez, este comportamiento genera asuntos de desempeño social que puede ocasionar política social. Entonces, el grado de énfasis o relevancia moral puede variar de acuerdo a los asuntos del desempeño social corporativo. Si la ética contribuye al bienestar de la organización, entonces debe institucionalizarse dentro de la cultura organizacional.

Hosmer (1991) propuso la pirámide de la Jerarquía de las Responsabilidades para presentar diferentes niveles que surgen en la medida en que las empresas evolucionan de pequeñas y no competitivas a grandes y competitivas. En la base de la pirámide se

encuentra el nivel operacional, le sigue el funcional, técnico, conceptual y en la cima, el nivel ético. Hosmer (1991) definió el nivel ético como un “conjunto de actividades gerenciales compuestas por la distribución de beneficios y la asignación de costes impuesta por la empresa, de manera que los grupos de interés los puedan describir como ‘correctos’, ‘propios’ y ‘justos’” (p. 50). Las actividades al ser vistas por los grupos de interés como correctas, propias y justas crearán un sentido de comunidad que permitirá lograr los objetivos económicos y la competitividad. La responsabilidad de los directivos en el nivel ético es mejorar e incrementar la cooperación de todos los grupos de interés hacia la organización.

Reidenbach y Robin (1991) explicaron que una organización ética se caracteriza por aceptar ampliamente un conjunto de valores morales que estarán integrados a la cultura organizacional. Los altos directivos serán los responsables de diseñar cuidadosamente una cultura con fuertes valores morales. Estos valores van a guiar el comportamiento diario de los empleados y las decisiones se tomarán manteniendo un balance entre la ética y la rentabilidad. Las recompensas, los adiestramientos técnicos, las contrataciones, los programas mentor y los despidos deben reflejar este equilibrio.

Sharp Paine (1994) señaló que la ética organizacional debe tener un enfoque basado en la integridad que combine la responsabilidad del directivo por el comportamiento ético y el cumplimiento con las leyes. Las estrategias de integridad pueden variar en el diseño y alcance, pero todas se esfuerzan en definir las guías de valores de las organizaciones, crear un ambiente que apoye el comportamiento ético e inculcar en los empleados un sentir de compartir responsabilidades. Algunas compañías reflejan sus iniciativas de integridad a través de sus obligaciones básicas sociales como son el respeto a los derechos humanos, la honestidad, el trato justo y la obediencia a la ley. Otras los enfatizan a través de valores que son éticamente deseables pero no son obligatorios como el buen servicio al consumidor, el compromiso a la diversidad y el involucramiento en la comunidad.

Schwartz y Carroll (2003) argumentaron que la responsabilidad ética puede estar basada en uno de los siguientes tres estándares éticos generales: el convencional, el consecuencialista y el deontológico. El estándar convencional hace referencia al establecimiento de códigos formales de conductas o de ética para que las compañías puedan establecer que comportamiento es correcto e incorrecto. En el estándar consecuencialista una actividad empresarial se considera ética cuando ésta intenta producir el mayor beneficio, al menor coste posible, para la sociedad. En cambio, el estándar deontológico además de relacionarse con obligaciones y deberes, incluye valores esenciales como la confiabilidad, honestidad, integridad y lealtad; la responsabilidad y rendición de cuentas; ser cuidadoso y evitar daños innecesarios; y ser un ciudadano responsable que asiste a las comunidades y protege el medio ambiente.

Hemingway y Maclagan (2004) sugirieron que la adopción e implementación de políticas de RSE puede estar asociada con los valores personales de los directivos. Consideran que los valores personales impactan en las políticas de RSE a través del criterio individual de éstos.

Collier y Esteban (2007) indicaron que los negocios son responsables de la conducta ética de sus operaciones y de su impacto en los grupos de interés. La ética minimiza el riesgo al tomar decisiones porque esta envuelta en los procesos, objetivos y resultados. Además, debe formar parte de la cultura organizacional y estar en la mente y en el corazón de sus integrantes. También, sugirieron que los directivos responsables deben asegurarse que los empleados estén motivados y comprometidos con las prácticas de RSE para convertirlas, al igual que a la ética, en el eje central de la cultura organizacional con el fin de fomentar el bien común y la sustentabilidad.

Balmer, Fukukawa y Gray (2007) argumentaron que la identidad ética corporativa es mucho más que la personificación de una empresa. Ellos establecieron que se forma externamente, entre las partes y dentro de las comunidades de empresas e intercambios sociales. Las empresas se identifican como éticas no solo al plasmar los valores o

principios éticos en su misión o en el desarrollo de un código de ética. También, a través de conexiones sociales, apertura al dialogo con empleados, consumidores y agencias reguladoras, mayor nivel de reflexión crítica y capacidad de respuesta.

Brenkert y Beauchamp (2010) editores del *The Oxford Handbook of Business Ethics* explicaron la ética de los negocios desde dos perspectivas distintas. La primera, es la orientación filosófica que analiza los problemas morales utilizando la justicia, los derechos, las obligaciones y las virtudes personales. La segunda, es la orientación de los negocios enfocándola desde el punto de vista de las relaciones que ocurren dentro de la empresa, como son las relaciones entre el patrono y el empleado, el directivo y los trabajadores, y el supervisor y los supervisados.

Bañón Gómis, Guillén Parra y Ramos López (2011) expresaron que la ética es la que cualifica a la RSE como más o menos buena, de ahí que la empresa debe ser éticamente responsable. Primero, la empresa es ética y, luego, socialmente responsable. La RSE debe ser evaluada por su calidad ética y, luego, por el grado de respuesta hacia los grupos de interés que las empresas afectan e impactan. Los autores proponen que las empresas éticas y responsables son aquellas éticamente sanas, que cuentan con políticas y llevan a cabo actividades de RSE.

Algunos de los estudios sobre la ética han sido elaborados para medir la relación con la RSE. Arlow (1991) abordó el tema de la ética de los negocios y la RSE desde el punto de vista del estudiante, comparando estudiantes de negocios con estudiantes de otras disciplinas. Su estudio reflejó que la especialización de los programas subgraduados influyen poco en los valores éticos de los estudiantes. También, demostró que los estudiantes de negocios son más éticos que los estudiantes que no pertenecen a la especialización de negocios. Además, las estudiantes demostraron ser más éticas proponiendo que los recursos corporativos vayan dirigidos a resolver problemas sociales. De acuerdo con los resultados de su estudio, Arlow (1991) sugirió que en la ética de los estudiantes han influido más las normas socio culturales que la educación; que las

empresas deben tener un continuo involucramiento social y que a mayor cantidad de mujeres en puestos directivos mayor será el nivel ético en las empresas.

Singhapakdi, Vitell, Rallapalli y Kraft (1996) efectuaron un estudio con el propósito de desarrollar y validar la escala del Rol Percibido de la Ética y de la Responsabilidad Social (PRESOR) para lograr la efectividad organizacional. Las variables independientes fueron las actividades de responsabilidad social y las filosofías personales morales del idealismo y relativismo. Las personas que se inclinan más hacia el idealismo creen que el comportamiento correcto tiene consecuencias positivas. En cambio, las personas que le dan mayor apoyo al relativismo rechazan los principios morales universales. La responsabilidad social y la rentabilidad, las ganancias a largo plazo y las ganancias a corto plazo fueron las variables dependientes que se usaron para medir la ética y la responsabilidad social. El análisis de correlación reveló una relación positiva entre las actitudes sociales responsables y las tres variables dependientes de PRESOR. El idealismo reflejó una correlación positiva con las ganancias a largo plazo y el relativismo demostró una correlación negativa con las tres variables dependientes de PRESOR, indicando que la ética y la responsabilidad social no son importantes para el éxito organizacional.

Luego, Singhapakdi et al. (1996) llevaron a cabo un análisis de regresión múltiple, el cual demostró que las personas con altas actitudes de responsabilidad social y menos relativistas percibieron que el rol de la ética y la responsabilidad social son importantes al determinar la rentabilidad de la empresa. Las personas idealistas y con altas actitudes de responsabilidad social creen en la importancia de la ética y la responsabilidad social en las ganancias a largo plazo de la empresa. También, las personas relativistas con altas actitudes de responsabilidad social opinaron que la ética y la responsabilidad social son importantes en las ganancias de la empresa a corto plazo. Las personas con altas actitudes de responsabilidad social percibieron la importancia de la ética y la responsabilidad social en el éxito de la empresa a corto plazo.

En cambio, Teal y Carroll (1999) desarrollaron un estudio exploratorio desde la perspectiva de los empresarios para probar que usan un proceso de razonamiento cognoscitivo que refleja un nivel de desarrollo moral más alto que los directivos de nivel medio y población adulta en general. El estudio demostró que los empresarios tienen unas destrezas de razonamiento moral ligeramente más altas que los directivos de nivel medio y población adulta. Los autores sugirieron que al desarrollar futuros estudios se podrá confirmar la tendencia de los empresarios a pensar independientemente, a rechazar normas sociales que no le son de utilidad y a tener altos niveles de destrezas de razonamiento moral.

El propósito principal del estudio cualitativo de Joyner y Payne (2002) fue identificar el enlace entre el valor, la ética empresarial y la RSE. La muestra estuvo compuesta por dos empresas comerciales de construcción reconocidas socialmente responsables por otras organizaciones y comunidades en su área de operación. Las entrevistas se realizaron con preguntas semi estructuradas y se utilizó el análisis de contenido para identificar en la transcripción los tres conceptos. El estudio identificó la presencia e implementación del valor, la ética empresarial y la RSE en la administración de las dos empresas. También, se encontró una relación directa e indirecta entre el desempeño financiero y el comportamiento ético. El asignar una cantidad exacta de dinero a las actividades de responsabilidad social sería un ejemplo de una relación directa. En cambio, la relación indirecta se asocia con el lapso de tiempo entre el comportamiento responsable de la empresa y sus ganancias. Las autoras establecieron que el enlace con el desempeño financiero no se puede generalizar por el tamaño pequeño de la muestra.

Por su parte, Valentine y Fleischman (2008a) presentaron en el mismo año dos estudios. En el primero, investigaron la relación entre la RSE percibida por los empleados y los programas éticos y comprobar si éstos impactan positivamente en la satisfacción en el trabajo. En su estudio exploratorio encontraron que los programas éticos están relacionados positivamente con la RSE. También, la satisfacción en el trabajo tuvo una asociación positiva con los códigos de ética, los adiestramientos éticos y la RSE.

Además, encontraron que la RSE tiene un rol mediador positivo entre los programas de ética y la satisfacción en el trabajo. Los autores sugirieron que el código de ética, los adiestramientos éticos y las actividades de RSE le dan vigor al enfoque ético y cultural de la organización.

En el segundo estudio, Valentine y Fleischman (2008b) quisieron probar la relación entre el estándar ético profesional, la RSE y el rol percibido de la ética y de la responsabilidad social. El estudio reflejó que la RSE medió parcialmente con una relación positiva entre el estándar ético profesional y la importancia de la ética y la responsabilidad social. Los autores sugirieron que las creencias individuales sobre la ética profesional están relacionadas con la RSE y las actitudes hacia la RSE están asociadas con las ideologías que dan origen a las asociaciones profesionales. También, establecieron que los estándares éticos profesionales están vinculados con la RSE percibida y con las variables de ética y responsabilidad social. De manera más específica propusieron, que las profesiones desarrollen y promuevan estándares éticos para estimular en las empresas la responsabilidad social y mejorar las actitudes éticas de los empleados.

Vitell, Ramos y Nishihara (2010) investigaron las percepciones de los profesionales de *marketing* hacia el comportamiento ético y responsabilidad social. En el estudio se utilizaron las filosofías morales del idealismo y relativismo ético para demostrar que pueden impactar en la percepción individual con relación a un problema ético. En el idealismo ético los individuos actúan con un comportamiento moralmente ético para obtener resultados deseados y evitar las consecuencias negativas que puedan ocurrir. En cambio, en el relativismo ético los individuos son escépticos y asumen posiciones neutrales en sus juicios personales. Ellos creen que sus acciones morales dependen de la naturaleza de la situación que los rodea y que son confrontados por problemas éticos.

El estudio demostró que ambas filosofías tienen un impacto directo sobre la percepción individual con relación al comportamiento ético y responsabilidad social. El

idealismo se relaciono positivamente con los valores éticos y el relativismo fue percibido negativamente con la responsabilidad social de la empresa. Además, se encontró que las personas que actúan en una situación moralmente correcta son más receptivas hacia la responsabilidad social y ética de la empresa; que a mayor número de personas con una ética relativista, menor será el énfasis en los valores éticos de la empresa y los empleados que perciben que la empresa en la que trabajan es ética exhiben un nivel mayor de satisfacción en el empleo.

Duarte (2010) llevó a cabo un estudio exploratorio para conocer si los valores personales de cinco directivos brasileños influyeron en la cultura de RSE de la empresa en que trabajan. Los resultados del estudio demostraron que los directivos tienen un compromiso con los valores esenciales de RSE como son el respeto a las personas y al medio ambiente. También, se reflejó una relación entre los valores de la organización, los valores personales y el compromiso por parte de los empleados. El autor sugirió que los valores personales de los directivos tienen un rol en el desarrollo y mantenimiento de una cultura de RSE creando identidad, propósito y dirección a la empresa.

Godoz Díez, Fernández Gago y Martínez Campillo (2011) desarrollaron un estudio exploratorio utilizando los modelos de la Agencia-Stewardship con el fin de proponer la existencia de un perfil directivo que influye en las prácticas de RSE, así como demostrar que esta relación se ve mediada por el papel percibido de la ética y la responsabilidad social. Estos modelos establecen que el perfil directivo se puede describir en términos de una serie de factores psicológicos y situacionales. El estudio demostró que los directivos en España más próximos al modelo Stewardship (servidores), que al modelo de la Agencia (agente), asignan mayor importancia a la ética y a la responsabilidad social como a establecer prácticas de RSE en sus compañías. También, reveló que los directivos que se consideran servidores incrementarán las prácticas de RSE si las consideran fundamentales a la eficacia de la empresa.

La revisión de literatura realizada sobre la ética organizacional permitió identificar diferentes corrientes de pensamientos, como Hosmer (1991) y Reidenbach y Robin (1991), los cuales ubicaron la ética en el tope de una pirámide para explicar la evolución y comportamiento de las empresas hasta alcanzar el máximo nivel, el ético. Los estudios identificados y relacionados al tema de la ética organizacional y la RSE han demostrando en su mayoría una relación positiva entre ambos conceptos. Ver Cuadro 2.15.

Cuadro 2.15.

Diferentes Corrientes de Pensamientos y Estudios sobre la Ética Organizacional y la Responsabilidad Social Empresarial.

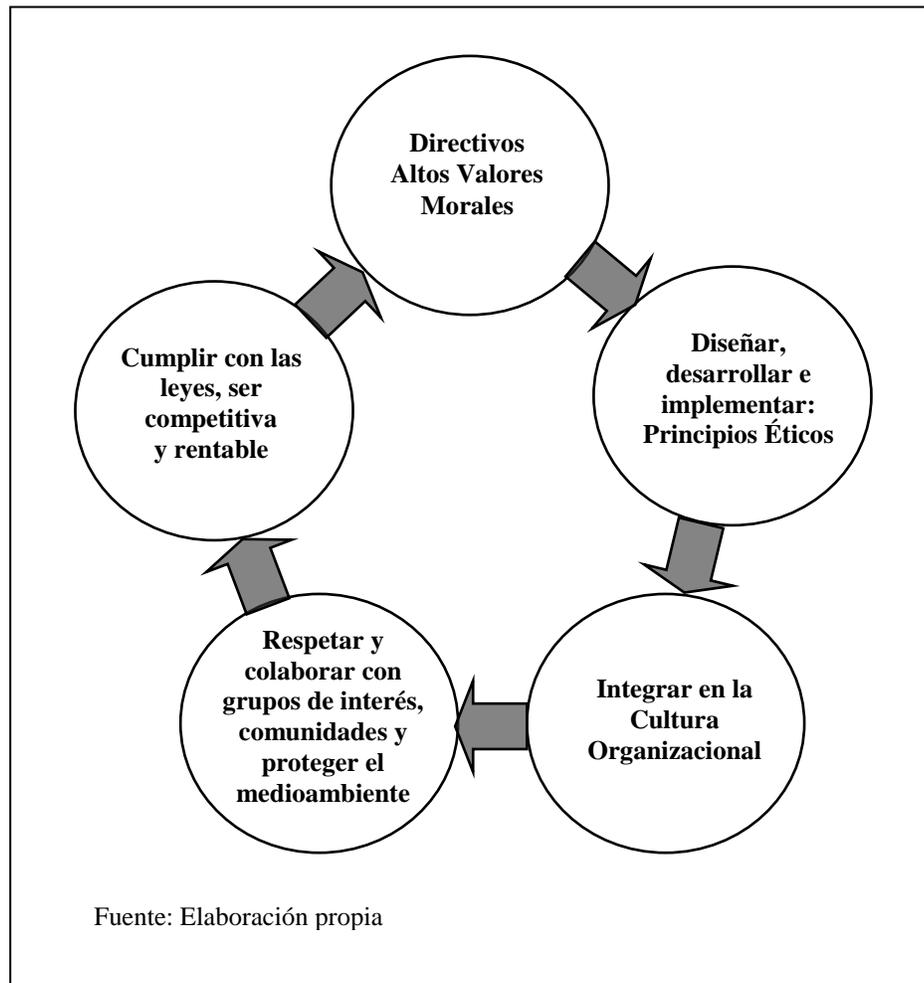
Corrientes de Pensamientos	Estudios sobre la relación positiva entre la Ética Organizacional y RSE
Drucker (1981)	Singhapakdi, Vitell, Rallapalli y Kraft (1996)
Hosmer (1991)	Joyner y Paine (2002)
Reidenbach y Robin (1991)	Valentine y Fleischman (2008a)
Sharp Paine (1994)	Valentine y Fleischman (2008b)
Schwartz y Carroll (2003)	Vitell, Ramos y Nishihara (2010)
	Duarte (2010)

Fuente: Elaboración propia

En resumen, los directivos con sus valores morales, virtudes personales y responsabilidades dirigirán sus esfuerzos hacia el diseño, desarrollo e implementación de principios éticos, códigos de conductas, normas, guías y reglas que se compartirán con los empleados, se integrarán en la conducta organizacional y servirán de fundamento para dirigir el comportamiento correcto de sus integrantes de la empresa. Estos diferentes instrumentos éticos se utilizarán para analizar las relaciones morales dentro y fuera de la empresa, respetar y colaborar con los grupos de interés, involucrarse con las comunidades y proteger el medioambiente. Además, la empresa al asumir un comportamiento ético

cumplirá con las leyes que la regulan, y como consecuencia será más competitiva y rentable. Ver Figura 2.8.

Figura 2.8. La Ética Organizacional y la RSE.



2.6.3.1. Hipótesis formuladas sobre la RSE Ética.

Derivado de la revisión de literatura se proponen las siguientes hipótesis:

2.6.3.1.1. RSE ética entre el comercio, la industria y las entidades financieras en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes en sus empresas:

M. H_0 : No existen diferencias significativas estadísticamente entre (29) el comercio y la industria; (30) el comercio y las entidades financieras; (31) la industria y las entidades financieras en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE ética en sus empresas.

H_a : Existen diferencias significativas estadísticamente entre (29) el comercio y la industria; (30) el comercio y las entidades financieras; (31) la industria y las entidades financieras en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE ética en sus empresas.

Cuadro 2.16.

RSE ética entre el comercio, la industria y las entidades financieras en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes en sus empresas.

29. $H_0 : C = I$	30. $H_0 : C = EF$	31. $H_0 : I = EF$
$H_a : C \neq I$	$H_a : C \neq EF$	$H_a : I \neq EF$
C = Comercio	I = Industria	EF =Entidad Financiera

2.6.3.1.2. RSE ética entre el comercio, la industria y las entidades financieras desde la perspectiva de los participantes en las empresas de Puerto Rico:

N. H_0 : No existen diferencias significativas estadísticamente entre (32) el comercio y la industria; (33) el comercio y las entidades financieras; (34) la industria y las entidades financieras; desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE ética en las empresas de Puerto Rico.

H_a : Existen diferencias significativas estadísticamente entre (32) el comercio y la industria; (33) el comercio y las entidades financieras; (34) la industria y las entidades financieras; desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE ética en las empresas de Puerto Rico.

Cuadro 2.17.

RSE ética entre el comercio, la industria y las entidades financieras desde la perspectiva de los participantes en las empresas de Puerto Rico.

32. $H_0 : C = I$	33. $H_0 : C = EF$	34. $H_0 : I = EF$
$H_a : C \neq I$	$H_a : C \neq EF$	$H_a : I \neq EF$
C = Comercio	I = Industria	EF =Entidad Financiera

2.6.3.1.3. RSE ética entre las empresas pequeñas, medianas y grandes en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes en sus empresas:

O. H_0 : No existen diferencias significativas estadísticamente entre (35) las empresas pequeñas y medianas; (36) las empresas pequeñas y grandes; (37) las empresas medianas y grandes en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE ética en sus empresas.

H_a : Existen diferencias significativas estadísticamente entre (35) las empresas pequeñas y medianas; (36) las empresas pequeñas y grandes; (37) las empresas medianas y grandes en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE ética en sus empresas.

Cuadro 2.18.

RSE ética entre las empresas pequeñas, medianas y grandes en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes en sus empresas.

35. $H_0 : P = M$	36. $H_0 : P = G$	37. $H_0 : M = G$
$H_a : P \neq M$	$H_a : P \neq G$	$H_a : M \neq G$
P = Pequeña	M = Mediana	G = Grande

2.6.3.1.4. RSE ética entre las empresas pequeñas, medianas y grandes desde la perspectiva de los participantes en las empresas de Puerto Rico:

P. H_0 : No existen diferencias significativas estadísticamente entre (38) las empresas pequeñas y medianas; (39) las empresas pequeñas y grandes; (40) las empresas medianas y grandes desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE ética en las empresas de Puerto Rico.

H_a : Existen diferencias significativas estadísticamente entre (38) las empresas pequeñas y medianas; (39) las empresas pequeñas y grandes; (40) las empresas medianas y grandes desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE ética en las empresas de Puerto Rico.

Cuadro 2.19.

RSE ética entre las empresas pequeñas, medianas y grandes desde la perspectiva de los participantes en las empresas de Puerto Rico.

38. $H_0 : P = M$	39. $H_0 : P = G$	40. $H_0 : M = G$
$H_a : P \neq M$	$H_a : P \neq G$	$H_a : M \neq G$
P = Pequeña	M = Mediana	G = Grande

2.6.3.1.5. RSE ética por género desde la perspectiva de los participantes en sus empresas:

Q. H_0 : No existen diferencias significativas estadísticamente (41) por género desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE ética en sus empresas.

H_a : Existen diferencias significativas estadísticamente (41) por género desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE ética en sus empresas.

Cuadro 2.20.

RSE ética por género desde la perspectiva de los participantes en sus empresas.

41. H_0 : F = M	
H_a : F \neq M	
F = Femenino	M = Masculino

2.6.3.1.6. RSE ética por género desde la perspectiva de los participantes en las empresas de Puerto Rico:

R. H_0 : No existen diferencias significativas estadísticamente (42) por género desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE ética en las empresas de Puerto Rico.

H_a : Existen diferencias significativas estadísticamente (42) por género desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE ética en las empresas de Puerto Rico.

Cuadro 2.21.

RSE ética por género desde la perspectiva de los participantes en las empresas de Puerto Rico.

42. H_0 : F = M	
H_a : F \neq M	
F = Femenino	M = Masculino

2.6.4. La Responsabilidad Social Empresarial en el Comercio, la Industria y las Entidades Financieras.

2.6.4.1. La Responsabilidad Social Empresarial en el Comercio.

La literatura relacionada con el Comercio y la RSE gira en torno a los beneficios que reciben las empresas, las áreas de trabajo que pueden impactar, el punto de vista del consumidor y las prácticas irresponsables. Entre los estudios encontrados, podemos mencionar el de Dornoff y Tankersley (1975), los cuales realizaron una investigación comparativa para conocer las decisiones de un grupo de detallistas sobre diferentes situaciones de conflictos con los consumidores en el proceso de compra. El estudio demostró que los negocios al detal estaban más preocupados por aumentar las ganancias que su papel como entidad socialmente responsable. Por tanto, no incorporaron la responsabilidad social en sus planes operacionales ni en sus actividades diarias.

Hunt y Burnett (1982) argumentaron que la educación es la herramienta clave para que los detallistas resuelvan las dudas que tienen los consumidores sobre las prácticas de responsabilidad social. De no aclarar las inquietudes, entonces el gobierno u otras organizaciones tendrían que asumir la responsabilidad por el bienestar del consumidor. Los detallistas tienen que definir claramente su responsabilidad social y comunicar que su única responsabilidad es ser el agente de compra de la sociedad y no los usurpadores de los derechos de los consumidores.

En cambio, Piacentini, MacFadyen y Eadie (2000) manifestaron que los detallistas proactivos reconocen el beneficio de ser socialmente responsables, aunque no actúen por razones filantrópicas. La primera motivación para actuar socialmente responsable es la presión de los consumidores. Para los grandes supermercados es importante estar orientados al consumidor, asegurar su satisfacción y presentar una imagen que refleje ese comportamiento. El segundo motivo es la rentabilidad. Las estrategias de ubicar los productos de confitería cerca de las zonas de salida y sin dirigirlos directamente hacia los

niños persiguen generar un volumen de venta a corto plazo, incrementar las ganancias a largo plazo y obtener ventajas competitivas.

Jones, Wynn, Confort y Hillier (2007), por otro lado, analizaron los reportes publicados en la Internet sobre las actividades de RSE desarrollados por un grupo de detallistas líderes en el Reino Unido. En términos de prioridad, prefieren trabajar el medioambiente, seguido del mercado, los temas comunitarios y, por último, el lugar de trabajo. Los investigadores concluyeron que dichas empresas integran la RSE en la esencia del negocio porque les provee crecimiento y seguridad financiera a todos los grupos de interés, así como ayuda a engrandecer la posición y la reputación de la empresa en el mercado.

Para Gupta y Pirsch (2008), los programas de RSE influyen significativamente en la percepción del consumidor con respecto a la imagen de los detallistas. Los investigadores argumentaron que los consumidores compran en negocios que mantienen sus productos actualizados y promueven actividades de RSE, experimentando altos niveles de satisfacción y lealtad hacia las tiendas al detal.

En un estudio llevado a cabo por Wagner, Bicen y Hall (2008) identificaron actividades de irresponsabilidad social corporativa en los detallistas. Estas actividades irresponsables fueron agrupadas en tres áreas. La primera, es no cumplir con las normas formales de la sociedad, donde los detallistas ignoran las leyes y pagan sobornos; discriminan en el empleo; tienen pobres condiciones de trabajo; son deshonestos en la publicidad; los vendedores realizan afirmaciones falsas para cerrar la venta y usan políticas de precios desleales. La segunda clasificación son las preocupaciones éticas que son señaladas constantemente por los medios de comunicación y por los grupos activistas de consumidores. Aquí las empresas no protegen el medio ambiente; pagan salarios bajos; ofrecen beneficios limitados de salud; subcontratan trabajadores extranjeros; utilizan técnicas que llevan a la competencia a la quiebra y a despedir su fuerza laboral. La tercera, es la responsabilidad del consumidor, como, por ejemplo, no patrocinar comercios que venden mercancía con imágenes de índole sexual; que sean agresivos en

los precios de venta; que vendan productos de países extranjeros y no apoyen la economía local.

Hu y Fátima Wang (2009) demostraron que los directivos líderes de las cadenas de tiendas en Taiwán desarrollaban actividades de RSE extremadamente bien hasta convertirlas en un recurso indispensable en la compañía. Sin embargo, no las percibían altamente importantes con relación a otras funciones gerenciales. En este sentido, señalaron que la ejecución de la RSE esta asociada con los altos directivos de la compañía y es el Presidente la persona clave en comunicar la RSE de su empresa.

Por su parte, Robinson (2009) señaló que los detallistas de alimentos podrían utilizar su poder de compra para poner de manifiesto la diferencia entre las diferentes cadenas de suministros y de este modo, influir en la vida de los trabajadores de los países en desarrollo. Sin embargo, se constató que lo único que movía a estos negocios son las ganancias.

En cambio, Sousa Filho y Farache (2011) argumentaron que las estrategias corporativas de responsabilidad social generan beneficios y proveen ventajas competitivas al sector de los supermercados en Brasil. El estudio demostró que estas compañías obtuvieron varios beneficios, así como, consiguieron retener y motivar a los empleados, engrandecer la imagen y la reputación de la marca, aumentar el valor de la empresa, obtener un alto desempeño económico y medioambiental, crear proyectos innovadores y eficientes y mejorar la gobernanza empresarial.

Elg y Hultman (2011) desarrollaron un estudio exploratorio para identificar las mejores prácticas de RSE que los detallistas suecos realizaron para asegurar la sustentabilidad social y medioambiental en las relaciones con los proveedores internacionales. Además, estudiaron la asociación entre las características de las empresas y las prácticas de RSE de los detallistas en la cadena de suministros. El estudio demostró que las dos principales actividades de RSE de los detallistas fueron las visitas a los proveedores y el requerimiento del cumplimiento del código de conducta con el

propósito de asegurar la sustentabilidad social y medioambiental en las relaciones comerciales. También, se demostró una fuerte asociación positiva entre el tipo de sector al que pertenecen los detallistas y el comportamiento de RSE. En cambio, el tamaño de la empresa resultó ser una variable más débil que el sector al que pertenecen y la experiencia en las compras internacionales no tuvo ningún impacto en las actividades de RSE llevadas a cabo por los detallistas.

Por su parte, Fuzi, Desa, Hibadullah, Zamri y Habidin (2012) encontraron que existe una relación positiva entre el desempeño social y medioambiental del sector automotriz en Malasia con las diferentes actividades de RSE, tales como el involucramiento del empleado, la orientación al consumidor, la protección del medioambiente, la gobernanza empresarial, la comunidad y la sociedad y los derechos humanos.

Tal y como indican Morrison y Humlen (2013), los detallistas cuando adoptan un comportamiento más humano y socialmente responsable construyen relaciones con las personas, las comunidades y pueden generar lealtad en tiempos económicos difíciles.

En cambio, Lienbacher, Holweg, Rychly y Schnedlitz (2013) realizaron un estudio exploratorio para medir la importancia de la RSE en los detallistas de alimentos, desde la perspectiva de un grupo de consumidores. El estudio demostró que los consumidores dan poca importancia a la RSE cuando toman decisiones de compra. En cambio, le dan mayor valor cuando los negocios al detal no actúan de modo socialmente responsable, así como mentir, utilizar niños para realizar el trabajo, tener pobres condiciones de trabajo para los empleados y no poseer abastecimiento de alimentos locales.

Kim, Ha y Fong (2014) afirmaron que los consumidores cuando perciben que los detallistas incorporan las normas sociales comunitarias, a través de sus actividades de RSE, obtienen legitimidad y apoyo financiero de los miembros de la comunidad. Los investigadores sugieren que las inversiones del consumidor en el capital social comunitario modera la relación entre la RSE percibida y la legitimidad hacia los detallistas.

Swimberghe y Wooldridge (2014) estudiaron en los restaurantes de comida de servicio rápido, la relación entre la calidad de los alimentos, el servicio, el medioambiente y la RSE con la satisfacción, confianza e identificación hacia la empresa, desde la perspectiva de los consumidores. El estudio reveló que no existe una asociación positiva entre los programas de RSE y la satisfacción del consumidor. En cambio, se encontró que las iniciativas en RSE influyen directamente en la confianza y en la identificación del consumidor con la compañía. Los autores concluyeron que los restaurantes de comida de servicio rápido participan estratégicamente en actividades de RSE para engrandecer a largo plazo las relaciones de calidad.

En un estudio reciente llevado a cabo por Ailawadi, Neslin, Luan y Ayala Taylor (2014) analizaron el efecto de las actividades de RSE, como son el respeto al medioambiente, el apoyo comunitario, la venta de productos producidos localmente y el trabajo justo a los empleados con el comportamiento de lealtad del consumidor hacia los detallistas de alimentos. El estudio demostró que las dos principales actividades de RSE que están relacionadas con la lealtad del consumidor son la venta de productos producidos localmente y la equidad hacia el empleado. Los autores concluyeron que estas dos actividades de RSE están asociadas positivamente con la experiencia de compra del consumidor en las tiendas de alimentos.

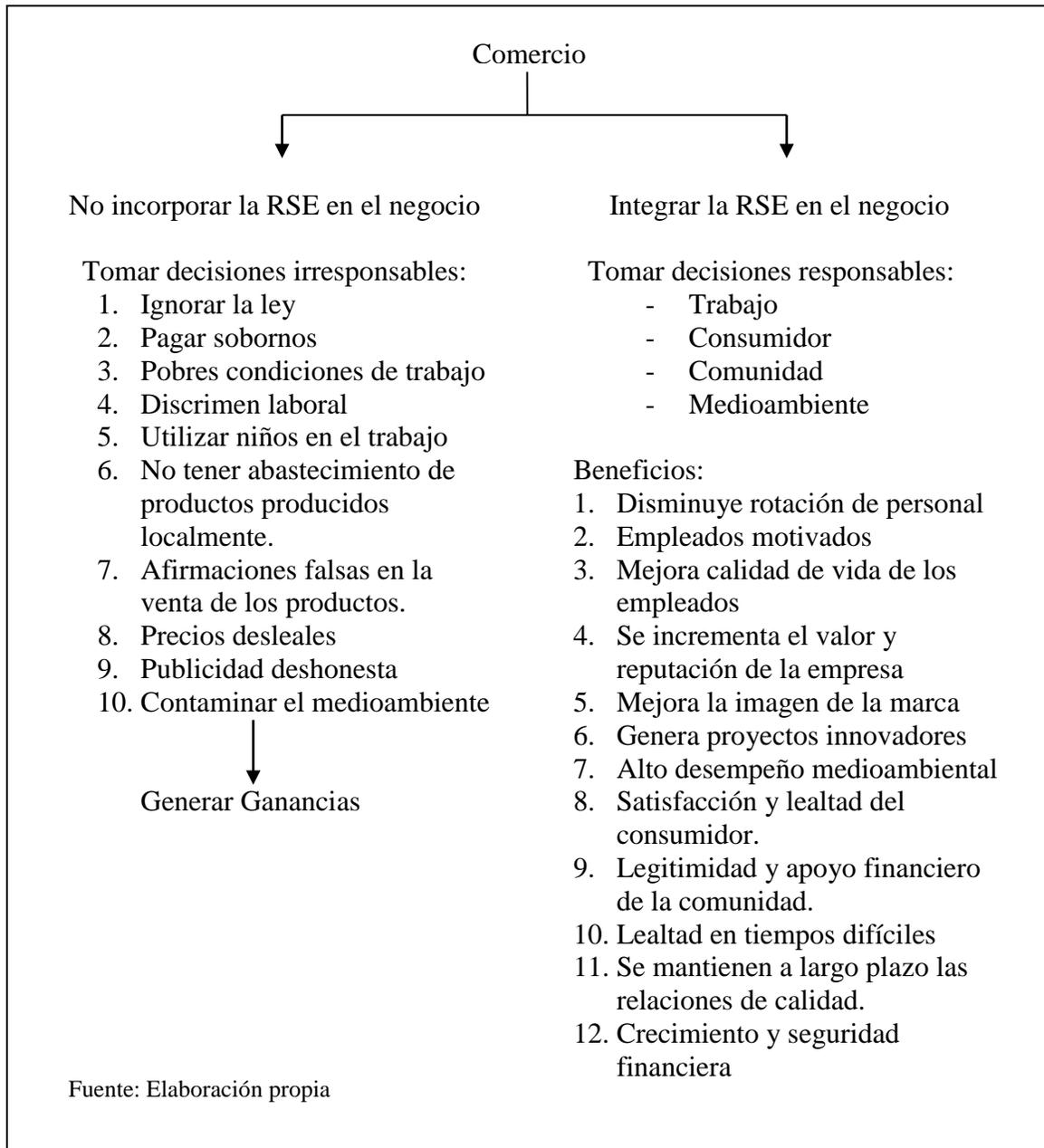
En este sentido, Azizi, Saaghi y Yaghoobi Sardo (2014) investigaron la relación entre las diversas variables de la RSE, como son las prácticas laborales, el desempeño medioambiental, el desarrollo comunitario, el precio percibido, la calidad percibida y la relación de ventas con la satisfacción del consumidor en la industria de automóviles en la ciudad de Shiraz. El estudio demostró que estas dimensiones de RSE tienen un impacto positivo en la satisfacción del consumidor.

Por su parte, Loussaief, Cacho Elizondo, Pettersen y Tobiassen (2014) realizaron una investigación para analizar la opinión de los jóvenes consumidores sobre las actividades de RSE de los detallistas de alimentos en Francia y Noruega y como estas acciones afectan la imagen de la marca, las asociaciones de la marca y las relaciones entre

el consumidor y el detallista. El estudio reveló que los jóvenes consumidores tienen problemas en asociar a los detallistas de alimentos con la RSE y ponen en duda el compromiso de los detallistas hacia las actividades de RSE. Más aún, dio como resultado que los jóvenes franceses tienen una fuerte asociación de marca versus los jóvenes noruegos. Los investigadores concluyeron que el compromiso hacia la RSE de los detallistas en ambos países tiene un efecto positivo en la imagen de la marca. Además, los productos relacionados con la RSE son percibidos con precios altos alejando a los consumidores que tienen ingresos bajos.

En resumen, en el comercio los altos ejecutivos de acuerdo a sus creencias y valores personales tomarán la mejor elección para que las empresas que dirigen sean rentables. Estos directivos tienen dos caminos a escoger para que sus empresas cumplan económicamente con las expectativas de los inversores. Uno de estos dos caminos es no incorporar la RSE en sus operaciones y actuar irresponsablemente al tomar decisiones para generar ganancias. El segundo camino que puede seleccionar es integrar la responsabilidad social al negocio en áreas de interés para obtener una variedad de beneficios. En la Figura 2.9. se presenta la disyuntiva de los directivos en el comercio.

Figura 2.9. La disyuntiva de los directivos en el comercio.



2.6.4.2. La Responsabilidad Social Empresarial en la Industria.

El tema de la RSE en la Industria ha sido estudiado desde diversos enfoques abarcando temas como la seguridad del empleado, la transparencia, la publicación de programas de RSE en la Web, las actividades hacia la comunidad y grupos de interés, la protección del medioambiente, el valor y el riesgo económico para la empresa.

Entre los estudios encontrados podemos mencionar a Moneva Abadía y Llena Macarulla (1996) quienes estudiaron los informes anuales publicados en el año 1992 para conocer el nivel de compromiso social de cuarenta y siete empresas industriales que cotizaron en el mercado de la Bolsa de Madrid. Inclusive, determinar si existían argumentos económicos o sectoriales que impulsaron a las empresas a publicar información social. Igualmente, contrastar la relación entre la rentabilidad económica de la compañía y el sector económico regulado al que pertenecían con la publicación de los informes sociales. El estudio encontró que las empresas comunicaron voluntariamente sus actividades sociales. Todas las compañías presentaron datos relativos al personal para cumplir con el Plan General de Contabilidad (PGC). La información que se publicó fue escasa sobre la labor social, las actividades benéficas y el tema medioambiental. Inclusive, el estudio demostró que la rentabilidad de capital, el flujo de efectivo por acción y si la empresa pertenece o no a un sector regulado, no influyó en el comportamiento social de las empresas españolas en sus informes anuales.

En un estudio llevado a cabo por Bichta (2003) se demostró que existen unos factores internos y externos que afectan la naturaleza y el nivel de responsabilidad social con relación al desempeño medioambiental en el sector industrial en Grecia. Los factores internos, en términos de importancia son: incrementar las ganancias, la cultura organizacional, el punto de vista ético de los directivos, los empleados y la comunidad. En cuanto a los factores externos se encuentran la legislación gubernamental, los avances tecnológicos, el tipo de propiedad, una cultura nacional de respeto al medioambiente, las operaciones del sector industrial y la manufactura de los productos. Las inversiones en el control del medio ambiente, las intervenciones del gobierno y la presión de los grupos de

interés son tres factores adicionales que impactan las operaciones del sector industrial con respecto al desempeño medioambiental. El investigador manifestó que el sector industrial está muy lejos de proteger el medio ambiente y que el conjunto de factores internos y externos ayudan a mantener un balance entre las ganancias y el desempeño medioambiental.

Hirschhorn (2004) analizó el programa de RSE de la compañía Philip Morris presentado en su página electrónica y encontró que la empresa utilizó la RSE para ser responsable ante los inversores y atraer al fumador adulto.

Por otro lado, Leisinger (2005) argumentó que la primera y principal responsabilidad de cualquier farmacéutica es mantenerse informado del impacto que generan sobre las necesidades de la sociedad, así como ser sensibles a las demandas de los grupos de interés. Además, clasificó la responsabilidad social de la industria farmacéutica en lo que deben, deberían y pueden hacer. Las empresas farmacéuticas deben producir modernos medicamentos y nuevas soluciones tecnológicas; utilizar las ganancias para retener a los empleados productivos; pagar un salario justo y beneficios sociales y contribuir a las pensiones. Además, deberían pagar a los empleados salarios que les permitan vivir dignamente; proteger el medio ambiente; seguir los principios del Pacto Mundial y realizar donaciones en situaciones de emergencias.

Las farmacéuticas pueden proveer alimentos gratis a empleados que trabajen en subsidiarias que estén localizadas en países pobres; establecer escuelas de cuidado para empleados jefes de familias; ofrecer capacitación gratis de acuerdo con las facilidades de la empresa; crear programas escolares para los hijos de los empleados con ingresos bajos; ofrecer gratuitamente o con subsidio las facilidades para el diagnóstico, tratamiento y cuidados psicológico de empleados con el virus de la inmunodeficiencia humana y el síndrome de inmunodeficiencia adquirida (IVH/SIDA) u otra enfermedad perniciosa. El autor sugirió que las farmacéuticas tienen que definir su responsabilidad social de una manera integral para ser parte de soluciones sustentables y convertirse en un buen ciudadano corporativo.

Moreno y Capriotti (2006) estudiaron como las principales industrias en la Bolsa española presentan sus comunicaciones de responsabilidad social empresarial, ciudadanía corporativa y desarrollo sostenible (RSE/CC/DS) en la Web corporativa. Del estudio se desprende que las principales compañías del Índice Bursátil Español (IBEX 35) difunden en un 100 por ciento su comportamiento responsable a través de la Web. Las compañías proveen mayor información sobre los temas de acción social, acción medio ambiental y gobierno corporativo que sobre los temas de acción económica. Las personas interesadas en obtener información tienen que navegar a través de diferentes secciones en la página electrónica para tener una visión completa de todos los asuntos de RSE/CC/DS. Las compañías presentan la comunicación en una sola dirección para que sea vista y no estimulan la interacción con el público.

Lee (2007) examinó la relación entre las estrategias de respuesta social corporativa y los grupos de interés en la industria de productos electrónicos en Corea. El estudio encontró que la mayoría de los directivos entendían la importancia de administrar a los grupos de interés. Los directivos, de acuerdo con su compromiso con los grupos de interés, los identificaban y les daban prioridad con relación a la RSE. El autor estableció que la RSE es un enfoque gerencial que se utiliza para manejar a los grupos de interés y que el nivel de respuesta social va a depender de satisfacer sus necesidades.

Capriotti (2007) elaboró un estudio con el objetivo de comprobar el nivel de visibilidad mediática o la existencia de una fuerte presencia en los medios de comunicación de las industrias que cotizan en el Índice Selectivo de la Bolsa de Madrid. También, conocer si esta fuerte presencia se debía a cuestiones económicas y/o sociales. El estudio encontró que la visibilidad mediática no contribuyó a expandir la reputación corporativa de las empresas en la opinión pública. La información publicada en la prensa presentó a las compañías como organismos económicos que no se preocupan mucho por el aspecto social. El papel de la responsabilidad social de las empresas del IBEX 35 no se reflejó en la información que se suministró a los medios de comunicación.

Por su parte, Nussbaum (2009) analizó varios estudios de casos sobre la RSE en la industria farmacéutica e identificó las diferentes maneras de cómo estas compañías entienden y llevan a cabo las actividades de RSE. Las prácticas de RSE identificadas fueron la transparencia, los diálogos con los grupos de interés interno y externo, los valores de la empresa plasmados en el Credo o en la Visión, la participación de los empleados, las alianzas estratégicas y la proactividad en la autorregulación. El autor argumentó que las actuaciones eficientes en la RSE conlleva una inversión de tiempo y dinero, el cual debe ser apoyado por un código de ética o por prácticas administrativas socialmente responsables.

Es más, Lee y Kohler (2010) argumentaron que la clave para mejorar el desempeño de la RSE en las farmacéuticas estriba en comparar las mejores prácticas de RSE y crear competencias entre las empresas. La transparencia es indispensable en este proceso porque les revela a los inversores socialmente responsables las deficiencias de la industria farmacéutica. Estos inversores evalúan y seleccionan empresas sostenibles con las mejores prácticas en RSE.

Varma, Jain y Varma (2010) investigaron la implementación de la RSE en las empresas del sector eléctrico en India. El estudio demostró que los directivos en Recursos Humanos (RH) esperan que el profesional en RSE sea competente en el cambio climático, en los asuntos verdes y en la eficiencia energética. Estos prefieren contratar personal que comprenda la RSE y el medio ambiente de la empresa.

Niehoff, Yang, Hsu y Sheu (2011) desarrollaron un estudio exploratorio para conocer si las prácticas de manufactura socialmente responsables están relacionadas con los indicadores de desempeño y competitividad en la manufactura. Los autores establecen que la manufactura socialmente responsable está relacionada a la prevención de la contaminación, la reducción de los desperdicios sólidos, el reciclaje de materiales, la salud y seguridad del empleado. En el caso de los indicadores de desempeño y competitividad en la manufactura los autores los vinculan con el coste, la calidad, la entrega, la variedad del producto y el desarrollo de nuevos productos. El estudio

demonstró que las prácticas de manufactura socialmente responsables están asociadas positivamente con dos medidas de ejecución corporativas: la calidad en los productos y la rapidez en la entrega de las órdenes.

Por otra parte, Verboven (2011) argumentó que la industria de productos químicos se caracteriza por producir y vender la materia prima a otras compañías que la utilizan para elaborar el producto terminado. Esta actividad comercial entre empresas limita a la industria de productos químicos a tener contacto directo con el público en general. Por esta razón construyen cuidadosamente una imagen corporativa de RSE para hacer frente a las crisis que pueda afectar su reputación. Las compañías de productos químicos están implementando estrategias de comunicación en RSE para informar a los accionistas y a los grupos de interés la creación de sus valores utilizando el eslogan de la misión de la empresa. Además, contribuyen a la filantropía en las comunidades cercanas a sus instalaciones para mejorar su reputación con los residentes locales y desalentar protestas ambientales. Los reportes y las actividades en RSE son un esfuerzo estratégico de las industrias de productos químicos para mantener a largo plazo sus licencias para operar.

Pled e Iatridis (2012) utilizaron el estándar *Global Reporting Initiative* (GRI) para examinar la asociación entre el grado de RSE y la calidad de los reportes divulgados en RSE por las industrias sensitivas al medio ambiente en los Estados Unidos de América. Algunas de las empresas participantes en el estudio producen alimentos, bebidas, tabaco y productos químicos. El estudio demostró que las industrias sensitivas al medio ambiente con productos dañinos a la salud del ser humano, con una alta visibilidad al consumidor y con una intensa competencia tienen un alto grado de RSE son más propensos a informar elevadas calificaciones en RSE. Estas empresas buscan divulgar información de RSE de alta calidad, reducir la incertidumbre y mejorar la percepción de los inversores.

En un estudio llevado a cabo por Charpavang (2012) se analizó la relación entre la orientación al mercado, la RSE y el desempeño del *marketing* en las empresas de manufactura en Tailandia. La investigación reveló que la orientación al mercado tiene un efecto positivo sobre la RSE. A su vez, la RSE impacta positivamente el desempeño del

marketing, lo cual se traduce en lealtad del consumidor y en beneficio financiero hacia las empresas de manufactura.

Jo y Na (2012) estudiaron la relación entre la RSE y el riesgo de la empresa en el sector de las industrias controversiales. El estudio reveló una asociación negativa entre el riesgo empresarial y el compromiso de RSE de algunas empresas controversiales, tales como el tabaco y el alcohol. Los autores sugirieron que las empresas controversiales participen y se comprometen con programas de RSE para reducir el riesgo económico y mejorar la imagen corporativa.

En este sentido, Cai, Jo y Pan (2012) investigaron la asociación entre el compromiso de RSE y el valor de las empresas controversiales. Algunas de las compañías participantes forman parte del sector del tabaco, el alcohol y la biotecnología. El estudio demostró que existe una asociación positiva entre el compromiso con la RSE y las variables que le dan mayor valor a la empresa, como la inversión en la investigación y desarrollo, el alto crecimiento en ventas y la rentabilidad sobre activos totales (ROA). Los directivos de empresas controversiales actúan moralmente o estratégicamente al comprometerse con actividades de RSE que mejoran el valor de la empresa aunque sus productos sean nocivos al ser humano, al medio ambiente y a la sociedad.

Asimismo, Lindorff, Prior Jonson y McGuire (2012) argumentaron que las empresas reguladas que se encuentran en el sector de las industrias controversiales, como el alcohol y el tabaco, pueden contribuir con la sociedad al resolver problemas sociales específicos. Al colaborar con la sociedad minimizan el daño que pueden ocasionar las industrias que no están reguladas. Además, el desarrollo de actividades socialmente responsables deberán ir de acuerdo a sus estrategias corporativas. Entonces, se verán ejerciendo la RSE cuando sus beneficios sociales sean mayores que sus costes sociales.

Jones, Hillier y Comfort (2013) realizaron un estudio exploratorio sobre los reportes de RSE publicados por las principales industrias de manufactura de licores del mundo. Estas compañías en sus reportes de RSE enfatizan en cuatro áreas temáticas.

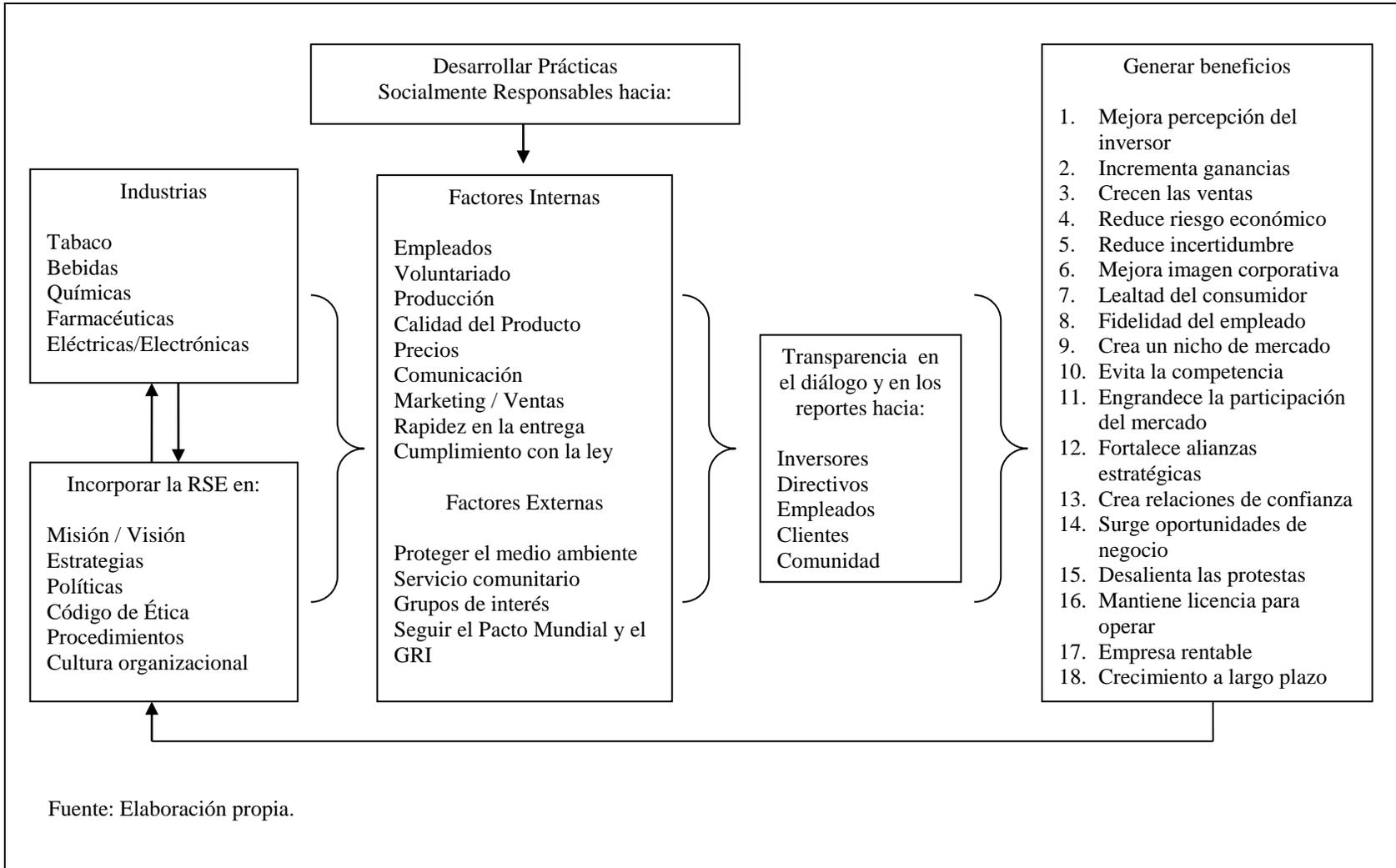
Primero, las empresas afirman que integran la RSE en las actividades esenciales del negocio. Segundo, la información que reportan sobre RSE la clasifican en mercado, comunidad, medioambiente y lugar de trabajo. Tercero, presentan los reportes de manera positiva sobre la contribución hacia la sociedad, economía y medioambiente. Cuarto, utilizan estándares externos como el Pacto Mundial de las Naciones Unidas y el *Global Reporting Initiative* (GRI) para elaborar y evaluar sus logros en los informes sobre RSE. Jones et al. (2013) sugirieron que los productores de bebidas alcohólicas incorporan la RSE en sus empresas para lograr crecimiento a largo plazo, incrementar la participación del mercado y su reputación.

Bruyaka, Zeitzmann, Chalamon, Wokutch y Thakur (2013) utilizaron el modelo creado por Schwartz y Carroll en el 2003, Responsabilidad Social Corporativa: El Enfoque de Tres Dominios, para conocer si las compañías biofarmacéuticas en Estados Unidos y en la Unión Europea consideran el desarrollo de medicamentos huérfanos como una actividad de RSE. El modelo establece que las empresas simultáneamente tienen tres responsabilidades: la económica, la legal y la ética. El estudio demostró que la primera razón para que algunas compañías desarrollen medicamentos huérfanos es la responsabilidad económica y la segunda, es la responsabilidad ética. La oportunidad de hacer negocios, ayudar a crear un nicho, evitar la competencia y comercializar medicamentos innovadores y de vanguardia son las principales razones económicas para elaborar estos productos. En cuanto a la responsabilidad ética, algunas compañías plasman en la misión y visión el compromiso con la elaboración de medicamentos huérfanos y lo integran a la cultura organizacional. Las compañías biofarmacéuticas deben analizar estratégicamente las actividades de negocios con la RSE para aprovechar sus beneficios con respecto al desarrollo de medicamentos huérfanos.

Ghasemi, Nazemi y Hajirahimian (2014) establecieron que los directivos en el sector industrial para implementar la responsabilidad social deben tener mente abierta e identificar situaciones significativas que estén surgiendo en la comunidad. Además, deben ser proactivos y comunicar las prácticas de RSE para fortalecer las relaciones de confianza entre los grupos de interés y las compañías.

En resumen, los directivos en las industrias de manufactura alrededor del mundo deben incorporar la RSE en su misión, visión, estrategias, políticas y procedimientos por varias razones. Primero, se promueve un comportamiento responsable a través de la cultura organizacional. Segundo, se desarrollan actividades internas y externas socialmente responsables contribuyendo al mejoramiento continuo de la empresa. Tercero, la transparencia en el diálogo y en los reportes hacia los grupos de interés fomenta relaciones de confianza. Cuarto, las empresas obtendrán innumerables beneficios. Ver Figura 2.10.

Figura 2.10. El proceso ideal de la responsabilidad social en el sector industrial.



2.6.4.3. La Responsabilidad Social Empresarial en las Entidades Financieras.

En este apartado se presenta la revisión de la literatura relacionada con las entidades financieras, el cual ha sido abordado con algunos estudios relacionados a la RSE en las instituciones bancarias y en las cooperativas.

En un estudio llevado a cabo por Vargas Sánchez y Vaca Acosta (2005), indicaron que las cooperativas tienen unas características que las pueden posicionar y diferenciar de las otras formas empresariales. Algunos elementos distintivos de las cooperativas son sus valores y principios que se acomodan a los postulados de la RSE y que la posición del socio como cliente y/o proveedor facilita el alcanzar un equilibrio entre los grupos de interés. Además, su cultura puede generar confianza por la naturaleza socialmente responsable, la cual debe ser compartida a todos los integrantes de la organización. Igualmente, los rasgos que caracterizan a las cooperativas hacen que surjan relaciones inmediatas con determinados grupos de interés.

Bruni Celli (2007) afirmó lo siguiente: “Se espera que la cooperativa alcance el éxito económico, lo que significa llevar adelante una operación financieramente viable y económicamente provechosa para sus miembros. A la vez, la cooperativa debe alcanzar el éxito cooperativo -cumplir la filosofía social del cooperativismo- lo que implica que sus miembros deben, a diario, practicar los valores y principios del cooperativismo” (p. 7).

Valor, Palomo, Iturrioz y Mateu (2007) investigaron, desde la perspectiva de los gerentes de *marketing* de las cajas de ahorro y de las cooperativas de crédito, el compromiso hacia los objetivos de inversión socialmente responsable (ISR); su oferta ISR y el crecimiento futuro de la ISR en España. El estudio demostró que las cajas de ahorro tienen un fuerte compromiso con la ISR en relación a la banca comercial. Ellos la promueven porque está en línea con sus estrategias de posicionamiento. En cambio, la mayoría de las cooperativas de crédito no perciben este compromiso y tampoco negocian productos ISR. Su obligación es satisfacer las necesidades financieras de sus socios, competir en el mercado y repartir los beneficios entre estos. Las cooperativas de crédito

podrán ofrecer ofertas ISR siempre y cuando los socios las soliciten. Los autores concluyeron que en España las cooperativas de crédito se encuentran en una etapa de introducción y las cajas de ahorro en una etapa de crecimiento en cuanto al mercado socialmente responsable.

Por otro lado, Marín y Ruiz (2008) investigaron el impacto de las acciones de RSE, como generadores de asociaciones corporativas, sobre la evaluación realizada por los consumidores a una entidad financiera, considerando la conexión con los empleados de la empresa como un elemento moderador de dicho efecto. De acuerdo con Marín et al. (2008), Brown (1988), definió las asociaciones corporativas como toda información que un consumidor tiene sobre una empresa, tales como percepciones, deducciones y creencias, impresiones percibidas en el trato con la misma e información sobre sus principales acciones. Además, establecieron que la congruencia es cuando el consumidor percibe que son parecidos y comparten valores u opiniones con una empresa.

El estudio reveló que a mayor habilidad en el negocio (HN), mayor será la evaluación que el consumidor le hará a la empresa. También, demostró que una mayor congruencia entre empresa y consumidor (EC) hace que el consumidor evalúe de forma positiva a la empresa. Inclusive, se encontró que las acciones de RSE de la empresa influyen positivamente sobre la congruencia entre EC. De igual manera, se probó que el apoyo del consumidor hacia las acciones de RSE de la empresa influyen positivamente sobre la congruencia entre EC. Marín et al. argumentaron que la empresa debe utilizar la comunicación corporativa para transmitir características de eficiencia y rasgos que definan la personalidad de la empresa a través de su comportamiento socialmente responsable. Además, argumentaron que el consumidor tendrá un sentimiento de afinidad mayor hacia las acciones de RSE al éste tener unas fuertes relaciones personales con algún empleado de la empresa.

Ruiz Lozano, De Los Ríos Berjillos y Tirado Valencia (2009) en su estudio analizaron la evolución del comportamiento socialmente responsable de las entidades

financieras españolas por incidir de forma directa en el desarrollo de la crisis ante los grupos de interés. El estudio no demostró un comportamiento diferenciado entre las cajas de ahorro y los bancos, debido al tipo y tamaño de la composición de la muestra. Además, el estudio reveló que a partir del 2006 las entidades financieras entraron en una etapa de madurez y consolidación con la gestión de RSE y que las relaciones con los grupos de interés no se vieron afectados por la crisis financiera. Estas entidades no vieron la crisis como una amenaza porque las variables asociadas a la recuperación económica como la confianza, la transparencia y la gestión de riesgos, están directamente relacionadas con la RSE. Las autoras indicaron que el compromiso con la responsabilidad social será un factor estratégico de la recuperación.

En cambio, Server Izquierdo y Capó Vicedo (2009) establecieron que las cooperativas obtendrán ventajas internas y externas al adoptar políticas de responsabilidad social como estrategias de gestión integral. La mejora de la gestión, el incremento en la reputación y en la comunicación interna serían los beneficios internos para la empresa. En cambio, la confianza de los clientes, las mejoras en el ambiente laboral y en el área medioambiental serían las ventajas externas. Igualmente, incrementará la competitividad, la calidad de la gestión, mayor transparencia y mejor reputación. También, para lograr estas ventajas las cooperativas deben establecer relaciones de confianza y que sean duraderas con los grupos de interés. Los autores indicaron que la integración total de la RSE en todas las áreas de la cooperativa, manteniendo sus principios y valores, la ayudarán afrontar una situación de crisis, la quiebra y la falta de ética en los negocios.

Por otra parte, Prior y Argandoña (2009) evaluaron en los países de Colombia, Ecuador y Perú las prácticas en la industria financiera para brindarle servicio al consumidor de ingresos bajos. Algunas de las mejores prácticas identificadas para llegar al mayor número de consumidores fueron ofrecer productos financieros a un coste bajo, usar canales de distribución alternos como sucursales móviles y alianzas con las cooperativas. Prácticas adicionales envuelven el desarrollo de métodos eficientes e innovadores para evaluar el crédito, optimizar el impacto de las remesas y lograr una

economía de escala a través de la creación de subsidiarias que se especialicen en la microempresa y en el microfinanciamiento. Los autores afirmaron que las entidades financieras tienen la función social de poder aliviar la pobreza creando productos financieros a coste bajo para la población de escasos recursos económicos.

Asimismo, Chih, Chih y Chen (2010) investigaron por qué las entidades financieras actúan o no actúan de forma socialmente responsable. Primero, el estudio demostró que las entidades financieras de gran tamaño son más afines a la RSE y la relación entre el desempeño financiero corporativo y la RSE es insignificante. Segundo, las entidades financieras tienden a actuar más socialmente responsable para engrandecer sus ventajas competitivas cuando la competencia es más intensa. Tercero, las entidades financieras que se encuentran en países donde existe un alto cumplimiento legal tienden a comprometerse más en actividades de RSE. Sin embargo, la empresa se compromete menos en la RSE cuando se encuentran en países donde existen fuertes derechos de los inversores. Cuarto, la auto-regulación en las entidades financieras tiene un efecto positivo en la RSE. Es por ello que, las empresas que se adhieren a los Principios Ecuatoriales son más atractivas a los inversionistas socialmente responsables. Los autores expresaron que las entidades financieras que son afines a la RSE se encuentran en países donde existe una relación de cooperación entre el empleador y el empleado, escuelas de negocios de alta calidad y un mejor medio ambiente macroeconómico.

Por su parte, Mozas Moral, Puentes Poyatos y Bernal Jurado (2010) analizaron la dirección electrónica de las sociedades cooperativas agrarias andaluzas sobre la responsabilidad social empresarial. Los indicadores utilizados para medir la información de RSE a través de la Internet fueron la dimensión social, medioambiental, la económica y la de gobierno cooperativo. El estudio encontró que las sociedades cooperativas agrarias andaluzas son deficientes en el uso de la Internet para difundir la información a los grupos de interés sobre sus prácticas en RSE. Además, este comportamiento es extensivo a las cuatro dimensiones, siendo la variable económica la de menos información en las páginas webs.

Yeung (2011) realizó un estudio exploratorio para conocer la RSE y las prácticas bancarias de los principales bancos en Hong Kong. En su investigación identificó varias actividades para que los bancos se conviertan en organizaciones socialmente responsables. Entre las actividades se encuentran: entender la complejidad de los servicios bancarios; conducir evaluaciones de riesgo; fortalecer la ética en los negocios; implantar estrategias de crisis financieras; proteger los derechos de los consumidores y establecer los canales para tratar las reclamaciones de los clientes.

Soana (2011) investigó la relación entre el desempeño social corporativo (DSC) y el desempeño financiero corporativo (DFC) en el sector bancario. Los resultados del estudio demostraron que no existe una relación significativa entre el DSC y el DFC. El autor afirmó que las inversiones bancarias en la RSE no llevan a la banca a tener ventajas financieras.

Igualmente, Bravo, Matute y Pina (2012) exploraron el rol de la RSE como una dimensión de la identidad corporativa en las entidades financieras españolas a través de sus páginas en la Internet. Los resultados confirmaron la importancia de la RSE en la creación y comunicación de la identidad corporativa. La mayoría de las empresas utilizan las páginas electrónicas para informar sobre sus actividades de RSE y construir un comunicado de identidad. Sobre este particular se destaca en las páginas electrónicas palabras que reflejan los principios de RSE como responsabilidad social, crecimiento sustentable, transparencia, ética, honestidad, desarrollo humano, beneficios mutuos, necesidades sociales y respeto a la diversidad. A su vez, estos principios de RSE se incorporaron dentro de la misión, visión y valores de la empresa para crear una identidad diferenciada. Más aún, la comunicación sobre las acciones de RSE está orientada principalmente hacia el consumidor y la comunidad.

Beneke, Wannke, Pelteret, Tladi y Gordon (2012) examinaron si la variable de reconocimiento influye en la relación entre las creencias que tienen los consumidores sobre RSE y sus actitudes hacia los bancos y si afecta significativamente el deseo de

recomendarlo. El estudio demostró que no existe una relación positiva entre las creencias sobre RSE y las actitudes de los consumidores hacia los bancos. También, se encontró que el tener conocimiento sobre las actividades de responsabilidad social de los bancos no establece una relación positiva entre las creencias sobre RSE y las actitudes de los consumidores. Sin embargo, se demostró que el consumidor al tener un conocimiento superficial sobre la RSE le influye de tres formas. Primero, mejora sus creencias con respecto a la RSE; segundo, mejora sus actitudes hacia los bancos; y tercero, mejora sus actitudes hacia las actividades de RSE de los bancos. Adicionalmente, el estudio reflejó que existe una relación positiva entre las actitudes de los consumidores y el deseo de recomendar a su banco. Pero, cuando el consumidor se basa en sus creencias sobre RSE la recomendación hacia su banco es pobre. Beneke et al. (2012) establecieron que los bancos deben incrementar la información sobre sus actividades acerca de la RSE, para que el consumidor lo vea como valor añadido y no un sustituto a los productos y servicios que los bancos ofrecen.

Como indican Pérez y Rodríguez del Bosque (2012), las instituciones bancarias en un país europeo están envueltas fuertemente en el desarrollo e implantación de la RSE. Estas entidades financieras definen la identidad corporativa de acuerdo a sus valores, misión y visión. Es por ello que, la identidad corporativa revela el comportamiento en la RSE. También, señalaron que los bancos enfocan sus estrategias de RSE hacia los consumidores y empleados y que la comunicación corporativa se utiliza para transmitir la identidad corporativa en RSE.

Por otro lado, Hassan Al-Tamimi (2014) investigó las prácticas de RSE en la Banca Islámica. Los resultados del estudio indicaron que tienen conocimiento del concepto de RSE y enfatizan en el cumplimiento con la legislación social y medioambiental, las cuales son obligatorias. También, los asuntos más importantes de RSE son los sociales y necesitan dirección en estos temas con el propósito de tener crecimiento y sustentabilidad. Inclusive, recogen información de los grupos de interés, les consultan y participan de sus iniciativas. Los bancos contribuyen con las actividades

comunitarias por medio de donaciones y auspicios sociales o medioambientales. No están envueltos fuertemente con los problemas del cambio climático, les garantizan a las mujeres, independientemente de su estado civil y raza, la igualdad de acceso a los servicios bancarios y cumplen con las obligaciones legales relacionadas a la RSE. Igualmente, cumplen con la responsabilidad organizacional de tener controles de cumplimiento y auditorias, apoyan los esfuerzos de RSE porque mejora la imagen corporativa, reduce los costes de producción, le añade valor y le informan a los grupos de interés sobre las actividades de RSE.

Jizi, Salama, Dixon y Stratling (2014) examinaron el impacto de la gobernanza corporativa con respecto al rol de la junta de directores, sobre la calidad en la divulgación de la RSE en los reportes anuales de los bancos en Estados Unidos después de la crisis hipotecaria. El estudio demostró que la independencia de la junta de directores se relacionó positivamente con la divulgación de la RSE. Los autores establecen que los directores independientes promueven al mismo tiempo los intereses de los inversores y de los grupos de interés con relación a la presentación de los informes de RSE. También, se probó que los bancos con juntas de directores de gran tamaño tienden a difundir más información relacionada a la RSE. El compartir información tiene un efecto positivo hacia los grupos de interés. Los autores argumentaron que las juntas de directores con más independencia y mayor tamaño son los mecanismos internos de gobernanza corporativa que promueven los intereses de los inversores y de los grupos de interés con relación a la divulgación de la RSE.

En resumen, las entidades financieras tienen que ser económicamente viables y cumplir con las leyes para no ser penalizadas por las agencias de gobierno que las regulan. Éstas establecen controles de cumplimiento y auditorias continuas para cumplir con la legislación que es obligatoria. En el caso de las instituciones bancarias, estas deben cumplir con las obligaciones legales relacionadas con la RSE, los cuales tienen el deber de desarrollar productos y servicios para satisfacer las necesidades de las comunidades de ingresos bajos. Deben cumplir con la ley y trabajar estratégicamente la RSE e

incorporarla en la misión, visión y valores que redundará en una identidad corporativa que revelará un comportamiento en RSE. Serán los grupos de interés como los empleados, los consumidores, la comunidad los que se beneficiaran por el desarrollo de actividades socialmente responsables.

Entre las actividades se encuentran: desarrollar estrategias para enfrentar una crisis, fortalecer la ética en los negocios, proteger los derechos de los consumidores, desarrollar productos y servicios de bajo coste, usar métodos eficientes e innovadores para evaluar el crédito, establecer canales para trabajar las reclamaciones, ofrecer métodos alternos para brindar servicio y ser transparente en la información provista a los grupos de interés sobre las actividades en RSE. En la medida en que las instituciones bancarias adopten los Principios Ecuatoriales serán más competitivas, recibirán el apoyo de sus consumidores y serán más atractivas para los inversores socialmente responsables.

Por otro lado, se encuentran las cooperativas que se fundamentan en unos principios y valores cooperativos de ayuda mutua que los impulsa a promover una misión social. Estas deben satisfacer las necesidades y reportar beneficios económicos entre sus socios. A su vez, deben promover la confianza de los empleados a través de beneficios y estabilidad en el trabajo. Las cooperativas al respetar sus valores y principios, satisfaciendo a los diferentes grupos de interés e integrando la RSE en todas las áreas de la organización, obtendrán ventajas internas y externas en beneficio propio y de los empleados, socios y comunidad. Al mismo tiempo, deberán ser transparentes en la información que provean sobre sus actividades en RSE. Ver Cuadro 2.22.

Cuadro 2.22.

Entidades Financieras: Comparación entre Bancos y Cooperativas.

Bancos	Cooperativas
1. Cumplir con el Acta de Reversión Comunitaria y con las leyes de RSE.	1. Se fundamenta en valores y principios cooperativos.
2. Satisfacer comunidades de ingresos bajo.	2. Satisfacer las necesidades entre los Socios.
3. Incorporar la RSE en misión, visión, valores e identidad corporativa.	3. Fomentar misión social.
4. Adoptar los Principios Ecuatoriales y actividades socialmente responsables.	4. Comportamiento socialmente responsable le genera ventajas internas y externas.
5. Impactar a los consumidores, empleados, comunidades e inversores.	5. Impactar a los socios, empleados, suplidores, comunidad.

Fuente: Elaboración propia.

2.6.5. La Responsabilidad Social Empresarial en las Empresas Pequeñas, Medianas y Grandes.

Entre los estudios encontrados sobre el tema de la RSE con relación a las empresas pequeñas, medianas y grandes podemos mencionar a Perrini, Russo y Tencati (2007) que realizaron un estudio comparativo, entre las empresas pequeñas y medianas con las empresas grandes, sobre las estrategias de RSE que más adoptan para satisfacer las necesidades y expectativas de los grupos de interés. También, investigaron el tamaño de la empresa como un factor que puede afectar el comportamiento socialmente responsable de las empresas. El estudio demostró que las empresas grandes controlan y presentan sus informes estratégicos de RSE enfocando la mayoría de sus actividades hacia la gestión del medio ambiente, empleados y comunidades locales. En cambio, para las empresas pequeñas y medianas es muy importante el comportamiento socialmente responsable a través de la cadena de suministros. También, el estudio reveló que las empresas pequeñas y medianas se acercan a la RSE con un perfil muy diferente al de las grandes empresas.

Por su parte, Bravo et al. (2012) clasificaron a las entidades financieras por tamaño para identificar la importancia que tiene la RSE en la identidad bancaria. Las grandes empresas ocuparon las primeras posiciones en los informes presentados sobre la RSE; las empresas medianas orientaron sus actividades de RSE hacia los consumidores y las empresas pequeñas adoptaron una orientación de RSE hacia los clientes.

Gainet (2010) argumentó que las grandes empresas voluntariamente y deliberadamente desarrollan políticas y prácticas de responsabilidad social. Entonces, éstas utilizan sistemas sofisticados de comunicación para tener una mayor visibilidad y responder a las demandas de los grupos de interés. En cambio, las pequeñas empresas pueden desarrollar prácticas similares pero no las pueden comunicar claramente. Sin embargo, a través de las comunicaciones tecnológicas las pequeñas empresas pueden difundir rápidamente la información a una mayor audiencia. Por tanto, estas tendrán una mayor exposición y podrán engrandecer su reputación sobre la responsabilidad social y medioambiental que impulsan.

Es más, Archel Domenech (2003) llevó a cabo un estudio longitudinal entre los años 1994 al 1998 para analizar la cantidad de información social y medioambiental que las empresas españolas de diversos sectores divulgaron en sus informes anuales. Este estudio encontró que las grandes empresas que realizan actividades específicas son las que mayor volumen de información social y medioambiental desarrollan en sus informes anuales independientemente del país de procedencia, la rentabilidad de la firma y si están cotizadas o no. Además, se constató un lento pero sostenido crecimiento en la divulgación de informes anuales enfatizando en la información medioambiental.

En cambio, Marin Rives y Rubio Bañón (2008) utilizaron de base las dimensiones económica, legal, ética y discrecional de RSE para indagar sobre la responsabilidad social de empresas de tamaño pequeño y mediano en la Región de Murcia. También, se incluyeron las variables de tamaño, antigüedad y sector. Los autores llevaron a cabo este estudio con el objetivo de analizar las consecuencias de distintas dimensiones de RSE

sobre el éxito competitivo, los resultados financieros y la reputación corporativa de las Pyme. Este estudio encontró que el éxito competitivo no está relacionado con los años de la empresa, su tamaño o sector de actividad. En lo referente a las responsabilidades económicas y éticas, ambas dimensiones reflejaron una influencia significativa y positiva contribuyendo al éxito competitivo de las Pymes. En la responsabilidad discrecional, los grupos de interés reconocen y valorizan a las empresas que llevan a cabo políticas de acción social y medioambiental mejorando su posición con respecto a la competencia. Sin embargo, la responsabilidad legal reflejó una influencia significativa y negativa. Los autores señalaron diversas razones que justifican este resultado como las fuertes medidas de adaptación de las empresas a las directivas comunitarias, la legislación medioambiental y la fuerte presión legal de diversos ámbitos organizativos.

Por otra parte, Hsu y Cheng (2012) utilizaron la teoría de la difusión de la innovación para identificar los factores que influyen en la implementación de la RSE en las pequeñas y medianas empresas de manufactura en Taiwán. La ventaja relativa, la compatibilidad, la complejidad, la observabilidad y el nivel de no-voluntariedad son las variables que integran la teoría de la difusión de la innovación que afectan el compromiso con la RSE. El estudio encuentra que la compatibilidad y la complejidad tienen una fuerte asociación en las pequeñas y medianas empresas de manufactura para incursionar en la RSE. La compatibilidad se asocia positivamente con la RSE y minimiza las dificultades en su implementación. Esta se compone del apoyo de los directivos, de sus valores personales y de su moral al tomar decisiones, de la cultura organizacional y de la imagen corporativa. En cambio, la complejidad tiene un efecto negativo y se convierten en barreras para implementar las actividades de RSE. Este factor está relacionado con los recursos, el tiempo, el coste, la falta de guías y de comparación con el mercado para desarrollar la RSE. Los autores sugirieron que una baja compatibilidad y una alta complejidad alejan a las pequeñas y medianas empresas de la RSE.

Liu y Fong (2010) investigaron la relación entre las actividades internas de las Pymes orientadas a la RSE, como son la capacitación, la creación de empleo, el cumplimiento de calidad y la sustentabilidad medioambiental con el desempeño

financiero. El estudio reflejó una relación positiva estadísticamente significativa entre el cumplimiento de calidad y el desempeño financiero. Los autores argumentaron que las Pymes al entrar al mercado global se han encontrado con un incremento de estándares sociales y medioambientales que condicionan sus actividades comerciales y los presionan a certificarse en sus prácticas internas. Además, señalaron que los obstáculos a los que se enfrentan las Pymes, como es la falta de acceso a las entidades financieras, la incapacidad para innovar, la falta de experiencia, de destrezas gerenciales y de fuerza laboral hace que las actividades de RSE estén orientadas más hacia lo económico que hacia lo social.

Torugsa, O'Donohue y Hecker (2012) investigaron la relación entre las capacidades organizacionales (visión compartida, gestión de los grupos de interés y productividad estratégica), la RSE proactiva y el desempeño financiero de las Pymes. El estudio encontró una asociación positiva significativa entre todas las capacidades organizacionales con la adopción de la RSE proactiva y entre la RSE proactiva con el desempeño financiero de las Pymes. El estudio, también, confirmó la importancia y apoyo de la RSE proactiva al crecimiento económico, a la cohesión social y equidad y a la protección del medio ambiente como herramientas estratégicas para engrandecer el desempeño financiero. Los resultados del estudio demostraron que el compromiso estratégico con la RSE proactiva es un modelo a seguir para las Pymes.

De manera similar López Salazar (2013) demostró en su estudio que las empresas pequeñas han implementado estrategias de RSE enfocándose principalmente en acciones relacionadas al ámbito laboral, luego al medio ambiente y al *marketing* social. También, los resultados de su investigación reflejaron que las barreras que limitan el comportamiento responsable son el incremento en costes, el desconocimiento de los grupos de interés y la resistencia al cambio.

2.7. El Concepto de Responsabilidad Social Empresarial en su Perspectiva Internacional.

El concepto de la responsabilidad social no se puede ver desde un contexto local o regional, ha cruzado las fronteras de los países dirigiéndose al ámbito internacional. Las siguientes instituciones y organizaciones han establecido principios generales, directrices, normas y certificaciones voluntarias donde las empresas evalúan su gestión de RSE y los gobiernos las utilizan de guía para elaborar jurisprudencia en torno a los derechos humanos y laborales, crecimiento económico y preservación del medioambiente.

En la década de los cuarenta surgen dos organismos fundamentales en el desarrollo de la responsabilidad social de la empresa. El primer acontecimiento ocurrió en 1919 cuando se creó la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y en el año 1946 se convirtió en el primer organismo especializado de las Naciones Unidas. Esta organización compuesta por representantes de gobiernos, empleadores y trabajadores fomenta la justicia social, los derechos humanos y laborales internacionalmente reconocidos. Además, favorece y promueve la creación de trabajo decente para que los trabajadores y empleadores tengan paz, prosperidad y progreso laboral.

Según el Folleto de Información sobre la OIT (2002), esta organización se rige por cuatro objetivos estratégicos: el primero, es promover y cumplir las normas, principios y derechos fundamentales en el trabajo, el segundo, es crear mayores oportunidades para que mujeres y hombres tengan un trabajo e ingresos dignos, el tercero, es aumentar la cobertura y la eficiencia de la protección social para todos y el cuarto, es fortalecer el tripartismo y el diálogo social. La OIT ha desarrollado diferentes actividades para lograr estos objetivos. Por ejemplo, formula políticas y programas, establece normas de trabajo, desarrolla programas de cooperación técnica a nivel internacional, lleva a cabo actividades de adiestramientos, educación, investigación y publicaciones.

El segundo suceso importante fue en el año 1948, cuando la Asamblea General de las Naciones Unidas aprobó y proclamó la Declaración Universal de los Derechos Humanos (DUDH), haciendo referencia al ideal común para que todos los pueblos y naciones se esfuercen, así como, los individuos e instituciones promuevan el respeto a los derechos y libertades, asegurando el reconocimiento y la aplicación universal entre todos los pueblos de los Estados Miembros.

En el 1961, se creó la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) con la misión de promover políticas que mejoren el crecimiento económico y social de las personas en el mundo. La OCDE es un foro de consulta y coordinación para que los gobiernos compartan experiencias y busquen soluciones a los problemas que tienen en común. La Organización trabaja con los gobiernos para comprender los cambios económicos, sociales y medioambientales, miden la productividad y el movimiento comercial e inversiones, analizan datos para predecir tendencias futuras y establecen estándares internacionales desde productos agrícolas hasta productos químicos. Los países miembros fundadores son Alemania, Austria, Bélgica, Canadá, Dinamarca, España, Estados Unidos, Francia, Grecia, Irlanda, Islandia, Italia, Luxemburgo, Noruega, Países Bajos, Portugal, Reino Unido, Suecia, Suiza y Turquía. Posteriormente se incorporaron al Convenio los países de Australia (1971), Chile (2010), Corea del Sur (1996), Eslovaquia (2000), Eslovenia (2010), Estonia (2010), Finlandia (1969), Hungría (1996), Israel (2010), Italia (1962), Japón (1964), Méjico (1994), Nueva Zelanda (1973), Polonia (1996) y República Checa (1995).

Los países miembros buscan promover el uso eficiente de sus recursos económicos, fomentar la investigación y la formación profesional, buscan liberalizar progresivamente los movimientos de capital, reducir los obstáculos a los intercambios de bienes y de servicios y contribuir al desarrollo económico a través de la afluencia de capitales. También, brindar asistencia técnica, expandir la exportación de productos, mantenerse informados sobre las actividades de los otros gobiernos y proveer a la OCDE la información para que pueda cumplir con sus funciones.

Los Principios Globales de Sullivan de Responsabilidad Social fueron creados por el Reverendo Dr. León H. Sullivan en 1977 y fueron presentados por primera vez en noviembre de 1999 ante las Naciones Unidas. El nombre original fueron “Los Principios Sullivan” y se desarrollaron con el fin de trabajar con las compañías americanas que tenían sus operaciones en Sudáfrica y sirvieron de instrumento para diseminar el *apartheid* en esta nación. Los Principios son códigos de conducta voluntarios e internacionales creados para trabajar a favor de los derechos humanos, la justicia social, la protección del medio ambiente y las oportunidades económicas de todos los trabajadores, en todas las industrias y naciones.

Estos Principios apoyan los derechos humanos universales enfatizando los derechos de los empleados, de las comunidades y de las empresas con la que se hacen negocios. También, promueve la igualdad de oportunidades de empleo en todos los niveles de la empresa y honra la libre asociación voluntaria de los empleados. Persigue, remunerarlos para que puedan satisfacer sus necesidades básicas y proveerles las oportunidades para mejorar sus destrezas. De igual modo, proveer áreas de trabajo seguras y saludables, proteger la salud humana y el medio ambiente para promover un desarrollo sustentable. Incluso, impulsar la competencia justa, respetar los derechos intelectuales y no aceptar sobornos.

En el 1977, se elaboró un estándar de monitorización y certificación voluntaria conocida como la Norma SA 8000 (*SA 8000 Standard*) para auditar y certificar en las empresas el cumplimiento de la responsabilidad corporativa. La Agencia de Acreditación del Consejo de Prioridades Económicas (*Council on Economic Priorities Accreditation Agency*, CEPAA), conocida hoy en día como Responsabilidad Social Internacional, reunió a un panel de expertos de diversas industrias para redactar un código universal, con el fin de garantizar a los trabajadores los principios básicos de los derechos humanos en las empresas de manufactura. Este estándar se fundamentó en varias normas de trabajos internacionales existentes, como son las convenciones de la Organización Internacional del Trabajo, la Declaración Universal de los Derechos Humanos y la Convención sobre

los Derechos del Niño. La Norma SA 8000 certifica el desempeño de las organizaciones utilizando los siguientes nueve indicadores: trabajo infantil, trabajo forzado y compulsorio, higiene y seguridad, libertad de asociación y derecho a la negociación colectiva, discriminación, medidas disciplinarias, horario de trabajo, remuneración y sistemas de gestión. En el Cuadro 2.23. se presentan los indicadores que comprende la Norma SA 8000 y el propósito de cada uno de ellos.

Cuadro 2.23.
Indicadores y propósitos de la Norma SA 8000.

Indicadores	Propósitos
<ul style="list-style-type: none"> • Trabajo infantil 	Se prohíbe el trabajo a toda persona menor de 15 años de edad.
<ul style="list-style-type: none"> • Trabajo forzado y compulsorio 	No se auspiciará el uso de trabajos forzados, ni se exigirá a los trabajadores que entreguen un depósito o documentos de identidad.
<ul style="list-style-type: none"> • Higiene y seguridad 	La empresa promoverá un medio ambiente de trabajo seguro y saludable, mantendrá los baños higiénicos, tendrá acceso al agua potable e instalaciones sanitarias para almacenar alimentos.
<ul style="list-style-type: none"> • Libertad de asociación y derecho a la negociación colectiva 	Se respetará el derecho de formar sindicatos y en donde la ley local lo prohíba la empresa facilitará instrumentos paralelos de asociación y negociación.
<ul style="list-style-type: none"> • Discriminación 	No se discriminará por raza, casta, nacionalidad, religión, discapacidad, género, orientación sexual, participación en sindicatos, afiliación política y edad.

continúa

Cuadro 2.23. (continuación)

• Medidas disciplinarias	No se apoyará castigos corporales, mentales, coerción física o abusos verbales.
• Horario de trabajo	Cumplir con la ley y no excederá las 48 horas por semana, con un día libre por cada período de siete días laborales. Además, todo trabajo con horas extras no podrá exceder de doce horas por semana. Las horas extras serán mandatorias sin son parte de un acuerdo de negociación colectiva.
• Remuneración	Cumplir con la ley y con los estándares de la industria. Inclusive deben ser suficientes para cubrir las necesidades básicas de los trabajadores y sus familias y no podrán realizar deducciones disciplinarias
• Sistemas de gestión	La compañía debe obtener y mantener la certificación para integrar los estándares en su sistema de gestión y prácticas.

Fuente: Norma SA 8000

En la década de los ochenta surgen dos organismos, uno para promover las normas éticas para las organizaciones y el segundo, para proteger el medio ambiente. En 1986, surgió la red internacional *Caux Round Table* (CRT) compuesta por líderes empresariales de Europa, Japón y Estados Unidos con el propósito de promover el capitalismo moral para un mundo mejor. Estos líderes empresariales entienden que el capitalismo moral es el único sistema económico que propone unos altos estándares de vida, justicia social y dignidad humana para todos. En el 1994, el CRT lanzó formalmente “Los Principios para las Empresas”, donde presentó un conjunto de normas éticas para las organizaciones que operan a nivel mundial o entre culturas.

Estos principios se fundamentan en la administración responsable, vivir y trabajar por un bien común y proteger la dignidad humana. Los principios persiguen respetar a los grupos de interés más allá de los accionistas y contribuir al desarrollo económico, social y medioambiental. También, cumplir con las leyes, honrar las normas, los convenios y apoyar la globalización responsable. Incluso, conservar el medio ambiente y evitar actividades ilícitas.

En el 1989, se creó la Coalición para Economías Medioambientalmente Responsables (Ceres) como una red nacional sin fines de lucro, compuesta por inversionistas y organizaciones ambientales, con la misión de integrar la sostenibilidad con los mercados de capital por el bienestar de la humanidad y de los recursos del planeta Tierra. Esta entidad creó los Principios Ceres, diez códigos de conducta medioambientales que las empresas voluntariamente los endosan como prácticas corporativas. Las compañías al apoyar estos principios se comprometen formalmente con el medio ambiente y con la rendición de cuentas.

Los Principios Ceres establecen que las compañías deben proteger la biosfera, le darán un uso sostenible a los recursos naturales, dispondrán de los desperdicios sólidos y mejoraran eficientemente la conservación energética. También, tienen que proteger a los empleados y a las comunidades de riesgos utilizando tecnología, facilidades y procedimientos seguros. Inclusive, deben eliminar el uso, manufactura o venta de productos y servicios que ocasionen daño, corregir cualquier condición e informar al público por situaciones que ocasione la compañía y que ponga en peligro la salud, la seguridad y el medio ambiente. Además, la Junta de Directores y el Director Ejecutivo (CEO) se comprometen y asumen responsabilidad por las políticas medioambientales, establecen una auto-evaluación semi-anual, procedimientos de auditoria medioambiental y presentan al público anualmente el Reporte Ceres.

Ya en la década de los noventa surge un fuerte movimiento por parte de diversos organismos para trabajar a favor del desarrollo sostenible, la integración de la RSE en las

actividades de las empresas, la creación de estándares internacionales, el desarrollo de reglas sobre prácticas laborales y en la elaboración de diez principios universales.

En el 1992, en la víspera de la Cumbre para el Desarrollo Sostenible se fundó El Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible (*World Business Council for Sustainable Development*, WBCSD) con el fin de involucrar a las grandes multinacionales en los asuntos sustentables. El Consejo es una asociación global que sirve de plataforma para que las organizaciones exploren el desarrollo sostenible, compartan conocimientos, experiencias y las mejores prácticas. Además, defiende la posición de las empresas en diversos foros sobre estos temas y trabaja con los gobiernos, las Organizaciones No Gubernamentales (ONGs) y las agencias intergubernamentales.

El Consejo estableció los siguientes objetivos: defender el desarrollo sostenible, participar en el desarrollo de políticas para que las empresas contribuyan efectivamente en el progreso humano sostenible, desarrollar y promover casos comerciales en el desarrollo sostenible, demostrar la contribución de las empresas sobre soluciones al desarrollo sostenible y contribuir al futuro sostenible de naciones en desarrollo y en transición. Con el propósito de lograr estos objetivos han enfocado todos sus esfuerzos en los temas energéticos y climatológicos, en el desarrollo de las naciones, en el papel de las multinacionales en el Siglo XXI y en la administración cuidadosa de los ecosistemas.

En el 1992, las Naciones Unidas convocó a una conferencia sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo elaborando la Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo. Estos son un conjunto de principios que definen los derechos civiles y las obligaciones de los Estados con respecto al medio ambiente y al desarrollo sostenible. Los principios fueron aprobados en Asamblea General por 172 gobiernos, incluidos 108 Jefes de Estado y de Gobierno para establecer una alianza mundial, alcanzar nuevos acuerdos internacionales y reconocer la naturaleza independiente del planeta Tierra.

Corporate Social Responsibility Europe (CSR Europe) surgió en el 1995, como una red de trabajo europea líder en RSE con la misión de apoyar a las compañías a integrar la responsabilidad social en sus prácticas diarias de hacer negocios. También, sirve de plataforma para que las empresas se relacionen con las mejores prácticas en responsabilidad social empresarial, desarrollen nuevos proyectos y den forma a sus agendas políticas sobre sostenibilidad y competitividad. Además, proporciona un paquete de herramientas que incluyen las siguientes áreas temáticas: organización, rendición de cuenta organizacional, medio ambiente, derechos humanos, comunidad y sociedad, prácticas laborales, habilidades para el empleo y la vida sostenible en la ciudad.

El *CSR Europe* utiliza estas herramientas para ofrecer consejos, guías, informes de investigación, recursos en línea y modelos de redes de colaboración sobre la salud, la seguridad en la compañía, el nivel de destreza en la fuerza laboral, el *marketing* sostenible y la honestidad en la comunicación. También, brindan asesoramiento sobre la seguridad de productos industriales y asumen una gestión responsable en la cadena de suministro. Además, ayudan a mejorar la ejecución medioambiental y evalúan los cambios demográficos. Las compañías que adopten estas herramientas las utilizarán para conseguir una Europa competitiva y responsable.

En el 1996, la Organización Internacional de Normalización (ISO) elaboró un conjunto de estándares internacionales voluntarios conocidos como la Norma ISO 14000 con el fin de promover en las empresas y en los gobiernos la implementación de un sistema de gestión medioambiental en la fase de producción y en la prestación de servicios. Esta norma provee la certificación del Sistema de Gestión Ambiental y el Sello Ambiental cuando los productos de las empresas son certificados con el “sello verde”. Las organizaciones que se certifican obtienen las herramientas gerenciales para administrar eficientemente sus actividades con el fin de proteger el medio ambiente. Las empresas se benefician al reducir el coste en el manejo de los desperdicios sólidos, ahorran en el consumo de energía y obtienen costes bajos en el proceso de distribución. También, acrecientan la imagen corporativa entre las agencias reguladoras, consumidores

y público en general y mejoran la eficiencia en los procesos y en la utilización de los recursos. Esta norma, se compone de 16 estándares que se presentan en el Cuadro 2.24.

Cuadro 2.24.
Familia ISO 14000

Estándar	Propósito
• ISO 14001	Ayuda a las organizaciones a implementar un sistema de gestión medioambiental coordinada.
• ISO 14004	Es un complemento del ISO 14001, proveyendo guías adicionales y explicaciones útiles sobre técnicas de apoyo.
• ISO 14005	Provee guías para implementar las fases del sistema de gestión ambiental en las pequeñas y medianas empresas.
• ISO 14006	Proporciona guías sobre el eco diseño para combatir el cambio climático.
• ISO 14020	Esta relacionada con las etiquetas ambientales e incluye sellos de aprobación.
• ISO 14031	Provee guías sobre como una organización puede evaluar su ejecución ambiental.
• ISO 14033	Se presentan guías y ejemplos para recopilar y comunicar información cuantitativa del ambiente.
• ISO 14040	Las guías se utilizan para realizar una evaluación del ciclo de vida de los productos con el fin de reducir el impacto ambiental.

continúa

Cuadro 2.24. (continuación)

- ISO 14045 Facilita los principios y requisitos para una evaluación eco-eficiente.
- ISO 14051 Provee guías de contabilidad de costes del flujo de materiales.
- ISO 14063 Son guías y ejemplos de comunicación ambiental que ayudan a las compañías a llevar a cabo enlaces claves con los grupos de interés externos.
- ISO 14064 Son estándares para reducir las emisiones de Gases de Efecto Invernadero.
- ISO 14065 Es el complemento del ISO 14064 y se utiliza para acreditar a los organismos que llevan a cabo la validación o verificación de Gases de Efecto Invernadero.
- ISO 14066 Son guías que especifican los requisitos de competencia para verificadores y validadores de proyectos de los gases de efecto invernadero.
- ISO 14067 Esta guía esta relacionada a la norma sobre “la Huella de Carbono de Productos” para evaluar el impacto sobre el ambiente.
- ISO 14069 Son guías para calcular la huella de carbono en los productos, servicios y cadena de suministro.

Fuente: *Environmental Management: The ISO 14000 family of International Standards*

En el 1997, la Coalición para el Desarrollo de las Economías Medioambientalmente Responsables (CERES) y el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) crearon una organización conocida como la Iniciativa de Reporte Global (*Global Reporting Initiative, GRI*), con la misión de desarrollar guías para reportar las ejecuciones económicas, medioambientales y sociales de las corporaciones, gobiernos y ONGs.

El GRI desarrolló la Guía para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad para llevar a cabo reportes que se puedan utilizar como punto de referencia en la ejecución organizacional con respecto a las leyes, normas y códigos. Inclusive, también, se puede utilizar como estándares de ejecución o iniciativas voluntarias, de evidencia para demostrar el compromiso organizacional para el desarrollo sustentable y como un mecanismo de evaluación para comparar la ejecución organizacional a través del tiempo.

La guía de indicadores para elaborar la memoria de RSC se bautizó como “G3” e incluyen las dimensiones económicas, ambientales y sociales de las empresas. La primera dimensión, es el componente económico, donde se evalúa el impacto de la organización sobre las condiciones económicas de sus grupos de interés y sobre los sistemas económicos a nivel local, nacional y mundial. La segunda dimensión, es el aspecto ambiental con el propósito de examinar como la organización impacta los sistemas naturales, los ecosistemas, el suelo, el aire y el agua. La tercera dimensión, es la social y tiene el propósito de analizar el impacto de las actividades de la organización en el sistema social donde éstas tienen sus operaciones. En el Cuadro 2.25. se desglosan los indicadores que se cubren dentro de la dimensión económica, ambiental y social.

En el 1997, Forum Empresa, Red de RSE de las Américas, se creó para promover la RSE en América del Norte, América Central, América del Sur y el Caribe. Su misión es Responsabilidad y Sostenibilidad Empresarial para que las empresas establezcan nuevas formas de hacer negocio, sean responsables y sustentables con la economía, la salud y el medio ambiente. Además, busca promover la creación de nuevas organizaciones en los países de América que no cuentan con un organismo formal en RSE. Se compone de tres programas principales: educación e intercambio de información, redes de trabajo y colaboración y fortalecimiento institucional.

Cuadro 2.25.
Indicadores G₃

Económico	Ambiental	Social
Desempeño económico	Materiales	Aspectos laborales
Presencia en el Mercado	Energía	Derechos Humanos
Impacto Económico Indirecto	Agua	Sociedad
	Biodiversidad	Responsabilidad sobre productos
	Emisiones, vertidos y residuos	
	Producto y servicio	
	Cumplimiento legal ambiental	
	Transporte	
	Desglose total de gasto e inversiones ambientales	

Fuente: *Global Reporting Initiative (GRI)*

Por medio de la educación e intercambio de información se recopila y se difunde políticas, tendencias y herramientas que apoyen a las empresas a entender, implementar y mejorar las prácticas de responsabilidad social. La Guía Inicial de RSE es una publicación desarrollada para mantener informado a los integrantes de esta alianza sobre las mejores prácticas y los pasos a seguir para tener un impacto sostenible en los países en que las empresas operan. Las redes de trabajo y colaboración fomentan las reuniones de empresarios y líderes de toda la región, así como la interacción con las ONGs, los gobiernos, las organizaciones multilaterales y la academia con el fin de identificar oportunidades de colaboración. El fortalecimiento institucional es utilizado para incubar, desarrollar y lanzar organizaciones que se dediquen a promover la RSE, así como brindar el apoyo para que se formen grupos similares en un solo país.

En el 2015, Forum Empresa se compone de 13 organizaciones ubicadas en 13 países de América del Norte, América Central y América del Sur. Las organizaciones miembros que se encuentran en América del Norte son: *Business for Social Responsibility* (Estados Unidos) y el Centro Mexicano para la Filantropía (México). En América Central tenemos a la Fundación Empresarial para la Acción Social (El Salvador), Fundación Hondureña de Responsabilidad Social Empresarial (Honduras), Unión Nicaragüense para la Responsabilidad Social Empresarial (Nicaragua), Asociación Empresarial para el Desarrollo (Costa Rica) y SUMARSE (Panamá), que surge de la unión de la Red INTEGRARSE y de la Red del Pacto Global.

En América del Sur, Forum Empresa se conforma por las siguientes organizaciones: Consejo Empresarial Colombiano para el Desarrollo Sostenible (Colombia), Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social (Ecuador), Perú 2021 (Perú), Acción RSE (Chile), Desarrollo de la Responsabilidad Social (Uruguay), e Instituto ETHOS (Brasil).

En el 1998, la Iniciativa de Comercio Ético (ICE) surgió al establecerse una alianza voluntaria entre compañías, organizaciones no gubernamentales (ONGs) y sindicatos para identificar y establecer buenas prácticas en los códigos de conducta laborales, incluyendo la monitorización y la verificación de las disposiciones del código. ICE elaboró el Código Básico compuesto de reglas que reflejan las normas internacionales más adecuadas con respecto a las prácticas laborales y que serán usadas como fundamento del trabajo. Las compañías miembros tendrán la alternativa de adoptarlo o de incorporarlo a su propio código de trabajo.

El Código Básico establece que los trabajadores tendrán libre elección del trabajo y se respetará la libertad de asociación. Estos tendrán el derecho a la negociación colectiva y las condiciones de trabajo serán seguras e higiénicas. El trabajo infantil estará prohibido, se pagará un salario mínimo y los horarios de trabajo no serán excesivos. No se discriminará, se proporcionará trabajo de forma regulada y no se permitirá un

tratamiento violento e inhumano o cualquier forma de intimidación. El Código Básico esta constituido por normas mínimas que no deben ser usadas para impedir a las compañías que las rebasen.

En el 1999, el Secretario General de las Naciones Unidas, Kofi Annan, propuso el Pacto Mundial en el Foro Económico Mundial con el propósito de brindar un aspecto humano al mercado mundial para que las empresas voluntariamente adopten diez principios universales en el ámbito de los derechos humanos, normas laborales, medioambiente y anti-corrupción.

Las empresas participantes tienen que tener dos características fundamentales: ser líderes y aspirar a un crecimiento mundial asumiendo responsabilidad por sus acciones ante los grupos de interés. Los grupos de interés se componen de empleados, inversores, clientes, grupos de defensa pública, asociados comerciales y consumidores. Además, las empresas reciben asesoría sobre el desarrollo de estrategias y programas de acción, de manera que puedan obtener beneficios de las ventajas de la globalización.

Los diez principios universales van a regir el comportamiento de las empresas en sus operaciones comerciales ante la comunidad internacional. Los primeros dos principios son de relaciones humanas que persiguen apoyar y respetar la protección de los derechos humanos a nivel internacional sin involucrarse en ningún abuso al respecto. Los cuatro principios siguientes van dirigidos hacia las normas laborales que buscan respetar la libertad de asociación, eliminar todas las formas de trabajo forzoso y obligatorio, abolir el trabajo infantil y eliminar la discriminación en el empleo y en la ocupación. Los próximos tres principios se vinculan al medio ambiente y buscan apoyar la aplicación de criterios de precaución con los problemas ambientales, adoptar iniciativas para promover la responsabilidad ambiental y alentar el desarrollo y difusión de tecnología inofensiva o limpia para el medio ambiente. El décimo principio está dirigido a la anti-corrupción y tiene el fin de que los negocios trabajen contra toda forma de corrupción incluyendo la extorsión y el soborno (Pacto Mundial, 1999).

En 1999, se creó la Asociación para el Trabajo Justo (*Fair Labor Association, FLA*) por una coalición de compañías, universidades y ONGs con la misión de proteger los derechos de los trabajadores y mejorar las condiciones laborales alrededor del mundo. Esta organización sin fines de lucro creó el Código de Conducta en el Lugar de Trabajo, utilizando de referencia las normas de la OIT para establecer un programa de monitorización, corrección y verificación para que las compañías que adopten voluntariamente estos códigos mejoren los estándares laborales en la cadena de producción. Además, FLA publica en su página electrónica reportes anuales, resultado de las auditorias externas independientes para cumplir con su compromiso de transparencia y rendición de cuentas (*Fair Labor Association, 2008*).

En septiembre de 2000, las Naciones Unidas celebró la Cumbre del Milenio, donde 189 países aprobaron y 147 jefes de estado y de gobierno firmaron la Declaración del Milenio comprometiéndose en alcanzar para el 2015 una serie de metas y objetivos cuantificables. A raíz de la Declaración se establecieron los Objetivos del Desarrollo del Milenio (ODM) con la finalidad de erradicar la pobreza extrema y el hambre, lograr la enseñanza primaria universal, la igualdad entre los géneros y la autonomía de la mujer. Igualmente, busca reducir la mortalidad infantil, mejorar la salud primaria y combatir el IVH/SIDA, el paludismo y otras enfermedades. La ODM también persigue garantizar la sostenibilidad del medio ambiente y fomentar una asociación mundial para el desarrollo sostenible. Los países participantes acordaron en la Cumbre apoyar a los países pobres proveyéndole asistencia, alivio de la deuda y un sistema comercial más justo. En cambio los países pobres se comprometieron a gobernar mejor e invertir en la salud y en la educación (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, 2009).

La Comisión de las Comunidades Europeas (2001) presentó el Libro Verde con dos propósitos básicos. Primero, fomentar un debate en la Unión Europea sobre la responsabilidad social de las empresas dentro de un marco europeo e internacional, concentrándose en las experiencias existentes, en el desarrollo de prácticas innovadoras y en la transparencia y fiabilidad de las evaluaciones y validaciones. Segundo, recibir

retroalimentación de diferentes sectores como las organizaciones patronales; las empresas individuales o asociaciones de empresas; los sindicatos; las organizaciones de la sociedad civil; las organizaciones locales, regionales, nacionales, europeas e internacionales y el mundo académico. Además, se definió la RSE, como “la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores” (Comisión, 2001, p. 7).

De acuerdo a la Comisión (2001), las empresas al integrar la responsabilidad social en el núcleo de sus estrategias generarán beneficios económicos directos y al mismo tiempo lograrán objetivos sociales y medioambientales. La responsabilidad social debe verse como una inversión y no como un gasto, adoptando un enfoque financiero, comercial y social integrado, desarrollando estrategias a largo plazo que minimicen los riesgos y asumiendo la responsabilidad en toda la cadena de producción.

En el 2002, la Comisión de las Comunidades Europeas en su Comunicación Relativa a la Responsabilidad Social de las Empresas: Una Contribución Empresarial al Desarrollo Sostenible presentó los resultados del debate generado por la presentación del Libro Verde ante la comunidad europea. En la Comisión se recibieron sobre 250 respuestas procedentes de diversas organizaciones, donde aceptaban con satisfacción el Libro Verde y confirmaban la utilidad de establecer y mantener un debate abierto sobre la RSE en Europa.

El Libro Verde generó algunas discrepancias, tales como, las empresas establecieron que la RSE debía ser voluntaria porque al regularla perdería su creatividad y su carácter innovador. Por el contrario, los sindicatos y las organizaciones de la sociedad civil abogaron por un reglamento para garantizar unas reglas equitativas a seguir. Los inversores señalaron que era importante mejorar los medios de comunicación para divulgar la información y transparencia de las empresas en los asuntos sociales. Los consumidores indicaron que necesitaban información fiable sobre las actividades de

producción y comercialización de bienes y servicios antes de tomar una decisión de compra.

Los organismos europeos también reaccionaron a la presentación del Libro Verde. El Consejo de la Unión Europea (2002) indicó que la RSE se puede utilizar como instrumento para responder a los cambios organizacionales, fomentar un alto nivel de adhesión, proteger el medio ambiente, respetar los derechos humanos y mejorar la competitividad de todas las empresas. El Comité Económico y Social (2002) señalaron que el voluntariado y la sostenibilidad en el medio ambiente, la economía y la sociedad deben servir de referencia para el surgimiento de nuevas iniciativas. El Comité de las Regiones (2002) manifestó que el Libro Verde es un paso importante para que las empresas y los gobiernos integren la responsabilidad social en sus actividades. El Parlamento Europeo (2003) favoreció el Libro Verde para promover las iniciativas voluntarias de las empresas hacia la RSE.

En el 2003, la Subcomisión de Promoción y Protección de los Derechos Humanos de las Naciones Unidas presentó las Normas sobre las Responsabilidades de las Empresas Transnacionales y otras Empresas Comerciales en la Esfera de los Derechos Humanos, instando a que no escatimen esfuerzos para que éstas sean conocidas y respetadas por todos. Establece obligaciones generales, donde los Gobiernos tienen la responsabilidad de promover y proteger los derechos humanos, asegurar que se cumplan, respetarlos, hacerlos respetar y velar que las empresas transnacionales y comerciales también los respeten.

En el año 2004, la Asociación Española del Pacto Mundial de Naciones Unidas (ASEPM) se creó durante la Asamblea Constituyente, convirtiéndose en una de las primeras plataformas mundiales de esta naturaleza. Se caracteriza por tener dentro de su composición una diversidad de grupos como empresas, ONG, sindicatos, universidades y organismos sociales. Su objetivo principal es apoyar, promover, difundir e incorporar los Diez Principios del Pacto Mundial en las operaciones diarias de las empresas españolas.

El 26 de junio de 2008 en Asamblea General Ordinaria se aprobó el nuevo nombre de la Asociación conocida como “Red Española del Pacto Mundial de Naciones Unidas”.

La Comisión de las Comunidades Europeas (2006) anunció en su Comunicación para poner en práctica la Asociación para el Crecimiento y el Empleo: hacer de Europa un polo de excelencia de la Responsabilidad Social de las Empresas, su apoyo a la creación de una Alianza Europea para la RSE con el fin de impulsar las iniciativas y prácticas de RSE entre las empresas europeas, fomentar la cultura empresarial y promover la competitividad de la economía europea.

La Alianza Europea para la RSE es una asociación de naturaleza abierta y voluntaria que invita a las grandes empresas, a las PYMES y a sus interlocutores a que la apoyen. Esta asociación esta basada en la estrategia europea de crecimiento y empleo para responder a la competencia global, a las tendencias demográficas y a al futuro sostenible. Igualmente, persigue aumentar la sensibilización de la RSE, mejorar su conocimiento, ayudar a integrarla, desarrollar coaliciones abiertas de cooperación y garantizar un entorno favorable para ésta (Comisión de las Comunidades Europeas, 2006).

En el 2010, la Norma ISO 26000 “Guía de Responsabilidad Social” fue aprobada con el propósito de orientar a las organizaciones públicas y privadas sobre responsabilidad social y contribuir al desarrollo sostenible. La Organización Internacional de Normalización (ISO) elaboró la idea de la de la Norma ISO 26000 y el comité técnico, ISO/TMB/WG SR, trabajó con su desarrollo en colaboración con más de 90 países, 450 expertos y 42 organizaciones internacionales y regionales. El comité representó a consumidores, gobiernos, industrias, trabajadores, organizaciones no gubernamentales (ONGs), consultores, universidades y los Organismos Internacionales de Normalización. Los principios de responsabilidad social en los que se fundamenta esta norma y que las empresas deberán respetar son: los derechos humanos, las prácticas laborales, el medio ambiente, las prácticas justas de operación, los asuntos relacionados con los consumidores

y la participación activa y desarrollo de la comunidad. La Norma ISO 26000:2010 no será una norma certificable, ni de uso regulatorio o contractual.

En el 2011, la Comisión Europea en su Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones presentó una estrategia renovada de la Unión Europea para 2011 – 2014 sobre la responsabilidad social de las empresas. La Comisión estableció que la RSE debe tener un enfoque estratégico para brindar unos beneficios a la empresa y a la sociedad, tales como, minimizar riesgos, mayor capital, menores costes, relaciones duraderas con los clientes, gestión efectiva de las relaciones humanas, mayor innovación, aprovechar nuevos mercados y nuevas oportunidades de crecimiento. Al mismo tiempo, ayudar a lograr los objetivos del Tratado de la Unión Europea, de la Estrategia Europea 2020, reducir los efectos de la crisis económica y de la pérdida de empleo. El integrar la RSE en las estrategias de la empresa persigue alcanzar un ambiente favorable para un crecimiento sostenible, un comportamiento responsable de las empresas y la creación de nuevos empleos.

La Comisión promueve las siguientes alternativas para llevar a la RSE a un nivel estratégico. Primero, crear una plataforma multilateral sobre RSE de diferentes sectores industriales. Segundo, promover un sistema de premios para recompensar a las empresas por una conducta responsable. Tercero, crear leyes que estimulen a las empresas asumir un papel social. Cuarto, evidenciar transparencia sobre temas sociales y medioambientales. Además, la Comisión presentó la nueva definición en RSE como “la responsabilidad de las empresas por su impacto en la sociedad” (p. 7). Las empresas para asumir esta nueva definición deben trabajar con los grupos de interés e integrar las preocupaciones sociales, medioambientales y éticas como el respeto a los derechos humanos en sus estrategias de negocios.

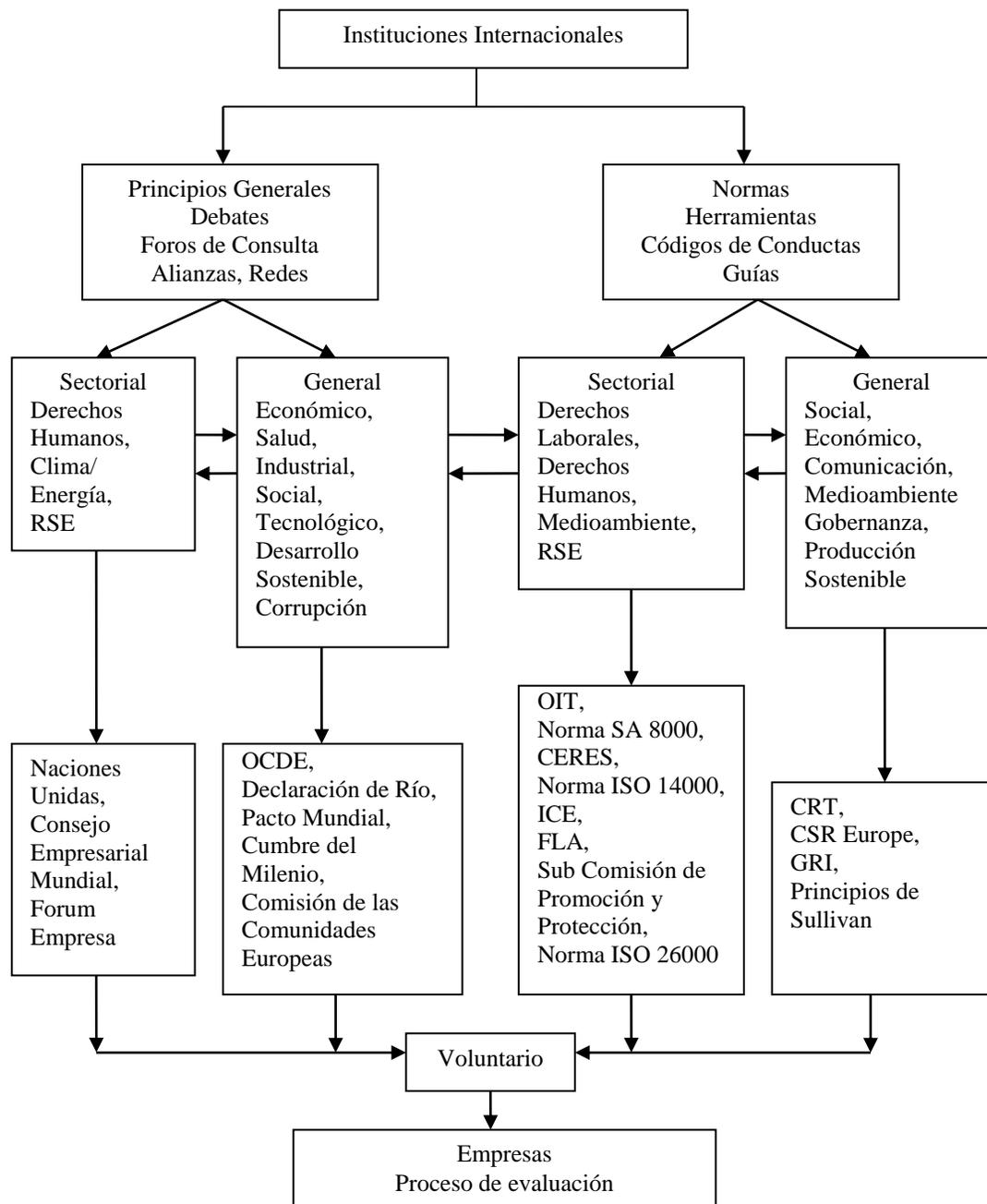
Los organismos internacionales que fomentan la RSE se dividen básicamente en dos grupos. El primer grupo, ha elaborado principios generales, debates, desarrollado foros de consulta y creado alianzas para fomentar la RSE. En este grupo se pueden incluir a las Naciones Unidas, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), el Consejo Mundial para el Desarrollo Sostenible, la Declaración del Río, el Pacto Mundial, la Cumbre del Milenio, la Comisión de las Comunidades Europeas y Forum Empresas.

El segundo grupo que promueve la RSE ha desarrollado normas, herramientas, códigos de conducta, guías e indicadores dirigidos hacia temas más específicos. A través de estos diversos mecanismos las empresas voluntariamente se someten a un proceso de evaluación para determinar su grado de responsabilidad social, corregir debilidades e incorporar las mejores prácticas en su gobierno y gestión. En este grupo se incluye a la Organización Internacional del Trabajo (OTI), la Norma SA 8000, el *Caux Round Table*, la Coalición para Economías Medioambientalmente Responsables (Ceres), el CSR Europe, la Norma ISO 14000, la Iniciativa de Comercio Ético (ICE), la Iniciativa de Reporte Global (GRI), los Principios Globales de Sullivan de Responsabilidad Social, la Asociación para el Trabajo Justo (FLA), la Subcomisión de Promoción y Protección de los Derechos Humanos y la Norma ISO 26000.

Ahora bien, los diversos temas que han impulsado estos organismos sobre responsabilidad social se relacionan entre sí. Estos giran en torno al ambiente en el trabajo, los derechos humanos, el medio ambiente natural, el desarrollo sostenible, la ética. Inclusive, la salud, la pobreza, la educación y la transparencia en la comunicación. Además, estas iniciativas van dirigidas a mejorar la calidad de vida de los diversos grupos de interés como los empleados y sus familias, los clientes, los consumidores, la comunidad local e internacional. También, persiguen el crecimiento sostenible y la protección del medio ambiente.

De todo esto se desprende que los instrumentos que utilizan estas instituciones para llevar a cabo procesos evaluativos y presentar informes sobre las actividades de las empresas carecen de uniformidad. Esta desigualdad en información puede crear confusión en las personas interesadas en llevar a cabo estudios o realizar comparaciones más acertadas de las empresas a través de estudios longitudinales. Tampoco, existe un consenso entre estos organismos para desarrollar leyes que obliguen a las empresas asumir una posición responsable ante la comunidad local e internacional. En la Figura 2.11. se presenta la Estructura Internacional de la RSE y en el Anexo B se muestra una cronología sobre los diferentes propósitos que tienen las instituciones que fomentan la RSE dentro de un marco internacional.

Figura 2.11. Estructura Internacional de la Responsabilidad Social Empresarial.



Fuente: Elaboración propia

2.8. La Responsabilidad Social Empresarial en Puerto Rico.

A finales de la década de los ochenta, se evidencia el interés sobre la RSE cuando la Dra. Martínez Cruzado, en el año 1989, ofrece una conferencia titulada “Ética y responsabilidad social de las empresas con relación a la sociedad” en la Facultad del Colegio de Administración de Empresas, del Recinto Universitario de Mayagüez de la Universidad de Puerto Rico. En su alocución sobre la ética y la responsabilidad social estableció que “todo profesional está obligado a respetar los mismos criterios morales que son válidos para todo ser humano en general” (Martínez Cruzado, 1989, p. 3). En este sentido, un profesional al tener mayor conocimiento, preparación formal y capacidad de intervención, mayor será su obligación moral. Además, se ve obligado a tomar decisiones éticas cuando se enfrenta con situaciones como la evolución tecnológica, la distribución inadecuada de los recursos, la contaminación ambiental, el sueldo y las condiciones de trabajo de los empleados y los accidentes del consumidor por el uso inadecuado de los productos o por defectos en su diseño.

Sin embargo, al presente no se han encontrado investigaciones empíricas por autores de Puerto Rico que hayan publicado en revistas arbitradas sobre el tema de la RSE. En cambio, existe un incremento en suplementos y artículos de corte comercial en periódicos de mayor circulación o en revistas de negocios. Básicamente, el interés se observa a través del desarrollo de tesis de máster y doctorado e iniciativas gubernamentales apuntando hacia la regulación.

En la década de los noventa se elaboraron las primeras dos Tesis de Máster. Figueiras Revuelta (1992) presentó un estudio con el propósito de demostrar la relación entre la orientación de responsabilidad social de los algunos ejecutivos que dirijan unas compañías localizadas en Puerto Rico y la posición financiera de éstas. El estudio demostró que el beneficio de enfatizar en el cumplimiento de la ley es una reducción en el riesgo de las compañías y en el crecimiento de los activos. Es necesario un enfoque

diferente de la responsabilidad social ya que los costes de las acciones en la esfera social son compensados con la reducción en costes operacionales.

Delgado (1994) argumentó que la investigación sobre los temas sociales ha girado alrededor de dos áreas: la relación entre las empresas y la sociedad o entre las empresas y el gobierno. El estudio estableció que las corporaciones son más selectivas en las actividades que apoyan, complementando las aportaciones monetarias con la participación de su personal en proyectos especiales y uniéndose a otras organizaciones en operaciones conjuntas. En la medida en que las empresas sirven a la sociedad, también se sirven a si mismas; pues su bienestar va a depender del bienestar de sus grupos de interés. Las empresas pueden ser más efectivas que los gobiernos por que sus acciones no están atadas al voto de los electores. Además, las empresas deben asumir una responsabilidad legal por la veracidad en las auditorias sociales.

Una década después, Gómez Vásquez presentó en 2006 una investigación que muestra como se comporta el periódico El Nuevo Día dentro de los parámetros éticos del ciudadano corporativo. El estudio demostró que El Nuevo Día realiza acciones de RSE con todos sus públicos, pero no están siendo comunicadas correctamente principalmente hacia sus públicos externos, en cambio, si posee una fuerte RSE interna.

A partir del año 2005 comienzan a surgir Tesis doctorales con temas en torno a la RSE. Díaz Cotto (2005) presentó un modelo conceptual de RSE dividiéndolo en cuatro constructos principales cuyos componentes son los empleados, el medio ambiente, los clientes o los grupos de interés y la comunidad. El estudio demostró una correlación entre el tamaño de la empresa y la ejecución de los índices de RSE, se confirmó que estos programas contribuyen a la rentabilidad de las empresas y se validó la percepción que existe en los encuestados que la RSE es una estrategia efectiva para promover el desarrollo económico del país.

La mayoría de los autores demostraron que las empresas asumen prácticas de responsabilidad social por el beneficio que reciben al cumplir con la ley vigente; no comunican correctamente las actividades de RSE al público externo y existe una correlación entre el tamaño de la empresa y la ejecución de los índices de RSE (Figueiras Calderón, 1992; Delgado, 1994; Díaz Cotto, 2005).

El Gobierno del Estado Libre Asociado de Puerto Rico ha establecido leyes que están en armonía con la responsabilidad social de las empresas, con el propósito de fomentar el desarrollo de las organizaciones sin fines de lucro, fortalecer sus servicios, estimular al sector privado y a los individuos para que aporten sus recursos, fomentando la filantropía ciudadana. La acción filantrópica, individual o concertada es la base fundamental para el crecimiento de instituciones que aportan a la vida colectiva de las comunidades y para el desarrollo de obras públicas que beneficien a todos por igual. Las organizaciones sin fines de lucro atienden las necesidades de la población y brindan servicios que las entidades gubernamentales no pueden ofrecer por falta de recursos materiales, humanos y de conocimiento. Sobreviven por aportaciones del gobierno federal, estatal o municipal, por otras fundaciones, corporaciones y aportaciones individuales. Además, se ven amenazadas para mantener sus servicios por falta de fondos o la poca continuidad de estos, los costes ascendentes y la competitividad de estas organizaciones por los fondos.

La Ley Número 75 del 3 de mayo de 2000, tiene el propósito de enmendar la Ley Número 120 del 31 de octubre de 1994, conocida como “Código de Rentas Internas de Puerto Rico de 1994”. La enmienda consiste en permitir que los individuos puedan tomar una deducción detallada sobre las aportaciones o donativos pagados a organizaciones sin fines de lucro durante el año contributivo. Esta deducción debe exceder del 3% (tres por ciento) del ingreso bruto ajustado del individuo o el 33% (treinta y tres por ciento) del total de las aportaciones o donativos pagados a organizaciones sin fines de lucro durante el año contributivo. Estas deducciones aplican a Estados Unidos o a cualquier posesión, siempre y cuando sea para fines públicos, fideicomisos, fondo comunal o fundaciones

organizadas en Puerto Rico o en los Estados Unidos con fines religiosos, caritativos, científicos, literarios, educativos o para la prevención de la crueldad de los niños y de los animales.

Se incluye el Fondo Especial para Rehabilitación Vocacional autorizado por la ley de Rehabilitación Vocacional que permite una deducción adicional, hasta un 15% (quince por ciento) del ingreso bruto ajustado del contribuyente por donativos pagados a programas educativos acreditados a nivel universitario en Puerto Rico, a la Fundación José Jaime Pierluisi o al Fondo Nacional para el Financiamiento del Quehacer Cultural. Estudios Técnicos, Inc. recomendó en el Estudio de las Organizaciones sin Fines de Lucro, Resumen Ejecutivo (2002, p. 12) que se eliminarán ambos límites, siempre y cuando los donativos sean a entidades que reúnan las condiciones de la Ley Número 75 de 2000. La razón de esta sugerencia es que las disposiciones actuales no han probado ser un incentivo suficientemente significativo para estimular la filantropía.

La Ley Número 88 de 2004 fue aprobada para declarar la tercera semana del mes de marzo como la Semana de la Responsabilidad Social Empresarial en Puerto Rico. En la exposición de motivo de esta ley, la responsabilidad social empresarial se establece como una actitud responsable de las empresas con todos los grupos de interés. Tradicionalmente la RSE se ha utilizado para definir las acciones caritativas o proyectos filantrópicos de las empresas con la comunidad externa. La empresa que es socialmente responsable va más allá de la normativa requerida, excediendo las expectativas de sus consumidores. Desde que las empresas se originan, deberán trabajar con una visión de responsabilidad social aplicándola a toda organización con fines de lucro y sin fines de lucro, gobierno, microempresas y empresas comunitarias.

El Gobierno del Estado Libre Asociado de Puerto Rico busca promover a través de esta ley que las empresas se involucren en el desarrollo de nuevos parámetros de administración que garanticen la seguridad global. En una economía globalizada, las

empresas líderes, son las que promueven parámetros que le permitan trabajar a favor de un desarrollo sustentable.

La Asamblea Legislativa de Puerto Rico ha creado y aplicado la Ley del Voluntariado de Puerto Rico (Ley Número 261, 2004), con el propósito de definir la política pública sobre el particular, disponer el ámbito de aplicación, definir derechos, beneficios y obligaciones de los voluntarios y de las organizaciones que los utilicen. Esta ley tiene el fin de reconocer, promover, proteger y facilitar la aportación solidaria y sin ánimo de lucro de individuos, concebida como voluntariado, al bienestar del país. Además, crear asociaciones y establecer alianzas entre organizaciones a tales fines. A través de esta ley, se define el voluntariado como el alistamiento libre y voluntario de ciudadanos a participar en actividades de interés social o comunitario, sin que exista una obligación, ni retribución de clase alguna y siempre que la participación sea dentro del ámbito de organizaciones públicas y privadas. Se excluyen las actuaciones voluntarias aisladas o esporádicas al margen de estas organizaciones, por razones familiares, de amistad o de buena vecindad.

La Ley Número 267 de 2004, conocida como Ley sobre Política Pública de Desarrollo Sostenible, tiene el fin de establecer regulaciones públicas para mejorar la calidad de vida del puertorriqueño y promover políticas, programas y actividades gubernamentales relacionadas al área social, económica y ambiental. Persigue, dirigir a Puerto Rico hacia el logro de su desarrollo sostenible. Para hacer operativa esta ley, se establece la Comisión para el Desarrollo Sostenible de Puerto Rico. Para lograr estos propósitos, se requiere un ambiente sano, y reconocer la obligación de tomar acciones afirmativas para reducir la pobreza, lograr y mantener buenos estándares o niveles de vida, mejores oportunidades de empleo y viviendas adecuadas para los puertorriqueños.

Según la citada Ley la estrategia de desarrollo sostenible de Puerto Rico tiene que reconocer la necesidad de una nueva visión sobre el ambiente y los recursos naturales, en

relación al uso de tierras y el recurso de agua, el transporte, la producción de energía, el manejo de desperdicios sólidos y líquidos y el manejo de la zona costera.

El Gobierno del Estado Libre Asociado de Puerto Rico está en consonancia con lo que sucede alrededor del mundo sobre las medidas extraordinarias que se están tomando para luchar contra el calentamiento global. Una de estas medidas es el uso de la energía solar como método alternativo o en conjunto con la electricidad producida por el hombre. La energía solar es almacenada en mecanismos para calentar el agua y producir electricidad, como consecuencia, estos dispositivos ayudan a ahorrar electricidad porque sustituyen equipos que funcionan con electricidad por aquellos que utilizan energía renovable.

Por esta razón, se creó la Ley Número 172 del año 2007, enmendando la Ley Núm. 120 de 1994, conocida como “Código de Rentas Internas de Puerto Rico de 1994”. La enmienda consistió en admitir como deducción el 30% (treinta por ciento) de los gastos incurridos durante cualquier año contributivo en la adquisición, fabricación e instalación en la propiedad que constituya la residencia principal del contribuyente de cualquier equipo solar. La deducción que se le otorga a un individuo aumentó de quinientos dólares (\$500) a mil quinientos dólares (\$1,500).

El 10 de agosto de 2008, el Estado Libre Asociado de Puerto Rico aprobó el Reglamento Núm. OE-2008-33 creando el Programa de Vales para la Adquisición de Calentadores Solares y el Programa de Préstamos Energéticos. El Gobierno de Puerto Rico a través de esta orden ejecutiva persiguió los siguientes propósitos: brindar un incentivo a las empresas puertorriqueñas que fabrican calentadores solares y que generan sobre cuatrocientos (400) empleos directos e indirectos; convertir en artículos de primera necesidad el calentador solar y todo producto o servicio que contribuya a reducir el consumo de energía eléctrica; establecer un fondo de cinco millones de dólares (\$5,000,000.) para crear e implementar el programa de concesión de diez mil (10,000.) vales de quinientos dólares (\$500) para que los ciudadanos residentes en Puerto Rico compraran calentadores solares que estuvieran certificados por la Autoridad de Energía

Eléctrica de Puerto Rico (AEEPR); financiar el balance pendiente de pago, después de haber utilizado el vale, mediante préstamos energéticos por alguna cooperativa de ahorro y crédito del País certificada por la Corporación Pública para la Supervisión y Seguro de Cooperativas de Puerto Rico (COSSEC) con una tasa de interés que no excederá de un 12% (doce por ciento). El Gobierno de Puerto Rico, a través de estos dos programas busca promover el empleo, brindar un ahorro al consumidor en su factura mensual por el servicio de energía eléctrica, establecer medidas de conservación y eficiencia energética y proteger el ambiente.

La Ley Número 82 del año 2010, conocida como Ley de Política Pública de Diversificación Energética por Medio de la Energía Renovable y Alterna de Puerto Rico, se creó para enfrentar la crisis energética y promover el desarrollo sostenible a través de la diversificación de producción de energía. El incremento en el precio de los combustibles fósiles derivados del petróleo y su inestabilidad ha ocasionado en gran medida que aumente los costes de energía eléctrica afectando la calidad de vida y el ambiente, como la competitividad económica.

Se persigue a través de esta ley incrementar la producción de energía renovable sostenible y alterna, crear una nueva industria renovable robusta y desarrollar empleos directos e indirectos. Para lograr este fin se creó por primera vez una Cartera de Energía Renovable, donde la AEEPR y otros proveedores de energía eléctrica tendrán que alcanzar un 20 por 100 de producción de energía renovable sostenible durante los próximos veinticinco (25) años y reducir la dependencia de combustibles fósiles para consumo de energía. Además, se emitirán Certificados de Energía Renovable (CER) que representa el equivalente de un (1) megavatio-hora (MWh) de electricidad generada por una fuente de energía renovable sostenible o energía renovable alterna. El CER serán activos mercadeables y negociables que se podrán comprar, vender, ceder y transferir dentro y fuera de Puerto Rico. Los certificados se utilizarán como mecanismos para propiciar el establecimiento de empresas dedicadas a la producción de energía eléctrica mediante el uso de fuentes renovables.

El 19 de julio de 2010, se aprobó la Ley Número 83 del año 2010, conocida como Ley de Incentivos de Energía Verde de Puerto Rico, para enfrentar la crisis energética en Puerto Rico. La Ley Número 83 del año 2010 persigue los siguientes propósitos: primero, fomentar la generación de energía renovable, segundo, facultar a la Administración de Asuntos Energéticos a incentivar el cumplimiento y desarrollo de energía renovable sostenible y energía renovable alterna en Puerto Rico, tercero, que los ciudadanos de Puerto Rico tengan la oportunidad de formar parte del mercado de Certificados de Energía Renovable (CER) y de fuentes de energía renovable que existen en los Estados Unidos, cuarto, crear el Fondo de Energía Verde de Puerto Rico (FEV) para brindar incentivos económicos para el establecimiento de proyectos de energía renovable en Puerto Rico a nivel residencial, comercial e industrial, quinto, agrupar los incentivos económicos ya existentes y ofrecer nuevos beneficios para estimular el desarrollo de proyectos de energía verde y sexto, ofrecer beneficios contributivos para estimular los proyectos de energía renovable sostenible y energía renovable alterna.

Con un enfoque medio ambiental, el Gobierno del Estado Libre Asociado de Puerto Rico legisló y aprobó la Ley Número 9 de 1970 ajustada a las bases de la Agencia Federal de Protección Ambiental de los Estados Unidos (EPA). Sobre esta base el Estado Libre Asociado de Puerto Rico creó la Junta de Calidad Ambiental de Puerto Rico (JCA) para proteger la calidad del ambiente, mediante el control de la contaminación del aire, de las aguas y de los suelos. En el año 2004, se aprobó la Ley Número 416 derogando, sustituyendo y actualizando las disposiciones de la Ley Número 9 de 1970, conocida como Ley sobre Política Pública Ambiental del Estado Libre Asociado de Puerto Rico, en lo sucesivo “JCA”, para adaptarlas a las necesidades y realidades de nuestros tiempos, lograr una mayor y más eficaz protección del ambiente y que los aspectos ambientales sean integrados y tomados en consideración en todo esfuerzo gubernamental para satisfacer las necesidades sociales y económicas de las presentes y futuras generaciones.

En este contexto, se han creado y aplicado diversas leyes con el propósito de proteger al medio ambiente y la calidad de vida del puertorriqueño, como las que se presentan en el Cuadro 2.26.

Cuadro 2.26.

Leyes para proteger el Medio Ambiente.

Ley	Propósito
Ley Número 70 de 1992, según enmendada	Desarrollar e implantar estrategias económicamente viables y ambientalmente seguras que resulten en la disminución del volumen de desperdicios sólidos que requerirá disposición final.
Ley Número 13 de 1995, enmendó la Ley Núm. 70 de 1992	Crear nuevos incentivos económicos para promover el reciclaje, especificar las responsabilidades de las agencias y municipios para desarrollar esta actividad, promover la reducción de desperdicios sólidos y la reutilización y separación en la fuente de materiales reciclables.
Ley Número 250 de 1999	Instituir el Programa “Adopte una Playa” con el fin de contribuir a la calidad de vida de los ciudadanos, promover la protección de los recursos naturales, el ambiente y establecer un programa de limpieza y ornato de las playas.
Ley Número 411 de 2000, Ley Núm. 70 de 1992	Inducir al sector privado a participar en la meta de reciclar un 35 por cien de los residuos sólidos que se generan, mediante la implantación mandatoria de Planes de Reciclaje. También, persigue mayor participación de los municipios y de igual forma, ampliar las responsabilidades, bajo esta Ley, al hacer compulsorio la radicación de informes de logros y dificultades en la implantación de los Planes de Reciclaje.
Ley Número 310 de 2000	Establecer política pública para que todo tipo de contaminación sea prevenida y reducida desde su origen.
Ley Número 25 de 2001	Eliminar la contaminación de ruidos nocivos a la salud o al bienestar público.
Ley Número 329 de 2003	Dispone que el tercer sábado de cada mes de septiembre se observado y celebrado en todo Puerto Rico como El Día Nacional de Limpieza de Playas.
Ley Número 151 de 2000	Establecer un programa para adoptar un tramo de un río o quebradas y sus riberas, a los fines de contribuir a la calidad de vida de los ciudadanos y del medio ambiente.

Fuente: <http://www.lexjuris.com>

2.8.1. El Entorno Legal y Regulatorio en el Comercio, la Industria y las Entidades Financieras de Puerto Rico.

El comercio, la industria y las entidades financieras de Puerto Rico son fiscalizados por las agencias federales del Gobierno de los Estados Unidos. Estas agencias trabajan para desarrollar y hacer cumplir las regulaciones establecidas por el Congreso. El Gobierno del Estado Libre Asociado de Puerto Rico, además de cumplir con las leyes federales, tiene la facultad de promulgar leyes aplicables a diferentes situaciones que protejan y mejoren el estilo de vida del puertorriqueño, las cuales son aprobadas o denegadas a través de legislación por la Cámara y Senado de Puerto Rico.

La Administración de Drogas y Alimentos (*Food and Drug Administration, FDA*) es una división del Departamento de Salud y Servicios Humanos de los Estados Unidos, con la misión de garantizar que los alimentos para los seres humanos sean seguros para su uso. También, asegura la efectividad de todas las drogas, productos biológicos, dispositivos médicos, drogas y alimentos para animales, como cosméticos y productos médicos que emitan radiación. Se estableció en el año 1906, mediante la aprobación del Acta de Alimentos y Drogas, a través del cual se prohibió el comercio interestatal de alimentos y drogas que estén adulterados y falsamente marcados. El Acta de Alimentos y Drogas, fue la primera ley aprobada para proteger la salud pública de los consumidores de los Estados Unidos y de sus territorios.

Este fue el comienzo de leyes adicionales como el Acta Federal de Alimentos, Drogas y Cosméticos de 1938, donde se autorizó a la FDA a exigir evidencia de seguridad sobre nuevas drogas, emitir normas fijas sobre alimentos y dirigir inspecciones en las fábricas. En el año 1962, se aprobó la enmienda *Kefauver Harris* con el propósito de reforzar las normas de seguridad en las drogas obligando a los fabricantes a comprobar la efectividad de sus productos. La enmienda sobre dispositivos médicos fue aprobada en el año 1976 con el fin de prevenir accidentes en el uso de los nuevos dispositivos médicos. Después del 11 de septiembre de 2001, le asignaron a la FDA dos funciones adicionales. La primera, es prevenir la contaminación premeditada de todos los productos regulados y

la segunda, es mejorar la disponibilidad de medicamentos para responder a daños causados por agentes biológicos, químicos o nucleares.

La Agencia Federal de Protección Ambiental de los Estados Unidos (*United States Environmental Protection Agency*, EPA) fue establecida en el año 1970 y tiene la misión de proteger la salud de los humanos y del medio ambiente. Es responsable por investigar y establecer estándares nacionales para una variedad de programas ambientales. Delega a los estados y territorios las responsabilidades para otorgar permisos, supervisar y hacer cumplir las leyes. Puede emitir sanciones cuando los estándares nacionales no son cumplidos y asistir a los estados y territorios a alcanzar los niveles deseados de calidad ambiental. Provee ayuda financiera para investigaciones, otorga becas para graduandos y apoya proyectos de educación ambiental. Realiza investigaciones para evaluar las condiciones ambientales e identificar, entender y solucionar problemas actuales y futuros, sobre el medio ambiente. Auspicia consorcios y programas voluntarios de prevención de contaminación y de esfuerzos para la conservación de energía.

Por otro lado, las entidades financieras en Puerto Rico están reglamentadas por varias agencias federales. Las instituciones bancarias comerciales en Puerto Rico son parte del sistema financiero de Estados Unidos y son reguladas por la Corporación Federal de Seguro de Depósitos (*Federal Deposit Insurance Corporation*, FDIC) y por la Oficina del Contralor de la Moneda (OCC). El FDIC es una agencia independiente del gobierno federal que provee un seguro para proteger el dinero que tienen los depositantes en sus cuentas de depósitos bancarios por \$250,000. También, mantiene la solvencia y asegura el abastecimiento de dinero de los bancos ubicados en Estados Unidos y en sus territorios. El FDIC no cubre inversiones en acciones y en bonos, fondos mutuos, pólizas de seguros de vida, anualidades, títulos municipales, cajas de seguridad y bonos o pagarés del Tesoro de los Estados Unidos. La OCC es una agencia independiente del Departamento del Tesoro de los Estados Unidos (*United States Department of the Treasury*) que tiene la misión de regular y supervisar todos los bancos nacionales y cooperativas de ahorros federales. La OCC utiliza el reglamento del Acta de Reinversión Comunitaria (*Community Reinvestment Act*, CRA) de 1977, para evaluar el desempeño

del sistema bancario que reciben depósitos para satisfacer las necesidades crediticias de toda la comunidad, incluyendo los consumidores de ingresos bajos y moderados y de negocios en sus territorios comerciales, de tal manera que ninguno sea discriminado. Los evaluadores federales miden el desempeño de la banca en el área de préstamos, inversiones y servicio, otorgando la clasificación de sobresaliente, satisfactorio, necesita mejorar o no cumple substancialmente en la satisfacción de las necesidades de crédito de todos los grupos a los que sirven.

Por su parte, las compañías de inversiones en Puerto Rico son reguladas por la Comisión de Bolsa y Valores (U.S. *Securities and Exchange Commission*, SEC) de los Estados Unidos. La SEC se creó con la Ley de Valores de 1934 con la misión de proteger al inversor, mantener la integridad de los mercados de valores y facilitar la formación de capital. La SEC le exige a las empresas con valores bursátiles negociables proveer información financiera para que los inversores puedan evaluar la cartera de valores antes de tomar una decisión. También, hace valer las leyes y reglamentos para proteger a los inversores contra personas y empresas inescrupulosas que cometen infracciones con la compraventa de valores, fraudes contables y divulgación de información engañosa.

En Puerto Rico se encuentra la Oficina del Comisionado de Instituciones Financieras (OCIF) cuya misión es reglamentar, supervisar y fiscalizar el sistema financiero para garantizar la solidez, solvencia y competitividad mundial, así como el cumplimiento de leyes y reglamentos. OCIF tiene la facultad de otorgar licencias, autorizar para operar, reglamentar, examinar, investigar querellas, recopilar y analizar datos financieros y custodiar y tramitar la devolución de propiedad no reclamada. Este sector es uno diversificado, conformado por un conjunto de concesionarios como son los bancos comerciales, las entidades bancarias internacionales, las casas de corretaje, las compañías hipotecarias, las compañías de inversión, las compañías de arrendamiento, las compañías de financiamiento, las compañías de préstamos personales pequeños, las agencias para restablecer crédito, los negocios de cambio de cheques, las casas de

empeño, los casinos, los intermediarios financieros, los corredores y las compañías de transferencias monetarias.

Las Cooperativas de Ahorro y Crédito en Puerto Rico es otro sector que forma parte del sistema financiero pero no es regulada por OCIF. En el año 2001 se aprobó la Ley Número 114 para crear la Corporación para la Supervisión y Seguro de Cooperativas de Puerto Rico (COSSEC) con la misión de garantizar la continuidad y permanencia de las cooperativas; supervisar, fiscalizar, educar, orientar y asegurar su solvencia; proteger la participación de socios y depositantes, mediante el uso efectivo de los recursos humanos y técnicos. También, otorga a las cooperativas la licencia para operar y les proporciona un seguro de acciones y depósitos a sus socios y depositantes hasta \$250,000.

La Ley Número 255 del 28 de octubre de 2002, conocida como “Ley de Sociedades Cooperativas de Ahorro y Crédito de 2002”, derogando la Ley 6 del 1990 le provee a las Cooperativas de Ahorro y Crédito en Puerto Rico siete principios esenciales para que sean organizaciones más competitivas en el desarrollo social y económico del país. El primer principio es la membresía abierta y voluntaria donde las cooperativas están abiertas a todas las personas sin discriminación de género, raza, clase social, posición política o religiosa. El segundo principio, es el control democrático, que hace referencia a que cada socio tiene derecho a un voto. El tercer principio, es la participación económica donde los socios contribuyen de manera equitativa y controlan de manera democrática el capital de la cooperativa. El cuarto principio, es la autonomía e independencia que significa que las cooperativas cuando establecen acuerdos con otras organizaciones tienen que mantener siempre su autonomía e independencia. El quinto principio, es el de educación, capacitación e información con el propósito de brindar educación y capacitación a socios, dirigentes electos, gerentes y empleados y contribuir al desarrollo de las cooperativas. El sexto principio, es la cooperación entre cooperativas cuyo fin es servir a los socios lo más eficazmente posible trabajando de manera conjunta. El compromiso con la comunidad es el séptimo principio, donde las cooperativas trabajan

para el desarrollo sostenible de la comunidad por medio de políticas aceptadas por los socios.

La Administración de Seguridad Laboral y Salud (*Occupational Safety and Health Administration*, OSHA) es una unidad dentro del Departamento de Trabajo del Gobierno de los Estados Unidos con el propósito de hacer cumplir las normas que protegen la salud y seguridad de los empleados en su trabajo. Se creó en el año 1970 con el Acta de Seguridad Laboral y Salud (*Occupational Safety and Health Act*, OSH Act) para prevenir la muerte, lesiones o enfermedades de trabajadores en sus sitios de trabajo. El Acta es extensiva a Puerto Rico. En el 1975, el Gobierno de Puerto Rico creó la Ley Número 16, enmendada, Ley de Seguridad y Salud en el Trabajo de Puerto Rico, ajustada a las bases del Acta federal, con el propósito que los empleados tengan condiciones de trabajo seguras y saludables, proteger los recursos humanos, minimizar las desgracias personales y familiares y las pérdidas económicas como resultado de lesiones y enfermedades en el trabajo. Con la aprobación de esta ley se creó, en el 1978, la Administración de Seguridad y Salud Ocupacional de Puerto Rico (PR OSHA) con la misión de promover un ambiente laboral libre de riesgos a la salud, la seguridad y la vida de todos los trabajadores en el sector privado y público en Puerto Rico.

CAPÍTULO III. METODOLOGÍA APLICADA A LA INVESTIGACIÓN Y ANÁLISIS.

Introducción.

En este capítulo se presenta el procedimiento y metodología utilizada para realizar este estudio. Como parte del mismo se incluyen los siguientes componentes importantes: el tipo y diseño del estudio, la población, la muestra, los instrumentos y técnicas de recopilación de información, la validez, la confiabilidad, el procedimiento de la investigación, el análisis de información y las variables del estudio.

A través de este estudio se persiguen los siguientes objetivos específicos:

1. Describir la RSE (económica, legal, ética) en el sector del comercio, industria y entidades financieras, así como de las empresas pequeñas, medianas y grandes desde la perspectiva de los participantes en sus empresas y en las empresas de Puerto Rico.
2. Realizar comparaciones entre los sectores del comercio, la industria, las entidades financieras desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE (económica, legal, ética) en sus empresas y en las empresas de Puerto Rico.
3. Realizar comparaciones entre las empresas pequeñas, medianas y grandes desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE (económica, legal, ética) en sus empresas y en las empresas de Puerto Rico.
4. Realizar comparaciones por género desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE (económica, legal, ética) en sus empresas y en las empresas de Puerto Rico.

5. Explorar si las variables explicativas (sector_comercio, sector_industria, sector_entidades financieras, género, número de empleados, ingreso de la empresa, edad) predicen las variables dependientes (diferencia de la responsabilidad social económica, diferencia de la responsabilidad social legal, diferencia de la responsabilidad social ética).
6. Explorar las opiniones que tienen los participantes de una muestra del sector del comercio, la industria y entidades financieras con respecto a la RSE (económica, legal, ética) en sus empresas.

3.1. Tipo y diseño de la investigación.

La metodología utilizada en la investigación es el método mixto que ha sido definida de diversas formas. Tashakkory & Teddie (1998) establecieron que es una investigación donde se combinan los enfoques cuantitativo y cualitativo en todas las fases del proceso de investigación, desde la conceptualización, la recopilación y el análisis de los datos e inferencias. Por su parte, Johnson & Onwuegbuzie (2004) la definieron como una clase de investigación que combina en un sólo estudio, las técnicas, los métodos, los enfoques, los conceptos o lenguajes cuantitativos y cualitativos.

Para Creswell & Plano Clark (2007) la investigación del método mixto es un estudio compuesto de supuestos filosóficos y métodos de indagación. Los supuestos filosóficos van a establecer la dirección en la recopilación y análisis de los datos. En cambio, el método de indagación se enfoca en recopilar, analizar y mezclar en un estudio los datos cuantitativos y cualitativos. Es más, Johnson & Chaistensen (2008) indicaron que es una amplia investigación en la cual se combinan en un estudio los enfoques cuantitativos y cualitativos. Según, Fraenkel & Wallen (2000) muchos estudios históricos han incluido la combinación de la metodología cuantitativa y cualitativa, presentando en el reporte final ambas clases de resultados.

La importancia de la investigación del método mixto radica en que al utilizar los enfoques cuantitativos y cualitativos se provee el más completo análisis del problema (Creswell & Plano Clark, 2007). El creciente interés en la investigación cualitativa y la necesidad de obtener múltiples formas de evidencia para documentar e informar los problemas de investigación son dos razones adicionales para utilizar esta metodología.

El interés en la investigación del método mixto ha crecido por que los investigadores que lo han utilizado lo defienden como un diseño único y distinto con derecho propio (Creswell & Plano Clark, 2007). Otros autores lo consideran un complemento natural de la investigación tradicional cuantitativa y cualitativa (Jick, 1979; Johnson & Onwuegbuzie, 2004). Para Tashakkory & Teddlie (2003) el método mixto es el tercer movimiento metodológico por que es una forma pragmática de utilizar las fortalezas de los enfoques cuantitativo y cualitativo.

La realización de un estudio utilizando el método mixto puede ser efectiva porque compensa las debilidades de utilizar un sólo método de investigación, sea cuantitativo o cualitativo. De acuerdo con Creswell & Plano Clark (2007), el enfoque cuantitativo no escucha las voces de los participantes, y el enfoque cualitativo se ve deficiente por la interpretación personal de los investigadores y por la limitación de no generalizar los hallazgos.

El método mixto se fundamenta en las fortalezas de ambos enfoques. De acuerdo con Johnson & Christensen (2008), la investigación cuantitativa es útil para establecer una relación de causa y efecto y llevar a cabo generalizaciones estadísticas sobre la población. La investigación cualitativa estudia la conducta en un ambiente natural, provee información en profundidad sobre el significado personal de los participantes y detallada las razones para que ocurra un fenómeno. Por otro lado, Lucca Irizarry y Berrios Rivera (2003) señalan que en la investigación cuantitativa resultan hallazgos numéricos estadísticos, y procura examinar las relaciones causales entre variables. En cambio, la metodología cualitativa es una investigación donde las personas se expresan de

manera oral o escrita y cuyo comportamiento es observado. Además, examina la calidad de las relaciones, procesos, actividades, situaciones o contenidos.

Por tanto, el estudio del método mixto provee la evidencia más comprensiva para estudiar el problema de investigación, ayuda a responder a preguntas que ambos enfoques por si solos no podrían contestar, promueve el uso de múltiples paradigmas, el investigador es libre de usar todos los métodos para tratar el problema de investigación y fomenta la colaboración entre investigadores (Creswell & Plano Clark, 2007).

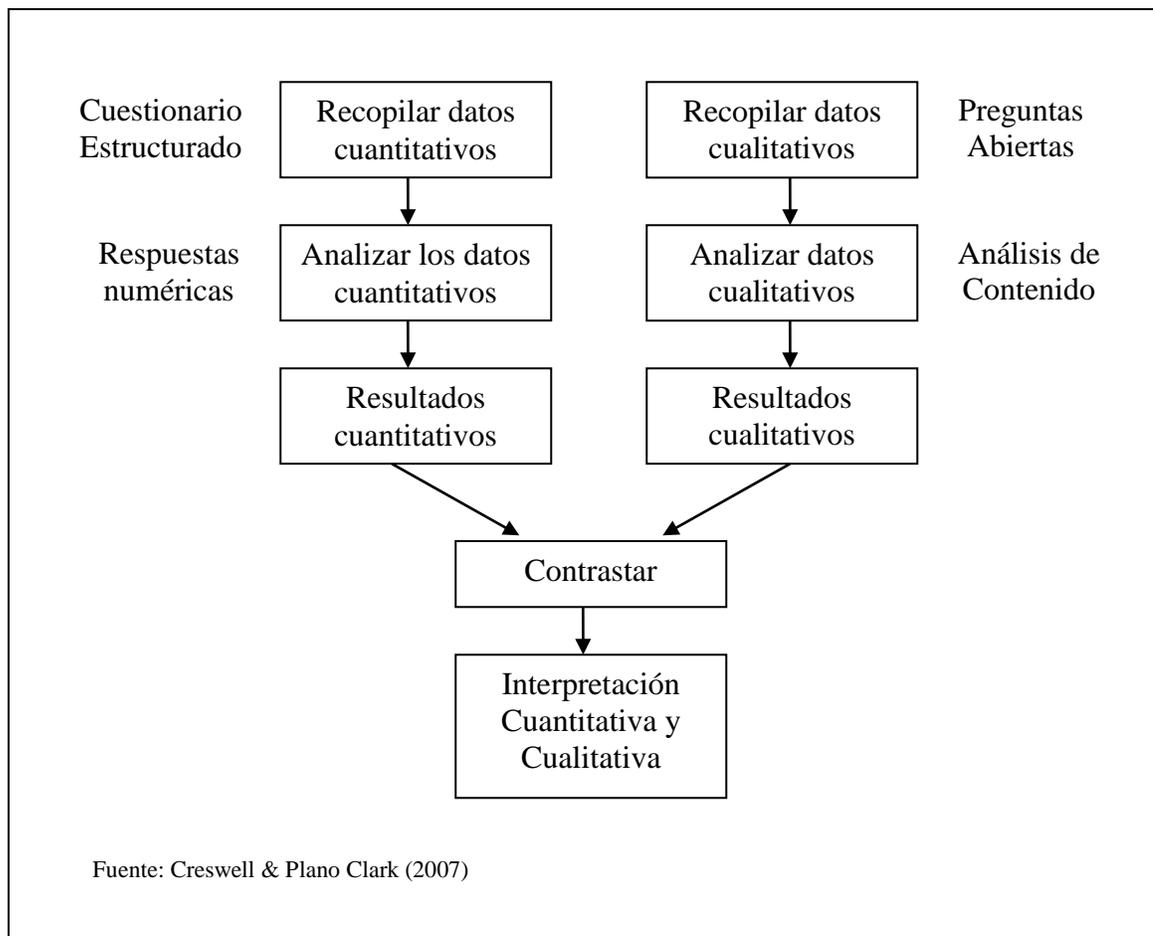
Por ello, ante las diversas razones para utilizar la investigación del método mixto es imprescindible combinar ambos enfoques para describir, comparar y explorar, desde la perspectiva de los participantes la RSE (económica, legal, ética) en sus empresas y en las empresas en Puerto Rico.

El diseño Triangulación Concurrente Modelo Convergente será utilizado para el desarrollo de este estudio. En este diseño se brinda igual prioridad a los datos cuantitativos y cualitativos. Los datos se recopilan individualmente, en una sola fase y de forma simultánea. Luego, se analizan por separado, se contrastan durante el proceso de interpretación y se determina si hay similitud o no (Creswell & Plano Clark, 2007). En resumen, a través de este modelo se puede comparar o validar, confirmar o corroborar resultados cuantitativos con hallazgos cualitativos.

Según, Creswell & Plano Clark (2007) el autor de una investigación que utilice el diseño de Triangulación Concurrente Modelo Convergente debe realizar mucho esfuerzo y tener experiencia para recopilar simultáneamente los datos cuantitativos y cualitativos. Es un reto porque tiene que trabajar con diferentes muestras e integrar los diferentes datos para que los resultados del estudio sean de utilidad. En la figura 3.1. se presenta el diagrama del diseño Triangulación Concurrente Modelo Convergente donde se muestra el

procedimiento ha utilizar para recopilar simultáneamente los datos cuantitativos y los cualitativos.

Figura 3.1. Diseño de Triangulación Concurrente Modelo Convergente.



Además, del diseño Triangulación Concurrente Modelo Convergente los investigadores pueden seleccionar entre tres modelos diferentes para realizar estudios utilizando el método mixto. Según, Creswell & Plano Clark (2007) otra de las alternativas es el Modelo de Transformación de Datos, en el cual los datos cuantitativos y cualitativos se recopilan y se analizan por separado. Después del análisis inicial el investigador transforma los datos cualitativos en datos cuantitativos. Entonces, se

comparan los dos grupos de datos cuantitativos para llevar a cabo una interpretación. El Modelo de Validación de Datos Cuantitativos es otra opción, donde se coloca dentro de un cuestionario estructurado pocas preguntas abiertas para recopilar los datos cualitativos. El investigador utiliza un solo instrumento para obtener ambas clases de datos. Los datos se analizan por separado, se validan los resultados cuantitativos con los resultados cualitativos y se interpretan. También, el investigador puede seleccionar el Modelo Multinivel, donde se combinan varios enfoques cuantitativos y cualitativos dentro de una sola investigación. En el primer nivel de la investigación se recopilan datos cuantitativos, en el segundo nivel se reúnen datos cualitativos y en el tercer nivel se obtienen datos cuantitativos. Entonces, el investigador para cada nivel y por separado, lleva a cabo un análisis y obtiene resultados. Luego, estos resultados individuales se unen y se realiza una interpretación total (Creswell & Plano Clark, 2007).

El paradigma que orienta este estudio subyace en el Pragmatismo, que se asocia con la investigación del método mixto (Creswell & Plano Clark, 2007). La palabra pragmatismo proviene del vocablo griego *pragma* que significa acción. El pragmatismo establece el sentido de la acción en términos de la autocrítica, de la reflexión, del control sobre nuestras acciones y conductas (Pierce, 2008).

3.2. Población objeto del estudio.

La población identificada para desarrollar la fase cuantitativa y cualitativa en este estudio esta conformada por personal mayor de 21 años ocupando posiciones administrativas que están relacionados con la RSE de sus empresas. Las empresas con fines de lucro que participaron en el estudio provinieron del sector del comercio, la industria y las entidades financieras en Puerto Rico. Estas empresas, a su vez, fueron clasificadas por tamaño: pequeñas, medianas y grandes. Además, se identificaron de varias fuentes como el listado de empresas *The Caribbean Business Book of List* (2014). También, se incluyeron las páginas electrónicas del *Caribbean Business*, Cooperativas de Ahorro y Crédito en Puerto Rico (COSSEC), Departamento de Estado de Puerto Rico -

Registro de Corporaciones y Entidades, Oficina del Comisionado de Instituciones Financieras de Puerto Rico (OCIF), *Pharmaceutical Industry Association of Puerto Rico* (PIA) y *Puerto Rico Industrial Development Company* (PRIDCO).

3.2.1. El tipo de empresa de acuerdo al producto o servicio que ofrecen.

Se ha utilizado la variable actividad económica para segmentar la muestra. Los tipos de empresas elegidos han sido los de mayor representatividad y contribución al Producto Interno Bruto (PIB) de Puerto Rico, estos son el comercio, la industria y las entidades financieras en Puerto Rico.

El comercio esta conformado por el comercio al por mayor y comercio al detalle. De acuerdo con el Informe Económico del Banco Gubernamental de Fomento para Puerto Rico (BGF) (2015), este sector aportó el 7.7 por ciento de participación con relación al PIB. El comercio al por mayor contribuyó con 3 por ciento y el comercio al detalle con 5 por ciento. Solo se utilizó el comercio al detalle o ventas al detal por su mayor peso a la economía de Puerto Rico. Las empresas escogidas en el comercio al detalle son los vehículos de motor, los supermercados y los restaurantes de comida rápida. En el 2013 el PIB fue de \$103,100 millones.

Como segunda opción se encuentra la industria cuyo peso en el 2013 fue de 46.5 por ciento con relación al PIB. Las empresas de manufactura seleccionadas para el estudio fueron los productos químicos y farmacéuticos, equipos eléctricos y electrónicos, productos de bebidas, de cigarrillos y tabaco.

Las entidades financieras fue la tercera alternativa con una aportación en el 2013 de 6 por ciento con respecto al PIB. Del listado de concesionarios que aparecen en el Sistema Financiero de Puerto Rico – Activos Totales de la Oficina del Comisionado de Instituciones Financieras (OCIF), se seleccionaron los primeros tres grupos de

organizaciones por estar ordenados de forma descendente según sus activos totales. Los concesionarios escogidos fueron los bancos comerciales, las compañías de inversión y las cooperativas de ahorro y crédito.

Por otro lado, COSSEC reportó que las Cooperativas de Ahorro y Crédito en Puerto Rico generaron al 31 de diciembre de 2014, un total de activos de \$8,558 millones. Esto representa un 2.5 por ciento de aumento respecto al año 2013.

En el Cuadro 3.1. se presenta la población identificada para el sector del comercio, la industria y las entidades financieras, donde $N = 548$.

Cuadro 3.1.
Población para el comercio, la industria y las entidades financieras.

Sector	Población
Comercio	206
Industria	168
Entidades Financieras	174
Total	548

Fuente: Elaboración propia

3.2.2. El tamaño de la empresa por número de empleados que trabajan.

La Ley Núm. 120 del año 2014 conocida como Ley de Incentivos para la Generación y Retención de Empleos en PYMES se utilizó para clasificar a las empresas participantes en el estudio en pequeñas, medianas y grandes (ver Anexo C). Bajo esta ley se creó un programa de incentivos para las empresas pequeñas y medianas con el propósito de desarrollar y expandir este sector, así como crear nuevos empleos. Para fines de esta disertación doctoral y de acuerdo a esta ley se definen las empresas pequeñas y medianas por el número de empleados. El criterio de número de empleado se utiliza para

hacer comparaciones inter-temporales e interregionales porque es menos variable que otros criterios cuantitativos (Rodríguez Báez, 2012). Ver Cuadro 3.2.

Cuadro 3.2.

Clasificación de empresas pequeñas, medianas y grandes.

Número de Empleados	Clasificación
1 a 25	Pequeña
26 - 50	Mediana
51 o más	Grande

Fuente: Ley Núm. 2014 de 31 de julio de 2014.

3.3. La muestra.

La determinación del tamaño muestral se ha llevado a cabo para un nivel de confianza del 95 por ciento ($k=1.96$) y un error de 0.05, resultando 226 encuestados.

$$n = \frac{N * Z^2 * p(1-p)}{m^2(N-1) + Z^2 * p(1-p)}$$

$$n = \frac{548 * 1.96^2 * 0.5(1-0.5)}{0.05^2(548-1) + 1.96^2 * 0.5(1-0.5)}$$

$$n = \frac{526.2992}{2.3279} = 226$$

Fuente: López Moreno (2012)

Donde:

N = Tamaño de la población

n = Tamaño de la muestra

Z = nivel de confiabilidad de 95 por cien (valor estándar de 1.96)

p = proporción que representa la variable de interés (0.5).

m = margen de error aceptado (valor estándar de 0.05)

La muestra fue estratificada para que cada uno de los elementos tuviera la misma probabilidad de ser seleccionados. De acuerdo con Freud & Simon (1994), la muestra estratificada es un procedimiento donde se divide la población en un número de subpoblaciones o estratos que no se traslapen, y luego se tomará una muestra de cada estrato.

Donde $n = 226$ de una población de tamaño $N = 548$, que se compone de tres subpoblaciones de $N_1 = 206$, $N_2 = 168$, $N_3 = 174$. Sustituyendo los valores en la siguiente formula se obtienen los resultados presentados en el Cuadro 3.3.

$$n_i = \frac{N_i}{N} * n \quad \text{para } i = 1, 2, \dots, y \quad k$$

$$\text{donde } n = n_1 + n_2 + \dots + n_k$$

Fuente: Freud y Simon (1994)

Cuadro 3.3.

Muestra Estratificada.

Comercio	206	$206/548 = .3759$	37.59%	$.3759(226) = 85$
Industria	168	$168/548 = .3065$	30.65%	$.3065(226) = 69$
Financiera	174	$174/548 = .3175$	31.75%	$.3175(226) = 72$
Total N	548		99.99%	$n = 226$

Fuente: Elaboración propia

Las empresas que forman la muestra por estratos se escogieron aleatoriamente del listado de empresas *The Caribbean Business Book of List* y de las páginas electrónicas del *Caribbean Business*, *Cooperativas de Ahorro y Crédito en Puerto Rico (COSSEC)*, Departamento de Estado de Puerto Rico - Registro de Corporaciones y Entidades, Oficina del Comisionado de Instituciones Financieras de Puerto Rico (OCIF), *Pharmaceutical Industry Association of Puerto Rico (PIA)* y *Puerto Rico Industrial Development Company (PRIDCO)*.

La muestra se eligió de los diversos listados previamente mencionados y se colocaron en una urna. Luego, se realizó un muestreo aleatorio simple sin reemplazo, donde la empresa seleccionada al azar no se devolvió a la urna hasta que no se hayan extraído todos los elementos de la población que conforman la muestra.

En la fase cualitativa se seleccionaron seis participantes porque cumplieran con los siguientes criterios: personas mayores de 21 años, trabajando en posiciones administrativas relacionadas con la RSE de sus empresas, y que han sido representativas de cada sector. También, porque estuvieron accesibles, de acuerdo y consintieron en participar en el estudio luego del acercamiento del investigador. Taylor y Bogdan (1998) establecen que en las entrevistas cualitativas ni el número ni el tipo de informantes se especifica de antemano.

3.4. Descripción de los instrumentos del estudio para la recopilación de los datos.

Con el propósito de llevar a cabo el diseño de Triangulación Concurrente Modelo Convergente se utilizó la metodología mixta, donde se combinó los enfoques cuantitativo y cualitativo para llevar a cabo el presente estudio.

Para el desarrollo de la fase cuantitativa los participantes contestaron un cuestionario estructurado (ver Anexo F) con el fin de describir la RSE (económica, legal,

ética) en el sector del comercio, la industria y las entidades financieras, así como de las empresas pequeñas, medianas y grandes en Puerto Rico. También, se realizaron comparaciones de la RSE (económica, legal, ética) entre el comercio, la industria y las entidades financieras; las empresas pequeñas, medianas y grandes; y por género desde la perspectiva de los participantes en sus empresas y en las empresas de Puerto Rico.

El cuestionario está basado en una serie de alternativas que puedan identificar la opinión de los participantes sobre las variables del estudio. La primera sección del instrumento se compone de dos escalas de importancia con tres constructos, y dentro de cada uno, se elaboraron ocho aseveraciones de un total de 48. Para contestar cada aseveración del cuestionario se ofrecieron alternativas en dos escalas de importancia de cinco puntos, donde el uno significa nada importante, dos es poco importante, tres es algo importante, cuatro es importante y cinco es muy importante. Los participantes a través de las dos escalas evaluaron a sus empresas y a las empresas de Puerto Rico. La segunda parte del cuestionario se compone de 7 preguntas con 34 respuestas múltiples con el propósito de conocer el sector y el tipo de empresa donde los empleados trabajan, las ventas anuales, el departamento al cual pertenecen, el género y la edad. También, se elaboró una pregunta abierta para conocer la cantidad de empleados en nómina.

La primera parte del cuestionario consistió en identificar la opinión de los encuestados en cuanto a la responsabilidad económica. El proveer información clara y precisa sobre los productos y servicios ofrecidos, como el mejorar la imagen pública de la empresa redundan en la obtención y fortalecimiento de los márgenes de ganancias. Además, desarrollar actividades dirigidas a mejorar la moral del empleado incrementa la productividad, como realizar sólo aquellas negociaciones que produzcan ganancias en la empresa. También, es importante lograr las metas de ventas dirigidas a alcanzar los objetivos económicos y financieros, y recuperar la inversión elaborando y mercadeando productos de la más alta calidad aunque estos puedan ser perjudiciales a la salud. Es fundamental maximizar el uso de los recursos para ser más rentable y mantener una gran participación en el mercado con relación al principal competidor.

La segunda sección del cuestionario estuvo dirigida a obtener datos relacionados con la responsabilidad legal, donde las empresas deben cumplir rigurosamente con las reglamentaciones estatales y federales cuando trabajan con productos peligrosos para la salud, como predecir las posibles consecuencias legales de vender algún producto o servicio sin las debidas advertencias requeridas por ley. Además, deben proveer bienes y servicios a los clientes que por lo menos satisfagan los requerimientos mínimos exigidos por ley y los estándares de calidad. Es fundamental, cumplir con las leyes y reglamentos para evitar conflictos laborales y violaciones a los contratos de trabajo con el fin de mantener un alto nivel de eficiencia operacional. Es de suma importancia cumplir con todas las leyes que protegen el medio ambiente y al consumidor como una medida útil de ejecución corporativa. También, prever los efectos de una nueva legislación o reglamentación para poder cumplir con la misma y tomar decisiones a tenor con las leyes vigentes.

La responsabilidad ética es la tercera variable del cuestionario, siendo otro de los puntos que se consideran esenciales dentro de la RSE. La empresa incrementa la responsabilidad ética y moral de la propia organización siguiendo un código ético interno porque al proceder de acuerdo a los códigos de conducta evita daños innecesarios. Es importante que la empresa provea asistencia a instituciones sin fines de lucro que promuevan el bien de la sociedad, que ofrezca productos o servicios que les procuren beneficios a las comunidades locales, como desarrollar y apoyar actividades que protejan el medioambiente. También, deben reconocer el patrocinio de los consumidores mediante actividades que mejoren el entorno social, ambiental y cultural. La empresa debe actuar profesionalmente en los procesos de evaluación de personal y ser éticos en la toma de decisiones. En el Cuadro 3.4. se presentan las especificaciones del cuestionario.

Para la recopilación de los datos cualitativos necesarios para el estudio, se utilizó preguntas guías para el desarrollo de la entrevista individual en profundidad para obtener información valiosa con el propósito de enriquecer los resultados de esta investigación (ver Anexo I). La entrevista como estrategia de investigación cualitativa permite obtener

información detallada del informante al expresarse o compartir con el investigador temas específicos o eventos acaecidos en su vida (Lucas Irizarry & Berríos Rivera, 2003). En cambio, Rubin & Rubin (2012) establecieron que a través de la entrevista, “el entrevistador explora en detalle la experiencia, motivo y opinión de otros y aprenderá a conocer el mundo desde la perspectiva de otros” (p. 3). Es importante crear una atmósfera cuando se hace uso de la entrevista en profundidad porque permite conocer a la persona que informa lo bastante bien como para comprender lo que quiere decir y para que se exprese libremente (Taylor & Bogdan, 1998).

Cuadro 3.4.
Especificaciones del cuestionario.

Tema	Constructos	Preguntas	Total
Responsabilidad Social	Responsabilidad Económica	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8	16
	Responsabilidad Legal	9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16	16
Empresarial	Responsabilidad Ética	17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24	16
	Tipo de Empresa	25, 29, 35	3
	Comercio	26, 27, 28	3
	Industria	30, 31, 32, 33, 34	5
	Entidades financieras	36, 37, 38	3
	Volumen de ventas	39, 40, 41, 42, 43, 44	6
	Cantidad de empleados	Pregunta abierta	
	Departamento	45, 46, 47, 48, 49, 50, 51	7
	Género	52, 53	2
	Edad	54, 55, 56, 57, 58	5
	Total		82

Fuente: Elaboración propia

La intención para recopilar los datos por medio de la entrevista individual en profundidad es conocer las opiniones que tienen algunos participantes sobre cuál es la RSE de las empresas donde trabajan. La entrevista fue no estructurada porque procura mayor flexibilidad para obtener con facilidad una gran cantidad de datos (Lucas Irizarry & Berrios Rivera, 2003). Las preguntas a los participantes fueron exactamente las mismas y en algún punto de las entrevistas se formularon preguntas cortas para

profundizar un poco más en la información ofrecida por los entrevistados. Se realizaron once preguntas guías relativas al tema de RSE, específicamente sobre la responsabilidad económica, legal y ética de las empresas. Se persiguió a través de las preguntas comprender como los participantes percibían estos conceptos. Además, se buscó que expresaran su opinión personal sobre la orientación del sector comercial, industrial y financiero, así como de las pequeñas, medianas y grandes empresas con respecto a estas tres responsabilidades. De igual manera, establecieron cuan importante es ser rentable, sus consecuencias al evitar su responsabilidad legal y los beneficios de actuar éticamente. Los participantes indicaron si la responsabilidad económica, legal y ética en su empresa se debe llevar a cabo de forma independiente una de la otra.

3.4.1. Validez.

Fraenkel y Wallen (2006) establecen que la validez se refiere al grado en que las evidencias apoyan cualquier inferencia que el investigador haya desarrollado, basándose en la recopilación de los datos y utilizando un instrumento en particular. Por tanto, son las inferencias lo que se validan y no el instrumento en sí. A través del proceso de validación, el investigador recopilará la evidencia para apoyar las inferencias establecidas.

Las inferencias obtuvieron validación de contenido mediante la evaluación de Juicio de Expertos. Crocker y Algina (2008) indicaron que el propósito de la validación de contenido es evaluar si las inferencias representan adecuadamente el desempeño del constructo. El panel de expertos independiente estuvo compuesto por seis personas. Ellos juzgaron y validaron el cuestionario y las preguntas guías por su educación, experiencia en la investigación y profesión. A los expertos se les envió una carta invitándolos a participar de la evaluación del cuestionario y de las preguntas guías (ver Anexo J). Cuando aceptaron la invitación, se les suministró una plantilla compuesta por los grados de “pertinencia”, “redacción” y “adecuación”. Luego, los expertos marcaron con una marca de cotejo en las casillas de Bueno (B), Regular (R) o Deficiente (D) con el propósito de validar los reactivos (ver Anexo K).

La Pertinencia indica el grado de relación que pueda existir entre el ítem y el propósito del cuestionario y las preguntas guías. En la Redacción se evalúa el grado de calidad gramatical del ítem y en la Adecuación se mide si el ítem está de acuerdo o compagina con la escala utilizada en el cuestionario. Además, se incluyó la columna de Observaciones que los expertos utilizaron para realizar algunos señalamientos para los ítems. Ver Cuadro 3.5.

Cuadro 3.5.

Grupo de Expertos y sus profesiones.

Nombre	Profesión
Experto 1	Profesora del Departamento de Idiomas con una especialización en español.
Experto 2	Profesora Departamento de Educación de Puerto Rico con una especialización en inglés.
Experto 3	Vicepresidente Auxiliar y Director de Grupo de Finanzas con 35 años de experiencia.
Experto 4	Vicerrector Asociado de Assessment e Investigación.
Experto 5	Profesora Escuela de Administración de Empresas con una especialización en gerencia.
Experto 6	Abogado con práctica privada y 30 años de experiencia.

Fuente: Elaboración propia

3.4.2. Confiabilidad.

Con el propósito de medir la confiabilidad de consistencia interna se utilizó la medida estadística “Coeficiente Alpha de Cronbach”. La confiabilidad se refiere a la consistencia de los resultados obtenidos (Fraenkel y Wallen, 2006). Según, Crocker y Algina (2008) el coeficiente de confiabilidad se caracteriza por ser un coeficiente de precisión. Por lo tanto, la confiabilidad es la consistencia de los resultados deseados al administrar la misma prueba en diferentes ocasiones o de formas paralelas de la prueba.

Streiner y Norman (2008) definieron la confiabilidad como la medición de individuos en diferentes ocasiones o por diferentes observadores o por pruebas paralelas o similares que producirán resultados iguales o similares.

Nunnally (1978) recomendó una confiabilidad de 0.70 o más en la etapa inicial de una investigación; 0.80 para investigaciones básicas; 0.90 para obtener una mayor confiabilidad; y 0.95 como el estándar deseable. Murphy y Davidshofer, (2005) establecieron que por debajo de 0.70 la consistencia interna de la escala se considera bajo. Por su parte, Fraenkel y Wallen (2006) establecieron que el coeficiente de alpha (α) puede variar entre .00 que significa la completa ausencia de relación o que la confiabilidad es nula y 1.00 donde existe una confiabilidad total, siendo el máximo coeficiente a obtener. Para propósitos de investigación y para que la confiabilidad sea respetable, el coeficiente debe ser de 0.70 ó más

El cuestionario y las preguntas guías se suministró a un Grupo Piloto de seis personas con el propósito de evaluar la confiabilidad, tiempo de duración y grado de dificultad para contestar ambos instrumentos. Las recomendaciones se utilizaron para corregir los problemas encontrados antes de ser suministrado a la muestra seleccionada. El total de participantes en el estudio estuvo compuesto por una muestra de 226 personas para efectuar el estudio cuantitativo, seis entrevistas para realizar el estudio cualitativo, y seis personas del grupo piloto, para un total de 238 personas.

3.5. Una referencia a la Junta para la Protección de Seres Humanos en la Investigación (*Institutional Review Board, IRB*).

Con el propósito de cumplir con la Junta para la Protección de Seres Humanos en la Investigación (IRB) se sometió a la Oficina de Cumplimiento de la Investigación de la Universidad del Turabo el Formulario de Presentación del Protocolo con la propuesta de investigación y la Hoja Informativa para su evaluación y autorización. La Oficina de Cumplimiento tiene la función de velar por el bienestar del ser humano para que su

confidencialidad y dignidad no se vea afectada a través del estudio. Una vez fue aprobada la propuesta, se procedió a contactar a la muestra seleccionada para comenzar el proceso de recopilación de datos cuantitativos y cualitativos.

3.6. Procedimiento de la Investigación.

Con el propósito de triangulación se usó la metodología del método mixto. La encuesta se realizó a una muestra de 226 personas, y las entrevistas en profundidad se efectuó con seis personas, dos profesionales representativos de cada sector. Usar múltiples fuentes de datos le permite a un investigador analizar desde diferentes perspectivas el problema que se está investigando.

El escenario de investigación cubrió toda la Isla. A los representantes de las empresas seleccionadas se les llamó por teléfono para explicarles el propósito de la investigación y se les invitó a participar del mismo. En el caso de la entrevista en profundidad se coordinó con el participante una cita.

A todos los participantes en el estudio se les entregó una Hoja Informativa (ver Anexo E, H) informándoles de que su participación era voluntaria y que se podían retirar de la investigación en cualquier momento. Igualmente, se enfatizó en el anonimato, en la confidencialidad de los datos recopilados, y nunca se usarán con fines personales. Para garantizar la confidencialidad en la entrevista en profundidad se usó un nombre ficticio para cada entrevistado. Tampoco tendrán que realizar una inversión o desembolsar pagos en dinero, ni obtendrán regalías o beneficios directos por participar en el estudio.

Los participantes se beneficiarán de este estudio porque podrán autoevaluarse con respecto a su responsabilidad económica, legal y ética. La autoevaluación la podrán utilizar de referencia para tomar acciones correctivas y mejorar los procesos internos en

beneficio de los empleados, comunidades y medioambiente. Igualmente, la sociedad al conocer la orientación de las empresas en PR podrá evaluar el compromiso de estas empresas en mejorar la calidad de vida de los puertorriqueños. Además, el resultado de la investigación podrá ser de utilidad en las universidades en Puerto Rico porque al conocer el grado de RSE podrán atemperar los currículos como los cursos de educación continua a las necesidades de los directivos y del mercado laboral. La creación de un curso sobre ética empresarial dirigido a todos los estudiantes de empresas y demostrando su aplicación en los diversos cursos de concentración podrá reforzar los principios éticos de los estudiantes universitarios.

Posteriormente, se procedió a realizar la encuesta y la entrevista en profundidad. Las personas que contestaron el cuestionario seleccionaron una respuesta por cada aseveración. El participante que decidió contestar el cuestionario por correo, recibió una carta de presentación (ver Anexo D, G), la hoja informativa, el cuestionario y un sobre con sello predirigido para devolver el cuestionario una vez completado. Las personas que interesaron recibir el cuestionario por la Internet, se les envió a su correo electrónico. Ellos tuvieron que imprimir, contestar y escanear el documento para devolverlo por la Internet. Los participantes que fueron entrevistados, se les pidió autorización para grabar la entrevista. Las personas que no aceptaron ser grabadas se les solicitaron autorización para tomar notas mientras estaban hablando y, al final de cada entrevista, se discutieron las notas con los participantes. Luego, se procedió a transcribir la entrevista y se les presentó a los entrevistados para que corroboraran lo que dijeron antes de su publicación. Toda entrevista que fue grabada se borró inmediatamente después de la transcripción. Las entrevistas en profundidad se efectuaron de forma presencial.

Todos los documentos que se generaron en el proceso de recopilación de datos, al igual que la Hoja Informativa, fueron guardados en sobres sellados para evitar la identificación de los participantes. Los documentos se custodiarán durante cinco años, que es el tiempo que establece la normativa interna de la Oficina de Cumplimiento de la Investigación de la Universidad del Turabo y posteriormente se destruirán.

3.7. Análisis de los Datos.

Los datos recopilados producto de las encuestas y de las entrevistas en profundidad fueron analizados por separado. Para realizar el análisis de los datos cuantitativos se utilizó el programado de Excel, y para realizar el análisis estadístico correspondiente el de SPSS 21.0. Se usó la estadística descriptiva para presentar y describir la orientación del sector del comercio, de la industria y de las entidades financieras hacia la RSE. También, se utilizó la estadística inferencial con el propósito de determinar con los datos provenientes de los participantes en sus empresas y de las empresas de Puerto Rico, si hay diferencias entre el comercio, la industria y las entidades financieras; las empresas pequeñas, medianas y grandes y por género para aceptar o rechazar las hipótesis nulas presentadas en el estudio con relación a la responsabilidad económica, legal y ética.

Se llevo a cabo un proceso multivariante para realizar tres modelos de regresión lineal múltiple con el propósito de explorar si las variables explicativas predicen las variables dependientes. Las variables dependientes (Y) de los modelos de regresión lineal múltiple son:

- a. Y_{1a} = diferencia de la responsabilidad económica de mi empresa - responsabilidad económica de la empresas de Puerto Rico
- b. Y_{2a} = diferencia de la responsabilidad legal de mi empresa - responsabilidad legal de la empresas de Puerto Rico
- c. Y_{3a} = diferencia de la responsabilidad ética de mi empresa - responsabilidad ética de la empresas de Puerto Rico

Las variables explicativas (X) para cada variable dependiente son los siguientes:

- a. X_{1a} = sector_comercio (1 si comercio, 0 no comercio)
- b. X_{1b} = sector_industria (1 si industria, 0 no industria)
- c. X_{1c} = sector_entidades financieras (1 si entidades financieras, 0 no entidades financieras)
- d. X_2 = género (1 es hombre, 0 es mujer)
- e. X_3 = número de empleados
- f. X_4 = ingreso de la empresa
- g. X_5 = edad

Las respuestas obtenidas por medio de las entrevistas en profundidad se analizaron utilizando el modelo de análisis cualitativo desarrollado por Harry F. Wolcott en el 1994. El propósito para utilizar este modelo es establecer una estructura de análisis de acuerdo con el volumen de información que se genere (Lucca Irizarry & Berrios Rivera, 2003). La descripción, el análisis y la interpretación son los tres elementos que componen este modelo para visualizar la información y elaborar el narrativo. En la descripción se identifica y se describe a los participantes en el estudio. El análisis establece un juicio sobre las relaciones que se dan entre los aspectos fundamentales de la situación estudiada. La interpretación examina la situación para que tenga un significado profundo y sea comprendida dentro del contexto en que ocurrió. La codificación es el primer paso a seguir para agilizar el proceso para analizar el contenido. El análisis e interpretación se combinó y se presentó después de la descripción de los resultados.

3.8. Variables del estudio.

Las variables dependientes del estudio para desarrollar la estadística inferencial son la responsabilidad económica, legal y ética que se miden en una escala Likert con un nivel de importancia de uno a cinco puntos. Las variables independientes del estudio a comparar son: el sector del comercio, la industria y las entidades financieras, el tamaño de la empresa y el género de los participantes en el estudio.

Las variables dependientes para elaborar los tres modelos de regresión lineal múltiple son Y_{1a} (responsabilidad económica de mi empresa - responsabilidad económica de las empresas de Puerto Rico), Y_{2a} (responsabilidad legal de mi empresa - responsabilidad legal de las empresas de Puerto Rico) y Y_{3a} (responsabilidad ética de mi empresa - responsabilidad ética de las empresas de Puerto Rico). Las variables explicativas son X_{1a} sector_comercio (1 si comercio, 0 no comercio), X_{1b} sector_industria (1 si industria, 0 no industria), X_{1c} (sector_entidades financieras (1 si entidades financieras, 0 no entidades financieras), X_2 género (1 es hombre, 0 es mujer), X_3 número de empleados, X_4 ingreso de la empresa y X_5 edad.

3.9. Definición de variables.

Los investigadores seleccionan e investigan ciertas variables porque asumen de alguna forma que se relacionan (Fraenkel y Wallen, 2006). Por medio de este estudio las variables que se definen a continuación se sometieron a prueba para conocer si existe o no alguna relación.

1. Comercio: Actividad de intercambio (compra y venta) de productos y servicios desarrollado por empresas al detalle, mayoristas y de servicio (Santesmases Mestre, Sánchez de Dusso & Kosiak de Gesualdo, 2004).
2. Industria: Toda entidad o empresa de manufactura, ensamblado, envasado o distribución de artículos (Compañía de Fomento Industrial Puertorriqueña, 2004).
3. Entidad Financiera: “Son empresas que pueden estar o no incorporadas que se dedican principalmente a transacciones financieras en el mercado que consiste en incurrir en deudas y en adquirir activos financieros” (Galbis, V. (Ed.), (1991).
4. Empresas Pequeñas: se refiere a empresas que emplean veinticinco (25) empleados o menos. (Ley Núm. 120 del año 2014, Ley de Incentivos para la Generación y Retención de Empleos en Pymes).
5. Empresas Medianas: se refiere a empresas con cincuenta (50) empleados o menos. (Ley Núm. 120 del año 2014, Ley de Incentivos para la Generación y Retención de Empleos en Pymes).
6. Empresas Grandes: se refiere a una organización dedicada a actividades industriales, mercantiles o prestación de servicios que emplea más de cincuenta y un (51) empleados. (Real Academia Española. *Diccionario de la*

lengua española (22.^a edición y las enmiendas incorporadas hasta 2012); Ley Núm. 120 del año 2014, Ley de Incentivos para la Generación y Retención de Empleos en Pymes).

7. Responsabilidad Económica: Actividades que las empresas desarrollan para producir bienes y servicios que la sociedad desea con el propósito de obtener ganancias directas e indirectas. (Carroll, A. B. (1979), Schwartz, M. S.; Carroll, A. B. (2003).
8. Responsabilidad Legal: Son decisiones y acciones internas que las empresas llevan a cabo para cumplir con las leyes y regulaciones promulgadas por el gobierno bajo las cuales tienen que operar (Carroll, A. B. (1979), Carroll, A. B. (1991), Schwartz, M. S.; Carroll, A. B. (2003).
9. Responsabilidad Ética: Son conductas, prácticas o actividades correctas o incorrectas llevadas a cabo dentro de un ambiente de negocios y esperadas por la sociedad, aunque no estén codificadas en ley. La responsabilidad ética tiene que estar basada en por lo menos un principio convencional, consecuencialista o deontológico (Carroll, A. B. (1979), Carroll, A. B. (1991), Schwartz, M. S.; Carroll, A. B. (2003).
10. Responsabilidad Social Empresarial: Son expectativas económicas, legales, éticas, y discrecionales (filantrópicas) que la sociedad tiene de las organizaciones en un tiempo dado (Carroll, A. B. (1979; 1991), Schwartz, M. S.; Carroll, A. B. (2003), Carroll, A. B.; Buchholtz, A. K. (2009).
11. Género: Conjunto de seres que tienen uno o varios caracteres comunes. (Real Academia Española. *Diccionario de la lengua española* (22.^a edición y las enmiendas incorporadas hasta 2012).

CAPÍTULO IV. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.

Introducción.

En este capítulo se presenta el análisis cuantitativo relacionado con la estadística descriptiva, el análisis cuantitativo correspondiente a la estadística inferencial no paramétrica y el análisis cualitativo asociado con la entrevista de profundidad. Los datos analizados para el estudio cuantitativo fueron las respuestas de 191 cuestionarios administrados² desde octubre de 2012 hasta julio de 2014, de un total de 226 cuestionarios, para un 85 por ciento de respuesta. Para distribuir los cuestionarios se utilizó el correo electrónico, la encuesta personal y la encuesta por correo, siendo esta última la de mayor aceptación entre los participantes por la confidencialidad y anonimato al responder.

4.1. Análisis Cuantitativo – Estadística Descriptiva.

El primer tipo de análisis estadístico fue descriptivo sobre la RSE Económica, Legal y Ética del Comercio, la Industria y las Entidades Financieras, así como de las Empresas Pequeñas, Medianas y Grandes desde la perspectiva de los participantes en sus empresas y en las empresas en Puerto Rico. Con este fin, se analizaron las respuestas del cuestionario utilizando la frecuencia, la media y el análisis de la consistencia interna.

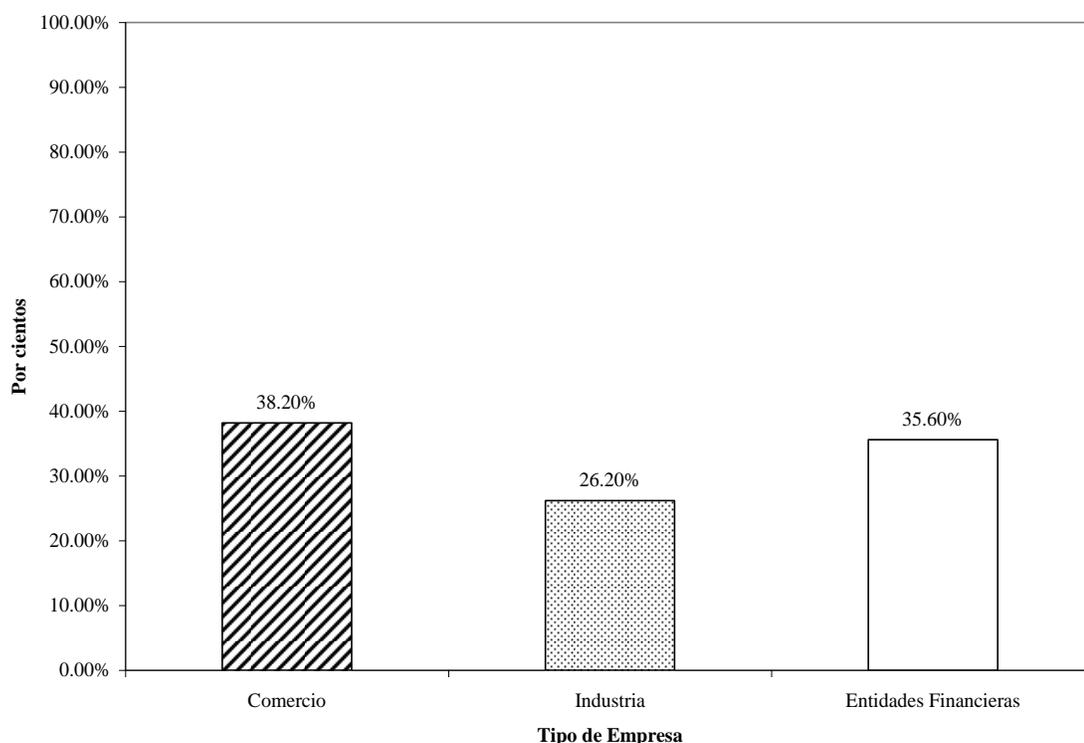
4.1.1. Descripción de las características de los participantes en el estudio.

En el Gráfico 4.1. se observa el tipo de empresa en la que trabajan las personas que participaron en el estudio. El mayor peso recayó sobre el Comercio (38.20 por ciento), le siguen las Entidades Financieras (35.60 por ciento) y la Industria (26.20 por ciento).

² El cuestionario se encuentra en el Anexo F.

Gráfico 4.1.

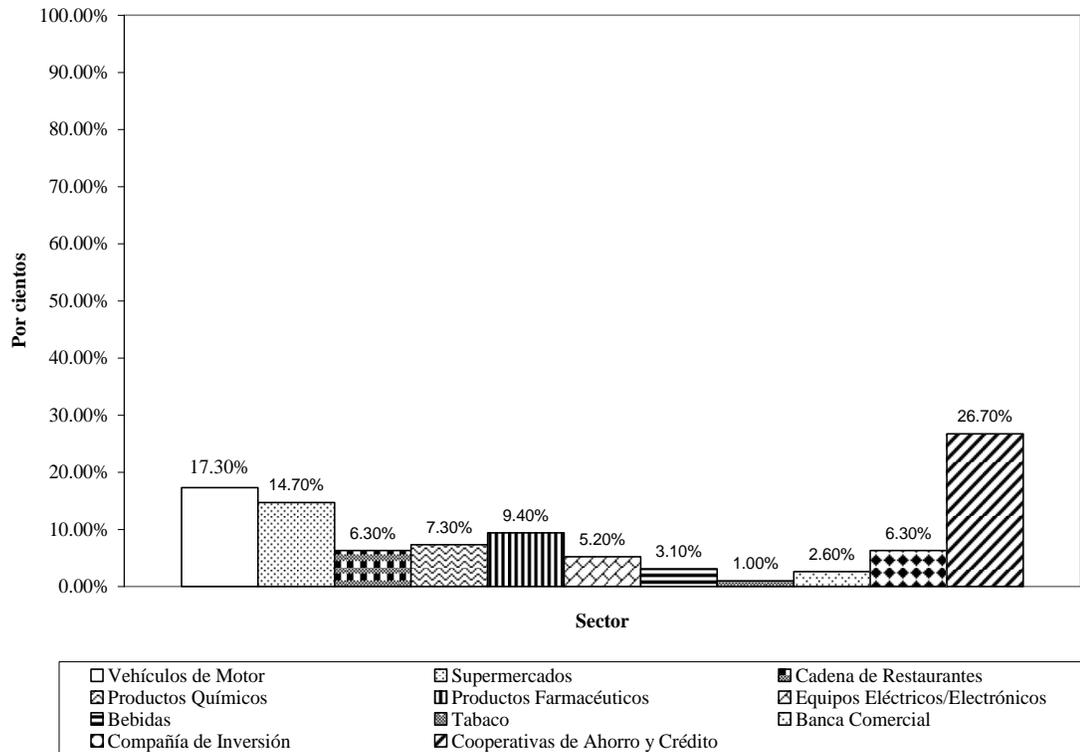
Tipo de empresa en la que trabajan los participantes en el estudio.



Como se muestra en el Gráfico 4.2. el sector de mayor participación pertenece a las cooperativas de ahorro y crédito (26.70 por ciento), seguido de los vehículos de motor (17.30 por ciento) y los supermercados (14.70 por ciento). También, participaron en el estudio empresas del sector farmacéutico (9.40 por ciento), productos químicos (7.30 por ciento), las cadenas de restaurantes (6.30 por ciento) y las compañías de inversiones (6.30 por ciento). De igual forma, colaboraron los sectores que manufacturan equipos eléctricos y electrónicos (5.20 por ciento), la industria de bebidas (3.10 por ciento), la banca comercial (2.60 por ciento) y las compañías que elaboran tabaco (1.00 por ciento).

Gráfico 4.2.

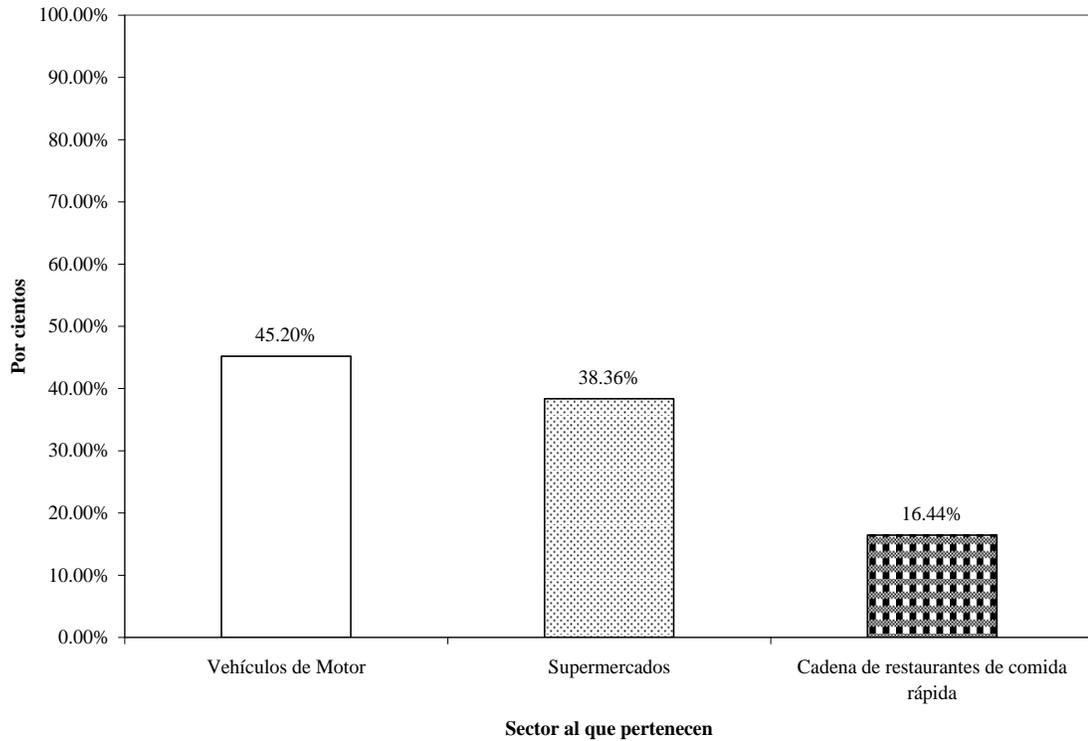
Sector al que pertenecen los participantes en el estudio.



Los tres grupos que forman parte del Comercio son los siguientes: Vehículos de motor (45.20 por ciento), Supermercados (38.36 por ciento) y Cadena de restaurantes de comida rápida (16.44 por ciento), tal como se observa en el Gráfico 4.3.

Gráfico 4.3.

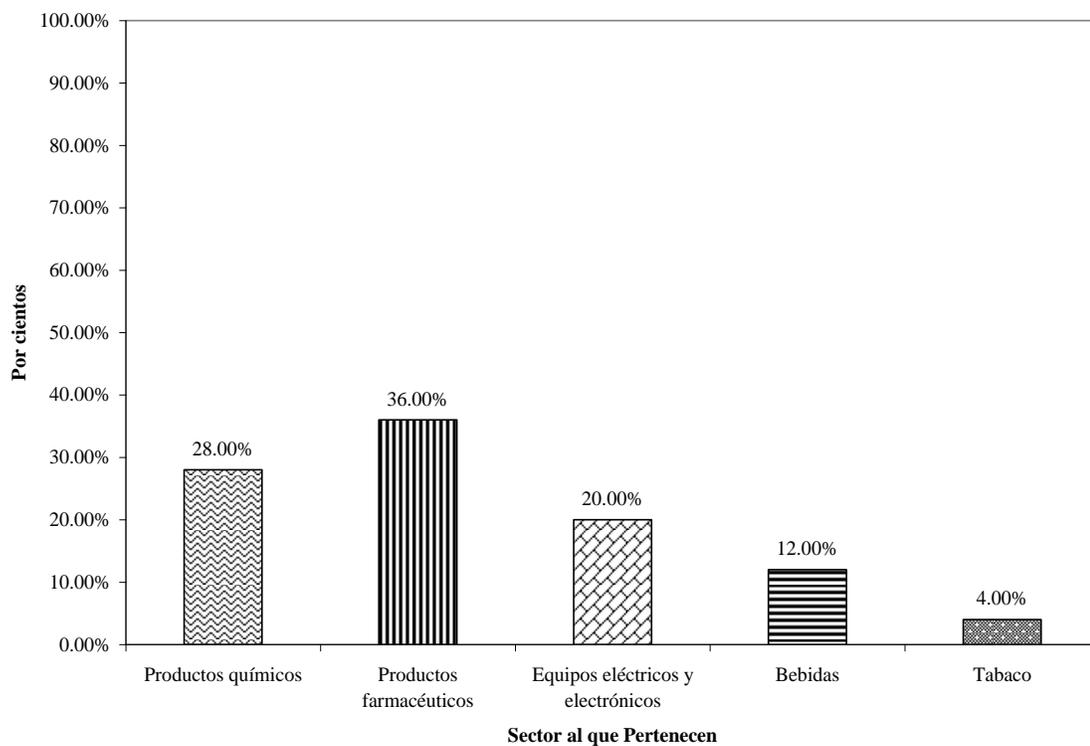
El comercio y el sector al que pertenecen los participantes en el estudio.



Como se observa en el Gráfico 4.4. la Industria se compone de los sectores de Productos farmacéuticos (36.00 por ciento), Productos químicos (28.00 por ciento), Equipos eléctricos y electrónicos (20.00 por ciento), Bebidas (12.00 por ciento) y Tabaco (4.00 por ciento).

Gráfico 4.4.

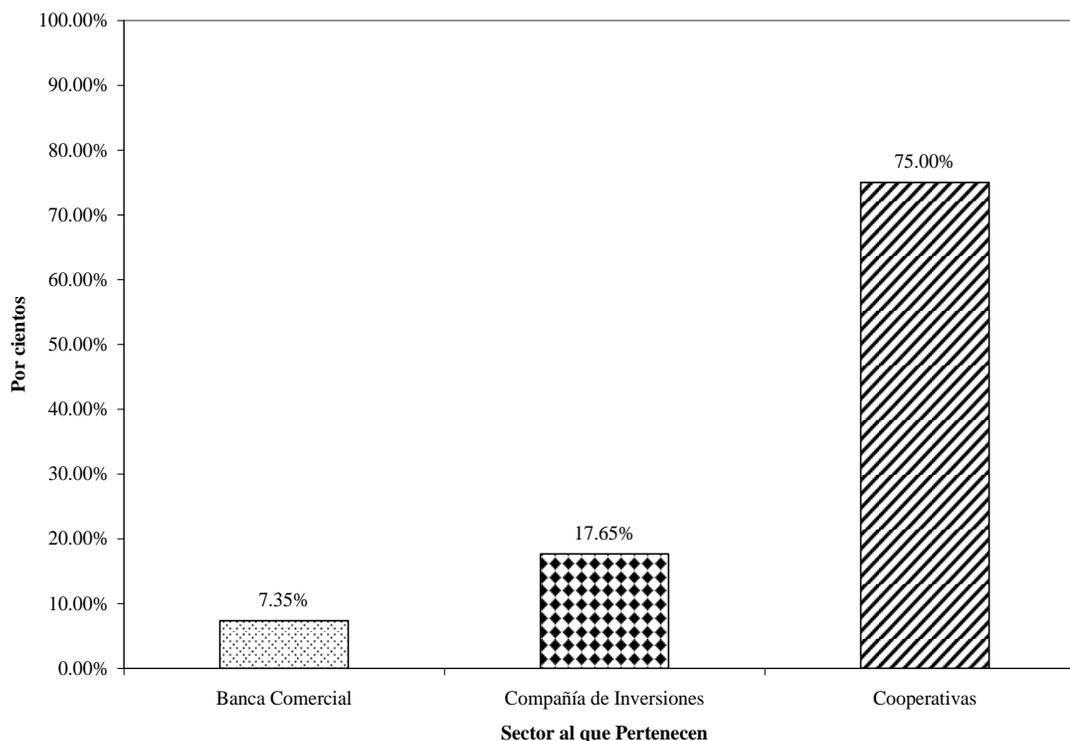
La industria y el sector al que pertenecen los participantes en el estudio.



Por su parte, las Entidades Financieras se distribuyen en Cooperativas (75.00 por ciento), Compañías de Inversiones (17.65 por ciento) y Banca Comercial (7.35 por ciento), tal como se observa en el Gráfico 4.5.

Gráfico 4.5.

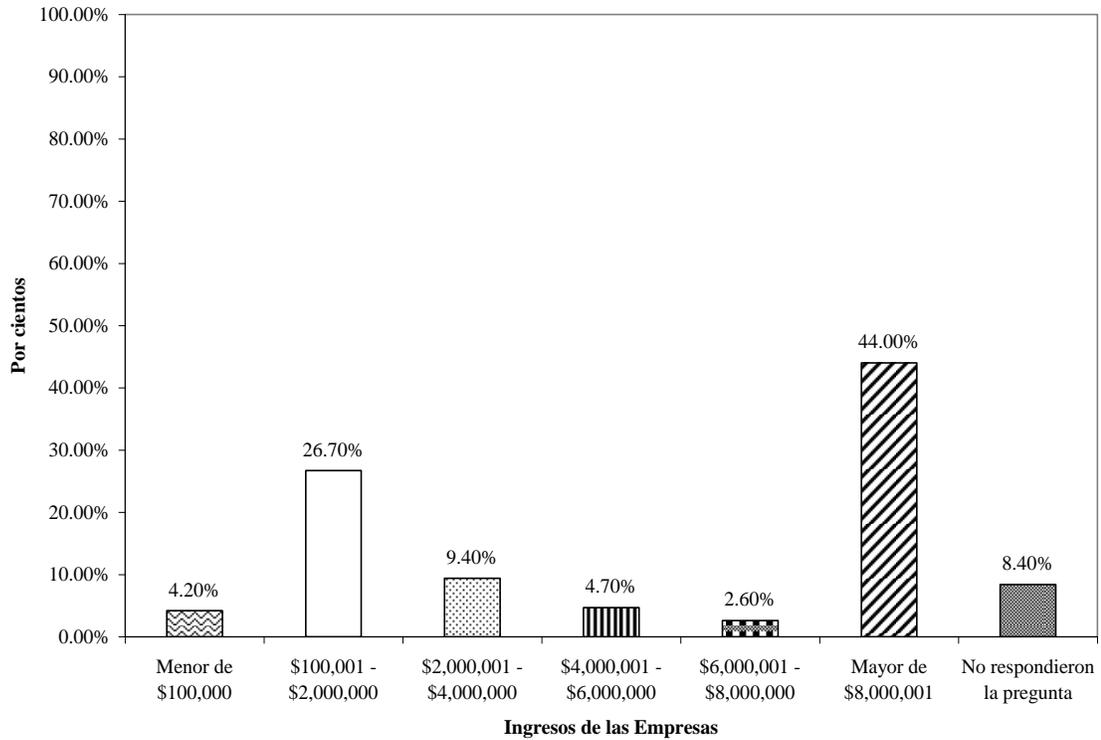
Las entidades financieras y el sector al que pertenecen los participantes en el estudio.



En el Gráfico 4.6. se muestra el Ingreso Anual de las empresas participantes. Según los hallazgos, sobresalen las empresas con un ingreso mayor de \$8,000,001 (44.00 por ciento), luego le siguen los ingresos de \$100,001 - \$2,000,000 (26.70 por ciento) y de \$2,000,001 - \$4,000,000 (9.40 por ciento). También, se puede contemplar ingresos anuales entre \$4,000,001 - \$6,000,000 (4.70 por ciento), menor de \$100,000 (4.20 por ciento) y de \$6,000,001 - \$8,000,000 (2.60 por ciento). Algunos de los participantes no quisieron identificar el ingreso anual de su compañía (8.40 por ciento).

Gráfico 4.6.

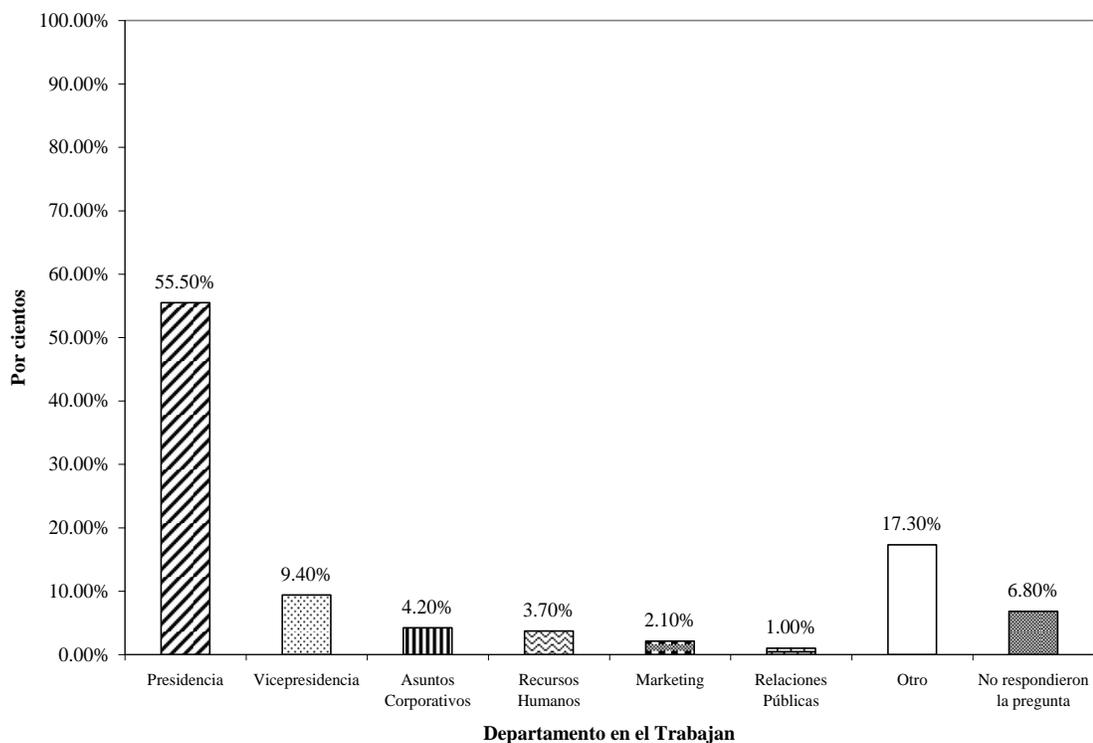
Ingreso anual (en dólares) de las empresas participantes en el estudio.



Además, las personas que colaboraron en el estudio trabajan en los departamentos de presidencia (55.50 por ciento), vicepresidencia (9.40 por ciento), asuntos corporativos (4.20 por ciento), recursos humanos (3.70 por ciento), marketing (2.10 por ciento) y relaciones públicas (1.00 por ciento). Más de una sexta parte indicaron que trabajan en otros departamentos o identificaron la posición que ocupan en la empresa (17.30 por ciento). Algunas de los participantes prefirieron no identificar el departamento en el que trabajan (6.80 por ciento), tal como se observa en el Gráfico 4.7.

Gráfico 4.7.

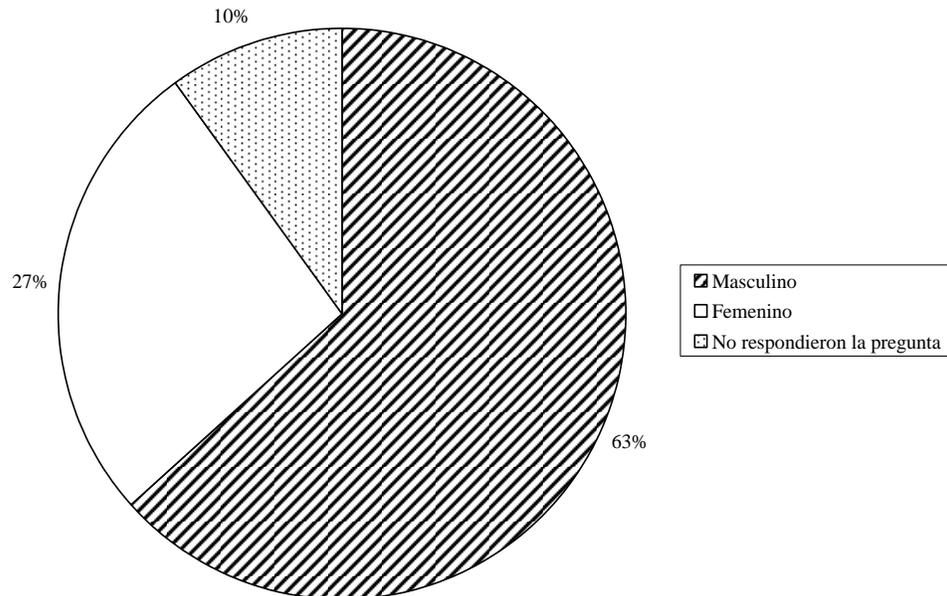
Departamento en el que trabajan los participantes en el estudio.



En el Gráfico 4.8. se puede observar el género de los participantes en el estudio. La mayoría de las personas que colaboraron fueron del género masculino (63.40 por ciento), seguidamente del género femenino (26.70 por ciento). Una proporción menor (9.90 por ciento) no respondió la pregunta.

Gráfico 4.8.

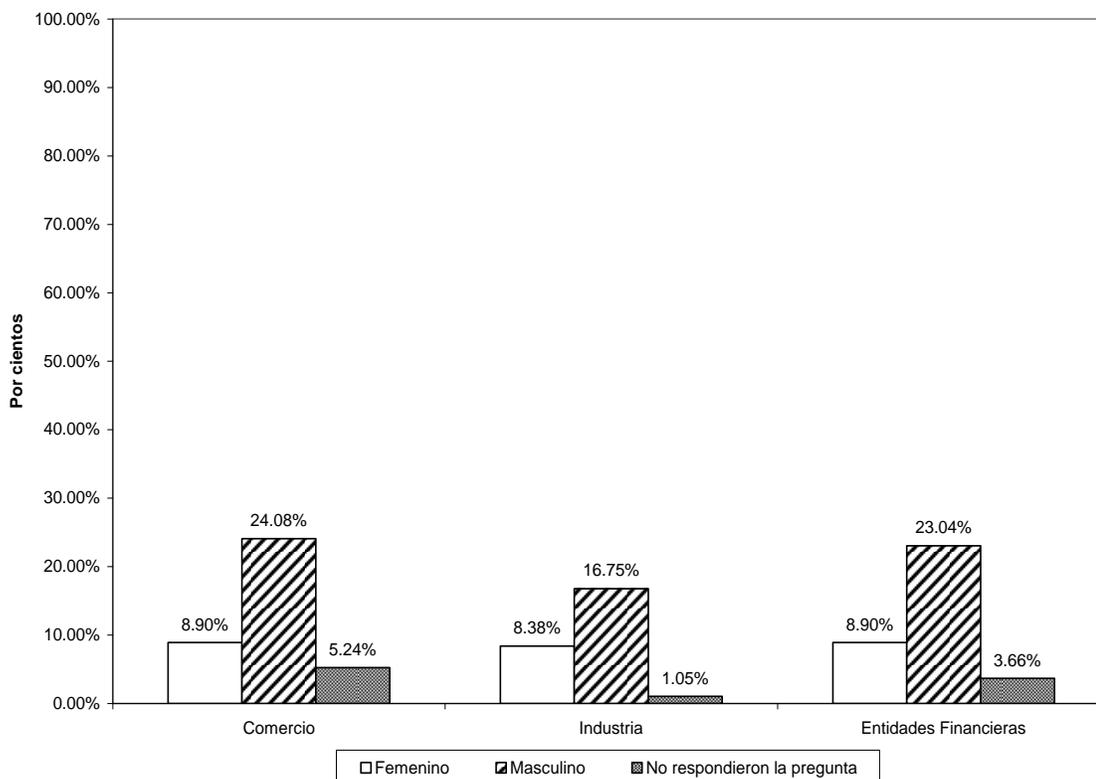
Género de los participantes en el estudio.



En el Gráfico 4.9. se muestra el Género por el Tipo de Empresa en la que trabajan los participantes en el estudio. En el Comercio la mayoría de los participantes son del género masculino (24.08 por ciento), luego el género femenino (8.90 por ciento) y una proporción menor no identificaron el género. En la Industria el mayor peso recayó en el género masculino (16.75 por ciento), le sigue el género femenino (8.38 por ciento) y un porcentaje menor no identificó su género (1.05 por ciento). En las Entidades Financieras el mayor número de participantes fueron del género masculino (23.04 por ciento), después el género femenino (8.90 por ciento) y una proporción menor no brindaron la información (3.66 por ciento).

Gráfico 4.9.

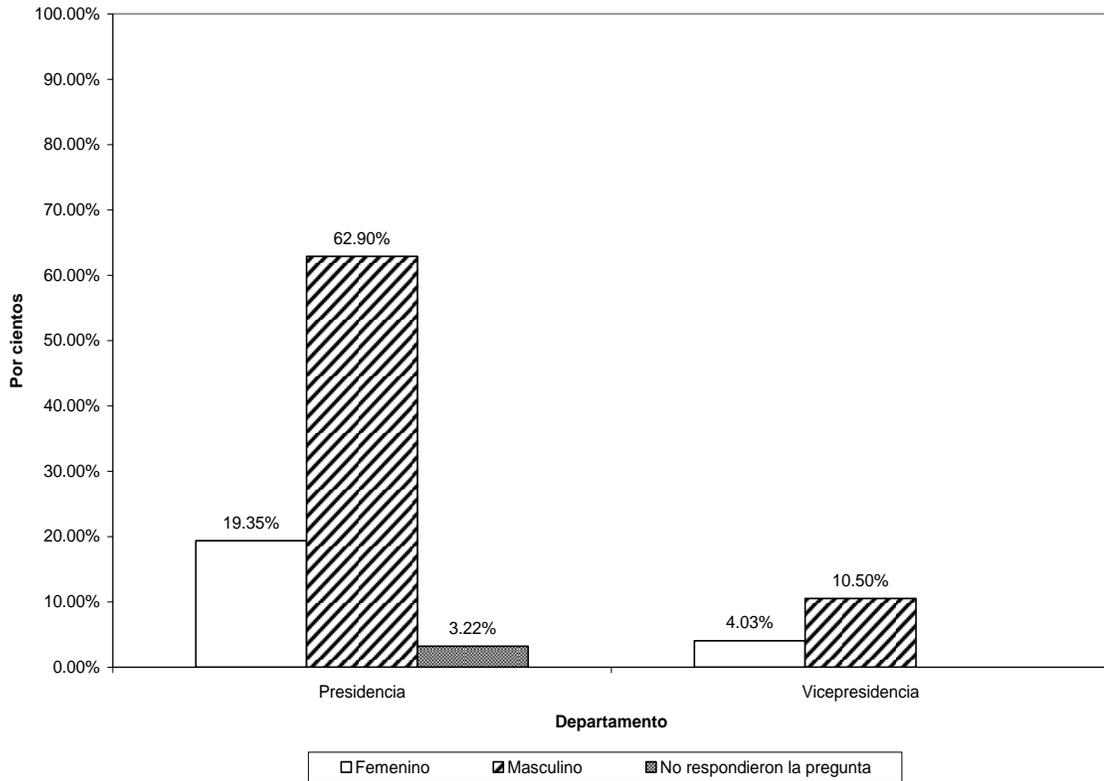
Género por tipo de empresa en la que trabajan los participantes en el estudio.



Como se muestra en el Gráfico 4.10. en el departamento de Presidencia, el género masculino obtuvo la mayor participación (62.90 por ciento), le sigue el género femenino (19.35 por ciento) y una proporción menor no respondió la pregunta (3.22 por ciento). En el departamento de Vicepresidencia la mayoría de los participantes fueron del género masculino (10.50 por ciento) y luego el género femenino (4.03 por ciento).

Gráfico 4.10.

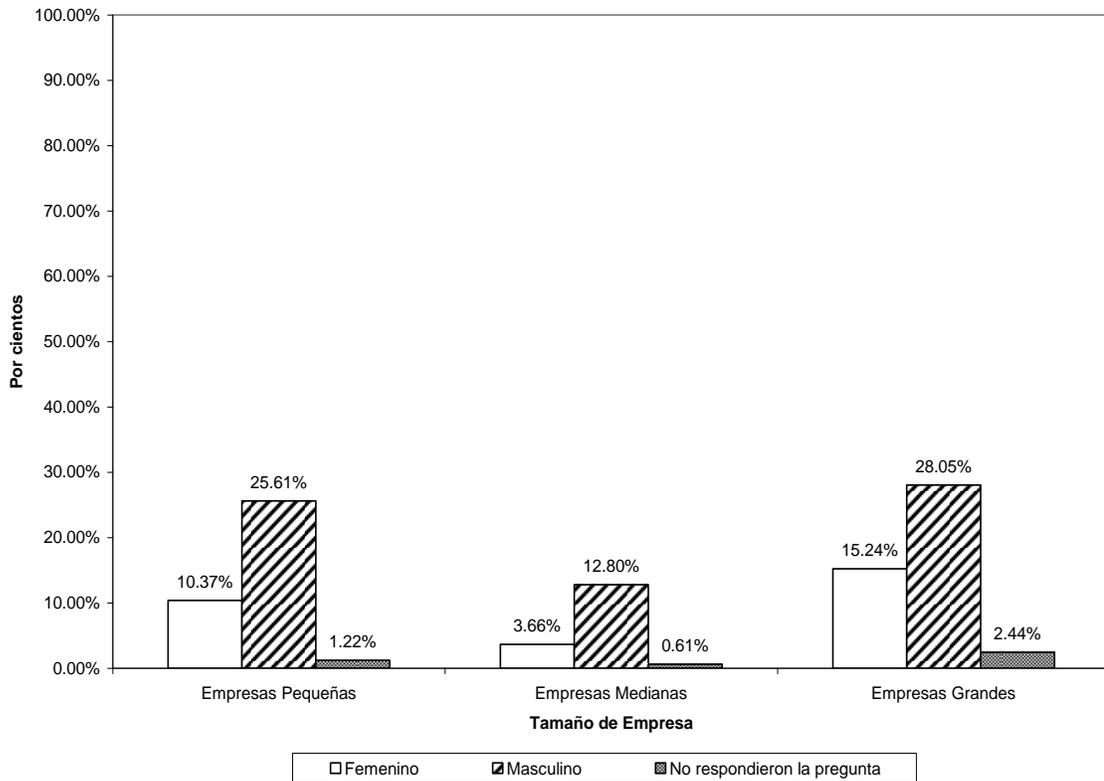
**Género por departamento de presidencia y vicepresidencia
de los participantes en el estudio.**



El género de mayor participación en las empresas pequeñas, medianas y grandes fue el masculino (25.61 por ciento; 12.80 por ciento; 28.05 por ciento), luego el género femenino (10.37 por ciento; 3.66 por ciento; 15.24 por ciento), respectivamente. Una proporción menor no identificó su género en la empresa pequeña (1.22 por ciento), en la empresa mediana (0.61 por ciento) y en las empresas grandes (2.44 por ciento), tal como se observa en el Gráfico 4.11.

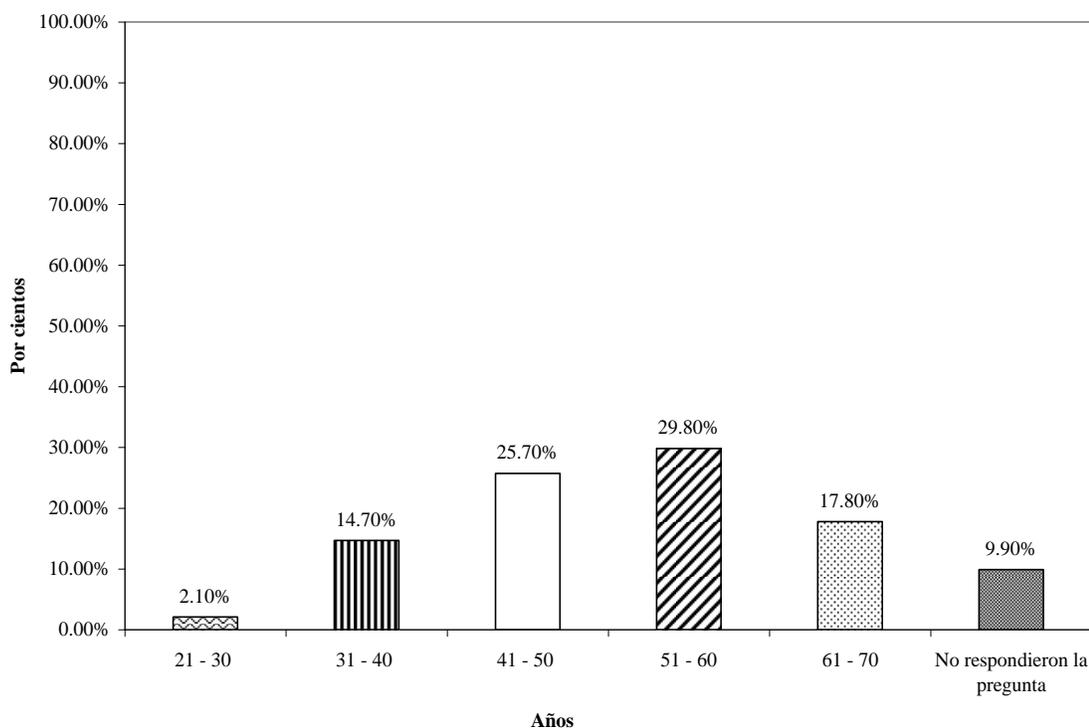
Gráfico 4.11.

Género por tamaño de empresa de los participantes en el estudio.



Los tres grupos de mayor edad fueron entre 51 – 60 años (29.80 por ciento), seguido por 41 – 50 años (25.70 por ciento) y 61 - 70 años (17.80 por ciento). De igual modo, se observan grupos entre las edades de 31 – 40 años (14.70 por ciento) y 21 – 30 años (2.10 por ciento) con una proporción menor. Un porcentaje menor no quiso expresar su edad (9.90 por ciento), tal como se observa en el Gráfico 4.12.

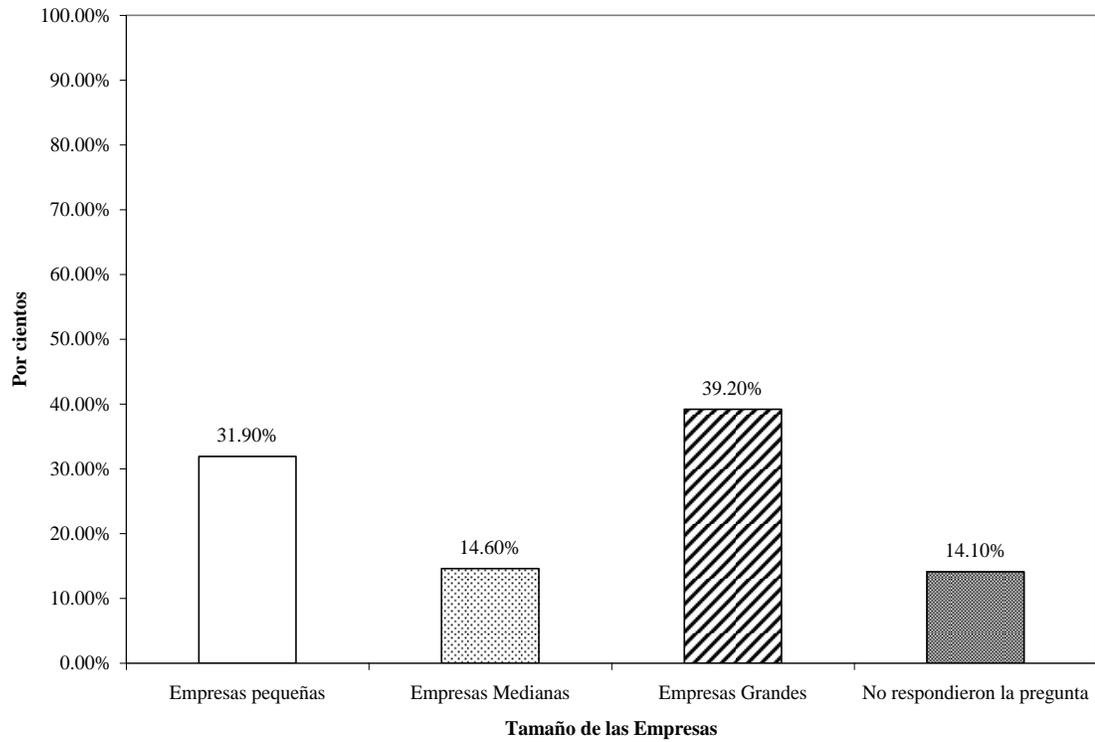
Gráfico 4.12.
Edad de los participantes en el estudio.



En el Gráfico 4.13. se muestra la clasificación de los participantes por el tamaño de empresa. Las empresas grandes fueron las de mayor participación (39.20 por ciento), seguidamente de las empresas pequeñas (31.90 por ciento) y las empresas medianas (14.60 por ciento) con una proporción menor. Un grupo menor de personas no indicaron el número de empleados que laboran en su empresa (14.10 por ciento).

Gráfico 4.13.

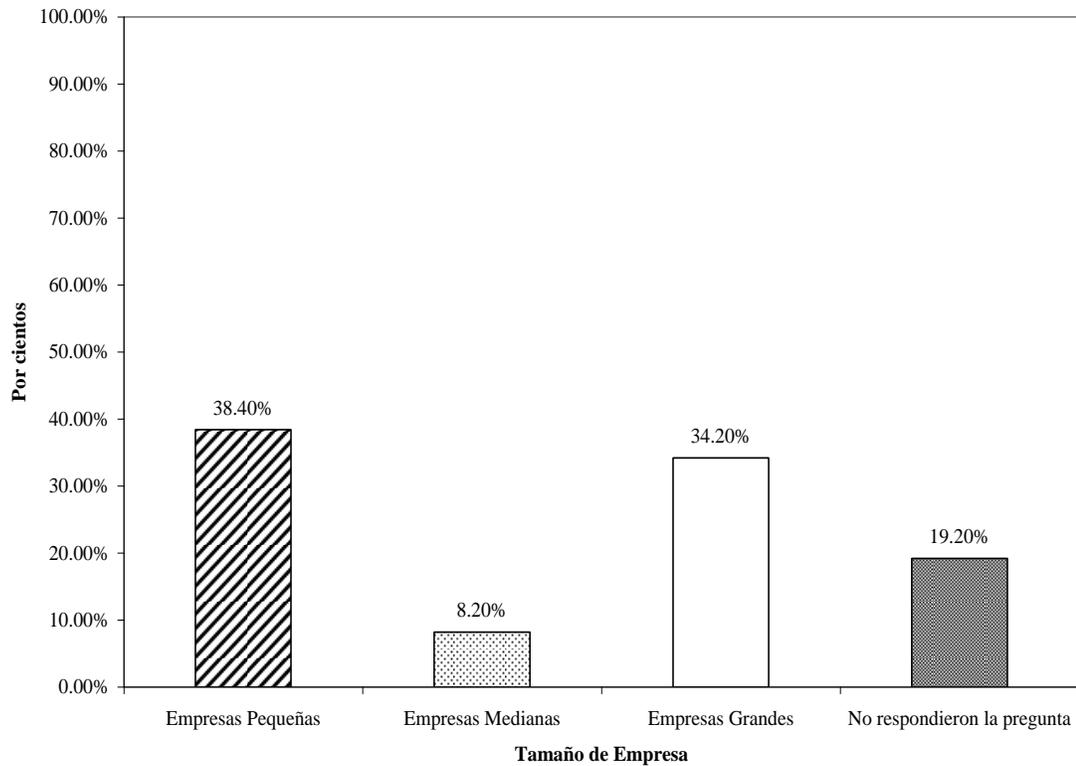
Clasificación de los participantes en el estudio por tamaño de empresa.



En el Gráfico 4.14. se muestra el Comercio por Tamaño de Empresa. El Comercio estuvo compuesto por empresas pequeñas (38.40 por ciento), empresas medianas (8.20 por ciento) y empresas grandes (34.20 por ciento). Una proporción menor de participantes en el estudio no identificó el número de empleados en su empresa (19.20 por ciento).

Gráfico 4.14.

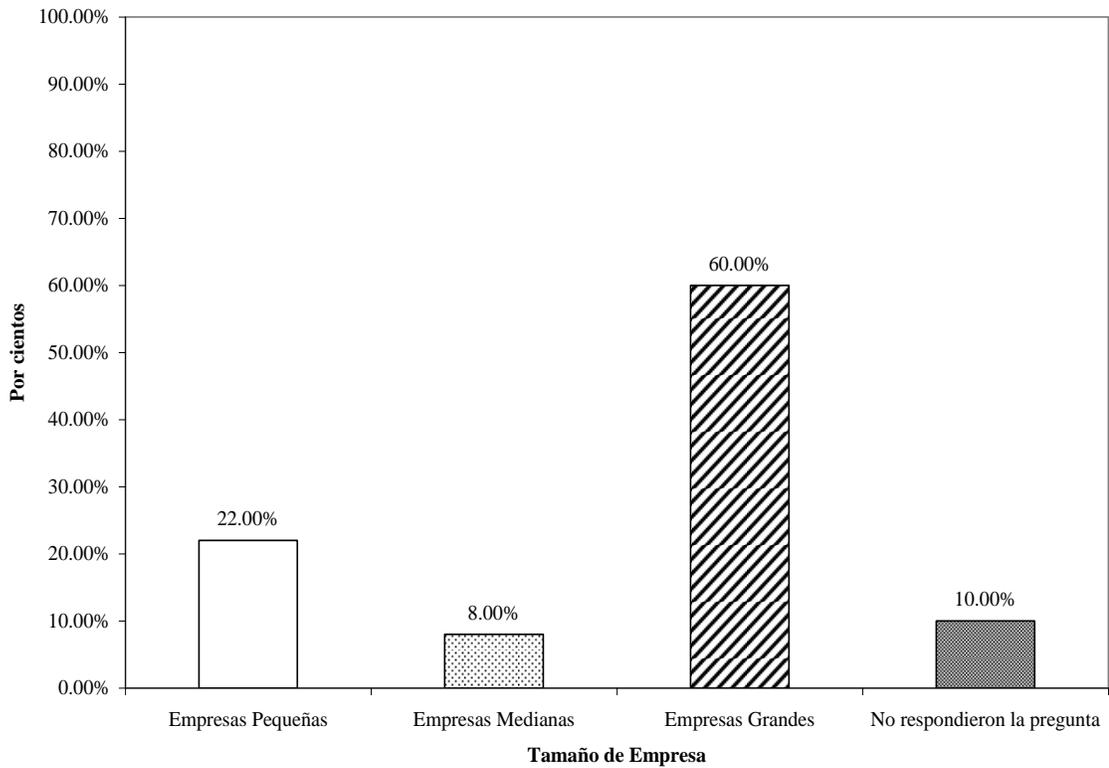
El comercio por tamaño de empresa de los participantes en el estudio.



También, la Industria se clasificó por el tamaño de la empresa. El porcentaje mayor recayó en las empresas grandes (60.00 por ciento), luego las empresas pequeñas (22.00 por ciento) y las empresas medianas (8.00 por ciento). Un porcentaje menor no brindó información sobre el número de empleados que trabajan en la empresa (10.00 por ciento), tal como se observa en el Gráfico 4.15.

Gráfico 4.15.

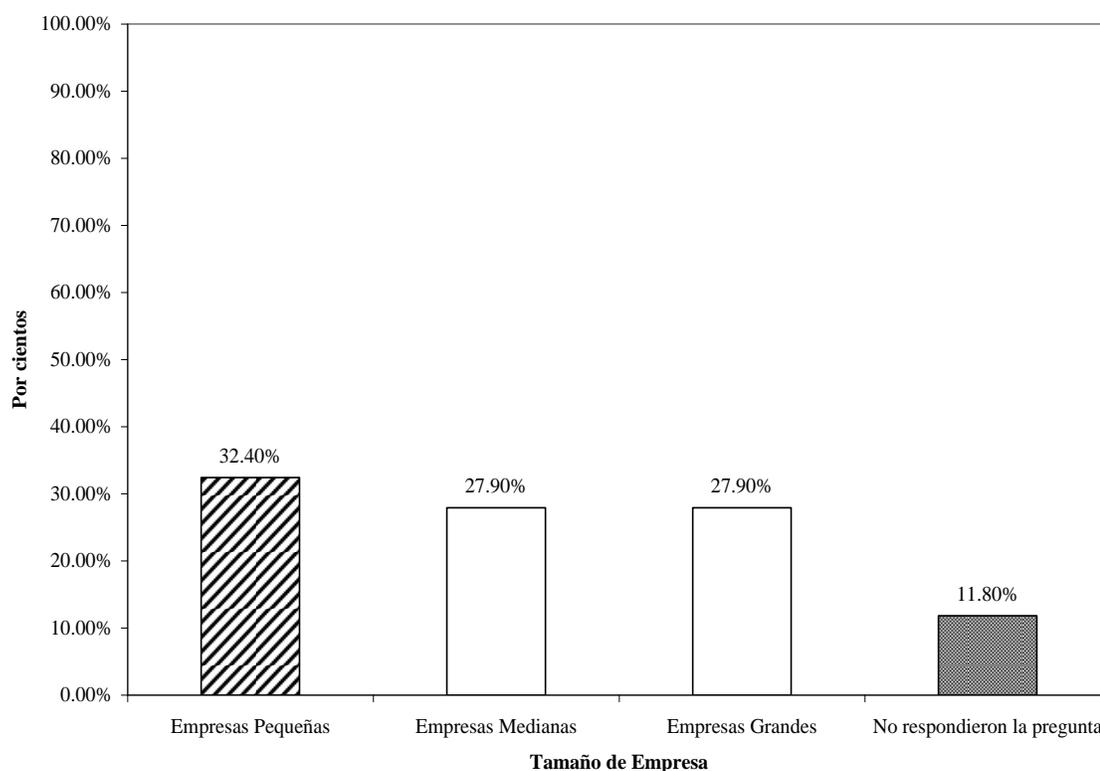
La industria por tamaño de empresa de los participantes en el estudio.



Como se muestra en el Gráfico 4.16. las Entidades Financieras también se agruparon en empresas pequeñas (32.40 por ciento), empresas medianas (27.90 por ciento) y en empresas grandes (27.90 por ciento). Una proporción menor no identificó la cantidad de empleados que laboran en la empresa (11.80 por ciento).

Gráfico 4.16.

Las entidades financieras por tamaño de empresa de los participantes en el estudio.



4.1.2. Descripción de la Responsabilidad Económica, Legal y Ética de los Participantes en sus empresas.

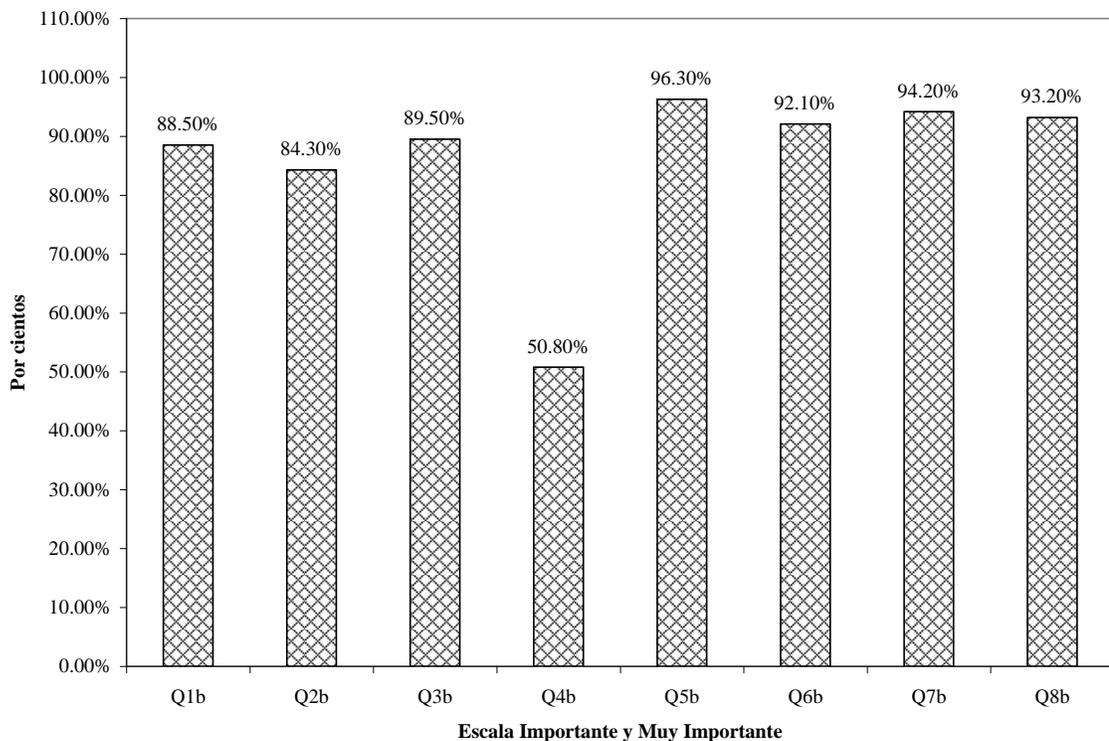
En el Gráfico 4.17. se muestra la Responsabilidad Económica de los Participantes en sus empresas, en el cual se unieron los niveles de escala Importante y Muy Importante³. Según los resultados, los participantes en el estudio establecieron que es de suma importancia para su empresa (Q5b) lograr las metas de ventas dirigidas a alcanzar los objetivos económicos y financieros (96.30 por ciento), seguido de (Q7b) maximizar el uso de los recursos para ser más rentable (94.20 por ciento) y (Q8b) mantener un volumen

³ En el cuestionario se utilizó la escala de importancia con cinco opciones, donde el uno significa nada importante, el dos es poco importante, el tres es algo importante, el cuatro es importante y el cinco es muy importante. Véase el Capítulo III para obtener información con más detalle.

aceptable de ventas con el fin de honrar los compromisos económicos (93.20 por ciento). De igual modo, la empresa busca (Q6b) recuperar la inversión elaborando y mercadeando productos y servicio de la más alta calidad (92.10 por ciento), así como (Q3b) desarrollar actividades dirigidas a mejorar la moral del empleado con el objetivo de incrementar la productividad (89.50 por ciento). Asimismo, (Q1b) proveer información clara y precisa sobre los productos y servicios ofrecidos para obtener ganancias extraordinarias (88.50 por ciento), (Q2b) mejorar la imagen pública con la finalidad de fortalecer los márgenes de ganancia (84.30 por ciento) y (Q4b) con un porcentaje menor, realizar solo aquellas negociaciones que produzcan ganancias (50.80 por ciento).

Gráfico 4.17.

Responsabilidad económica de los participantes en sus empresas.

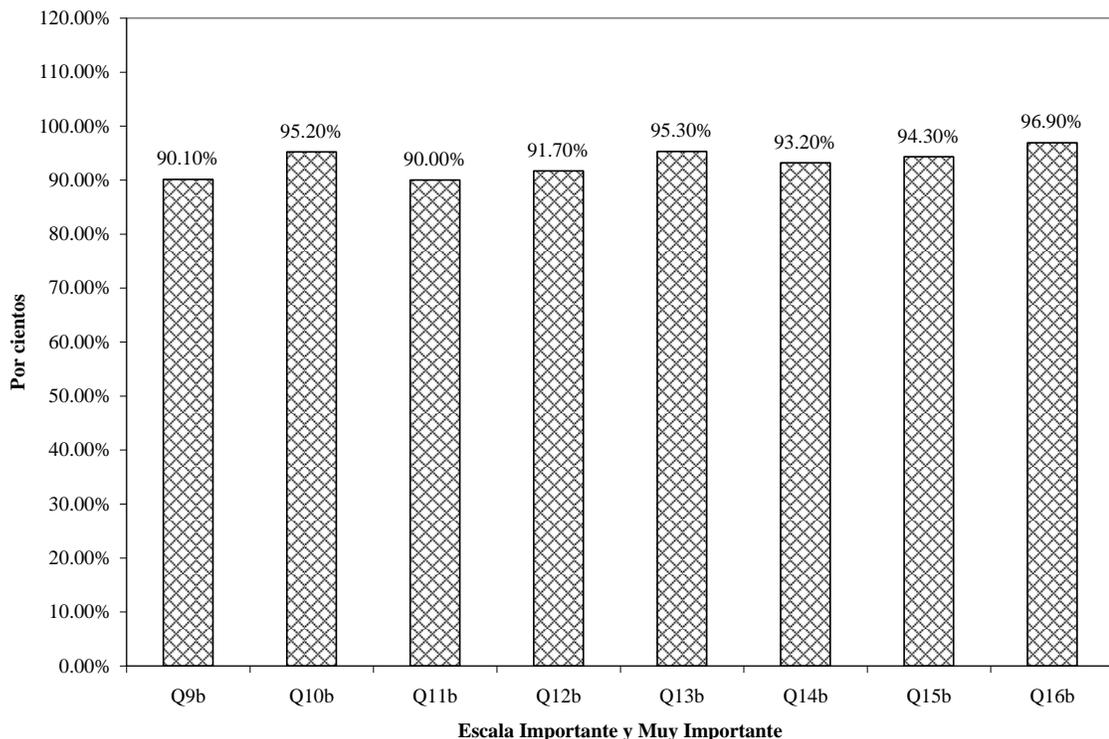


En el Gráfico 4.18. se puede observar la Responsabilidad Legal de los participantes en sus empresas, en donde se integraron los niveles de escala Importante y Muy Importante. Según los hallazgos, los participantes en el estudio opinaron que en sus

empresas es de mucha importancia (Q16b) tomar decisiones a tenor con las leyes vigentes (96.90 por ciento), luego le sigue (Q13b) evitar violaciones a los contratos de trabajo para mantener un alto nivel de eficiencia operacional (95.30 por ciento) y (Q10b) cumplir con las leyes y reglamentos para evitar conflictos laborales (95.20 por ciento). Además, los participantes expresaron que sus empresas tienen que (Q15b) predecir las posibles consecuencias legales al vender algún producto o servicio sin las debidas advertencias requeridas por ley (94.30 por ciento) y (Q14b) cumplir con todas las leyes que protegen el medio ambiente y al consumidor como una medida útil de ejecución corporativa (93.20 por ciento). Es más, deben (Q12b) proveer bienes y servicios a los clientes que por lo menos satisfagan los requerimientos mínimos exigidos por ley y los estándares de calidad (91.70 por ciento), (Q9b) cumplir rigurosamente con las reglamentaciones estatales y federales al trabajar con productos peligrosos a la salud (90.10 por ciento) y por último, (Q11b) prever los efectos de una nueva legislación o reglamentación para cumplir con la misma (90.00 por ciento).

Gráfico 4.18.

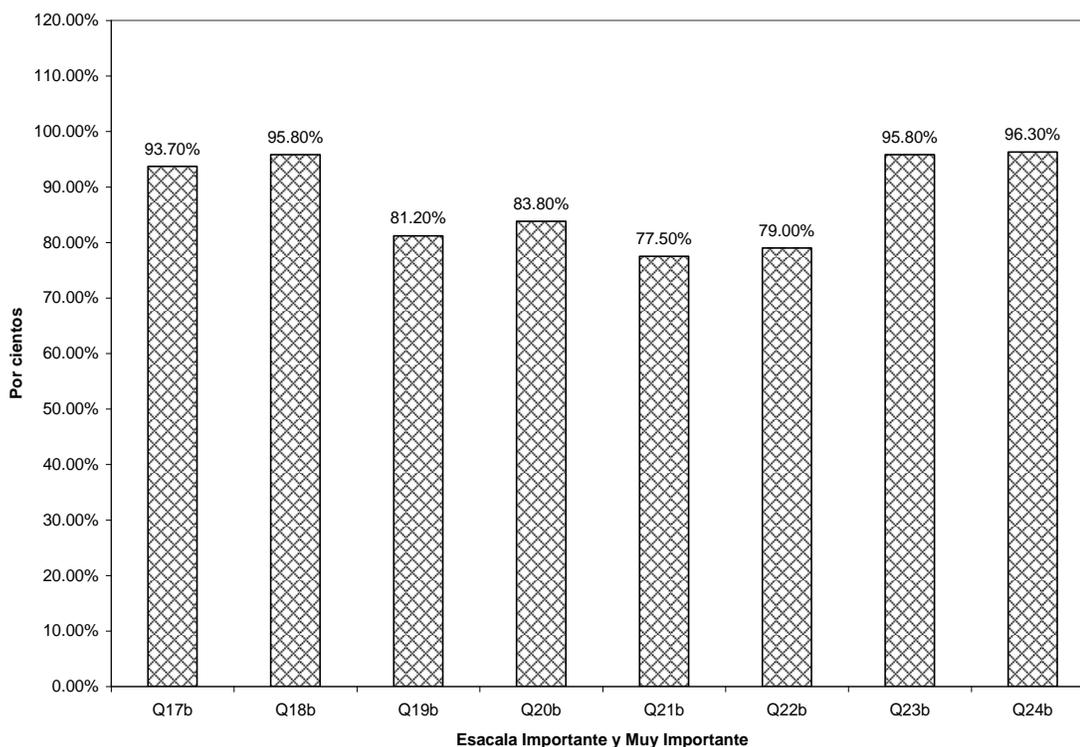
Responsabilidad legal de los participantes en sus empresas.



El Gráfico 4.19. presenta la Responsabilidad Ética de los Participantes en sus empresas, en el cual se agrupan los niveles de escala Importante y Muy Importante. Los participantes en el estudio le asignaron el mayor peso a (Q24b) que los directivos en su empresa actúen en forma ética en la toma de decisiones (96.30 por ciento), luego deben (Q18b) proceder de acuerdo a los códigos de conducta para evitar daños innecesarios a los clientes (95.80 por ciento) y (Q23b) actuar profesionalmente en los procesos de evaluación de personal. Por otro lado, la empresa debe (Q17b) incrementar la responsabilidad ética y moral de la propia organización siguiendo un código ético interno (93.70 por ciento), (Q20b) ofrecer productos o servicios que les provean beneficios a las comunidades locales (83.80 por ciento) y (Q19b) proveer asistencia a instituciones sin fines de lucro que promuevan el bien de la sociedad (81.20 por ciento). También, hay que (Q22b) desarrollar y apoyar actividades que protejan el medio ambiente (79.00 por ciento) y (Q21b) reconocer el patrocinio de los consumidores mediante actividades que mejoren el entorno social, ambiental y cultural (77.50 por ciento).

Gráfico 4.19.

Responsabilidad ética de los participantes en sus empresas.

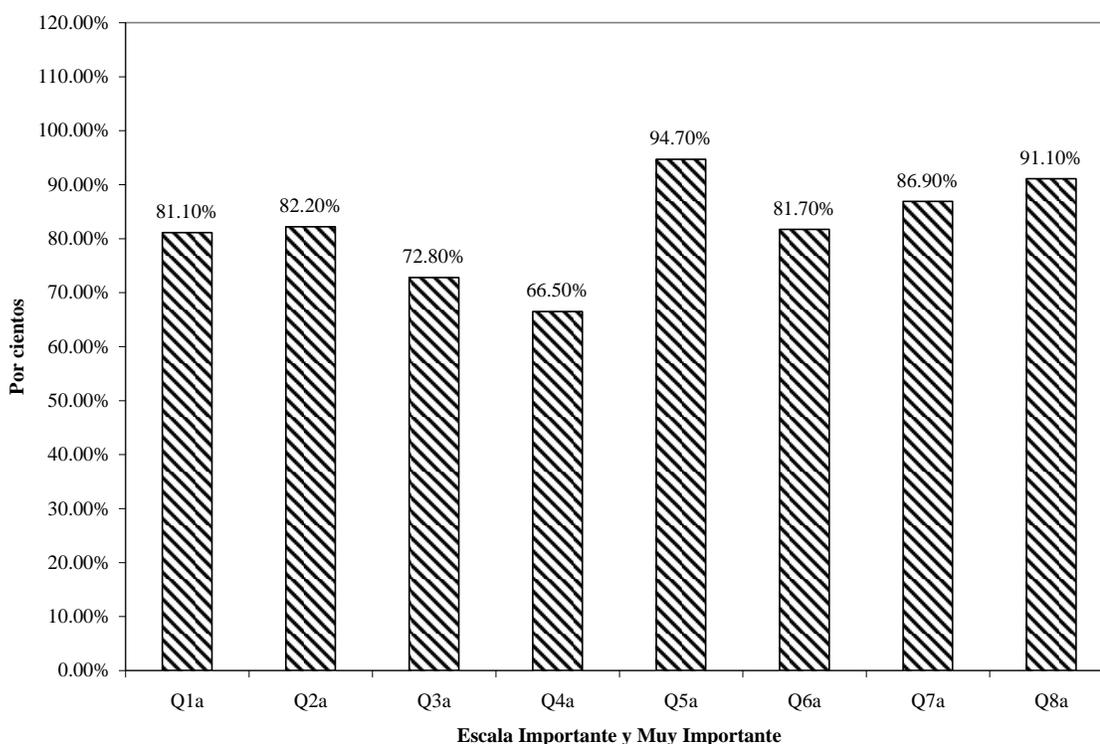


4.1.3. Descripción de la Responsabilidad Económica, Legal y Ética en las Empresas de Puerto Rico.

Como se observa en el Gráfico 4.20. se describe la Responsabilidad Económica en las Empresas de Puerto Rico integrando los niveles de escala Importante y Muy Importante. Los participantes en el estudio señalaron que es de suma importancia que las empresas de Puerto Rico (Q5a) se logren las metas de ventas dirigidas a alcanzar los objetivos económicos y financieros (94.70 por ciento), luego (Q8a) mantener un volumen aceptable de ventas con el fin de honrar los compromisos económicos (91.10 por ciento) y (Q7a) maximizar el uso de los recursos para ser más rentable (86.90 por ciento). También, las Empresas de Puerto Rico deberían buscar (Q2a) mejorar la imagen pública con la finalidad de fortalecer los márgenes de ganancia (82.20 por ciento), (Q6a) recuperar la inversión elaborando y mercadeando productos y servicio de la más alta calidad (81.70 por ciento) y (Q1a) proveer información clara y precisa sobre los productos y servicios ofrecidos para obtener ganancias extraordinarias (81.10 por ciento). De igual modo, (Q3a) desarrollar actividades dirigidas a mejorar la moral del empleado con el objetivo de incrementar la productividad (72.80 por ciento) y (Q4a) realizar solo aquellas negociaciones que produzcan ganancias (66.50 por ciento).

Gráfico 4.20.

Responsabilidad económica en las empresas de Puerto Rico.

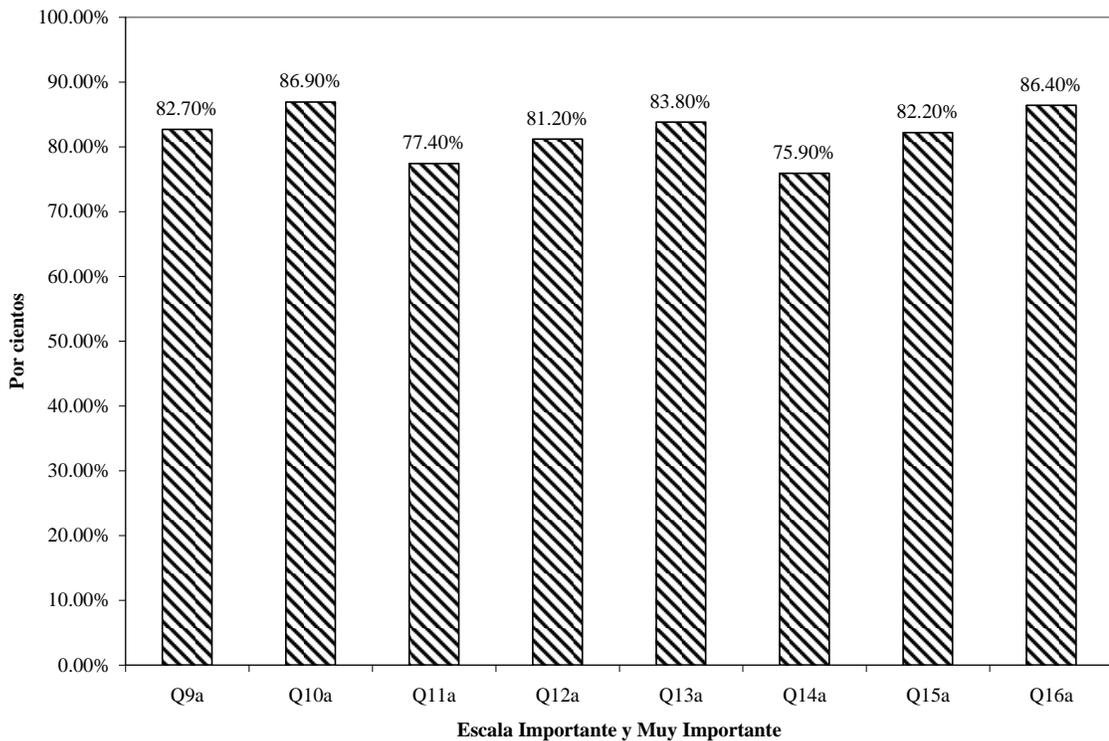


En el Gráfico 4.21. se muestra la Responsabilidad Legal de las Empresas de Puerto Rico, que se compone de los niveles de escala Importante y Muy Importante. Los participantes en el estudio indicaron que en las empresas de Puerto Rico le dan mayor peso a (Q10a) cumplir con las leyes y reglamentos para evitar conflictos laborales (86.90 por ciento), seguidamente de (Q16a) tomar decisiones a tenor con las leyes vigentes (86.40 por ciento) y (Q13a) evitar violaciones a los contratos de trabajo para mantener un alto nivel de eficiencia operacional (83.80 por ciento). También, las empresas de Puerto Rico tienen que (Q9a) cumplir rigurosamente con las reglamentaciones estatales y federales al trabajar con productos peligrosos a la salud (82.70 por ciento) y (Q15a) predecir las posibles consecuencias legales de vender algún producto o servicio sin las debidas advertencias requeridas por ley (82.20 por ciento). Incluso, deben (Q12a) proveer bienes y servicios a los clientes que por lo menos satisfagan los requerimientos mínimos exigidos por ley y los estándares de calidad (81.20 por ciento), (Q11a) prever los efectos

de una nueva legislación o reglamentación para cumplir con la misma (77.40 por ciento) y por último, (Q14a) cumplir con todas las leyes que protegen el medio ambiente y al consumidor como una medida útil de ejecución corporativa (75.90 por ciento).

Gráfico 4.21.

Responsabilidad legal en las empresas de Puerto Rico.

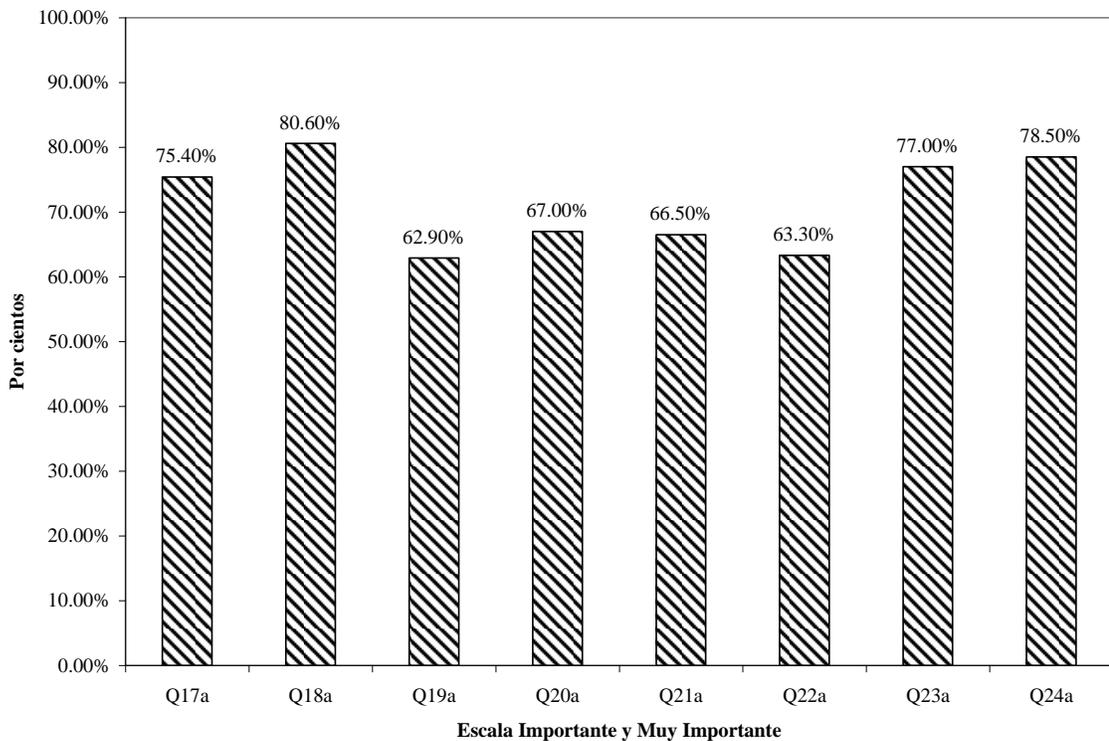


En el Gráfico 4.22. se presenta la Responsabilidad Ética en las Empresas de Puerto Rico, donde se unieron los niveles de escala Importante y Muy Importante. Los participantes en el estudio establecieron que es de mucha importancia que las empresas de Puerto Rico (Q18a) procedan de acuerdo a los códigos de conducta para evitar daños innecesarios a los clientes (80.60 por ciento), luego (Q24a) que los directivos actúen en forma ética en la toma de decisiones (78.50 por ciento) y (Q23a) actuar profesionalmente en los procesos de evaluación de personal (77.00 por ciento). Incluso deben (Q17a) incrementar la responsabilidad ética y moral de la propia organización siguiendo un

código ético interno (75.40 por ciento) y (Q20) ofrecer productos o servicios que les provean beneficios a las comunidades locales (67.00 por ciento). Igualmente, (Q21a) reconocer el patrocinio de los consumidores mediante actividades que mejoren el entorno social, ambiental y cultural (66.50 por ciento), (Q22a) desarrollar y apoyar actividades que protejan el medio ambiente (63.30 por ciento) y (Q19a) proveer asistencia a instituciones sin fines de lucro que promuevan el bien de la sociedad (62.90 por ciento).

Gráfico 4.22.

Responsabilidad ética en las empresas de Puerto Rico.



4.1.4. Descripción de la puntuación media de los participantes en el estudio.

Los participantes en este estudio le dan mucha importancia a la Responsabilidad Legal, Ética y Económica de sus empresas en relación con la sociedad. La puntuación media de los participantes en sus empresas fluctuó de 4.45 a 4.68. Los participantes, en promedio, ubican la responsabilidad legal de sus empresas en 4.68 (Importante)⁴. La responsabilidad ética obtuvo un promedio de 4.46 (Importante) y la responsabilidad económica reflejó un promedio de 4.45 (Importante). Esto implica que para los participantes es muy importante que sus empresas estén en cumplimiento con la ley, luego son importantes sus normas éticas y sus obligaciones económicas.

Por otro lado, los participantes en el estudio evaluaron y encontraron importante la Responsabilidad Económica, Legal y Ética en las empresas de Puerto Rico. La puntuación media de los participantes al evaluar a las empresas de Puerto Rico fluctuó de 4.28 a 3.98. En promedio, los participantes del estudio ubican la responsabilidad económica en las empresas de Puerto Rico en 4.28 (Importante). La responsabilidad legal en las empresas de Puerto Rico obtuvo un promedio de 4.22 (Importante) y la responsabilidad ética reflejó un promedio de 3.98 (Importante), tal como se observa en el Cuadro 4.1. Esto significa que para los participantes las empresas de Puerto Rico primero consideran importante la responsabilidad económica, luego la legal y en menor importancia la responsabilidad ética.

Cuadro 4.1.

La puntuación media obtenida en la responsabilidad económica, legal y ética de los participantes en sus empresas y en las empresas de Puerto Rico.

Escala	Responsabilidad Económica	Responsabilidad Legal	Responsabilidad Ética
RSE de los Participantes en sus empresas	4.45	4.68	4.46
RSE en las Empresas de Puerto Rico	4.28	4.22	3.98

⁴ La escala de importancia utilizada en el cuestionario tiene cinco opciones, donde el uno significa nada importante, el dos es poco importante, el tres es algo importante, el cuatro es importante y el cinco es muy importante. Véase el Capítulo III para más detalles.

Los participantes en el estudio se clasificaron de acuerdo con tipo de empresa en la que trabajan: Comercio, Industria y Entidades Financieras. Las empresas que componen el Comercio, en promedio, obtuvieron en la responsabilidad económica 4.61 (Importante), la responsabilidad legal fue de 4.80 (Importante) y en la responsabilidad ética 4.52 (Importante). En cuanto a la Industria, la responsabilidad económica reflejó en promedio 4.50 (Importante), la responsabilidad legal se ubicó en 4.76 (Importante) y la responsabilidad ética fue de 4.45 (Importante). El promedio de las Entidades Financieras en la responsabilidad económica fue de 4.24 (Importante), responsabilidad legal 4.47 (Importante) y en la responsabilidad ética fue de 4.40 (Importante), tal como se observa en el Cuadro 4.2.

Cuadro 4.2.

La puntuación media obtenida en la responsabilidad económica, legal y ética en el sector del comercio, la industria y las entidades financieras en Puerto Rico de los participantes en sus empresas.

Sub Escala	Responsabilidad Económica	Responsabilidad Legal	Responsabilidad Ética
Comercio	4.61	4.80	4.52
Industria	4.50	4.76	4.45
Entidades Financieras	4.24	4.47	4.40

Por otra parte, los participantes en el estudio evaluaron a las empresas de Puerto Rico en cuanto a la responsabilidad económica, legal y ética. En promedio, el Comercio obtuvo en la responsabilidad económica 4.38 (Importante), responsabilidad legal 4.31 (Importante) y responsabilidad ética 4.05 (Importante). Las Industrias consiguieron en la responsabilidad económica un promedio de 4.25 (Importante), en la responsabilidad legal fue de 4.26 (Importante) y en la responsabilidad ética de 4.05 (Importante). El promedio en las Entidades Financieras alcanzó en la responsabilidad económica 4.21 (Importante), en la responsabilidad legal 4.09 (Importante) y en la responsabilidad ética 3.83 (Importante), tal como se observa en el Cuadro 4.3.

Cuadro 4.3.

La puntuación media obtenida en la responsabilidad económica, legal y ética en el sector del comercio, la industria y las entidades financieras de los participantes en las empresas de Puerto Rico.

Sub Escala	Responsabilidad Económica	Responsabilidad Legal	Responsabilidad Ética
Comercio	4.38	4.31	4.05
Industria	4.25	4.26	4.05
Entidades Financieras	4.21	4.09	3.83

En el Cuadro 4.4. se observa la media de los participantes en el estudio clasificados por tamaño de empresas: pequeñas, medianas y grandes. Los participantes en el estudio cuyas empresas son pequeñas, en promedio, tienen la responsabilidad económica en 4.40 (Importante), la responsabilidad legal fue de 4.63 (Importante) y la responsabilidad ética de 4.42 (Importante). El promedio de las empresas medianas en la responsabilidad económica fue 4.34 (Importante), responsabilidad legal de 4.42 (Importante) y responsabilidad ética de 4.31 (Importante). Asimismo, las empresas grandes reflejaron con respecto a la responsabilidad económica un promedio de 4.55 (Importante), la responsabilidad legal fue de 4.80 (Importante) y la responsabilidad ética de 4.64 (Importante).

Cuadro 4.4.

La puntuación media obtenida en la responsabilidad económica, legal y ética de las empresas pequeñas, medianas y grandes en Puerto Rico de los participantes en sus empresas.

Sub Escala	Responsabilidad Económica	Responsabilidad Legal	Responsabilidad Ética
Pequeña Empresa	4.40	4.63	4.42
Mediana Empresa	4.34	4.42	4.31
Grande Empresa	4.55	4.80	4.64

Las empresas de Puerto Rico, también, se dividieron en empresas pequeñas, medianas y grandes. Las empresas pequeñas obtuvieron en la responsabilidad económica un promedio de 4.31 (Importante), la responsabilidad legal de 4.28 (Importante) y la responsabilidad ética fue de 4.12 (Importante). Las empresas medianas, en promedio, tienen la responsabilidad económica en 4.18 (Importante), la responsabilidad legal fue de 4.00 (Importante) y la responsabilidad ética de 3.68 (Importante). El promedio de las empresas grandes en la responsabilidad económica fue de 4.33 (Importante), la responsabilidad legal de 4.19 (Importante) y la responsabilidad ética de 3.97 (Importante), tal como se observa en el Cuadro 4.5.

Cuadro 4.5.

La puntuación media obtenida en la responsabilidad económica, legal y ética de las empresas pequeñas, medianas y grandes de los participantes en las empresas de Puerto Rico.

Sub Escala	Responsabilidad Económica	Responsabilidad Legal	Responsabilidad Ética
Pequeña Empresa	4.31	4.28	4.12
Mediana Empresa	4.18	4.00	3.68
Grande Empresa	4.33	4.19	3.97

4.1.5. Coeficiente de Confiabilidad Alfa de Cronbach.

Los resultados del estudio reflejaron unos coeficientes de confiabilidad Alfa de Cronbach desde 0.81 hasta 0.96 demostrando unos coeficientes altos. El valor más bajo (0.81) supera el valor de 0.70. Nunnally (1978) recomendó una confiabilidad de 0.70 en la etapa inicial de una investigación. Por debajo de ese valor (0.70) la consistencia interna de la escala se considera bajo (Murphy y Davidshofer, 2005). Estos coeficientes demuestran una fuerte relación entre las preguntas y una mayor consistencia interna en los resultados obtenidos, tal como se observan en los Cuadros 4.7. y 4.8. Además, estos resultados son similares y se consideran altos a coeficientes de investigaciones empíricas

sobre las responsabilidades económicas, legales y éticas realizadas entre los años 1984 al 2005, tal como se observa en el Cuadro 4.6.

Cuadro 4.6.

Evidencia de la confiabilidad para la responsabilidad económica, legal y ética de las investigaciones empíricas realizadas entre los años 1984 al 2005.

Autor	Responsabilidad Económica	Responsabilidad Legal	Responsabilidad Ética
Aupperle, K. E (1984)	0.90	10.86	0.87
Aupperle, K. E., Carroll, A. B. & Hatfield, J. D. (1985)	0.93	0.84	0.84
Ibrahim, N. A. & Angelidis, J.P. (1995)	0.86	0.91	0.8
Pinkston, T. S. & Carroll, A. B. (1996)	0.91	0.90	0.85
Angelidis, J. & Ibrahim, N. (2004)	0.81	0.88	0.91
García de los Salmones, M. del M., Herreo Crespo, A. & Rodríguez del Bosque, I. (2005)	0.74	0.75	0.75

Fuente: Elaboración propia

En el Cuadro 4.7. se puede observar que la consistencia interna para la Responsabilidad Social Empresarial de los Participantes en sus empresas y en las Empresas de Puerto Rico fueron 0.95 y 0.96, respectivamente.

Cuadro 4.7.

La confiabilidad para la responsabilidad social empresarial de los participantes en sus empresas y en las empresas de Puerto Rico.

Escala	Alfa de Cronbach (α)
RSE de los participantes en sus empresas	0.95
RSE en las empresas de Puerto Rico	0.96

En el Cuadro 4.8. se muestra la consistencia interna de la Responsabilidad Económica, Legal y Ética de los Participantes en sus empresas. La consistencia interna para la Responsabilidad Económica fue de 0.85. La Responsabilidad Legal mostró un coeficiente de confiabilidad de 0.92 y en la Responsabilidad Ética el coeficiente de confiabilidad, también fue de 0.92.

Cuadro 4.8.

La confiabilidad para la responsabilidad económica, legal y ética de los participantes en sus empresas.

Sub Escalas	Alfa de Cronbach (α)
Responsabilidad Económica	0.85
Responsabilidad Legal	0.92
Responsabilidad Ética	0.92

Por otra parte, el coeficiente de alfa de Cronbach correspondiente a la Responsabilidad Económica en las Empresas de Puerto Rico fue de 0.81. Así como, la consistencia interna de la responsabilidad legal y ética fue de 0.96 y 0.95, respectivamente, tal como se observa en el Cuadro 4.9.

Cuadro 4.9.

La confiabilidad para la responsabilidad económica, legal y ética de los participantes en las empresas de Puerto Rico.

Sub Escalas	Alfa de Cronbach (α)
Responsabilidad Económica	0.81
Responsabilidad Legal	0.96
Responsabilidad Ética	0.95

En el Cuadro 4.10. se observa que ambas escalas están demostrando que hay una alta asociación entre las preguntas del cuestionario con los constructos que constituyen la escala. Es mayor ese atributo en la escala de responsabilidad legal y responsabilidad ética. Cuanto más alto el Alfa de Cronbach más alto es la asociación entre las preguntas del cuestionario.

Cuadro 4.10.

La confiabilidad para la responsabilidad económica, legal y ética de los participantes en sus empresas y en las empresas de Puerto Rico.

Sub Escalas	Los participantes en sus empresas Alfa de Cronbach (α)	Las empresas de Puerto Rico Alfa de Cronbach (α)
Responsabilidad Económica	0.85	0.81
Responsabilidad Legal	0.92	0.96
Responsabilidad Ética	0.92	0.95

4.2. Análisis Cuantitativo – Estadística Inferencial No Paramétrica.

El segundo tipo de análisis fue la estadística inferencial no paramétrica con la finalidad de comparar entre el comercio, la industria y las entidades financieras; las empresas pequeñas, medianas y grandes; y por género desde la perspectiva de los participantes sobre RSE (económica, legal y ética) en sus empresas y en las empresas de Puerto Rico. Se utilizó la prueba de Kolmogorov-Smirnov Lilliefors para determinar si existe o no una distribución normal en el conjunto de datos recopilados. Los resultados de la prueba demostraron que los supuestos de normalidad de la distribución y la homogeneidad de varianza no se cumplieron (Ver Anexo L). Por tanto, se utilizó la prueba no paramétrica U Mann-Whitney para dos muestras continuas independientes con el objetivo de establecer diferencias y similitudes para rechazar o aceptar la hipótesis nula. De acuerdo con Hinkle, Wiersma & Jurs (2004) esta prueba es precisa en términos de los resultados porque se comparan los grupos de dos en dos. La aceptación o rechazo de la hipótesis fue corroborada con el nivel de confianza de 95 por ciento.

Las hipótesis formuladas, los resultados de la prueba no paramétrica U Mann-Whitney para aceptar o rechazar las hipótesis y la descripción de los resultados se desglosan a continuación.

4.2.1. Hipótesis – RSE económica entre el comercio, la industria y las entidades financieras en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes en sus empresas:

A. H_0 : No existen diferencias significativas estadísticamente entre (1) el comercio y la industria; (2) el comercio y las entidades financieras; (3) la industria y las entidades financieras en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE económica en sus empresas.

H_a : Existen diferencias significativas estadísticamente entre (1) el comercio y la industria; (2) el comercio y las entidades financieras; (3) la industria y las

entidades financieras en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE económica en sus empresas.

Para atender estas hipótesis se utilizó la prueba no paramétrica U Mann-Whitney demostrando los siguientes resultados. Ver Cuadro 4.11.

Cuadro 4.11.

Prueba U Mann-Whitney: RSE económica entre el comercio, la industria y las entidades financieras en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes en sus empresas.

	Media	Sig
H_1 : Comercio		
Industria		0.798
H_2 : Comercio	4.61	
Entidades Financieras	4.24	0.001*
H_3 : Industria	4.50	
Entidades Financieras	4.24	0.011*

*Diferencia Significativa al 0.05
($p \leq 0.05$)

En la hipótesis nula número uno se estableció que no existen diferencias significativas estadísticamente entre el comercio y la industria en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE económica en sus empresas. A través de la prueba U Mann-Whitney se comprobó que el valor-p (*p value*) observado en la prueba de dos colas fue de 0.798 mayor que el nivel de significancia de 0.05. La hipótesis nula no se rechaza y se determina que no existen diferencias significativas estadísticamente entre el comercio y la industria en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes cuando se contrastan sobre la RSE económica en sus empresas.

En la hipótesis nula número dos se indicó que no existen diferencias significativas estadísticamente entre el comercio y las entidades financieras en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE económica en sus empresas. Los resultados

de la prueba U Mann-Whitney reflejaron que el valor-p (*p value*) observado en la prueba de dos colas fue de 0.001 menor que el nivel de significancia de 0.05. La hipótesis nula se rechaza a través de los hallazgos encontrados estableciendo la existencia de diferencias significativas estadísticamente entre el comercio y las entidades financieras en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes cuando se comparan sobre la RSE económica en sus empresas.

En la hipótesis nula número tres se estableció que no existen diferencias significativas estadísticamente entre la industria y las entidades financieras en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE económica en sus empresas. La prueba U Mann-Whitney demostró que el valor-p (*p value*) observado en la prueba de dos colas fue de 0.011 menor que el nivel de significancia de 0.05. Se rechaza la hipótesis nula de acuerdo a la evidencia presentada y se establece la existencia de diferencias significativas estadísticamente entre la industria y las entidades financieras desde la perspectiva de los participantes cuando se comparan sobre la RSE económica en sus empresas.

4.2.2. Hipótesis – RSE económica entre el comercio, la industria y las entidades financieras desde la perspectiva de los participantes en las empresas de Puerto Rico:

B. H_0 : No existen diferencias significativas estadísticamente entre (4) el comercio y la industria; (5) el comercio y las entidades financieras; (6) la industria y las entidades financieras desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE económica en las empresas de Puerto Rico.

H_a : Existen diferencias significativas estadísticamente entre (4) el comercio y la industria; (5) el comercio y las entidades financieras; (6) la industria y las

entidades financieras desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE económica en las empresas de Puerto Rico.

La prueba no paramétrica U Mann-Whitney se utilizó para atender esta hipótesis reflejando los siguientes resultados. Ver Cuadro 4.12.

Cuadro 4.12.

Prueba U Mann-Whitney: RSE económica entre el comercio, la industria y las entidades financieras desde la perspectiva de los participantes en las empresas de Puerto Rico.

	Sig
H_4 : Comercio Industria	0.543
H_5 : Comercio Entidades Financieras	0.052
H_6 : Industria Entidades Financieras	0.417

*Diferencia Significativa al 0.05
($p \leq 0.05$)

En la hipótesis nula número cuatro se estableció que no existen diferencias significativas estadísticamente entre el comercio y la industria desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE económica en las empresas de Puerto Rico. La prueba U Mann-Whitney demostró que el valor-p (*p value*) observado en la prueba de dos colas fue de 0.543 mayor que el nivel de significancia de 0.05. Por tanto, la hipótesis nula no se rechaza y se establece que no existen diferencias significativas estadísticamente entre el comercio y la industria desde la perspectiva de los participantes cuando se comparan sobre la RSE económica en las empresas de Puerto Rico.

En la hipótesis nula número cinco se determinó que no existen diferencias significativas estadísticamente entre el comercio y las entidades financieras desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE económica en las empresas de Puerto Rico.

El resultado de la prueba U Mann-Whitney demostró que el valor-p (*p value*) observado en la prueba de dos colas fue de 0.052 mayor que el nivel de significancia de 0.05. La hipótesis nula no se rechaza y se establece que no existen diferencias significativas estadísticamente entre el comercio y las entidades financieras desde la perspectiva de los participantes cuando se comparan sobre la RSE económica en las empresas de Puerto Rico.

En la hipótesis nula número seis se determinó que no existen diferencias significativas estadísticamente entre la industria y las entidades financieras desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE económica en las empresas de Puerto Rico. El resultado de la prueba U Mann-Whitney demostró que el valor-p (*p value*) observado en la prueba de dos colas fue de 0.417 mayor que el nivel de significancia de 0.05. La hipótesis nula no se rechaza y se establece que no existen diferencias significativas estadísticamente entre la industria y las entidades financieras desde la perspectiva de los participantes cuando se comparan sobre la RSE económica en las empresas de Puerto Rico.

4.2.3. Hipótesis – RSE económica entre las empresas pequeñas, medianas y grandes en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes en sus empresas:

C. H_0 : No existen diferencias significativas estadísticamente entre (7) las empresas pequeñas y medianas; (8) las empresas pequeñas y grandes; (9) las empresas medianas y grandes en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE económica en sus empresas.

H_a : Existen diferencias significativas estadísticamente entre (7) las empresas pequeñas y medianas; (8) las empresas pequeñas y grandes; (9) las empresas medianas y grandes en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE económica en sus empresas.

La prueba no paramétrica U Mann-Whitney se utilizó para atender estas hipótesis presentando los resultados a continuación. Ver Cuadro 4.13.

Cuadro 4.13.

Prueba U Mann-Whitney: RSE económica entre las empresas pequeñas, medianas y grandes en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes en sus empresas.

	Sig
H_7 : Empresas Pequeñas Empresas Medianas	0.810
H_8 : Empresas Pequeñas Empresas Grandes	0.161
H_9 : Empresas Medianas Empresas Grandes	0.434
*Diferencia Significativa al 0.05 ($p \leq 0.05$)	

En la hipótesis nula número siete se especificó que no existen diferencias significativas estadísticamente entre las empresas pequeñas y medianas en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE económica en sus empresas. El resultado de la prueba U Mann-Whitney demostró que el valor-p (*p value*) observado en la prueba de dos colas fue de 0.810 mayor que el nivel de significancia de 0.05. Por tanto, la hipótesis nula no se rechaza y de acuerdo a la evidencia presentada no existen diferencias significativas estadísticamente entre las empresas pequeñas y medianas en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes cuando se comparan sobre la RSE económica en sus empresas.

En la hipótesis nula número ocho se estableció que no existen diferencias significativas estadísticamente entre las empresas pequeñas y grandes en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE económica en sus empresas. La prueba U Mann-Whitney comprobó que el valor-p (*p value*) observado en la prueba de dos colas fue de 0.161 mayor que el nivel de significancia de 0.05. La hipótesis nula no se rechaza y se concluye que no existen diferencias significativas estadísticamente entre

las empresas pequeñas y grandes en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes cuando se comparan sobre la RSE económica en sus empresas.

En la hipótesis nula número nueve se indicó que no existen diferencias significativas estadísticamente entre las empresas medianas y grandes en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE económica en sus empresas. La prueba U Mann-Whitney confirmó que el valor-p (*p value*) observado en la prueba de dos colas fue de 0.434 mayor que el nivel de significancia de 0.05. Por tanto, la hipótesis nula no se rechaza y se establece que no existen diferencias significativas estadísticamente entre las empresas medianas y grandes en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes cuando se comparan sobre la RSE económica en sus empresas.

4.2.4. Hipótesis – RSE económica entre las empresas pequeñas, medianas y grandes desde la perspectiva de los participantes en las empresas de Puerto Rico:

D. H_0 : No existen diferencias significativas estadísticamente entre (10) las empresas pequeñas y medianas; (11) las empresas pequeñas y grandes; (12) las empresas medianas y grandes desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE económica en las empresas de Puerto Rico.

H_a : Existen diferencias significativas estadísticamente entre (10) las empresas pequeñas y medianas; (11) las empresas pequeñas y grandes; (12) las empresas medianas y grandes desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE económica en las empresas de Puerto Rico.

Se usó la prueba no paramétrica U Mann-Whitney para atender estas hipótesis mostrando los siguientes resultados. Ver Cuadro 4.14.

Cuadro 4.14.

Prueba U Mann – Whitney: RSE económica entre las empresas pequeñas, medianas y grandes desde la perspectiva de los participantes en las empresas de Puerto Rico.

	Sig
H_{10} : Empresas Pequeñas Empresas Medianas	0.856
H_{11} : Empresas Pequeñas Empresas Grandes	0.535
H_{12} : Empresas Medianas Empresas Grandes	0.577

*Diferencia Significativa al 0.05
($p \leq 0.05$)

En la hipótesis nula número diez se estableció que no existen diferencias significativas estadísticamente entre las empresas pequeñas y medianas desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE económica en las empresas de Puerto Rico. La prueba U Mann-Whitney demostró que el valor-p (*p value*) observado en la prueba de dos colas fue de 0.856 mayor que el nivel de significancia de 0.05. La hipótesis nula no se rechaza y se establece que no existen diferencias significativas estadísticamente entre las empresas pequeñas y medianas desde la perspectiva de los participantes cuando se comparan sobre la RSE económica en las empresas de Puerto Rico.

En la hipótesis nula número once se indicó que no existen diferencias significativas estadísticamente entre las empresas pequeñas y grandes desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE económica en las empresas de Puerto Rico. A través de la prueba U Mann-Whitney se comprobó que el valor-p (*p value*) observado en la prueba de dos colas fue de 0.535 mayor que el nivel de significancia de 0.05. La hipótesis nula no se rechaza y se concluye que no existen diferencias significativas estadísticamente entre las empresas pequeñas y grandes desde la perspectiva de los participantes cuando se comparan sobre la RSE económica en las empresas de Puerto Rico.

En la hipótesis nula número doce se determinó que no existen diferencias significativas estadísticamente entre las empresas medianas y grandes desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE económica en las empresas de Puerto Rico. El resultado de la prueba U Mann-Whitney demostró que el valor-p (*p value*) observado en la prueba de dos colas fue de 0.577 mayor que el nivel de significancia de 0.05. Por tanto, la hipótesis nula no se rechaza y de acuerdo a la evidencia presentada se establece que no existen diferencias significativas estadísticamente entre las empresas medianas y grandes desde la perspectiva de los participantes cuando se comparan sobre la RSE económica en las empresas de Puerto Rico.

4.2.5. Hipótesis – RSE económica por género desde la perspectiva de los participantes en sus empresas:

E. H_0 : No existen diferencias significativas estadísticamente (13) por género desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE económica en sus empresas.

H_a : Existen diferencias significativas estadísticamente (13) por género desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE económica en sus empresas.

La prueba no paramétrica U Mann-Whitney se utilizó para atender esta hipótesis presentado el siguiente resultado. Ver Cuadro 4.15.

Cuadro 4.15.

Prueba U Mann-Whitney: RSE económica por género desde la perspectiva de los participantes en sus empresas.

	Sig
H_{13} : Femenino	
Masculino	0.996

*Diferencia Significativa al 0.05
($p \leq 0.05$)

En la hipótesis nula número trece se determinó que no existen diferencias significativas estadísticamente por género desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE económica en sus empresas. El resultado de la prueba U Mann-Whitney demostró que el valor-p (*p value*) observado en la prueba de dos colas fue de 0.996 mayor que el nivel de significancia de 0.05. Por tanto, la hipótesis nula no se rechaza y se establece que no existen diferencias significativas estadísticamente entre el género masculino y femenino desde la perspectiva de los participantes cuando se comparan sobre la RSE económica en sus empresas.

4.2.6. Hipótesis – RSE económica por género desde la perspectiva de los participantes en las empresas de Puerto Rico:

F. H_0 : No existen diferencias significativas estadísticamente (14) por género desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE económica en las empresas de Puerto Rico.

H_a : Existen diferencias significativas estadísticamente (14) por género desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE económica en las empresas de Puerto Rico.

La prueba no paramétrica U Mann-Whitney se usó la para atender esta hipótesis presentando el siguiente resultado. Ver Cuadro 4.16.

Cuadro 4.16.

Prueba U Mann-Whitney: RSE económica por género desde la perspectiva de los participantes en las empresas de Puerto Rico.

	Sig
H_{14} : Femenino	
Masculino	0.153

*Diferencia Significativa al 0.05
($p \leq 0.05$)

En la hipótesis nula número catorce se determinó que no existen diferencias significativas estadísticamente por género desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE económica en las empresas de Puerto Rico. El resultado de la prueba U Mann-Whitney demostró que el valor-p (*p value*) observado en la prueba de dos colas fue de 0.153 mayor que el nivel de significancia de 0.05. Por tanto, la hipótesis nula no se rechaza y se establece que no existen diferencias significativas estadísticamente entre el género femenino y masculino desde la perspectiva de los participantes cuando se comparan sobre la RSE económica en las empresas de Puerto Rico.

4.2.7. Hipótesis – RSE legal entre el comercio, la industria y las entidades financieras en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes en sus empresas:

G. H_0 : No existen diferencias significativas estadísticamente entre (15) el comercio y la industria; (16) el comercio y las entidades financieras; (17) la industria y las entidades financieras en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE legal en sus empresas.

H_a : Existen diferencias significativas estadísticamente entre (15) el comercio y la industria; (16) el comercio y las entidades financieras; (17) la industria y las entidades financieras en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE legal en sus empresas.

Para atender esta hipótesis se utilizó la prueba no paramétrica U Mann-Whitney demostrando los siguientes resultados. Ver Cuadro 4.17.

Cuadro 4.17.

Prueba U Mann-Whitney: RSE legal entre el comercio, la industria y las entidades financieras en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes en sus empresas.

	Media	Sig
H_{15} : Comercio		
Industria		0.922
H_{16} : Comercio	4.80	
Entidades Financieras	4.47	0.000*
H_{17} : Industria	4.76	
Entidades Financieras	4.47	0.001*

*Diferencia Significativa al 0.05
($p \leq 0.05$)

En la hipótesis nula número quince se estableció que no existen diferencias significativas estadísticamente entre el comercio y la industria en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE legal en sus empresas. El resultado de la prueba U Mann-Whitney demostró que el valor-p (*p value*) observado en la prueba de dos colas fue de 0.922 mayor que el nivel de significancia de 0.05. Por tanto, la hipótesis nula no se rechaza y de acuerdo a la evidencia presentada se establece que no existen diferencias significativas estadísticamente entre el comercio y la industria en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes cuando se comparan sobre la RSE legal en sus empresas.

En la hipótesis nula número dieciséis se indicó que no existen diferencias significativas estadísticamente entre el comercio y las entidades financieras en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE legal en sus empresas. Con la prueba U Mann-Whitney se demostró que el valor-p (*p value*) observado en la prueba de dos colas fue de 0.000 menor que el nivel de significancia de 0.05. La hipótesis nula se rechaza y se concluye con los resultados encontrados que existen diferencias significativas estadísticamente entre el comercio y las entidades financieras en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes cuando se comparan sobre la RSE legal en sus empresas.

En la hipótesis nula número diecisiete se señaló que no existen diferencias significativas estadísticamente entre la industria y las entidades financieras en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE legal en sus empresas. La prueba U Mann-Whitney reflejó que el valor-p (*p value*) observado en la prueba de dos colas fue de 0.001 menor que el nivel de significancia de 0.05. La hipótesis nula se rechaza y se establece que existen diferencias significativas estadísticamente entre la industria y las entidades financieras en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes cuando se comparan sobre la RSE legal en sus empresas.

4.2.8. Hipótesis – RSE legal entre el comercio, la industria y las entidades financieras desde la perspectiva de los participantes en las empresas de Puerto Rico:

H. H_0 : No existen diferencias significativas estadísticamente entre (18) el comercio y la industria; (19) el comercio y las entidades financieras; (20) la industria y las entidades financieras desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE legal en las empresas de Puerto Rico.

H_a : Existen diferencias significativas estadísticamente entre (18) el comercio y la industria; (19) el comercio y las entidades financieras; (20) la industria y las entidades financieras desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE legal en las empresas de Puerto Rico.

Se llevó a cabo la prueba estadística no paramétrica de U Mann-Whitney para atender estas hipótesis mostrando los siguientes resultados. Ver Cuadro 4.18.

Cuadro 4.18.

Prueba U Mann-Whitney: RSE legal entre el comercio, la industria y las entidades financieras desde la perspectiva de los participantes en las empresas de Puerto Rico.

	Sig
H_{18} : Comercio	
Industria	0.944
H_{19} : Comercio	
Entidades Financieras	0.079
H_{20} : Industria	
Entidades Financieras	0.078

*Diferencia Significativa al 0.05
($p \leq 0.05$)

En la hipótesis nula número dieciocho se especificó que no existen diferencias significativas estadísticamente entre el comercio y la industria desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE legal en las empresas de Puerto Rico. La prueba U Mann-Whitney demostró que el valor-p (*p value*) observado en la prueba de dos colas fue de 0.944 mayor que el nivel de significancia de 0.05. La hipótesis nula no se rechaza y de acuerdo a la evidencia presentada no existen diferencias significativas estadísticamente entre el comercio y la industria desde la perspectiva de los participantes cuando se comparan sobre la RSE legal en las empresas de Puerto Rico.

En la hipótesis nula número diecinueve se estableció que no existen diferencias significativas estadísticamente entre el comercio y las entidades financieras desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE legal en las empresas de Puerto Rico. Con la prueba U Mann-Whitney se comprobó que el valor-p (*p value*) observado en la prueba de dos colas fue de 0.079 mayor que el nivel de significancia de 0.05. Por tanto, la hipótesis nula no se rechaza y se establece que no existen diferencias significativas estadísticamente entre el comercio y las entidades financieras desde la perspectiva de los participantes cuando se comparan sobre la RSE legal en las empresas de Puerto Rico.

En la hipótesis nula número veinte se estableció que no existen diferencias significativas estadísticamente entre la industria y las entidades financieras desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE legal en las empresas de Puerto Rico. El resultado de la prueba U Mann-Whitney comprobó que el valor-p (*p value*) observado en la prueba de dos colas fue de 0.078 mayor que el nivel de significancia de 0.05. La hipótesis nula no se rechaza, por tanto, no existen diferencias significativas estadísticamente entre la industria y las entidades financieras desde la perspectiva de los participantes cuando se comparan sobre la RSE legal en las empresas de Puerto Rico.

4.2.9. Hipótesis – RSE legal entre las empresas pequeñas, medianas y grandes en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes en sus empresas:

I. H_0 : No existen diferencias significativas estadísticamente entre (21) las empresas pequeñas y medianas; (22) las empresas pequeñas y grandes; (23) las empresas medianas y grandes en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE legal en sus empresas.

H_a : Existen diferencias significativas estadísticamente entre (21) las empresas pequeñas y medianas; (22) las empresas pequeñas y grandes; (23) las empresas medianas y grandes en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE legal en sus empresas.

Para atender estas hipótesis se utilizó la prueba no paramétrica U Mann-Whitney demostrando los siguientes resultados. Ver Cuadro 4.19.

Cuadro 4.19.

Prueba U Mann-Whitney: RSE legal entre las empresas pequeñas, medianas y grandes en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes en sus empresas.

	Sig
H_{21} : Empresas Pequeñas Empresas Medianas	0.640
H_{22} : Empresas Pequeñas Empresas Grandes	0.083
H_{23} : Empresas Medianas Empresas Grandes	0.082

*Diferencia Significativa al 0.05
($p \leq 0.05$)

En la hipótesis nula número veintiuno se estableció que no existen diferencias significativas estadísticamente entre las empresas pequeñas y medianas en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE legal en sus empresas. El resultado de la prueba U Mann-Whitney demostró que el valor-p (*p value*) observado en la prueba de dos colas fue de 0.640 mayor que el nivel de significancia de 0.05. Por tanto, la hipótesis nula no se rechaza y se concluye que no existen diferencias significativas estadísticamente entre las empresas pequeñas y medianas en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes cuando se comparan sobre la RSE legal en sus empresas.

En la hipótesis nula número veintidós se determinó que no existen diferencias significativas estadísticamente entre las empresas pequeñas y grandes en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE legal en sus empresas. A través de la prueba U Mann-Whitney se demostró que el valor-p (*p value*) observado en la prueba de dos colas fue de 0.083 mayor que el nivel de significancia de 0.05 entonces la hipótesis nula no se rechaza. Por tanto, se concluye que no existen diferencias significativas estadísticamente entre las empresas pequeñas y grandes en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes cuando se comparan sobre la RSE legal en sus empresas.

En la hipótesis nula número veintitrés se estableció que no existen diferencias significativas estadísticamente entre las empresas medianas y grandes en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE legal en sus empresas. La prueba U Mann-Whitney confirmó que el valor-p (*p value*) observado en la prueba de dos colas fue de 0.082 mayor que el nivel de significancia de 0.05. La hipótesis nula no se rechaza con la evidencia encontrada demostrando que no existen diferencias significativas estadísticamente entre las empresas medianas y grandes en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes cuando se comparan sobre la RSE legal en sus empresas.

4.2.10. Hipótesis – RSE legal entre las empresas pequeñas, medianas y grandes desde la perspectiva de los participantes en las empresas de Puerto Rico:

J. H_0 : No existen diferencias significativas estadísticamente entre (24) las empresas pequeñas y medianas; (25) las empresas pequeñas y grandes; (26) las empresas medianas y grandes desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE legal en las empresas de Puerto Rico.

H_a : Existen diferencias significativas estadísticamente entre (24) las empresas pequeñas y medianas; (25) las empresas pequeñas y grandes; (26) las empresas medianas y grandes desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE legal en las empresas de Puerto Rico.

Se realizó la prueba no paramétrica U Mann-Whitney para atender estas hipótesis presentando lo siguientes resultados. Ver Cuadro 4.20.

Cuadro 4.20.

Prueba U Mann-Whitney: RSE legal entre las empresas pequeñas, medianas y grandes desde la perspectiva de los participantes en las empresas de Puerto Rico.

	Sig
H_{24} : Empresas Pequeñas Empresas Medianas	0.151
H_{25} : Empresas Pequeñas Empresas Grandes	0.575
H_{26} : Empresas Medianas Empresas Grandes	0.322

*Diferencia Significativa al 0.05
($p \leq 0.05$)

En la hipótesis nula número veinticuatro se indicó que no existen diferencias significativas estadísticamente entre las empresas pequeñas y medianas desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE legal en las empresas de Puerto Rico. La prueba U Mann-Whitney demostró que el valor-p (*p value*) observado en la prueba de dos colas fue de 0.151 mayor que el nivel de significancia de 0.05. La hipótesis nula no se rechaza y se establece que no existen diferencias significativas estadísticamente entre las empresas pequeñas y medianas desde la perspectiva de los participantes cuando se comparan sobre la RSE legal en las empresas de Puerto Rico.

En la hipótesis nula número veinticinco se estableció que no existen diferencias significativas estadísticamente entre las empresas pequeñas y grandes desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE legal en las empresas de Puerto Rico. El resultado de la prueba U Mann-Whitney confirmó que el valor-p (*p value*) observado en la prueba de dos colas fue de 0.575 mayor que el nivel de significancia de 0.05. Entonces, la hipótesis nula no se rechaza y se establece que no existen diferencias significativas estadísticamente entre las empresas pequeñas y grandes desde la perspectiva de los participantes cuando se comparan sobre la RSE legal en las empresas de Puerto Rico.

En la hipótesis nula número veintiséis se determinó que no existen diferencias significativas estadísticamente entre las empresas medianas y grandes desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE legal en las empresas de Puerto Rico. A través de la prueba U Mann-Whitney se demostró que el valor-p (*p value*) observado en la prueba de dos colas fue de 0.322 mayor que el nivel de significancia de 0.05. Por tanto, la hipótesis nula no se rechaza y se concluye que no existen diferencias significativas estadísticamente entre las empresas medianas y grandes desde la perspectiva de los participantes cuando se comparan sobre la RSE legal en las empresas de Puerto Rico.

4.2.11. Hipótesis – RSE legal por género desde la perspectiva de los participantes en sus empresas:

K. H_0 : No existen diferencias significativas estadísticamente (27) por género desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE legal en sus empresas.

H_a : Existen diferencias significativas estadísticamente (27) por género desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE legal en sus empresas.

Con el propósito de atender esta hipótesis se utilizó la prueba no paramétrica U Mann-Whitney demostrando los siguientes resultados. Ver Cuadro 4.21.

Cuadro 4.21.

Prueba U Mann-Whitney: RSE legal por género desde la perspectiva de los participantes en sus empresas.

	Sig
H_{27} : Femenino	
Masculino	0.899

*Diferencia Significativa al 0.05
($p \leq 0.05$)

En la hipótesis nula número veintisiete se determinó que no existen diferencias significativas estadísticamente por género desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE legal en sus empresas. El resultado de la prueba U Mann-Whitney demostró que el valor-p (*p value*) observado en la prueba de dos colas fue de 0.899 mayor que el nivel de significancia de 0.05. Por tanto, la hipótesis nula no se rechaza y se establece que no existen diferencias significativas estadísticamente entre el género masculino y femenino desde la perspectiva de los participantes cuando se comparan sobre la RSE legal en sus empresas.

4.2.12. Hipótesis – RSE legal por género desde la perspectiva de los participantes en las empresas de Puerto Rico:

L. H_0 : No existen diferencias significativas estadísticamente por (28) género desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE legal en las empresas de Puerto Rico.

H_a : Existen diferencias significativas estadísticamente por (28) género desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE legal en las empresas de Puerto Rico.

La prueba no paramétrica de U Mann-Whitney se realizó para atender esta hipótesis mostrando lo siguientes resultados. Ver Cuadro 4.22.

Cuadro 4.22.

Prueba U Mann-Whitney: RSE legal por género desde la perspectiva de los participantes en las empresas de Puerto Rico.

	Sig
H_{28} : Femenino	
Masculino	0.126

*Diferencia Significativa al 0.05
($p \leq 0.05$)

En la hipótesis nula número veintiocho se determinó que no existen diferencias significativas estadísticamente por género desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE legal en las empresas de Puerto Rico. El resultado de la prueba U Mann-Whitney demostró que el valor-p (*p value*) observado en la prueba de dos colas fue de 0.126 mayor que el nivel de significancia de 0.05. Por tanto, la hipótesis nula no se rechaza y se establece que no existen diferencias significativas estadísticamente entre el género femenino y masculino desde la perspectiva de los participantes cuando se comparan sobre la RSE legal en las empresas de Puerto Rico.

4.2.13. Hipótesis – RSE ética entre el comercio, la industria y las entidades financieras en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes en sus empresas:

M. H_0 : No existen diferencias significativas estadísticamente entre (29) el comercio y la industria; (30) el comercio y las entidades financieras; (31) la industria y las entidades financieras en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE ética en sus empresas.

H_a : Existen diferencias significativas estadísticamente entre (29) el comercio y la industria; (30) el comercio y las entidades financieras; (31) la industria y las entidades financieras en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE ética en sus empresas.

Se realizó la prueba estadística no paramétrica U Mann-Whitney para atender estas hipótesis mostrando los siguientes resultados. Ver Cuadro 4.23.

Cuadro 4.23.

Prueba U Mann-Whitney: RSE ética entre el comercio, la industria y las entidades financieras en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes en sus empresas.

	Sig
H_{29} : Comercio Industria	0.956
H_{30} : Comercio Entidades Financieras	0.841
H_{31} : Industria Entidades Financieras	0.960

*Diferencia Significativa al 0.05
($p \leq 0.05$)

En la hipótesis nula número veintinueve se indicó que no existen diferencias significativas estadísticamente entre el comercio y la industria en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE ética en sus empresas. El resultado de la prueba U Mann-Whitney demostró que el valor-p (*p value*) observado en la prueba de dos colas fue de 0.956 mayor que el nivel de significancia de 0.05. Por tanto, la hipótesis nula no se rechaza y se establece que no existen diferencias significativas estadísticamente entre el comercio y la industria en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes cuando se comparan sobre la RSE ética en sus empresas.

En la hipótesis nula número treinta se determinó que no existen diferencias significativas estadísticamente entre el comercio y las entidades financieras en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE ética en sus empresas. El resultado de la prueba U Mann-Whitney reflejó que el valor-p (*p value*) observado en la prueba de dos colas fue de 0.841 mayor que el nivel de significancia de 0.05. La hipótesis nula no se rechaza y se establece que no existen diferencias significativas estadísticamente entre el comercio y las entidades financieras en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes cuando se comparan sobre la RSE ética en sus empresas.

En la hipótesis nula número treinta y uno se estableció que no existen diferencias significativas estadísticamente entre la industria y las entidades financieras en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE ética en sus empresas. A través de la prueba U Mann-Whitney se demostró que el valor p (p value) observado en la prueba de dos colas fue de 0.960 mayor que el nivel de significancia de 0.05. La hipótesis nula no se rechaza y se demuestra que no existen diferencias significativas estadísticamente entre la industria y las entidades financieras en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes cuando se comparan sobre la RSE ética en sus empresas.

4.2.14. Hipótesis – RSE ética entre el comercio, la industria y las entidades financieras desde la perspectiva de los participantes en las empresas de Puerto Rico:

N. H_0 : No existen diferencias significativas estadísticamente entre (32) el comercio y la industria; (33) el comercio y las entidades financieras; (34) la industria y las entidades financieras; desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE ética en las empresas de Puerto Rico.

H_a : Existen diferencias significativas estadísticamente entre (32) el comercio y la industria; (33) el comercio y las entidades financieras; (34) la industria y las entidades financieras; desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE ética en las empresas de Puerto Rico.

La prueba estadística no paramétrica U Mann-Whitney se realizó para atender estas hipótesis presentando lo siguientes resultados. Ver Cuadro 4.24.

Cuadro 4.24.

Prueba U Mann-Whitney: RSE ética entre el comercio, la industria y las entidades financieras desde la perspectiva de los participantes en las empresas de Puerto Rico.

	Sig
H_{32} : Comercio Industria	0.817
H_{33} : Comercio Entidades Financieras	0.104
H_{34} : Industria Entidades Financieras	0.078

*Diferencia Significativa al 0.05
($p \leq 0.05$)

En la hipótesis nula número treinta y dos se estableció que no existen diferencias significativas estadísticamente entre el comercio y la industria desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE ética en las empresas de Puerto Rico. El resultado de la prueba U Mann-Whitney demostró que el valor-p (*p value*) observado en la prueba de dos colas fue de 0.817 mayor que el nivel de significancia de 0.05. Por tanto, la hipótesis nula no se rechaza y se determina que no existen diferencias significativas estadísticamente entre el comercio y la industria desde la perspectiva de los participantes cuando se comparan sobre la RSE ética en las empresas de Puerto Rico.

En la hipótesis nula número treinta y tres se determinó que no existen diferencias significativas estadísticamente entre el comercio y las entidades financieras desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE ética en las empresas de Puerto Rico. La prueba U Mann-Whitney confirmó que el valor-p (*p value*) observado en la prueba de dos colas fue de 0.104 mayor que el nivel de significancia de 0.05. La hipótesis nula no se rechaza y se concluye que no existen diferencias significativas estadísticamente entre el comercio y las entidades financieras desde la perspectiva de los participantes cuando se comparan sobre la RSE ética en las empresas de Puerto Rico.

En la hipótesis nula número treinta y cuatro se indicó que no existen diferencias significativas estadísticamente entre la industria y las entidades financieras desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE ética en las empresas de Puerto Rico. A través de la prueba U Mann-Whitney se demostró que el valor p (*p value*) observado en la prueba de dos colas fue de 0.078 mayor que el nivel de significancia de 0.05. La hipótesis nula no se rechaza y se establece que no existen diferencias significativas estadísticamente entre la industria y las entidades financieras desde la perspectiva de los participantes cuando se comparan sobre la RSE ética en las empresas de Puerto Rico.

4.2.15. Hipótesis – RSE ética entre las empresas pequeñas, medianas y grandes en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes en sus empresas:

O. H_0 : No existen diferencias significativas estadísticamente entre (35) las empresas pequeñas y medianas; (36) las empresas pequeñas y grandes; (37) las empresas medianas y grandes en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE ética en sus empresas.

H_a : Existen diferencias significativas estadísticamente entre (35) las empresas pequeñas y medianas; (36) las empresas pequeñas y grandes; (37) las empresas medianas y grandes en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE ética en sus empresas.

Para atender estas hipótesis se utilizó la prueba no paramétrica U Mann-Whitney demostrando los siguientes resultados. Ver Cuadro 4.25.

Cuadro 4.25.

Prueba U Mann-Whitney: RSE ética entre las empresas pequeñas, medianas y grandes en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes en sus empresas.

	Media	Sig
H_{35} : Empresas Pequeñas Empresas Medianas		0.968
H_{36} : Empresas Pequeñas Empresas Grandes	4.42 4.64	0.044*
H_{37} : Empresas Medianas Empresas Grandes		0.161

*Diferencia Significativa al 0.05
($p \leq 0.05$)

En la hipótesis nula número treinta y cinco se estableció que no existen diferencias significativas estadísticamente entre las empresas pequeñas y medianas en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE ética en sus empresas. El resultado de la prueba U Mann-Whitney demostró que el valor-p (*p value*) observado en la prueba de dos colas fue de 0.968 mayor que el nivel de significancia de 0.05. La hipótesis nula no se rechaza y se establece que no existen diferencias significativas estadísticamente entre las empresas pequeñas y medianas en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes cuando se comparan sobre la RSE ética en sus empresas.

En la hipótesis nula número treinta y seis se determinó que no existen diferencias significativas estadísticamente entre las empresas pequeñas y grandes en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE ética en sus empresas. La prueba U Mann-Whitney establece que el valor-p (*p value*) observado en la prueba de dos colas fue de 0.044 menor que el nivel de significancia de 0.05. Por tanto, la hipótesis nula se rechaza a través de la evidencia encontrada estableciendo la existencia de diferencias significativas estadísticamente entre las empresas pequeñas y grandes en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes cuando se comparan sobre la RSE ética en sus empresas.

En la hipótesis nula número treinta y siete se indicó que no existen diferencias significativas estadísticamente entre las empresas medianas y grandes en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE ética en sus empresas. El resultado de la prueba U Mann-Whitney reflejó que el valor-p (*p value*) observado en la prueba de dos colas fue de 0.161 mayor que el nivel de significancia de 0.05. Por consiguiente, la hipótesis nula no se rechaza y se establece que no existen diferencias significativas estadísticamente entre las empresas medianas y grandes en Puerto Rico desde la perspectiva de los participantes cuando se comparan sobre la RSE ética en sus empresas.

4.2.16. Hipótesis – RSE ética entre las empresas pequeñas, medianas y grandes desde la perspectiva de los participantes en las empresas de Puerto Rico:

P. H_0 : No existen diferencias significativas estadísticamente entre (38) las empresas pequeñas y medianas; (39) las empresas pequeñas y grandes; (40) las empresas medianas y grandes desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE ética en las empresas de Puerto Rico.

H_a : Existen diferencias significativas estadísticamente entre (38) las empresas pequeñas y medianas; (39) las empresas pequeñas y grandes; (40) las empresas medianas y grandes desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE ética en las empresas de Puerto Rico.

Se realizó la prueba estadística no paramétrica U Mann-Whitney para atender esta hipótesis mostrando los siguientes resultados. Ver Cuadro 4.26.

Cuadro 4.26.

Prueba U Mann-Whitney: RSE ética entre las empresas pequeñas, medianas y grandes desde la perspectiva de los participantes en las empresas de Puerto Rico.

	Media	Sig
H_{38} : Empresas Pequeñas	4.12	
Empresas Medianas	3.68	0.034*
H_{39} : Empresas Pequeñas		
Empresas Grandes		0.266
H_{40} : Empresas Medianas		
Empresas Grandes		0.168

*Diferencia Significativa al 0.05
($p \leq 0.05$)

En la hipótesis nula número treinta y ocho se determinó que no existen diferencias significativas estadísticamente entre las empresas pequeñas y medianas desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE ética en las empresas de Puerto Rico. La prueba U Mann-Whitney demostró que el valor-p (*p value*) observado en la prueba de dos colas fue de 0.034 menor que el nivel de significancia de 0.05. La hipótesis nula se rechaza y se concluye que existen diferencias significativas estadísticamente entre las empresas pequeñas y medianas desde la perspectiva de los participantes cuando se comparan sobre la RSE ética en las empresas de Puerto Rico.

En la hipótesis nula número treinta y nueve se indicó que no existen diferencias significativas estadísticamente entre las empresas pequeñas y grandes desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE ética en las empresas de Puerto Rico. El resultado de la prueba U Mann-Whitney reflejó que el valor-p (*p value*) observado en la prueba de dos colas fue de 0.266 mayor que el nivel de significancia de 0.05. Por tanto, la hipótesis nula no se rechaza porque la evidencia encontrada demuestra que no existen diferencias significativas estadísticamente entre las empresas pequeñas y grandes desde la perspectiva de los participantes cuando se comparan sobre la RSE ética en las empresas de Puerto Rico.

En la hipótesis nula número cuarenta se estableció que no existen diferencias significativas estadísticamente entre las empresas medianas y grandes desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE ética en las empresas de Puerto Rico. A través de la prueba U Mann-Whitney se comprobó que el valor-p (*p value*) observado en la prueba de dos colas fue de 0.168 mayor que el nivel de significancia de 0.05. La hipótesis nula no se rechaza, por tanto, se establece que no existen diferencias significativas estadísticamente entre las empresas medianas y grandes desde la perspectiva de los participantes cuando se comparan sobre la RSE ética en las empresas de Puerto Rico.

4.2.17. Hipótesis – RSE ética por género desde la perspectiva de los participantes en sus empresas:

Q. H_0 : No existen diferencias significativas estadísticamente (41) por género desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE ética en sus empresas.

H_a : Existen diferencias significativas estadísticamente (41) por género desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE ética en sus empresas.

Para atender esta hipótesis se utilizó la prueba no paramétrica U Mann-Whitney presentando los siguientes resultados. Ver Cuadro 4.27.

Cuadro 4.27.

Prueba U Mann-Whitney: RSE ética por género desde la perspectiva de los participantes en sus empresas.

	Sig
H_{41} : Femenino	
Masculino	0.445

*Diferencia Significativa al 0.05
($p \leq 0.05$)

En la hipótesis nula número cuarenta y una se determinó que no existen diferencias significativas estadísticamente por género desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE ética en sus empresas. El resultado de la prueba U Mann-Whitney demostró que el valor-p (*p value*) observado en la prueba de dos colas fue de 0.445 mayor que el nivel de significancia de 0.05. Por tanto, la hipótesis nula no se rechaza y se establece que no existen diferencias significativas estadísticamente entre el género masculino y femenino desde la perspectiva de los participantes cuando se comparan sobre la RSE ética en sus empresas.

4.2.18. Hipótesis – RSE ética por género desde la perspectiva de los participantes en las empresas de Puerto Rico:

R. H_0 : No existen diferencias significativas estadísticamente (42) por género desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE ética en las empresas de Puerto Rico.

H_a : Existen diferencias significativas estadísticamente (42) por género desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE ética en las empresas de Puerto Rico.

La prueba no paramétrica de U Mann-Whitney se realizó para atender esta hipótesis mostrando lo siguientes resultados. Ver Cuadro 4.28.

Cuadro 4.28.

Prueba U Mann-Whitney: RSE ética por género desde la perspectiva de los participantes en las empresas de Puerto Rico.

	Sig
H_{42} : Femenino	
Masculino	0.333

*Diferencia Significativa al 0.05
($p \leq 0.05$)

En la hipótesis nula número cuarenta y dos se determinó que no existen diferencias significativas estadísticamente por género desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE ética en las empresas de Puerto Rico. El resultado de la prueba U Mann-Whitney demostró que el valor-p (*p value*) observado en la prueba de dos colas fue de 0.333 mayor que el nivel de significancia de 0.05. Por tanto, la hipótesis nula no se rechaza y se establece que no existen diferencias significativas estadísticamente entre el género femenino y masculino desde la perspectiva de los participantes cuando se comparan sobre la RSE ética en las empresas de Puerto Rico.

4.2.19. Análisis e Interpretación de los resultados de la Estadística Inferencial No Paramétrica.

Los participantes en el estudio le dieron mucha importancia a la responsabilidad económica, legal y ética en sus empresas. Los resultados evidenciaron que no hubo diferencias significativas entre el comercio y la industria con relación a la RSE económica desde la perspectiva de los participantes en sus empresas. Una posible razón es que los participantes del comercio y de la industria perciben que es importante en sus empresas producir y vender con el objetivo de obtener ganancias (Carroll, 1979; Carroll, 1991) para honrar unos compromisos económicos como, por ejemplo, producir medicamentos y soluciones tecnológicas, pagar un salario justo y contribuir a las pensiones de los empleados (Leisinger, 2005).

Sin embargo, los resultados demostraron diferencias significativas entre el comercio y las entidades financieras con relación a la RSE económica desde la perspectiva de los participantes en sus empresas. Los participantes que trabajan en el comercio perciben que tienen mayor responsabilidad económica que las entidades financieras y en términos de esta diferencia se encontró que era significativa a 0.001. Esto podría deberse a que los participantes del comercio perciben que sus empresas buscan generar un volumen de venta (Piacentini, MacFadyen y Eadie, 2000) para alcanzar los objetivos económicos (Carroll, 1979) orientando sus actividades para satisfacer al

consumidor (Azizi, Saaghi y Yaghoobi, 2014; Gupta y Pirch, 2008), respondiendo a las presiones competitivas para maximizar las necesidades económicas de sus empresas (Ibrahim y Angelidis, 1995) y buscar el máximo valor para los accionistas (Cuesta González y Valor Martínez, 2003). Dornoff y Tankersley (1975) señalaron que los comercios se preocupan más por aumentar sus ganancias que su rol como empresa socialmente responsable. Además, Aupperle (1984); Aupperle, Carroll y Hatfield (1985); Carroll y Buchholtz (2009); Edmondson y Carroll (1999); Ibrahim, Howard y Angelidis (2008); Pinkston y Carroll (1996) señalan que la principal responsabilidad organizacional es la económica. También, estas diferencias podrían deberse a que el 75 por ciento de los participantes encuestados en las entidades financieras forman parte de las Cooperativas de Ahorro y Crédito de Puerto Rico. Las cooperativas en Puerto Rico están supervisadas por COSSEC, la cual establece en su Misión que se “garantiza la continuidad y permanencia de las cooperativas de Puerto Rico; supervisando, fiscalizando, educando, orientando y asegurando su solvencia; protegiendo la participación de socios y depositantes, mediante el uso efectivo de los recursos humanos y técnicos”. Es por esto que las cooperativas mediante el uso eficiente de sus recursos aseguran su solvencia económica para servir a sus socios. La obligación de las cooperativas de crédito es satisfacer las necesidades financieras de sus socios, competir en el mercado y repartir los beneficios entre estos (Valor, Palomo, Iturrioz y Mateu, 2007).

También, los resultados reflejaron que existen diferencias significativas entre la industria y las entidades financieras sobre la RSE económica desde la perspectiva de los participantes en sus empresas. Los participantes que trabajan en la industria perciben que tienen mayor responsabilidad económica que las entidades financieras y en términos de esta diferencia se encontró que era significativa a 0.011. Esto podría deberse a que los participantes de la industria perciben que sus empresas buscan generar volumen de venta (Piacentini, MacFadyen y Eadie, 2000) para honrar los compromisos económicos y pagarle a los accionistas sus dividendos (Brammer y Millington, 2008). También, estas diferencias podrían deberse a que el 75 por ciento de los participantes encuestados en las entidades financieras forman parte de las Cooperativas de Ahorro y Crédito de Puerto

Rico y sus valores y principios se acomodan a los postulados de la RSE (Vargas Sánchez y Vaca Acosta, 2005).

Los resultados demostraron que no hubo diferencias significativas entre el comercio y la industria; el comercio y las entidades financieras; la industria y las entidades financieras desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE económica en las empresas de Puerto Rico. Esto podría deberse a que los participantes perciben que en las empresas de Puerto Rico el generar un volumen de venta (Piacentini, MacFadyen y Eadie, 2000) para cumplir con su responsabilidad económica es lo más importante (Pinkston y Carroll, 1996).

También, los resultados evidenciaron que no hubo diferencias significativas entre las empresas pequeñas y medianas; pequeñas y grandes; medianas y grandes desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE económica en sus empresas. Una posible razón es que los participantes perciben que en sus empresas pequeñas, medianas y grandes se preocupan por vender con ganancias para honrar los compromisos económicos (Carroll, 1979) como, por ejemplo, pagar un salario justo y contribuir a las pensiones (Leisinger, 2005), retener y motivar a los empleados (Sousa, Filho y Farache, 2011) y ser responsables ante los inversores (Hirschhorn, 2004).

Los resultados demostraron que no hubo diferencias significativas entre las empresas pequeñas y medianas; pequeñas y grandes; medianas y grandes desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE económica en las empresas de Puerto Rico. Esto podría deberse a que los participantes perciben que la responsabilidad económica en las empresas pequeñas, medianas y grandes de Puerto Rico sólo les interesa producir bienes y servicios que la sociedad desea para poderlos vender con ganancias (Carroll, 1979).

Los resultados, también, revelaron que no hubo diferencias significativas sobre la RSE económica desde la perspectiva de los participantes del género femenino y masculino en sus empresas. Esto podría deberse a que los participantes de ambos géneros

perciben que la responsabilidad social en sus empresas es de naturaleza económica (Carroll y Buchholtz, 2009).

De igual forma, el estudio demostró que no hubo diferencias significativas desde la perspectiva de los participantes del género femenino y masculino sobre la RSE económica en las empresas de Puerto Rico. Se podría decir que los participantes de ambos géneros perciben que en las empresas de Puerto Rico la responsabilidad económica resulta ser lo más importante (Pinkston y Carroll, 1996).

El estudio reveló que no hubo diferencias significativas entre el comercio y la industria con relación a la RSE legal desde la perspectiva de los participantes en sus empresas. Se podría decir que los participantes del comercio y de la industria perciben que sus empresas cumplen con todas las leyes que establecen los legisladores (Carroll y Buchholtz, 2009) al trabajar con productos dañinos a la salud del ser humano (Pled y Iatridis, 2012) para evitar posibles reclamaciones legales en las cortes (Jentz, 1996).

En cambio, los resultados demostraron diferencias significativas entre el comercio y las entidades financieras sobre la RSE legal desde la perspectiva de los participantes en sus empresas. Los participantes que trabajan en el comercio perciben que tienen mayor responsabilidad legal que las entidades financieras y en términos de esta diferencia se encontró que era significativa a 0.000. Esto podría deberse a que los participantes del comercio perciben que sus empresas demuestran ser un ciudadano corporativo respetuoso de la ley (Dalton y Cosier, 1982) al trabajar con productos dañinos a la salud del ser humano (Pled y Iatridis, 2012). También, estas diferencias podría deberse a que el 75 por ciento de los participantes encuestados en las entidades financieras forman parte de las Cooperativas de Ahorro y Crédito de Puerto Rico y aunque están regulados por COSSEC se rigen por siete principios establecidos en la Ley Número 255 del 28 de octubre de 2002, conocida como “Ley de Sociedades Cooperativas de Ahorro y Crédito de 2002” que se acomodan a los postulados de la RSE (Vargas Sánchez y Vaca Acosta, 2005). También, se puede decir que las entidades financieras que se encuentran en países donde

existe un alto cumplimiento legal tienden a comprometerse más en actividades de RSE (Chih, Chih y Chen, 2010).

También, los resultados reflejaron que existen diferencias significativas entre la industria y las entidades financieras sobre la RSE legal desde la perspectiva de los participantes en sus empresas. Los participantes que trabajan en la industria perciben que tienen mayor responsabilidad legal que las entidades financieras y en términos de esta diferencia se encontró que era significativa a 0.001. Esto podría deberse a que los participantes perciben que su industria cumple con las leyes y regulaciones promulgadas por el gobierno bajo las cuales tienen que operar (Carroll, 1991; Carroll y Buchholtz, 2009) al trabajar con productos dañinos a la salud del ser humano (Pled e Iatridis, 2012). Estas industrias están fiscalizadas por agencias federales del Gobierno de los Estados Unidos que hacen cumplir las regulaciones establecidas por el Congreso como, por ejemplo, la Administración de Drogas y Alimentos (FDA) y la Agencia Federal de Protección Ambiental de los Estados Unidos (EPA). El Gobierno del Estado Libre Asociado de Puerto Rico tiene la facultad de legislar y aprobar leyes ajustadas a las bases de las agencias federales para proteger y mejorar el estilo de vida del puertorriqueño las cuales son aprobadas o denegadas por la Cámara y Senado de Puerto Rico. El sistema legal debe involucrarse cada vez más y tener impacto sobre el proceso decisional de las corporaciones con la finalidad de asegurar un mayor grado de responsabilidad corporativa (Silkenet, 1976:1649).

También, estas diferencias podrían deberse a que el 75 por ciento de los participantes encuestados en las entidades financieras forman parte de las Cooperativas de Ahorro y Crédito de Puerto Rico los cuales están regulados por COSSEC y se rigen por siete principios establecidos en la Ley Número 255 del 28 de octubre de 2002, conocida como “Ley de Sociedades Cooperativas de Ahorro y Crédito de 2002” que se acomodan a los postulados de la RSE (Vargas Sánchez y Vaca Acosta, 2005). Las cooperativas deben -cumplir con la filosofía social del cooperativismo- de manera que sus miembros deben, a diario, practicar los valores y principios del cooperativismo (Bruni Celli, 2007:37).

Los resultados demostraron que no hubo diferencias significativas entre el comercio y la industria; el comercio y las entidades financieras; la industria y las entidades financieras desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE legal en las empresas de Puerto Rico. Esto podría deberse a que los participantes perciben que los directivos de las empresas de Puerto Rico establecen decisiones y acciones para cumplir con la ley (Schwartz y Carroll, 2003) para realizar prácticas justas de contratación y despido (Fieser, 1996), evitar litigios laborales (Schwartz y Carroll, 2003) y posibles reclamaciones legales (Jentz, 1996).

El estudio demostró que no hubo diferencias significativas entre las empresas pequeñas y medianas; pequeñas y grandes; medianas y grandes desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE legal en sus empresas. Una posible razón es que los participantes perciben que sus empresas pequeñas, medianas y grandes cumplen con la leyes promulgadas por el gobierno (Carroll, 1991) para trabajar con productos dañinos a la salud del ser humano (Pled y Iatridis, 2012) y evitar litigios laborales (Schwartz y Carroll, 2003).

Los resultados, también, demostraron que no hubo diferencias significativas entre las empresas pequeñas y medianas; pequeñas y grandes; medianas y grandes desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE legal en las empresas de Puerto Rico. Esto podría deberse a que los participantes perciben que las empresas pequeñas, medianas y grandes de Puerto Rico actúan legal y responsablemente (Dalton y Cosier, 1982) al prevenir los efectos de una nueva legislación (Schwartz y Carroll, 2003) para trabajar con productos dañinos a la salud del ser humano (Pled y Iatridis, 2012).

El estudio reveló que no hubo diferencias significativas sobre la RSE legal desde la perspectiva de los participantes del género femenino y masculino en sus empresas. Esto podría deberse a que los participantes de ambos géneros perciben que sus empresas cumplen con las leyes que protegen el medio ambiente, consumidor y empleados, como con todas las obligaciones contractuales y garantías (Carroll y Buchholtz, 2009).

De igual forma, el estudio demostró que no hubo diferencias significativas desde la perspectiva de los participantes del género femenino y masculino sobre la RSE legal en las empresas de Puerto Rico. Se podría decir que los participantes de ambos géneros perciben que las empresas de Puerto Rico siguen las leyes de forma justa, equitativa y prudente (Corrado, 1975).

Los resultados demostraron que no hubo diferencias significativas entre el comercio y la industria; el comercio y las entidades financieras; la industria y las entidades financieras desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE ética en sus empresas. Esto podría deberse a que los participantes perciben que los directivos en sus empresas establecen códigos formales de conducta para evitar hacer daño a los grupos de interés (Carroll, 1991; Carroll y Buchholtz, 2009). La ética organizacional debe tener un enfoque basado en la integridad que combine la responsabilidad del directivo con el comportamiento ético y el cumplimiento con las leyes (Sharp Paine, 1994).

El estudio demostró que no hubo diferencias significativas entre el comercio y la industria; el comercio y las entidades financieras; la industria y las entidades financieras desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE ética en las empresas de Puerto Rico. Esto podría deberse a que los participantes perciben que los directivos en las empresas de Puerto Rico actúan con un comportamiento moralmente ético (Vitell, Ramos y Nishihara, 2010) para establecer códigos formales de conductas y evitar hacer daño innecesario a los grupos de interés (Carroll, 1991; Schwartz y Carroll, 2003).

Los resultados, también, revelaron que no hubo diferencias significativas entre las empresas pequeñas y medianas desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE ética en sus empresas. Una posible razón es que los participantes perciben que sus empresas establecen códigos formales de conducta para evitar daños innecesarios a los clientes (Schwartz y Carroll, 2003) y empleados en la gestión de selección, retención, despido y formación (Calderón Hernández, Álvarez Giraldo y Naranjo Valencia, 2011).

También, los resultados evidenciaron que hubo diferencias significativas entre las empresas pequeñas y grandes desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE ética en sus empresas. Los participantes que trabajan en las empresas grandes perciben que tienen mayor responsabilidad ética que las empresas pequeñas y en términos de esta diferencia se encontró que era significativa a 0.044. Esto podría deberse a que los participantes que trabajan en las empresas grandes perciben que los directivos además de proceder de acuerdo a un código formal de conducta para evitar daños innecesarios (Schwartz y Carroll, 2003) la integran como parte de la cultura organizacional para que este en la mente y en el corazón de sus integrantes (Collier y Esteban, 2007). También, se podría decir que los participantes que trabajan en las empresas pequeñas perciben que los directivos establecen un código de conducta para establecer un comportamiento correcto o incorrecto y evitar daños innecesarios (Schwartz y Carroll, 2003).

El estudio demostró que no hubo diferencias significativas entre las empresas medianas y grandes desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE ética en sus empresas. Una posible razón es que los participantes perciben que sus empresas proceden de acuerdo a los códigos de conducta para evitar daños innecesarios a los clientes (Schwartz y Carroll, 2003) y a sus empleados en la gestión de selección, retención, despido y formación (Calderón Hernández, Álvarez Giraldo y Naranjo Valencia, 2011).

Los resultados, también, revelaron que hubo diferencias significativas entre las empresas pequeñas y medianas desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE ética en las empresas de Puerto Rico. Los participantes perciben que las empresas pequeñas de Puerto Rico tienen mayor responsabilidad ética que las empresas medianas y en términos de esta diferencia se encontró que era significativa a 0.034. Esto podría deberse a que los participantes perciben que los directivos de las empresas pequeñas de Puerto Rico actúan responsablemente por las decisiones que toman (Wood, 1991). Estas diferencias, también, podrían deberse a que los participantes perciben que los directivos en las empresas medianas de Puerto Rico proceden de acuerdo a códigos de conductas para evitar daño innecesario a los clientes (Schwartz y Carroll, 2003).

Los resultados revelaron que no hubo diferencias significativas entre las empresas pequeñas y grandes desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE ética en las empresas de Puerto Rico. Esto podría deberse a que los participantes perciben que los directivos de las empresas pequeñas y grandes de Puerto Rico actúan con discreción y son personalmente responsables por las decisiones que efectúan (Wood, 1991).

El estudio demostró que no hubo diferencias significativas entre las empresas medianas y grandes desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE ética en las empresas de Puerto Rico. Esto podría deberse a que los participantes perciben que los directivos de las empresas medianas y grandes de Puerto Rico actúan responsablemente por las decisiones que efectúan (Wood, 1991) al establecer códigos formales de conductas para evitar daños innecesarios a los clientes (Schwartz y Carroll, 2003).

También, los resultados evidenciaron que no hubo diferencias significativas sobre la RSE ética desde la perspectiva de los participantes del género femenino y masculino en sus empresas. Esto podría deberse a que los participantes de ambos géneros perciben que los directivos en sus empresas son responsables de diseñar cuidadosamente una cultura con fuertes valores morales (Reidenbach y Robin).

De igual forma, el estudio demostró que no hubo diferencias significativas desde la perspectiva de los participantes del género femenino y masculino sobre la RSE ética en las empresas de Puerto Rico. Se podría decir que los participantes de ambos géneros perciben que las empresas de Puerto Rico establecen códigos de conducta para que puedan establecer un comportamiento correcto o incorrecto y evitar daños innecesarios a los grupos de interés (Schwartz y Carroll, 2003).

4.3. Modelo de regresión lineal múltiple.

El propósito del modelo de regresión lineal múltiple es explorar si las variables explicativas (sector_industria, sector_entidades financieras, género, número de empleados, ingreso de la empresa, edad) predicen las variables dependientes (diferencia de la responsabilidad social económica, diferencia de la responsabilidad social legal, diferencia de la responsabilidad social ética). En este modelo X_{1a} = sector_comercio (1 si comercio, 0 no comercio) no se incluye dentro de las variables explicativas porque la prueba realizada con el modelo de regresión lineal múltiple la excluyó de los resultados.

4.3.1. Descripción de las variables del modelo de regresión lineal múltiple.

Las variables dependientes (Y) son: Y_{1a} = diferencia de la responsabilidad económica, Y_{2a} = diferencia de la responsabilidad legal, Y_{3a} = diferencia de la responsabilidad ética. Las variables explicativas (X) para cada variable dependiente son: X_{1b} = sector_industria (1 si industria, 0 no industria), X_{1c} = sector_entidades financieras (1 si entidades financieras, 0 no entidades financieras), X_2 = género (1 es hombre, 0 es mujer), X_3 = número de empleados, X_4 = ingreso de la empresa y X_5 = edad.

El análisis contempla las siguientes ecuaciones para predecir las variables dependientes:

$$Y = \beta_0 + \beta_{1b} X_{1b} + \beta_{1c} X_{1c} + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \varepsilon$$

Donde,

1. Y_{1a} (Diferencia de la Responsabilidad Económica) = $\beta_0 + \beta_{1b}$ (sector_industria) + β_{1c} (sector_entidades financieras) + β_2 (género) + β_3 (número de empleados de la empresa) + β_4 (ingreso de la empresa) + β_5 (edad)

2. Y_{2a} (Diferencia Responsabilidad Legal) = $\beta_0 + \beta_{1b}$ (sector_industria) + β_{1c} (sector_entidades financieras) + β_2 (género) + β_3 (número de empleados de la empresa) + β_4 (ingreso de la empresa) + β_5 (edad)

3. Y_{3a} (Diferencia Responsabilidad Ética) = $\beta_0 + \beta_{1b}$ (sector_industria) + β_{1c} (sector_entidades financieras) + β_2 (género) + β_3 (número de empleados de la empresa) + β_4 (ingreso de la empresa) + β_5 (edad)

4.3.2. Resultados e Interpretación.

4.3.2.1. Y_{1a} (Diferencia de la Responsabilidad Económica):

4.3.2.1.1. En términos del resumen del modelo (bondad de ajuste) se encuentra en 5.9 por ciento.

- a. $R^2 = 0.096$
- b. R^2 ajustada = 0.059
- c. La diferencia de la Responsabilidad Económica queda explicada en un 5.9 por ciento por las variables explicativas (sector_industria, sector_entidades financieras, género, número de empleados, ingreso de la empresa, edad) según el modelo lineal considerado.

4.3.2.1.2. Resumen de ANOVA:

- a. El *p-value* fue de 0.019, menor que el nivel de significancia de 0.05.
- b. La hipótesis nula se rechaza y se establece que existe diferencias significativas entre la percepción que tienen los participantes de sus empresas y de las empresas de Puerto Rico.

4.3.2.1.3. Ecuación de regresión lineal múltiple

- a. Y_{1a} (Diferencia de la Responsabilidad Económica) = 0.394 + (-0.094) sector_industria + (-0.233) sector_entidades financieras + (-0.016) género + (4.943E-05) número de empleados + (0.036) ingreso de la empresa + (-0.077) edad
- b. $Y_{1a} = 0.394 + (-0.094) X_{1b} + (-0.233) X_{1c} + (-0.016) X_2 + (4.943E-05) X_3 + (0.036) X_4 + (-0.077) X_5$

Como se observa en el Cuadro 4.29. en los coeficientes de correlación se identifica al Sector_Entidades Financieras que es 0.036 a un nivel de significancia de 0.05. El Sector_Entidades Financieras predice la diferencia de la Responsabilidad Social Económica.

Cuadro 4.29.
Coefficiente de Correlación para la Diferencia de la Responsabilidad Social Económica.

	Coeficiente	
	β	Sig.
Constante	0.394	0.063
Sector_Industria	-0.094	0.444
Sector_Entidades Financieras	-0.233	0.036*
Genéro	-0.016	0.876
Número de empleados	4.943E-05	0.159
Ingreso anual de la empresa	0.036	0.166
Edad	-0.077	0.103

* $\alpha \leq 0.05$

4.3.2.1.4. Al nivel de significancia de 0.05:

- a. El sector_industria (0.444), el género (0.876), el número de empleados (0.159), el ingreso de la empresa (0.166) y la edad (0.103) no son significativas.
- b. El sector_entidades financieras (0.036) si es significativa.

- c. Interpretación: Este resultado implica que los participantes del sector de las entidades financieras perciben que la responsabilidad social económica de las empresas de Puerto Rico es mayor que en sus empresas.

4.3.2.2. Y_{2a} (Diferencia de la Responsabilidad Legal):

4.3.2.2.1. En términos del resumen del modelo se encuentra en 3.1 por ciento.

- a. $R^2 = 0.069$
- b. R^2 ajustada = 0.031
- c. La diferencia de la Responsabilidad Económica queda explicada en un 3.1 por ciento por las variables explicativas (sector_industria, sector_entidades financieras, género, número de empleados, ingreso de la empresa, edad) según el modelo lineal considerado.

4.3.2.2.2. Resumen de ANOVA:

- a. El *p-value* fue de 0.097, mayor que el nivel de significancia de 0.05.
- c. La hipótesis nula no se rechaza y se establece que no existen diferencias significativas entre la percepción que tienen los participantes de sus empresas y de las empresas de Puerto Rico. Sin embargo, al 0.10 si es significativo (aunque marginales).

4.3.2.2.3. Ecuación de regresión lineal múltiple

- a. Y_{2a} (Diferencia de la Responsabilidad Legal) = 0.571 + (-0.143) sector_industria + (-0.024) sector_entidades financieras + (-0.144) género + (9.375E-05) número de empleados + (0.047) ingreso de la empresa + (-0.043) edad.

$$b. Y_{2a} = 0.571 + (-0.143) X_{1b} + (-0.024) X_{1c} + (-0.144) X_2 + (9.375E-05) X_3 + (0.047) X_4 + (-0.043) X_5$$

En el Cuadro 4.30. se observa los coeficientes de correlación que identifica el Número de empleados que es 0.049 a un nivel de significancia de 0.05. El Número de empleados predice la diferencia de la Responsabilidad Social Legal.

Cuadro 4.30.
Coefficiente de Correlación para la Diferencia de la Responsabilidad Social Legal.

	Coeficiente	
	β	Sig.
Constante	0.571	0.047
Sector_Industria	-0.143	0.388
Sector_Entidades Financieras	-0.024	0.871
Genéro	-0.144	0.295
Número de empleados	9.375E-05	0.049*
Ingreso anual de la empresa	0.047	0.180
Edad	-0.043	0.501

* $\alpha \leq 0.05$

4.3.2.2.4. Al nivel de significancia de 0.05:

- a. El sector_industria (0.388), el sector_entidades financieras (0.871), el género (0.295), la edad (0.501) y el ingreso de la empresa (0.180) no son significativas.
- b. El número de empleados (0.049) si es significativa.
- c. Interpretación: A mayor número de empleados la diferencia de la responsabilidad legal no refleja un aumento significativo (la variable dependiente no es grande). Este resultado implica que los participantes perciben que sus empresas y que las empresas de Puerto

Rico, sin importar el número de empleados, cumplen con la responsabilidad legal.

4.3.2.3. Y_{3a} (Diferencia de la Responsabilidad Ética):

4.3.2.3.1. En términos del resumen del modelo se encuentra en 8.2 por ciento.

a. $R^2 = 0.118$

b. R^2 ajustada = 0.082

c. La diferencia de la Responsabilidad Ética queda explicada en un 8.2 por ciento por las variables explicativas (sector_industria, sector_entidades financieras, género, número de empleados, ingreso de la empresa, edad,) según el modelo lineal considerado.

4.3.2.3.2. Resumen de ANOVA:

a. El *p-value* fue de 0.004, menor que el nivel de significancia de 0.05.

d. La hipótesis nula se rechaza y se establece que existe diferencias significativas entre la percepción que tienen los participantes de sus empresas y de las empresas de Puerto Rico.

4.3.2.3.3. Ecuación de regresión lineal múltiple

a. Y_{3a} (Diferencia Responsabilidad Ética) = 0.393 + (-0.244) sector_industria + (0.164) sector_entidades financieras + (-0.129) género + (0.000) número de empleados + (0.076) ingreso de la empresa + (-0.037) edad.

b. $Y_{3a} = 0.393 + (-0.244) X_{1b} + (0.164) X_{1c} + (-0.129) X_2 + (0.000) X_3 + (0.076) X_4 + (-0.037) X_5$

Como se observa en el Cuadro 4.31. en los coeficientes de correlación se identifica al Número de empleados que es 0.010 y al Ingreso anual de la empresa que es 0.050 a un nivel de significancia de 0.05. El número de empleados y el ingreso anual de la empresa predicen la diferencia de la Responsabilidad Social Ética.

Cuadro 4.31.
Coefficiente de Correlación para la Diferencia de la Responsabilidad Social Ética.

	Coeficiente	
	β	Sig.
Constante	0.393	0.213
Sector_Industria	-0.244	0.184
Sector_Entidades Financieras	0.164	0.319
Genéro	-0.129	0.395
Número de empleados	0.000	0.010*
Ingreso anual de la empresa	0.076	0.050*
Edad	-0.037	0.600

* $\alpha \leq 0.05$

4.3.2.3.4. Al nivel de significancia de 0.05:

- a. El sector_industria (0.184), el sector_entidades financieras (0.319), el género (0.395) y la edad (0.600) no son significativas.
- b. El número de empleados (0.010) y el ingreso de la empresa (0.050) si son significativas.
- c. Interpretación: El número de empleados (0.010) y el ingreso de la empresa (0.050) si son significativas. A mayor ingreso anual de la empresa, mayor será la diferencia de la responsabilidad ética. Este resultado implica que los participantes perciben que sus empresas mientras más éticas sean que las empresas de Puerto Rico mayores ingresos obtendrán.

4.4. Análisis Cualitativo – Entrevista de profundidad.

Este estudio cualitativo exploró la percepción sobre la RSE en un grupo de personas mayores de 21 años, trabajando en posiciones administrativas en sus empresas, y que han sido representativas de las entidades financieras y de la industria en Puerto Rico. Los resultados analizados para el estudio cualitativo fueron las respuestas de cuatro entrevistas en profundidad⁵ realizadas entre octubre de 2012 hasta julio de 2014, de un total de seis entrevistas, para un 67 por ciento de respuesta. Para conducir este estudio se generaron las siguientes preguntas de investigación: ¿Cuáles son aquellas actividades internas y externas que su empresa desarrolla relacionadas al concepto de responsabilidad social? ¿Cree usted que la responsabilidad social en su empresa se orientada más hacia lo económico, lo legal o lo ético? ¿Por qué es importante que su empresa sea consistentemente rentable? ¿En qué forma su empresa se beneficia al desarrollar actividades que mejoren la imagen pública de esta o la moral del empleado? ¿Cuáles son algunas de las acciones que su empresa lleva a cabo para cumplir con las leyes que la regulan? ¿Cuáles son las consecuencias para su empresa al evitar su responsabilidad legal? ¿En qué forma su empresa se beneficia al tomar decisiones de acuerdo a un código ético? ¿La responsabilidad ética de los directivos en su empresa promueve el bien común de los empleados? ¿Por qué es importante que los directivos de su empresa asuman un compromiso con el servicio comunitario? ¿Cuán importante es para su empresa ser ambientalmente responsable? Y ¿La responsabilidad económica, legal y ética en su empresa, se debe llevar a cabo de forma independiente una de la otra?

4.4.1. Metodología.

Este estudio es de tipo cualitativo fenomenológico (Lucca y Berríos, 2003) y ha explorado las percepciones sobre la RSE que tiene un grupo de personas mayores de 21 años ocupando posiciones de alta dirección en las entidades financieras e industrias en Puerto Rico. Los participantes fueron cuatro personas, de los cuales tres fueron del género masculino y una del género femenino. El grupo de ejecutivos fueron

⁵ Las preguntas guías para realizar las entrevistas se encuentra en el Anexo I.

seleccionados porque estuvieron accesibles, de acuerdo y consintieron participar en el estudio luego del acercamiento de la investigadora. Se utilizaron nombres ficticios para identificar y salvaguardar la verdadera identidad de los participantes. La información se recopiló utilizando la entrevista en profundidad, en donde los participantes se expresaron sobre temas específicos relacionados a la responsabilidad social de sus empresas. Las respuestas de los participantes, de las entrevistas en profundidad, se grabaron utilizando una grabadora digital de voz. Las grabaciones fueron transcritas palabra por palabra, fueron codificadas y analizadas para identificar las categorías. El modelo de Wolcott (1994) se utilizó para realizar la descripción, el análisis e interpretación de la información recopilada.

4.4.2. Resultados (Descripción).

Los resultados de la entrevista en profundidad se presentan de acuerdo al orden cronológico del investigador o del narrador. En esta técnica la información se organiza en “el orden en que la historia fue revelada al investigador” (Wolcott, 1994, p. 18). Las categorías que emergieron en el siguiente orden fueron: educación, comunidad, responsabilidad legal, responsabilidad ética, responsabilidad económica, gastos operacionales, productividad, comité de cumplimiento, cierre de la empresa, transparencia, conducta ética del directivo, importancia del servicio comunitario, medio ambiente e integración de las tres responsabilidades. Los resultados se presentan de acuerdo a las categorías que emergieron de cada pregunta no estructurada.⁶

Categoría “Educación”

Esta categoría presenta el compromiso que las empresas otorgan a la educación como una herramienta de crecimiento profesional para sus empleados. De esta forma, los participantes identifican la educación, relacionada con el movimiento cooperativo, con el respaldo de la empresa a los programas de educación y con el ofrecimiento de ayuda económica para los empleados.

⁶ En el Anexo M se presenta la transcripción de cada categoría.

Categoría “Comunidad”

En esta categoría se observa que los participantes relacionan la responsabilidad social externa de la empresa con la filantropía. Algunos directivos la asocian con la participación voluntaria hacia la comunidad y promueven el voluntariado en su equipo de trabajo. Uno de los participantes expresa que la empresa matriz le solicita un número de horas anuales en el servicio comunitario.

Los resultados demuestran que los participantes entrevistados orientan la responsabilidad social de sus empresas más hacia lo legal, luego, hacia lo ético y, por último, hacia lo económico.

Categoría “Responsabilidad Legal”

En esta categoría los participantes reconocen que operan dentro de la legalidad. Los directivos están en cumplimiento con la ley porque de no hacerlo el regulador le impone multas y les cierra la compañía.

Categoría “Responsabilidad Ética”

En esta categoría varios participantes expresan que hacen su trabajo porque es lo correcto y justo. Ellos evalúan seriamente la posición de los clientes en la comunidad antes comenzar una negociación. También, otro participante explica que la compañía al formar parte de organismos sin fines de lucro que fomentan las prácticas éticas en los negocios tiene mayor oportunidad de ser seleccionado por inversores que buscan empresas éticas para hacer negocios.

Categoría “Responsabilidad Económica”

En esta categoría un participante expresa que obtiene unas ventajas económicas hacia la empresa el ser eficiente en reducir los gastos operacionales como, por ejemplo, en el uso de la energía eléctrica, el agua y el papel. Otro participante explica que trabajan más lo económico porque ofrecen unos beneficios y unos servicios que son de naturaleza económica.

Categoría “Gastos Operacionales”

Esta categoría presenta las razones por las cuales las empresas tienen que ser consistentemente rentables. Los participantes expresan que es importante porque tienen que pagar los gastos operacionales de la empresa como, por ejemplo, sueldos, beneficios marginales, seguros y certificaciones ISO.

Categoría “Productividad”

En esta categoría los participantes manifiestan que el beneficio que la empresa obtiene desarrollando actividades que mejoren la imagen pública o que aumente la moral del empleado les conviene porque suele implicar mayor productividad.

Categoría “Comité de Cumplimiento”

En esta categoría los participantes expresan que una de las acciones que llevan a cabo para cumplir con las leyes vigentes es haber establecido un Comité de Cumplimiento. En este comité se encuentra personal especializado en cumplimiento que trabaja para asegurarse que la empresa cumpla con todas las agencias federales y estatales que los regulan.

Categoría “Cierre de la Empresa”

En esta categoría los participantes manifiestan que la consecuencia de evitar su responsabilidad legal es que el regulador o las agencias de gobierno pertinentes los multen, les quiten la licencia y les cierren las empresas.

Categoría “Transparencia”

Esta categoría demuestra que el beneficio que la empresa obtiene al tomar decisiones de acuerdo a un código de ética es la transparencia hacia la gente que se sirve. Un participante expresa que la transparencia es no anteponer los intereses de la empresa a los intereses del cliente.

Categoría “Conducta ética del directivo”

Esta categoría presenta las diversas razones por las cuales la responsabilidad ética de los directivos promueve el bien común de los empleados. Los participantes manifiestan que es importante actuar éticamente porque se facilita el trabajo y las relaciones entre los empleados y directivos, se mantiene un ambiente positivo, los empleados no tienen que responder a peticiones antiéticas, se conservan los procedimientos, tienen un trabajo estable y conservan sus empleos.

Categoría “Importancia del Servicio Comunitario”

En esta categoría se observa la importancia que los directivos le otorgan al compromiso con el servicio comunitario. Por un lado, los participantes expresan que es importante la participación voluntaria y fomentar en el empleado su participación en actividades de servicio comunitario. También, es importante porque se conocen personas en las juntas de directores que luego se convierten en clientes y se incrementa la imagen positiva de la empresa.

Categoría “Medio Ambiente”

En esta categoría los participantes expresan que son ambientalmente responsables porque suelen usar eficientemente los recursos de la empresa como, por ejemplo, el ahorro de energía eléctrica, la conservación del agua, la reducción de desperdicios. El uso inadecuado de estos recursos afecta adversamente a las ganancias netas o al *bottom line* de la empresa.

Categoría “Integración de las tres responsabilidades”

En esta categoría la mayoría de los participantes opinan que la responsabilidad económica, legal y ética no se deben llevar a cabo de forma independiente una de la otra. Ellos expresan que lo ético y lo legal van de la mano y para ser económicamente eficientes hay que cumplir con las leyes.

4.4.3. Análisis e Interpretación de resultados de la Investigación Cualitativa.

Los resultados evidenciaron que la categoría “responsabilidad legal” tuvo mayor presencia entre los participantes en el estudio cualitativo. Es importante destacar que esta categoría estuvo presente en la mayoría de las respuestas de los participantes a través de la entrevista. Las otras categorías que emergieron en orden de frecuencia fueron la “responsabilidad ética” y la “responsabilidad económica”. También, se puede observar que las restantes categorías que emergieron como, por ejemplo, educación, comunidad, gastos operacionales, mayor productividad, comité de cumplimiento, cierre de la empresa, transparencia, conducta ética del directivo, importancia del servicio comunitario, medio ambiente e integración de las tres responsabilidades están relacionadas de forma directa con cada una de la responsabilidad legal, ética y económica.

En la categoría “responsabilidad legal” los participantes resaltan el hecho de que las empresas desarrollan sus actividades de acuerdo con la legislación vigente. Estos resultados son consistentes con los de Schwartz y Carroll (2003); Porter y Kramer (2006) y Carroll y Buchholtz (2009) quienes señalan que las empresas tienen que cumplir con la ley, con todas las leyes y regulaciones que establecen los legisladores. El principio legal es necesario porque las leyes han establecido el marco contractual para realizar las operaciones de trabajo (Fieser, 1996). Es más, la responsabilidad legal de los directivos es administrar los intereses de los accionistas siguiendo las leyes de forma justa, equitativa y prudente (Conrado, 1975). De igual forma, la empresa que actúa legal y responsablemente demuestra que es un ciudadano corporativo respetuoso de la ley, sus actuaciones exceden los parámetros requeridos por ley y están orientados hacia el voluntariado social (Dalton y Cosier, 1982). Es importante mencionar que Puerto Rico es fiscalizado por las agencias federales del Gobierno de los Estados Unidos. Esto podría explicar porque es tan importante la responsabilidad legal en las empresas en Puerto Rico. En este estudio los participantes expresaron que para cumplir con las leyes que los regulan han establecido Comités de Cumplimiento con personal especializado para asegurarse que cumplen con todas las normas regulatorias que el gobierno federal y estatal les requiere

para renovar sus licencias y que incumplir con las leyes el gobierno supone el cierre de la empresa.

Los resultados ponen de manifiesto que la categoría “responsabilidad ética” ha sido la segunda responsabilidad de mayor importancia; en este sentido, los directivos desarrollan su trabajo de acuerdo a lo que consideran correcto y justo. Las actividades gerenciales al ser vistas por los grupos de interés como correctos, propios y justos crearán un sentido de comunidad que permitirá lograr los objetivos económicos y la competitividad de la empresa (Hosmer, 1991). Estos resultados coinciden con Lewis (1985), Reidenbach y Robin (1991), Duarte (2010) quienes establecieron que la responsabilidad ética abarca los principios que establecen guías para un comportamiento moralmente correcto. En esta dirección establecen que los altos directivos serán los responsables de diseñar cuidadosamente una cultura con fuertes valores morales. Es importante que los valores personales de los directivos tengan un rol en el desarrollo y mantenimiento de una cultura de RSE creando identidad, propósito y dirección a la empresa.

Algunos de los participantes expresaron la importancia que tiene la “conducta ética del directivo” porque facilita el trabajo, se mantiene un ambiente positivo, se conservan los procedimientos, se mantienen estables y se conservan los empleos. También, los resultados indican que los inversores buscan empresas éticas para hacer negocios. Este hallazgo es consistente con Moskowitz (1972), Drucker (1981), Esptein (1987) y Lee y Kohler (2010) quienes establecieron que las corporaciones se pueden enfrentar con inversores que van a negociar la compra de acciones que cotizan en bolsa basándose en las actividades de responsabilidad social que desarrollan. Estos evalúan y seleccionan a las empresas con las mejores prácticas creando incentivos financieros para que se desempeñen socialmente responsables. Indican, además, que la ética de los negocios se fundamenta en los valores de los directivos, en sus acciones personales y organizacionales y en las consecuencias sobre los grupos de interés. De igual forma, la empresa debe definir el comportamiento correcto que optimiza los beneficios de cada una de las partes para que la relación entre ambos sea de mutuo beneficio.

Otro aspecto identificado en este estudio es la categoría “transparencia”. Algunos participantes expresaron que el beneficio que la empresa obtiene, cuando toma decisiones de acuerdo con un código de ética es la transparencia hacia la sociedad. Este resultado es consistente con Balmer, Fukukama y Gray (2007) quienes señalaron que las empresas se identifican como responsables éticamente no sólo cuando plasman los valores o principios éticos en su misión o en el desarrollo de un código ético sino cuando son transparentes e informan a la sociedad. También, a través de conexiones sociales, apertura al dialogo con empleados, consumidores y agencias reguladoras, mayor nivel de reflexión de crítica y capacidad de respuesta. También, a los proveedores se les requiere el cumplimiento con el código de ética para asegurar la sustentabilidad social y medioambiental en las relaciones de negocios (Elg y Hultman, 2011). De igual forma, este resultado es consistente con Nussbaum (2009) quien identificó diferentes actividades de RSE llevadas a cabo por las empresas como, por ejemplo, la transparencia, los diálogos con los grupos de interés interno y externo, los valores de la empresa plasmado en el Credo, la participación de los empleados, las alianzas estratégicas y la autorregulación.

Los resultados indican que emergió la categoría “responsabilidad económica” como la tercera responsabilidad de mayor relevancia en este estudio cualitativo. Un participante expresó que hay un impacto económico en la responsabilidad corporativa. Otro participante señaló que su responsabilidad social se orienta más hacia lo económico por las características de los servicios que ofrecen. Estos resultados son consistentes con Cuesta González y Valor Martínez (2003) quienes indicaron que la responsabilidad económica se ha asociado con la búsqueda del máximo beneficio y el máximo valor para los accionistas. Además, Carroll y Buchholtz (2009) establecieron que la responsabilidad social de la empresa es de naturaleza económica y que existen otras fuerzas como, por ejemplo, lo legal o lo ético que se tienen que considerar antes de tomar una decisión. De igual forma, la empresa logra crecimiento económico cuando pertenece a índices éticos como el *Dow Jones Sustainability Index* (DJSI) porque valoran su adhesión y mejora el ambiente en que operan (Valor y Hurtado (coord.), 2009). En este estudio, también, se identificó la presencia de la categoría “gastos operacionales”. Un participante expreso que es importante que la empresa sea rentable porque pueden pagar los gastos

operacionales como, por ejemplo, sueldos, beneficios marginales, seguros y certificaciones ISO. En la categoría “mayor productividad” los participantes ponen de manifiesto que este es el beneficio que obtiene la empresa cuando mejora la imagen pública o la moral del empleado. Estos resultados son consistentes con los de Leisinger (2005) que expresó que las empresas deben utilizar las ganancias para retener a los empleados productivos, pagar un salario justo y beneficios sociales, y contribuir a las pensiones de los empleados.

Otro aspecto identificado en este estudio es la categoría “educación” que algunos participantes señalaron como una actividad interna que las empresas desarrollan relacionadas con el concepto de responsabilidad social. Un participante destacó que la educación como uno de los principios del movimiento cooperativo más relevantes. Las Cooperativas de Ahorro y Crédito en Puerto Rico están reguladas por la Ley de Sociedades Cooperativas de Ahorro y Crédito de 2002, que hace referencia a los siete principios esenciales para que sean más competitivas en el desarrollo social y económico del país. Entre estos principios, se encuentra el de la educación, capacitación e información con el propósito de brindar educación y capacitación a socios, dirigentes electos, gerentes y empleados y contribuir al desarrollo de las cooperativas. Otro participante expresó que la empresa para la que trabaja ofrece un programa de educación para los empleados en puestos administrativos y para el grupo de producción. Este tipo de programas formativos entra dentro de las actividades de responsabilidad social, según Leisinger (2005) las industrias pueden hacer actividades de responsabilidad social como, por ejemplo, ofrecer capacitación gratis de acuerdo con las facilidades de la empresa y crear programas escolares para los hijos de los empleados con ingresos bajos.

Los resultados revelan que emergió la categoría “comunidad” como actividad externa que las empresas desarrollan relacionadas con el concepto de responsabilidad social y que los participantes asociaron con el apoyo filantrópico a las comunidades. En la categoría “comunidad” se resalta la importancia del voluntariado al servicio de la comunidad. Estos resultados son consistentes con lo que previamente había puesto de manifiesto Carroll (1991), quien estableció que la responsabilidad filantrópica es una

contribución voluntaria de parte de la empresa. También, Murray (1997) argumentó que la filantropía promueve el intercambio de recursos, talentos, tiempo y esfuerzo por parte de aquellos que tienen... es compartir valores y objetos dentro del marco de una comunidad. De igual forma, Campbell, Gulas y Gruca (1999) hallaron en su investigación que las empresas que donaron lo hicieron por razones de altruismo. También, contribuyen con las comunidades locales donde se ubican para mejorar su reputación y desalentar protestas medioambientales (Verboven, 2011). Las empresas deben utilizar eficientemente los recursos para mejorar el bienestar de la humanidad (Srinivasan, 2010). Sin embargo, uno de los participantes puso de manifiesto que la empresa matriz tiene como objetivo que sus plantas de manufactura realicen actividades en el servicio comunitario. El Director Ejecutivo de la planta de manufactura en Puerto Rico tiene que presentar a la empresa matriz el número de horas trabajadas en actividades de servicio comunitario que realizan en un año, debe fomentar en los empleados las actividades voluntarias con la comunidad y es parte de su proceso de evaluación.

Otra categoría identificada en este estudio es la “importancia del servicio comunitario” que se puede observar desde dos vertientes: en la primera, los participantes expresan que la participación es voluntaria y que fomentan en el empleado su participación a esta causa. Lara (2000) considera que la filantropía debe incluir objetivos del negocio unido a los objetivos comunitarios como, por ejemplo, integrar e incrementar la participación de los empleados en beneficio de la comunidad; en la segunda, otro participante manifiesta que el servicio comunitario se puede utilizar desde el punto de vista oportunista. Este resultado es consistente con los hallazgos de Johnson (1996); Fry, Keim y Meiners (1982); Smith (1994); Wulfson (2001); Mou y Taffler (2004); Campbell y Slack (2006); Choi y Wang (2007); Leisinger (2007); Amato y Amato (2007) y Zhang, Zhu, Yue y Zhu (2010), quienes señalaron que la importancia del servicio comunitario radica en obtener ventajas competitivas como, por ejemplo, estimular la productividad de los empleados, superar los obstáculos de las regulaciones, mejorar la ejecución financiera, engrandecer la reputación, crear lealtad por parte del consumidor, influir en los grupos de interés y crear valor económico para los accionistas.

Otro aspecto identificado en este estudio es la categoría “medio ambiente”. Un participante expresa que es importante ser ambientalmente responsable en el uso de los recursos de la empresa porque evita que se afecte el presupuesto y el balance final. Estos resultados son consistentes con los de Nazir, Iftikhar, Rana, Sadiq y Ahmed (2010) quienes señalan que las empresas deben crear políticas ambientales para generar confianza en los grupos de interés. De igual forma, Lara (2000) expresa que uno de los objetivos de desarrollo social es contribuir a preservar los ecosistemas. Las iniciativas sociales bien dirigidas mejoran el balance final (Choi, Kwak y Choe, 2010).

También, surgió la categoría “integración de las tres responsabilidades”. La mayoría de los participantes expresaron que la responsabilidad económica, legal y ética no se pueden llevar a cabo de forma independiente, por el contrario, se deben interrelacionar entre sí. Este hallazgo es consistente con lo manifestado por Schwartz y Carroll (2003) en su Modelo Responsabilidad Social Corporativa: El Enfoque de Tres Dominios establecen que ninguna de las tres responsabilidades es más importante que la otra; el punto óptimo del modelo es aquel donde la responsabilidad económica, legal y ética se satisfacen simultáneamente.

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y PROPUESTAS DE ACTUACIÓN.

En la presente tesis doctoral se utilizó la investigación del método mixto, donde se combina el enfoque cuantitativo y cualitativo, para analizar la RSE, económica, legal y ética, en el sector del Comercio, la Industria y las Entidades Financieras, así como en las empresas pequeñas, medianas y grandes en Puerto Rico y por género. El movimiento de la RSE en Puerto Rico desde el inicio del nuevo siglo ha tenido un impulso significativo a través de la elaboración de Tesis de Máster y de Doctorado. Sin embargo, las investigaciones empíricas publicadas en revistas arbitradas sobre el tema de la RSE en Puerto Rico son inexistentes. En Puerto Rico el tema de la RSE es tratado por medio de suplementos o artículos de corte comercial en los periódicos de mayor circulación y en revistas de negocios. El objetivo general ha sido conocer la orientación de los sectores del Comercio, la Industria y las Entidades Financieras, así como de las empresas pequeñas, medianas y grandes en Puerto Rico con respecto a la responsabilidad económica, legal y ética.

Los objetivos específicos del estudio fueron los siguientes: (1) describir la RSE (económica, legal, ética) en el sector del comercio, industria y entidades financieras, de las empresas pequeñas, medianas y grandes desde la perspectiva de los participantes en sus empresas y en las empresas de Puerto Rico, (2) realizar comparaciones entre los sectores del comercio, la industria, las entidades financieras desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE (económica, legal, ética) en sus empresas y en las empresas de Puerto Rico, (3) realizar comparaciones entre las empresas pequeñas, medianas y grandes desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE (económica, legal, ética) en sus empresas y en las empresas de Puerto Rico, (4) realizar comparaciones por género desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE (económica, legal, ética) en sus empresas y en las empresas de Puerto Rico y (5) explorar las opiniones que tienen los participantes de una muestra del sector del comercio, la industria y entidades financieras con respecto a la RSE (económica, legal, ética) en sus empresas.

A partir de estos objetivos, se formularon unas preguntas de investigación y se propuso una serie de hipótesis a contrastar, con el propósito de comprobar si existen diferencias significativas entre el comercio, la industria y las entidades financieras, las empresas pequeñas, medianas y grandes y por género desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE (económica, legal, ética) en sus empresas y en las empresas de Puerto Rico. También, se realizaron entrevistas en profundidad a varios participantes para enriquecer los resultados del estudio.

A continuación se presentan las conclusiones obtenidas.

5.1. Conclusiones presentadas sobre las comparaciones realizadas entre los sectores del comercio, la industria y las entidades financieras desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE (económica, legal, ética) en sus empresas y en las empresas de Puerto Rico.

Los resultados hallados en este estudio apuntan a que los participantes del comercio y de la industria perciben que es importante en sus empresas producir y vender para lograr los objetivos y honrar sus compromisos económicos. Por lo tanto, el comercio y la industria consideran importante obtener ganancias para sus empresas porque deben ser sostenibles para tener capital, conservar la inversión y cumplir con sus gastos operacionales. Los participantes del estudio no consideran que la responsabilidad económica sea parte de la responsabilidad social de las empresas. Estos asocian la RSE con filantropía.

A la vista de los resultados obtenidos queda de manifiesto que existen diferencias significativas entre el comercio y las entidades financieras; y entre las industrias y las entidades financieras en relación a la responsabilidad económica de sus empresas. Los participantes del comercio y de la industria perciben que sus empresas tienen una mayor responsabilidad económica que las entidades financieras. Por lo tanto, la naturaleza del comercio y de la industria influye en estas diferencias. El comercio se dedica a comprar y a vender productos y la industria produce y distribuye los productos para obtener

ganancias. En cambio, las entidades financieras se dedican principalmente a transacciones financieras en el mercado que consiste en aceptar depósitos, otorgar préstamos, efectuar transferencias de dinero y realizar inversiones de capital. Sin embargo, los resultados de las entidades financieras pueden estar afectados por la participación mayoritaria del 75 por ciento de las Cooperativas. Estas a diferencia de la Banca y de las Compañías de Inversiones se rigen por unos principios y valores del cooperativismo con el propósito de servir a sus socios.

Otro resultado que llama la atención es que los participantes del comercio, la industria y las entidades financieras perciben que es importante la responsabilidad económica, legal y ética en las empresas de Puerto Rico. Este hallazgo esta en línea con otros estudios empíricos que confirman que la principal responsabilidad de las empresas es la económica, la segunda responsabilidad es la legal y la tercera responsabilidad es la ética (Aupperle, 1984; Aupperle, Carroll y Hatfield, 1985; Ibrahim y Angelidis, 1995; y Ramasamy y Yeung, 2009). Por lo tanto, los participantes están de acuerdo con el marco teórico cuando evalúan de forma general a las empresas de Puerto Rico con respecto a la responsabilidad económica, legal y ética. En cambio, cuando los participantes se evalúan en la práctica se reflejan diferencias en relación a sus empresas.

Los resultados obtenidos en este estudio, muestra que los participantes del comercio y de la industria perciben que es importante para sus empresas cumplir con las leyes estatales y federales vigentes al trabajar con productos peligrosos a la salud. El comercio y la industria cumplen, a nivel federal, con el Acta de Seguridad Laboral y Salud (OSHA) y a nivel estatal, con la Ley Número 16, enmendada, Ley de Seguridad y Salud en el Trabajo de Puerto Rico (PR OSHA) para proteger la salud y seguridad de los empleados en su trabajo. En consecuencia, la responsabilidad legal se cumple en función de las consecuencias punitivas de agencias reguladoras y sistemas judiciales, las cuales pueden variar desde amonestaciones, multas, revocar la licencia y cierre. Los costos de posibles demandas constituyen otro elemento de implicaciones económicas que los induce a la observación del cumplimiento.

Los resultados hallados en este estudio reflejan que el comercio y la industria tienen diferencias significativas con las entidades financieras con respecto a la responsabilidad legal en sus empresas. Por lo tanto, las entidades financieras muestran un menor interés en la responsabilidad legal que el comercio y la industria en sus empresas. Los resultados de la muestra de las entidades financieras pueden estar afectados por la participación mayoritaria del 75 por ciento de las cooperativas. Estas mostraron menor interés legal en sus empresas que las otras entidades financieras porque su naturaleza esta orientada a ofrecer unos servicios trabajando para servir a sus socios y al desarrollo sostenible de la comunidad. Se puede afirmar que el tamaño y la naturaleza de la muestra de las cooperativas influyeron en estas diferencias. Un factor que podría constituir una fuente de interés es la influencia que puede tener el hecho de que el comercio, la industria y las entidades financieras se rijan por leyes y oficinas de cumplimiento estatal y federal que los obliga a crear un Departamento o Comité de Cumplimiento.

Los resultados apuntan a que los participantes del comercio, la industria y las entidades financieras perciben que es importante la responsabilidad ética en sus empresas porque proceden de acuerdo a los códigos de conducta para evitar daños innecesarios a los clientes. Por tanto, los directivos actúan de acuerdo al código de conducta para proteger a sus clientes porque es una forma de obtener beneficios económicos. Las empresas pueden beneficiarse respondiendo en su comportamiento dentro de la empresa a otros valores éticos, como por ejemplo, la transparencia, la confianza y la equidad.

5.2. Conclusiones presentadas sobre las comparaciones realizadas entre las empresas pequeñas, medianas y grandes desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE (económica, legal, ética) en sus empresas y en las empresas de Puerto Rico.

Los resultados obtenidos en este estudio, muestran que los participantes al ser distribuidos por tamaño, no arrojan diferencias sobre la responsabilidad económica en sus empresas. Por lo tanto, los participantes en sus empresas pequeñas, medianas y grandes consideran su responsabilidad económica muy importante porque tienen unos compromisos económicos que atender como pagar la luz y el agua, comprar materiales,

pagar sueldos y beneficios marginales, seguros y certificaciones. Los participantes entienden que los gastos operacionales tienen un papel importante para que sus empresas sean consistentemente rentables. No expresan contemplaciones de sustentabilidad.

De acuerdo con los resultados obtenidos, se puede apreciar que no hubo diferencias entre las empresas pequeñas y medianas; pequeñas y grandes; medianas y grandes sobre la responsabilidad económica en las empresas de Puerto Rico. Los participantes consideran que para las empresas pequeñas, medianas y grandes de Puerto Rico es muy importante la responsabilidad económica porque producen productos y servicios que la sociedad desea y los venden para alcanzar sus objetivos económicos y financieros. En consecuencia, la responsabilidad económica de las empresas pequeñas, medianas y grandes de Puerto Rico se circunscribe en producir y vender productos o servicios, satisfacer necesidades de los clientes y generar ganancias. Tampoco muestran contemplaciones de sustentabilidad.

Los resultados en este estudio muestran que la distribución por tamaño no establece diferencias significativas con respecto a la responsabilidad legal, desde la perspectiva de los participantes en sus empresas y en las empresas de Puerto Rico. Por tanto, los participantes en sus empresas cumplen con las normas establecidas por el Departamento del Trabajo y Recursos Humanos de Puerto Rico para evitar los conflictos laborales. También, los participantes perciben que sus empresas y que los directivos de las empresas de Puerto Rico cumplen a nivel federal con OSHA y a nivel estatal con PR OSHA para proteger la salud y la seguridad de los empleados cuando trabajan con productos nocivos a la salud. El cumplimiento con requerimientos legales establecidos por leyes federales y estatales es atendido mediante el nombramiento de un Comité de Cumplimiento.

Los resultados obtenidos indican que es importante la responsabilidad ética entre las empresas pequeñas y medianas; y entre las empresas medianas y grandes, desde la perspectiva de los participantes en sus empresas, porque proceden de acuerdo al código de conducta para evitar daños innecesarios a los clientes y empleados. Por lo tanto, los

directivos cumplen con el código de conducta al negociar de forma correcta y justa con sus clientes para realizar negocios que sean de beneficio económico para ambos y también, cumplen con el proceso de selección, evaluación, retención, despido y formación de empleados para evitar conflictos laborales.

Los hallazgos en este estudio, establecen que existen diferencias significativas entre las empresas pequeñas y grandes con respecto a la responsabilidad ética en sus empresas. Por lo tanto, los participantes de las empresas grandes consideran que tienen mayor responsabilidad ética porque proceden de acuerdo al código de conducta que rige sus operaciones de negocios con los clientes, es visto como una forma de maximizar los ingresos, están en cumplimiento con las agencias reguladoras de tener y divulgar el código de conducta y tienen la capacidad económica para promoverlo a través de sus páginas electrónicas.

Los resultados hallados en este estudio reflejan que las empresas pequeñas y medianas de Puerto Rico tienen diferencias significativas con respecto a la responsabilidad ética. Los participantes consideran que las empresas pequeñas de Puerto Rico, que emplean veinticinco (25) empleados o menos, tienen mayor responsabilidad ética porque actúan con valores y principios éticos al tomar decisiones, tienen un carácter familiar, respetan los derechos de los empleados y establecen una relación personal y directa al negociar con los clientes.

Los resultados obtenidos, apuntan a que no hubo diferencias por tamaño de empresas, con respecto a la responsabilidad ética, entre las empresas pequeñas y grandes; y entre las empresas medianas y grandes de Puerto Rico. Por tanto, los participantes perciben que es importante la responsabilidad ética, entre las empresas pequeñas y grandes y entre las empresas medianas y grandes de Puerto Rico, porque actuar responsablemente implica tomar decisiones de acuerdo con un código de conducta que pretende proyectar transparencia ante los diferentes grupos de interés (Stakeholders) y la sociedad con la finalidad de generar beneficios económicos.

5.3. Conclusiones sobre los resultados obtenidos al realizar la comparación por género, desde la perspectiva de los participantes sobre la RSE (económica, legal y ética) en sus empresas y en las empresas de Puerto Rico.

Los resultados obtenidos en la investigación, muestran que no hubo diferencias sobre la responsabilidad económica, legal y ética desde la perspectiva de los participantes según género femenino y masculino en sus empresas. Por lo tanto, el género, femenino y masculino, de los participantes no constituye un factor determinante en las respuestas sobre la responsabilidad económica, legal y ética en sus empresas.

Los resultados indican que no hubo diferencias desde la perspectiva de los participantes según género femenino y masculino sobre la responsabilidad económica, legal y ética en las empresas de Puerto Rico. Por tanto, el género femenino y masculino de los participantes en este estudio no constituye una variable determinante en las respuestas sobre la responsabilidad económica, legal y ética en las empresas de Puerto Rico.

5.4. Conclusiones presentadas sobre asuntos adicionales que surgieron de las entrevistas en profundidad.

Las concepciones halladas en este estudio relacionadas a las actividades de responsabilidad social interna de las empresas están asociadas con la educación. Los participantes entrevistados consideran importante la educación porque la ven como una herramienta de crecimiento profesional para los empleados y de orientación para los socios y comunidad. La presencia de la concepción de educación como una actividad de responsabilidad social interna en que se incluye la capacitación y creación de programas educativos, es consistente con la literatura que existe.

Otro resultado que llama la atención, es que los participantes relacionan la responsabilidad social externa con la filantropía, específicamente hacia el servicio a la comunidad. Los participantes consideran importante y fomentan la participación

voluntaria en el servicio comunitario porque lo ven como una forma de hacer contacto valioso con clientes para sus empresas. También, se ve como una responsabilidad que forma parte de unas normas de cumplimiento que establece como requisito un número de horas estipuladas.

Este estudio identificó que existen dos actividades que las empresas pueden utilizar para aumentar la productividad de los empleados: una, el desarrollo de actividades que mejoren la imagen pública de la empresa: otra, las actividades que aumenten la moral de los empleados. Los participantes consideran que estas dos actividades son una forma de maximizar los ingresos de la empresa.

También, surgió la protección del medio ambiente como actividad principal de la Industria. Los participantes en la Industria muestran mayor interés en cumplir con las leyes federales y estatales en la protección del medio ambiente para evitar multas que pueden afectar las ganancias netas de la empresa y, también, como una reducción en consumo de agua y luz. Esto tiene un enfoque puramente económico porque no refleja preocupación ética por la protección del medio ambiente. Tampoco se refleja interés en la sustentabilidad.

Por último, se aporta una evidencia adicional sobre la relación entre la responsabilidad económica, legal y ética. Los participantes entrevistados ponen de manifiesto que estas tres responsabilidades se interrelacionan una con la otra. Este hallazgo esta en línea con lo manifestado por Schwartz y Carroll (2003), que establecen que ninguna de las tres responsabilidades es más importante que la otra. Sin embargo, cuando los participantes abundan sobre sus respuestas expresan claramente que lo legal y lo ético van de la mano y que no hay forma de cumplir con lo económico si no se cumple con lo legal. En consecuencia, los participantes consideran importante su responsabilidad legal y, luego, sus responsabilidades éticas y económicas.

5.5. Propuestas del estudio.

En lo que sigue se relacionan algunas propuestas de actuación derivadas de la investigación:

- Las empresas que no tienen programas de RSE deberían instituir prácticas internas y externas socialmente responsables para crear relaciones de confianza con los grupos de interés, ser transparentes y proteger el medio ambiente.
- Se propone la actualización de los programas de RSE que han quedado obsoletos. Podrían, además, mediante dicha revisión evaluar sus programas para dar continuidad a las prácticas que resulten exitosas, y finalizar aquellas otras que no resulten efectivas.
- Las empresas que no son sociedades cooperativas deberían conocer los principios y valores cooperativos porque se ha constatado que influyen positivamente sobre las prácticas de responsabilidad social corporativa y que contribuyen a generar diferentes beneficios como, por ejemplo, mantener empleados productivos y motivados y apoyo a las comunidades locales donde se ubican.
- Se recomienda comparar las leyes, regulaciones y agencias de cumplimiento de las diferentes entidades financieras que formaron parte del estudio.
- Se propone que los participantes en sus empresas pequeñas, medianas y grandes adopten medidas de conservación ambiental para los cuales existen incentivos gubernamentales, tales como programas de orientación. También,

podrían explorar las posibilidades de adoptar medidas comprendidas en la legislación que reglamenta las certificaciones de edificios verdes.

- Para las empresas pequeñas, medianas y grandes de Puerto Rico se les propone evaluar nuevas alternativas de producción sustentable para producir mejores productos y servicios sin comprometer los recursos del medio ambiente. También, podrían buscar orientación sobre los incentivos que provee el Fondo de Energía Verde (FEV) para proyectos de energía renovable dirigidos a las Pymes y a las empresas grandes.
- Se considera recomendable asistir a orientaciones, adiestramientos, talleres continuos sobre asuntos obrero-patronales y actualizar los procedimientos de salud y seguridad en el lugar de trabajo con el fin de minimizar los riesgos protegiendo a los empleados.
- Se proponen talleres interactivos sobre ética empresarial sobre todo para las Pymes según las necesidades constatadas en este estudio.
- Se recomienda potenciar las relaciones de las empresas con las comunidades locales donde se ubican e integrarse para mejorar su calidad de vida en términos de salud, educación y deportes.
- Se recomienda que los directivos de las industrias en Puerto Rico consideren la implementación de la ISO 14000 para ser más eficientes en la protección del medio ambiente.
- Se recomienda utilizar la información sobre los incentivos y orientaciones disponibles del Fondo de Energía Verde para convertirse en una empresa verde.

5.6. Futuras Investigaciones.

Queda el camino expedito para continuar con futuras investigaciones relacionadas con la RSE en Puerto Rico.

- Es conveniente promover la investigación hacia el estudio de las actitudes de los directivos con relación a sus responsabilidades porque estas son la base fundamental para que sean socialmente responsables.
- Se sugiere la necesidad de conducir un estudio para conocer si la RSE es parte integral de los códigos de conducta en las empresas que participaron en este estudio y si el compromiso de los directivos hacia el código de conducta influye en como los empleados perciben la RSE.
- Se sugiere la necesidad de conducir un estudio para profundizar y conocer las prácticas sociales y ambientales de las empresas pequeñas en Puerto Rico.
- Se sugiere la necesidad de conducir un estudio para conocer el impacto del voluntariado corporativo en las comunidades, desde la perspectiva de los directivos, empleados y personas que residen en las comunidades.
- También, se debe promover una investigación enfocada en examinar la relación entre la RSE y la productividad en los empleados.
- Se propone conducir un estudio enfocado en corroborar que la responsabilidad económica, legal y ética se satisfacen simultáneamente.

5.7. Limitaciones de la investigación.

Este trabajo muestra algunas limitaciones que se fueron presentando a medida que se fue avanzando en el proceso de investigación. Primero, no existen estudios sobre la RSE en Puerto Rico publicadas en revistas arbitradas. Segundo, el acceso a las empresas es limitado para entrar a solicitar los datos relacionados a la RSE de la empresa. Tercero, el grado de respuesta de las personas contactadas por teléfono y por correo electrónico en el desarrollo de la investigación fue bajo. Cuarto, en Puerto Rico no existe una cultura de participar en investigaciones académicas.

BIBLIOGRAFÍA.

- AGENCIA DE PROTECCIÓN AMBIENTAL DE ESTADOS UNIDOS. SOBRE LA EPA. Recuperado el 16 de febrero de 2007, de <http://www.epa.gov/espanol/sobreepa.htm>
- AILAWADI, K. L., NESLIN, S. A., LUAN, Y. J. & AYALA TAYLOR, G. (2014). Does retailer CSR enhance behavioral loyalty? A case for benefit segmentation. *Intern. J. of Research in Marketing*, 31 (2), 156 – 167. Recuperado el 24 de septiembre de 2014, de <http://web.ebscohost.com>
- ALEXANDER, G. J. & BUCHHOLZ, R. A. (1978). Corporate Social Responsibility and Stock Market Performance. *The Academy of Management Journal*, 21 (3), 479 – 486. Recuperado el 9 de marzo de 2006, de <http://www.jstor.org/>
- ALVARADO HERRERA, A. & SCHLESINGER DIAZ, M. W. (2008). Dimensionalidad de la Responsabilidad Social Empresarial Percibida y sus Efectos sobre la Imagen y la Reputación: Una aproximación desde el modelo de Carroll. *Estudios Gerenciales*, 24 (108), 37 – 59. Recuperado el 10 de marzo de 2011, de <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=21210802>
- AMATO, L. H. & AMATO, C. H. (2007). The Effects of Firm Size and Industry on Corporation Giving. *Journal of Business Ethics*, 72 (3), 229 – 241. Recuperado el 25 de agosto de 2011, de <http://web.ebscohost.com>
- ANGELIDIS, J.; IBRAHIM, N. (2004): An Exploratory Study of the Impact of Degree of Religiousness upon an Individual's Corporate Social Responsiveness Orientation. *Journal of Business Ethics*, 51 (2), 119 – 128. Recuperado el 10 de julio de 2009, de <http://web.ebscohost.com>
- ARCHER DOMENECH, P. (2003). La divulgación de la información social y medioambiental de la gran empresa española en el periodo 1994-1998: situación actual y perspectiva. *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, Vol. XXXII (117), 571 – 601.
- ARLOW, P. (1991). Personal Characteristics in College Students' Evaluations of Business Ethics and Corporate Social Responsibility, *Journal of Business Ethics*, 10 (1), 63 – 69. Recuperado el 9 de junio de 2011, de <http://web.ebscohost.com>
- ARLOW, P. & GANNON, M. P. (1982). Social Responsiveness, Corporate Structure, and Economic Performance. *The Academy of Management Review*, 7 (2), 235 – 241. Recuperado del 13 de diciembre de 2007, de <http://web.ebscohost.com>
- ARTHUR, H. B. (1984). Making Business Ethics Useful, *Strategic Management Journal*, 5, (4), 319-333. Recuperado el 10 de julio de 2012, de <http://web.ebscohost.com>
- Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA). Recuperado el 4 de junio de 2009, de <http://www.aeca.es/>
- Asociación Española del Pacto Mundial (ASEPAM). Recuperado el 24 de abril de 2014, de <http://www.pm-old.globalincubator.net/107-quienes-somos/red-espanola-pacto-mundial/388-cronologia-pacto-mundial>
- AUPPERLE, K. E. (1984). An Empirical Measure of Corporate Social Orientation. *Corporate Social Performance and Policy*, 6, 27 – 54. Recuperado el 8 de septiembre de 2008, de <http://www.emeraldinsight.com>

- AUPPERLE, K. E., CARROLL, A. B. & HATFIELD, J. D. (1985). An Empirical Examination of the Relationship between Corporate Social Responsibility and Profitability. *The Academy of Management Journal*, 28 (2), 446 – 463. Recuperado el 8 de marzo de 2006, de <http://www.jstor.org/>
- AZIZI, I., SAAGHI, F. & YAGHOOBI SARDO, S. (2014). The Impact of Corporate Social Responsibility on Consumer Satisfaction (A Case Study: Car Industry in Shiraz). *Indian J. Sci. Res.*, 7 (1), 163 – 168. Recuperado el 24 de septiembre de 2014, de <http://web.ebscohost.com>
- BALMER, J. M. T., FUKUKAWA, K. & GRAY, E. R. (2007). The Nature and Management of Ethical Corporate Identity: A Commentary on Corporate Identity, Corporate Social Responsibility and Ethics, *Journal of Business Ethics*, 76 (1), 7 – 15. Recuperado el 3 de junio de 2012, de <http://web.ebscohost.com>
- BANCO GUBERNAMENTAL DE FOMENTO DE PUERTO RICO DEL ESTADO LIBRE ASOCIADO DE PUERTO RICO. Economía, Puerto Rico Compendio de Datos. Recuperado el 15 de junio de 2015, de <http://www.gdb-pur.com/spa/economy/documents/CompendiodeDatosEconomicos-Dic2014.pdf>
- BANSAL, P. (2002). The Corporate Challenges of Sustainable Development. *Academy of Management Executive*, 16 (2), 122 -131. Recuperado el 13 de marzo de 2012, de <http://web.ebscohost.com>
- BAÑÓN GÓMIS, A., GUILLÉN PARRA, M. & RAMOS LÓPEZ, N. (2011). La Empresa Ética y Responsable, *Universia Business Review*, Número 30, Segundo trimestre, 32 – 43. Recuperado el 28 de mayo de 2012, de <http://ubr.universia.net/numerosanteriores.htm>
- BARLETT FOOTE, S. (1984). Corporate Responsibility in a Changing Legal Environment. *California Management Review*, 26 (3), 217 – 228. Recuperado el 8 de marzo de 2006, de <http://web.ebscohost.com>
- BENEKE, J., WANNKE, N., PELTERET, E., TLADI, T. & GORDON, D. (2012). Don't bank on it: Delineating the relationship between corporate social responsibility and retail banking affinity. *South Africa Journal of Business Management*, 43 (1), 45 – 54. Recuperado el 10 de enero de 2014 de <http://web.ebscohost.com>
- BICHTA, C. (2003). Corporate socially responsible (CSR) practices in the context of Greek industry. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 10 (1), 12 – 24. Recuperado el 8 de julio de 2013, de <http://web.ebscohost.com>
- BOWEN, H. R. (1953). *Social Responsibility of the Businessman*. Harper & Brothers Publishers. New York.
- BRAMMER, S. & MILLINGTON, A. (2005). Corporate Reputation and Philanthropy: An Empirical Analysis. *Journal of Business Ethics*, 61 (1), 29 – 44. Recuperado el 10 de abril de 2010, de <http://web.ebscohost.com>
- BRAMMER, S. & MILLINGTON, A. (2008). Does it pay to be different? An Analysis of the Relationship between Corporate Social and Financial Performance. *Strategic Management Journal*, 29 (12), 1325 – 1343. Recuperado el 10 de abril de 2010, de <http://web.ebscohost.com>
- BRAVO, R., MATUTE, J. & PINA, J. M. (2012). Corporate Social Responsibility as a Vehicle to Reveal the Corporate Identity: A Study Focused on the Websites of Spanish Financial Entities. *Journal of Business Ethics*, 107 (2), 129 – 146. Recuperado el 5 de febrero de 2014 de <http://web.ebscohost.com>

- BRENKERT, G. G. & BEAUCHAMP, T. L. (Eds.) (2010). *The Oxford Handbook of Business Ethics*. Oxford University Press, Inc., Nueva York, EE. UU. pp. 3 – 4.
- BRUNI CELLI, J. (2007). Las Cooperativas un mundo de luces y sombra. *Debates IESA*, 12 (1), 36-45. Recuperado de 5 de febrero de 2014 <http://web.ebscohost.com>
- BRUYAKA, O., ZEITZMANN, H. K., CHALAMON, I. & WOKUTCK, R. E. (2013). Strategic Corporate Social Responsibility and Orphan Drug Development: Insights from the US and EU Biopharmaceutical Industry. *Journal of Business Ethics*, 117 (1) 45 – 65. Recuperado el 24 de noviembre de 2014, de <http://web.ebscohost.com>
- BUSINESS FOR SOCIAL RESPONSIBILITY (2006). Business Brief: Intangibles and CSR p. 7. Recuperado el 12 de enero de 2010, de http://www.bsr.org/reports/BSR_AW_Intangibles-CSR.pdf
- CAI, V., JO, H. & PAN, C. (2012). Doing well while doing bad? CSR in Controversial Industry Sectors. *Journal of Business Ethics*, 108 (4), 467 – 480. Recuperado el 8 de julio de 2013, de <http://web.ebscohost.com>
- CAJIGA CALDERÓN, J. F. (2006). Fundamentos de la RSE. Centro Mexicano para la Filantropía, A. C. Recuperado el 12 de diciembre de 2009, de <http://www.cemefi.org/spanish/content/view/632/19>
- CALDERÓN HERNÁNDEZ, G., ÁLVAREZ GIRALDO, C. M. & NARANJO VALENCIA, J. C. (2011). Papel de Gestión Humana en el Cumplimiento de la Responsabilidad Social Empresarial, *Estudios Gerenciales*, 27 (118), pp. 163 – 188. Recuperado el 23 de marzo de 2014, de <http://web.ebscohost.com>
- CAMPBELL, D. & SLACK, R. (2006). Public visibility as a determinant of the rate of corporate charitable donations. *Business Ethics: A European Review*, 15 (1), 19 – 28. Recuperado el 17 de enero de 2007, de <http://web.ebscohost.com>
- CAMPBELL, L., GULAS, C. S. & GRUCA, T. S. (1999). Corporate Giving Behavior and Decision- Maker Social Consciousness. *Journal of Business Ethics*, 19 (4), 375 – 383. Recuperado el 19 de octubre de 2011, de <http://web.ebscohost.com>
- CAPRIOTTI, P. (2007). La Responsabilidad Social Corporativa de las empresas españolas en los Medios de Comunicación. *Zer*, 23, 61 – 74. Recuperado el 2 de abril de 2011, de <http://www.ehu.es/zer/hemeroteca/pdfs/zer23-03-capriotti.pdf>
- CARROLL, A. B. (1979). A Three – Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance. *The Academy of Management Review*, 4 (4), 497 – 505. Recuperado el 28 de enero de 2008, de <http://web.ebscohost.com>
- CARROLL, A. B. (1991). The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders, *Business Horizons*, 34 (4), 39 – 48. Recuperado el 28 de enero de 2008, de <http://web.ebscohost.com>
- CARROLL, A. B. & BUCHHOLTZ, A. K. (2009). *Business & Society: Ethics and Stakeholder Management*. Séptima Edición. South Western/Cengage Learning. Capítulo 1, 2 y 7, pp. 40 – 44; 249 – 254.
- CARNEGIE, A. (1889). Wealth. *North American Review*, No. CCCXCL (391), 653 – 664. Recuperado el 8 de agosto de 2011, de World Book Library, Recuperado de www.worldlibrary.net

- CAUX ROUND TABLE. Moral Capitalism at Work. Recuperado el 10 de julio de 2009, de <http://www.cauxroundtable.org/>
- CHARPAVANG, C. (2012). The Relationship among Market Orientation Corporate Social Responsibility, and Marketing Performance in Thailand Manufacturing. *International Journal of Business Strategy*, 12 (4), 36 – 48. Recuperado el 8 de julio de 2013, de <http://web.ebscohost.com>
- CHIH, H-L., CHIH, H-H. & CHEN, T-Y. (2010). On the Determinants of Corporate Social Responsibility: International Evidence on the Financial Industry. *Journal of Business Ethics*, 93 (1), 115 – 135. Recuperado el 5 de febrero de 2012, de <http://web.ebscohost.com>
- CHOI, J. & WANG, H. (2007). The Promise of a Managerial Values Approach to Corporate Philanthropy. *Journal of Business Ethics*, 75 (4), 345 – 359. Recuperado el 18 de agosto de 2011, de <http://web.ebscohost.com>
- CHOI, J-S., KWAK, Y-M. & CHOE, C. (2010). Corporate Social Responsibility and Corporate Financial Performance: Evidence from Korea. *Australian Journal of Management*, 35 (3), 291 – 311. Recuperado el 23 de mayo de 2012, de <http://web.ebscohost.com>
- CLARKSON, M. B. (1995). A Stakeholder Framework for Analyzing and Evaluating Corporate Social Performance. *The Academy of Management Review*, 20 (1), 92 – 117. Recuperado el 28 de noviembre de 2006, de <http://www.jstor.org/>
- COALITION FOR ENVIRONMENTALLY RESPONSIBLE (Ceres). Investors and Environmentalists for Sustainable Prosperity. Recuperado el 4 de Agosto de 2009, de <http://www.ceres.org/page.aspx?pid=705>
- COCHRAN, P. L. & WOOD, R. A. (1984). Corporate Social Responsibility and Financial Performance. *The Academy of Management Journal*, 27 (1), 42 – 56. Recuperado el 9 de marzo de 2006, de <http://www.jstor.org/>
- COLLIER, J. & ESTEBAN, R. (2007). Corporate Social Responsibility and Employee Commitment. *Business Ethics: A European Review*, 16(1), 19 – 33. Recuperado el 24 de julio de 2012, de <http://web.ebscohost.com>
- COMISIÓN DE BOLSA Y VALORES. Recuperado el 15 de octubre de 2010, de <http://www.usa.gov/gobiernousa/directorios/federal/comision-bolsa-valores.shtml>
- COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS (2001). *Libro Verde: Fomentar un Marco Europeo para la Responsabilidad Social de las Empresas*. Recuperado el 22 de febrero de 2006, de <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX:52001DC0366>
- COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS (2002). *Comunicación de la Comisión relativa a la Responsabilidad Social de las Empresas: Una contribución empresarial al desarrollo sostenible*. Recuperado el 22 de febrero de 2006, de <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2002:0347:FIN:es:PDF>
- COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS (2006). *Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo y al Comité Económico y Social Europeo. Poner en Práctica la Asociación para el Crecimiento y el Empleo: Hacer de Europa un Polo de Excelencia de la Responsabilidad Social de las Empresas*. Recuperado el 19 de agosto de 2007, de http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2004_2009/documents/com/com_com%282006%290136/com_com%282006%290136_es.pdf

- COMISIÓN EUROPEA (2011). Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones: Estrategia renovada de la UE para 2011 – 2014 sobre la responsabilidad social de las empresas. Recuperado el 15 de febrero de 2012, de <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/ALL/?uri=CELEX:52011DC0681>
- COMITÉ DE REGIONES (2002). Dictamen del Comité de las Regiones sobre el “Libro Verde- Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas”. Diario Oficial No. C192 de 12/08/2002 p. 0001 – 0005. Recuperado el 20 de febrero de 2011, de http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=uriserv:OJ.C_.2002.192.01.0001.01.SPA
- COMITÉ ECONÓMICO Y SOCIAL (2002). Dictamen del Comité Económico y Social sobre el “Libro Verde – Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas”. Diario Oficial n° C 192 de 12/08/2002 p. 0001 – 0005 Recuperado el 20 de febrero de 2011, de http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=uriserv:OJ.C_.2002.192.01.0001.01.SPA
- COMPAÑÍA DE COMERCIO Y EXPORTACIÓN DE PUERTO RICO DEL ESTADO LIBRE ASOCIADO DE PUERTO RICO. Información Económica. Informe de Ventas al Detalle (Infoventas). Recuperado el 10 de agosto de 2010, de <http://www.promoexport.com/sobre-la-cce>
http://www.promoexport.com/sites/default/files/Infoventas_DICIEMBRE_2009_REVISADO.xls
- CONSEJO DE LA UNIÓN EUROPEA (2002). Resolución del Consejo relativa al seguimiento del Libro Verde sobre la responsabilidad social de las empresas. Diario Oficial de las Comunidades Europeas No. C86 de 10/4/2002 p. 0003 - 0004. Recuperado el 20 de febrero de 2011, de <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX:32002G0410%2802%29>
- CORPORACIÓN FEDERAL DE SEGURO DE DEPÓSITOS (2010). Recuperado el 15 de octubre de 2010, de <http://www.usa.gov/gobiernousa/directorios/federal/corporacion-federal-seguro-depositos-fdic.shtml>
- CORPORACIÓN PARA LA SUPERVICIÓN Y SEGURO DE COOPERATIVAS DE PUERTO RICO (COSSEC). Recuperado el 15 de octubre de 2010, de http://www.cossec.com/cossec_new/
- CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY EUROPE (CSR Europe). The European business network for CSR. Recuperado el 10 de julio de 2009, de <http://www.csreurope.org/>
- CORRADO, J. (1975). Legal Responsibilities of Directors. *Management Review*, 64 (10), 31 – 36. Recuperado el 23 de febrero de 2012, <http://web.ebscohost.com>
- CRESWELL, J. W. (2007). *Qualitative Inquiry & Research Design: Choosing Among Five Approaches*. Segunda Edición. California, EE.UU. Sage Publications, Inc.
- CRESWELL, J. W. & PLANO CLARK, V. L. (2007). *Designing and Conducting Mixed Methods Research*. California, E.E.U.U.: Sage Publications, Inc.
- CROCKER, L. & ALGINA, J. (2008). *Introduction to Classical and Modern Test Theory*. Cengage Learning.
- CUESTA GONZÁLEZ, M. DE LA & VALOR MARTNÍEZ, C. (2003). Responsabilidad Social de la Empresa: Concepto, Medición y Desarrollo en España. *Boletín Económico de ICE*, 2755, 7 – 19. Recuperado el 17 de enero de 2007, de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=301530>

- CUESTA GONZÁLEZ, M. DE LA, VALOR MARTÍNEZ, C. & KREISLER MERINO, I. (2003). Promoción Institucional de la Responsabilidad Social Corporativa. Iniciativas Internacionales y Nacionales. *Boletín Económico de ICE*, Número 2779, páginas 9 – 20. Recuperado el 17 de enero de 2007, de http://biblioteca.hegoa.ehu.es/system/ebooks/13149/original/Promocion_institucional_de_la_responsabilidad_social_corp..pdf
- DALTON, D. R. & COSIER, R. A. (1982). The Four Faces of Social Responsibility. *Business Horizons*, 25 (3), 19 – 27. Recuperado el 7 de octubre de 2011, de <http://web.ebscohost.com>.
- DAVIS, J. H., SCHOORMAN, F. D. & DONALDSON, L. (1997). Toward a Stewardship Theory of Management. *Academy of Management Review*, 22 (1), 20 – 47. Recuperado el 19 de enero de 2006, de <http://web.ebscohost.com>
- DAVIS, K. (1960). Can business afford to ignore social responsibilities? *California Management Review*, 2 (3), 70 – 76. Recuperado el 31 de enero de 2007, de <http://web.ebscohost.com>
- DAVIS, K. (1973). The case for and against business assumption of social responsibilities. *The Academy of Management Journal*, 16 (2), 312 – 322. Recuperado el 31 de enero de 2007, de <http://www.jstor.org/>
- DELGADO, C. (1994). *La Responsabilidad Social de las Empresas*. (Tesis doctoral). Universidad de Puerto Rico, Recinto de Río Piedras.
- DEPARTAMENTO DEL TRABAJO Y RECURSOS HUMANOS DEL ESTADO LIBRE ASOCIADO DE PUERTO RICO, Administración de Seguridad y Salud Ocupacional de Puerto Rico, Puerto Rico OSHA. Recuperado el 15 de octubre de 2010, de http://www.trabajo.pr.gov/det_content.asp?cn_id=31
- DEPARTAMENTO DEL TRABAJO Y RECURSOS HUMANOS DEL ESTADO LIBRE ASOCIADO DE PUERTO RICO. Ley de Seguridad y Salud en el Trabajo de Puerto Rico. (Ley Núm. 16 de 1975). Recuperado el 10 de octubre de 2010, de http://www.trabajo.pr.gov/prosha/download/Ley_16_1975.pdf
- DEPARTAMENTO DEL TRABAJO DEL ESTADO LIBRE ASOCIADO DE PUERTO RICO. Proyecciones de Empleo (Por Industria y Ocupación) 2000 – 2010. Negociado de Estadística de Salarios y Empleo por Ocupación 2003. Recuperado el 10 de agosto de 2010, de http://tendenciaspr.uprrp.edu/trabajo/ProyeccionesOES2010_1_Port.pag50Acrobat.pdf
- DÍAZ COTTO, J. L. (2005). *Diagnóstico de la Responsabilidad Social Empresarial en Puerto Rico. Alternativa para un Desarrollo Económico Sostenible en el Siglo XXI*. (Tesis doctoral). Universidad Interamericana de Puerto Rico, Recinto de San German.
- DONALDSON, L. & DAVIS, J. H. (1991). Stewardship Theory or Agency Theory: CEO Governance and Shareholder Returns. *Australian Journal of Management*, 16 (1), 49 – 64. Recuperado el 17 de agosto de 2008, de <http://web.ebscohost.com>
- DONALDSON, T. & PRESTON, L.E. (1995). The Stakeholder Theory of the corporation: Concepts, Evidence and Implications. *The Academy of Management Review*, 20 (1), 65 – 91. Recuperado el 1 de febrero de 2007, de <http://www.jstor.org/>
- DORNOFF, R. J. & TANKERSLEY, C. B. (1975). Do Retailers Practice Social Responsibility. *Journal of Retailing*, 51 (4), 33 – 42. Recuperado el 24 de septiembre de 2014, de <http://web.ebscohost.com>

- DRUCKER, P. F. (1981). What is “business ethics”? *The Public Interest*, 63, 18 – 36. Recuperado el 16 de junio de 2012, de http://www.nationalaffairs.com/public_interest/detail/what-is-business-ethics
- DRUCKER, P. F. (1984). “The New Meaning of Corporate Social Responsibility”. *California Management Review*, 26 (2), 53 – 63. Recuperado el 16 de junio de 2008, de <http://web.ebscohost.com>
- DRUCKER, P. F. (1999). *Las Nuevas Realidades* (P. Suárez Herranz & J. M. Suárez Campos). Editorial Sudamericana, Buenos Aires. Impreso en España. (El trabajo original fue publicado en 1989).
- DUARTE, F. (2010). Working with Corporate Social Responsibility in Brazilian Companies: The Role of Managers’ Values in the Maintenance of CSR, *Journal of Business Ethics*, 96(3), 355 – 368. Recuperado el 7 de octubre de 2011, de <http://web.ebscohost.com>
- DUSUKI, ASYRAF WAJDI & T. MOHD YUSOF, TENGKU FARRAH MAIMUNAH (2008). The Pyramid of Corporate Social Responsibility Model: Empirical Evidence from Malaysian Stakeholder Perspectives. *Malaysian Accounting Review*, 7 (2), 29 – 54. Recuperado el 9 de octubre de 2010, de <http://web.ebscohost.com>
- EDMONDSON, V. C. & CARROLL, A. B. (1999). Giving Back: An Examination of the Philanthropic Motivations, Orientations and Activities of Large Black-Owned Businesses. *Journal of Business Ethics*, 19 (2), 171 – 179. Recuperado el 25 de abril de 2010, de <http://web.ebscohost.com>
- EDMUNDS, S.W. (1977). Unifying concepts in social responsibility, *The Academy of Management Review*, 2 (1), 38 – 45. Recuperado el 19 de enero de 2006, de <http://www.jstor.org/>
- ELG, U. & HULTMAN, J. (2011). Retailers’ management of corporate social responsibility (CSR) in their supplier relationships – does practice follow best practice? *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 21 (5), 445 – 460. Recuperado el 24 de septiembre de 2014, de <http://web.ebscohost.com>
- ENVIRONMENTAL MANAGEMENT: The ISO 14000 Family of International Standards, pp. 6-7. Recuperado el 11 de abril de 2010, de http://www.iso.org/iso/theiso14000family_2009.pdf
- EPSTEIN, E. M. (1987). The Corporate Social Policy Process: Beyond Business Ethics, Corporate Social Responsibility, and Corporate Social Responsiveness. *California Management Review*, 87 (3), 99 – 144. Recuperado el 3 de junio de 2012, de <http://web.ebscohost.com>
- España. Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales (2005): *La Responsabilidad Social de las Empresas. Dialogo Social*. Recuperado el 4 de junio de 2009, de <http://www.etnor.org/doc/mesa-dialogo-social.pdf>
- España. Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales. (2007): *Informe del Foro de Expertos en Responsabilidad Social de las Empresas*. Recuperado el 4 de junio de 2009, de http://www.empleo.gob.es/es/sec_trabajo/autonomos/economia-soc/RespoSocEmpresas/foro_expertos/contenidos/INFORME_FOROEXPERTOS_RSE.pdf
- ESTADO LIBRE ASOCIADO DE PUERTO RICO, Compañía de Fomento Industrial de Puerto Rico, (2004). “Reglamento para la Administración de la Ley de Inversión en la Industria MO-MER_253”, Recuperado el 15 de junio de 2015, de <http://app.estado.gobierno.pr/ReglamentosOnLine/Reglamentos/6828.pdf>

- ESTADO LIBRE ASOCIADO DE PUERTO RICO, Programa de Vales para la Adquisición de Calentadores Solares y el Programa de Préstamos Energéticos (2008): Boletín Administrativo Núm.: OE-2008 – 33. Recuperado el 20 de agosto de 2008, de <http://pr.microjuris.com>
- FAIR LABOR ASSOCIATION. (2008). Recuperado el 15 de enero de 2011, de <http://www.fairlabor.org/aboutus.html>
- FERRIZ Y SICILIA, C. (1865). Discurso leído ante el claustro de la Universidad Central en el acto solemne de recibir la investidura de Doctor en Derecho Administrativo. Madrid. Recuperado el 28 de septiembre de 2011, de <http://catalog.hathitrust.org/Record/009346638>
- FIESER, J. (1996). Do Business Have Moral Obligations Beyond What the Law Requires? *Journal of Business Ethics*, 15 (4), 457 – 468. Recuperado el 28 de septiembre de 2011, de <http://web.ebscohost.com>
- FIGUEIRAS REVUELTA, A. A. (1992). *Responsabilidad Social de la Compañías 936 VS Posición Financiera*. (Tesis doctoral). Universidad de Puerto Rico, Recinto de Río Piedras.
- FORUM EMPRESA: RED DE RSE DE LAS AMÉRICAS. Recuperado el 15 de enero de 2011, de http://www.empresa.org/index.php?option=com_content&view=frontpage&Itemid=354
- FRAENKEL, J.R. & WALLEN, N.E. (2006). *How to Design and Evaluate Research in Education*. Sexta Edición. McGraw-Hill Companies, Inc. pp. 27 – 34.
- FREDERICK, W. C. (1960). The Growing Concern Over Business Responsibility. *California Management Review*, 2 (4), 54 – 61. Recuperado el 27 de enero de 2014, de <http://www.williamcfrederick.com/mypublications.html>
- FREEMAN, R. E. (1999). “Response: Divergent stakeholder theory”, *The Academy of Management Review*, 24 (2), 233 – 236. Recuperado el 17 de enero de 2007, de <http://www.jstor.org/>
- FREITES DRUMOND, J. G. (2010). Ética y Calidad en Salud. Filotecnia versus Filantropía. *Acta Bioethica*, 16 (2), 119 – 123. Recuperado el de <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=55415469002>
- FREUD, J. E. & SIMON, G. A. (1994). *Estadística Elemental*. Prentice Hall Hispanoamericana, S. A. México, Octava Edición
- FRIEDMAN, M (1970). *The Social Responsibility of Business is to Increase its profits*; The New York Times Magazine, September 13, 1970; Recuperado en el año 2005, de http://www.lst-Kieser.bwl.uni-mannheim.de/Downloads/sso5/text_Friedman.pdf <http://www.ruhan.sdsu.edu/faculty/downweb/rprnts.friedman.html>
- FRY, L. W., KEIM, G. D. & MEINERS, R. E. (1982). Corporate Contributions: Altruistic or For-Profit? *Academy of Management Journal*, 25(1), 94 – 106. Recuperado el 8 de marzo de 2006, de <http://www.jstor.org/>
- FUZI, N. M., DESA, A. F. N. C., HIBADULLAH, S. N., ZAMRI, F. I. M. & HABIDIN, N. F. (2012). Corporate Social Responsibility Practices (CSR) and CSR Performance in Malaysian Automotive Industry. *International Journal of Accounting and Financial Reporting*, 2 (2), 268 – 277. Recuperado el 24 de septiembre de 2014, de <http://web.ebscohost.com>
- GAINET, C. (2010). Exploring the Impact of Legal Systems and Financial Structure on Corporate Responsibility. *Journal of Business Ethics*, 95 (2), 195 – 222. Recuperado el 28 de septiembre de 2011, de <http://web.ebscohost.com>

- GALBIS, V. (Ed.) (1991). The IMF's Statistical Systems in Context of Revision of the United Nations' A system of National Accounts. Statistic Department, USA: International Monetary Fund. Recuperado de <https://www.imf.org/external/pubs/cat/longres.aspx?sk=19.0>
- GARCÍA DE LOS SALMONES, M. del M., HERREO CRESPO, A. & RODRÍGUEZ del BOSQUE, I. (2005). Influence of Corporate Social Responsibility on Loyalty and Valuation of Services. *Journal of Business Ethics*, 61: 369-385. Recuperado el 10 de marzo de 2011, de <http://web.ebscohost.com>
- GHASEMI, S., NAZEMI, M. & HAJIRAHIMIAN, T. (2014). From Corporate Social Responsibility (CSR) to Creating Shared Value (CSV): Case Study of Mobarakeh Steel Company. *Global Business and Management Research: An International Journal*, 6 (1), 15 – 23. Recuperado el 24 de noviembre de 2014, de <http://web.ebscohost.com>
- GLOBAL REPORTING INITIATIVE. Recuperado el 28 de mayo de 2009, de <https://www.globalreporting.org/Pages/default.aspx>
- GÓMEZ VÁSQUEZ, L. M. (2006). *Aproximaciones al Fenómeno de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en el periódico Nuevo Día*. (Tesis doctoral). Universidad de Puerto Rico, Recinto de Río Piedras.
- GODFREY, P. C. (2005). The Relationship between Corporate Philanthropy and Shareholder Wealth: A Risk Management Perspective. *Academy of Management Review*, 30 (4) 777 – 798. Recuperado el 14 de agosto de 2011, de <http://web.ebscohost.com>
- GODOZ DÍEZ, J. L., FERNÁNDEZ GAGO, R. & MARTÍNEZ CAMPILLO, A. (2011). How Important are CEO to CSR Practices? An Analysis of the Mediating Effect of the Perceived Role of Ethics and Social Responsibility. *Journal of Business Ethics*, 98(4), 531 – 548. Recuperado el 2 de abril de 2011, de <http://web.ebscohost.com>
- GUPTA, S. & PIRSCH, J. (2008). The influence of a retailer's corporate social responsibility program on re-conceptualizing store image. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 15 (6), 516 – 526. Recuperado el 24 de septiembre de 2014, de <http://web.ebscohost.com>
- HALL, J., MATOS, S., FERGUS, A. & VREDENBURG, H. (2005). “¿Es su Empresa Socialmente Responsable?”, *Harvard Business Review America Latina*, agosto, 8 – 14, Reimpresión R0508C-E.
- HASSAN AL-TAMIMI, H. A. (2014). Corporate Social Responsibility Practices of UAE Banks. *Global Journal of Business Research*, 8 (3) 91 – 108. Recuperado el 5 de febrero de 2014, de <http://web.ebscohost.com>
- HEMINGWAY, C. A. & MACLAGAN, P. W. (2004). Managers' Personal Values as Drivers of Corporate Social Responsibility, *Journal of Business Ethics*, 50 (1), 33 – 44. Recuperado el 3 de junio de 2012, de <http://web.ebscohost.com>
- HERNÁNDEZ SAMPIERI, R., FERNÁNDEZ COLLADO, C. & BAPTISTA LUCIO P. (2007). *Fundamentos de Metodología de la Investigación*. McGraw-Hill/Interamericana de España, A.U., pp. 9-12, 76
- HINKLE, D., WIERSMA, W. & JURIS, S. (2003). *Applied Statistic for the Behavioral Sciences*, Boston, Mass., 5 Ed, Houghton Mifflin, London, Hi Marketing
- HIRSCHHORN, N. (2004). Corporate Social Responsibility and the tobacco industry: hope or hype? *Tobacco Control*, 13 (4), 447 – 453. Recuperado el 8 de julio de 2013, de <http://web.ebscohost.com>.

- HOLMES, S. L. (1976). Executive Perceptions of Corporate Social Responsibility. *Business Horizons*, 19 (3), 34 – 40. Recuperado el 28 de septiembre de 2011, de <http://web.ebscohost.com>
- HOPKINS, M. (2006). What is Corporate Social Responsibility all About? *Journal of Public Affairs*, 6 (3/4), 298 – 306. Recuperado el 17 de enero de 2010, de <https://eds.b.ebscohost.com>
- HOSMER, L. T. (1991). Managerial Responsibilities on the Micro Level. *Business Horizons*, 34 (4), 49 – 55. Recuperado el 12 de mayo de 2008, de <http://web.ebscohost.com>
- HOUSING AND COMMUNITY DEVELOPMENT ACT (1977) “Community Reinvestment”; Section 801 of Title VIII of the Act of October 12, 1977: (Pub. L. No 95–128; 91 Stat. 1147) effective October 12, 1977. Recuperado el 15 de octubre de 2010, de <https://www.fdic.gov/regulations/laws/rules/6500-2515.html>
- HSU, F-L. & CHENG, M-C. (2012). What Prompts Small and Medium Enterprises to Engage in Corporate Social Responsibility? A Study in Taiwan. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*. 19 (1), 288 – 305. Recuperado el 24 de noviembre de 2014, de <http://web.ebscohost.com>
- HU, YU-CHIANG & FATIMA WANG, CHIA-CHING (2009). Collectivism, Corporate Social Responsibility, and Resource Advantages in Retailing. *Journal of Business Ethics*, 86 (1), 1 – 13. Recuperado el 24 de septiembre de 2014, de <http://web.ebscohost.com>
- HUNT, S. D. & BURNETT, J. J. (1982). Retailing and Social Responsibility. *Business Forum*, 7 (4), 30 – 32. Recuperado el 12 de mayo de 2008, de <http://web.ebscohost.com>
- IBRAHIM, N. A. & ANGELIDIS, J. P. (1995). The Corporate Social Responsiveness Orientation of Board Members: Are there differences between Inside and Outside Directors? *Journal of Business Ethics*, 14 (5), 405 – 410. Recuperado el 11 de septiembre de 2008, de <http://web.ebscohost.com>
- IBRAHIM, N. A., HOWARD, D. P. & ANGELIDIS, J. P. (2008). The Relationship between Religiousness and Corporate Social Responsibility Orientation: Are there Differences between Business Managers and Student? *Journal of Business Ethics*, 78 (1 – 2), 165 – 174. Recuperado el 10 de agosto de 2011, de <http://web.ebscohost.com>
- INICIATIVA DEL COMERCIO ÉTICO (2010). Our members. Recuperado el 15 de enero de 2011, de <http://www.ethicaltrade.org/about-eti/our-members>
- INFORME ALDAMA (2003). Informe de la Comisión Especial para el Fomento de la Transparencia y Seguridad en los Mercados y en las Sociedades Cotizadas. Recuperado el 6 de mayo de 2008, de http://www.cnmv.es/Portal_Documentos/Publicaciones/CodigoGov/Informefinal.PDF
- INTERNATIONAL FINANCE CORPORATION, WORKD BANK GROUP. Recuperado el 12 de enero de 2010, de http://www.ifc.org/wps/wcm/connect/corp_ext_content/ifc_external_corporate_site/home
- JENTZ, G. A. (1966). The Increasing Legal Responsibility of the Seller in Products Liability. *American Business Law Journal*, 4 (1), 1 - 22. Recuperado el 23 de febrero de 2012, de <http://web.ebscohost.com>
- JICK, T. D. (1979). Mixing Qualitative and Quantitative Methods: Triangulation in Action. *Administrative Science Quarterly*, 24 (4), 602 – 611. Recuperado el 23 de febrero de 2012, de <http://web.ebscohost.com>

- JIZI, M.I., SALAMA, A., DIXON, R. & STRATLING, R. (2014). Corporate Social Responsibility Disclosure: Evidence from the US Banking Sector. *Journal of Business Ethics*, 125 (4), 601 – 615. Recuperado el 5 de febrero de 2014, de <http://web.ebscohost.com>
- JO, H. & NA, H. (2012). Does CSR Reduce Firm Risk? Evidence from Controversial Industry Sectors. *Journal of Business Ethics*, 110 (4), 441 – 456. Recuperado el 8 de julio de 2013, de <http://web.ebscohost.com>
- JOHNSON, B. & CHAISTENSEN, L. (2008). Educational Research: Quantitative, Qualitative and Mixed Approaches (3a. Ed). California, E.E.U.U.: Sage Publications, Inc.
- JOHNSON, O. (1966). Corporate Philanthropy: An Analysis of Corporate Contributions. *The Journal of Business*, 39 (4), 489 – 504. Recuperado el 10 de abril de 2011, de <http://www.jstor.org/>
- JOHNSON, R. B. & ONWUEGBUZIE, A. J. (2004). Mixed Methods Research: A Research Paradigm Whose Time Has Come. *Educational Research*, 33 (7), 14 – 26. Recuperado el 23 de febrero de 2012, de <http://web.ebscohost.com>
- JONES, P., HILLIER, D. & COMFORT, D. (2013). That's the spirit: exploring the approach of the world's leading spirits' producers to corporate social responsibility. *Journal of Public Affairs*, 13 (1), 3 – 11. Recuperado el 24 de septiembre de 2014, de <http://web.ebscohost.com>
- JONES, P., WYNN, M., COMFORT, D. & HILLIER, D. (2007). Corporate Social Responsibility and UK Retailers. *Issues in Social and Environmental Accounting*, 1 (2), 243 – 257. Recuperado el 24 de noviembre de 2014, de <http://web.ebscohost.com>
- JOYNER, B. E. & PAYNE, D. (2002). Evolution and Implementation: A Study of Values, Business Ethics and Corporate Social Responsibility, *Journal of Business Ethics*, 41(4), 297 – 311. Recuperado el 3 de junio de 2012, de <http://web.ebscohost.com>
- KIM, J., HA, S. & FONG, C. (2014). Retailers' CSR: the effects of legitimacy and social capital. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 42 (2), 131 – 150. Recuperado el 24 de septiembre de 2014, de <http://web.ebscohost.com>
- KOTLER, P. & LEE, N. (2005). *Corporate Social Responsibility, Doing the Most Good for Your Company and Your Cause. Best practices from Hewlett-Packard, Ben & Jerry's, and other leading companies*. New Jersey, E.E.U.U.: John Wiley & Sons, Inc.
- LARA, M. L. (2000). *Filantropía Empresarial; Convicción y Estrategia*. Editorial Pax México, Librería Carlos Cesarman, S. A.
- LEE, K. H. (2007). Corporate Social Responsiveness in the Korean Electronics Industry. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 14 (1), 219 – 230. Recuperado el 24 de noviembre de 2014, de <http://web.ebscohost.com>
- LEE, M. & KOHLER, J. (2010). Benchmarking and Transparency: Incentives for the Pharmaceutical Industry's Corporate Social Responsibility. *Journal of Business Ethics*, 95 (4), 641 – 658. Recuperado el 8 de julio de 2013, de <http://web.ebscohost.com>
- LEISINGER, K. M. (2005). The Corporate Social Responsibility and the Pharmaceutical Industry: Idealism without Illusion and Realism without Resignation. *Business Ethics Quarterly*, 15 (4), 577 – 594. Recuperado el 8 de julio de 2013, de <http://web.ebscohost.com>

- LEISINGER, K. M. (2007). Corporate Philanthropy: The “Top of the Pyramid”. *Business and Society Review*, 112 (3), 315 – 342. Recuperado el 5 de octubre de 2011, de <http://web.ebscohost.com>
- LEON, F. (2008). La percepción de la responsabilidad social empresarial por parte del consumidor. *Visión Gerencial*, 7 (1), 83 – 95. Recuperado el 17 de agosto de 2009, de <http://www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/25179/2/articulo6.pdf>
- LEVITT, T. (1958). The Dangers of Social Responsibility. *Harvard Business Review*, 36 (5), 41 – 50. Recuperado el 28 de julio de 2008, de <http://web.ebscohost.com>
- LEWIS, P. V. (1985). Defining 'Business Ethics': Like Nailing Jello to a Wall, *Journal of Business Ethics*. 4 (5), 377-383. Recuperado el 4 de julio de 2012, de <http://web.ebscohost.com>
- LIENBACHER, E., HOLWEG, C., RYCHLY, N. & SCHNEDLITZ, P. (2013). CSP in Food Retailing: What’s Really on Customers’ Minds? in *Proceedings of the AMA Educators Conference*, Vol. 24, A. Rindfleisch and J. Burroughs, eds. USA: American Marketing Association, 235-243.
- LINDORFF, M., PRIOR JONSON, E. & MCGUIRE, L. (2012). Strategic Corporate Social Responsibility in Controversial Industry Sectors: The Social Value of Harm Minimization. *Journal of Business Ethics*, 110 (4), 457 – 467. Recuperado el 10 de julio de 2013, de <http://web.ebscohost.com>
- LIU, H. & FONG, M. (2010). The Corporate Social Responsibility Orientation of Chinese Small and Medium Enterprises. *Journal of Business Systems, Governance and Ethics*, 5 (3), 33 – 50.
- LÓPEZ MORENO, W. (2012). *Ocho Pasos para el Desarrollo de una Investigación*. UPR, Humacao, Puerto Rico
- LÓPEZ SALAZAR, A. (2013). Hacia la Responsabilidad Social Empresarial de Pequeñas Empresas: Caso México. *Revista Internacional Administración y Finanzas*, 6 (6), 39 – 54.
- LOS PRINCIPIOS GLOBALES SULLIVAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL. Recuperado el 31 de mayo de 2009, de <http://www.thesullivanfoundation.org/>
- LOUSSAIEF, L., CACHO ELIZONDO, S., PETERSEN, I. B. & TOBIASSEN, A. E. (2014). Do CSR actions in retailing really matter for young consumers? A study in France and Norway. *Journal of Retailing & Consumer Services*, 21 (1), 9 – 17.
- LOWELL, C. R. (1893). Criminal Reform. En F.A. Goodale (Ed.). *The Literature of Philanthropy* (pp. 9 – 22). New York, EE. UU. Harper & Brother Publishers. Recuperado el 8 de agosto de 2011 del World Book Library. <http://community.worldbooklibrary.org/librarylogin.suagm.edu:84/Default.aspx>
- LUCCA IRIZARRY, N. & BERRIOS RIVERA, R. (2003). *Investigación Cualitativa en Educación y Ciencias Sociales*. Publicaciones Puertorriqueñas, Inc. y de los autores. Hato Rey, Puerto Rico.
- MARIN, L. & RUIZ, S. (2008). La Evaluación de la Empresa por el Consumidor según sus Acciones de RSC, *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresas, Asociación Científica de Economía y Dirección de Empresas*, 35, 91 – 112. Recuperado el 2 de abril de 2011, de <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/807/80703504.pdf>, http://www.acede.org/num_ant.php?id=5

- MARIN RIVES, L. & RUBIO BAÑÓN, A. (2008). ¿Moda o factor competitivo? Un estudio empírico de responsabilidad social corporativa en PYME. *Tribuna de Economía, ICE*. Mayo-Junio, Número 842. Recuperado el 27 de febrero de 2011, de http://www.revistasice.com/cache/pdf/ICE_842_177-193_C47E466F982AF171BAC98D40354FF29D.pdf
- MARTÍNEZ CRUZADO, R. F., (1989). Ética y Responsabilidad Social de las Empresas con Relación a la Sociedad, Segunda Conferencia de Ética Empresarial.
- McGUIRE, J. B., SUNDGREN, A. & SCHNEEWEIS, T. (1988). Corporate Social Responsibility and Firm Financial Performance. *The Academy of Management Journal*, 31 (4), 854 – 872. Recuperado el 16 de marzo de 2012, de <http://www.jstor.org/>
- McWILLIAMS, A. & SIEGEL, D. (2000). Corporate Social Responsibility and Financial Performance: Correlation or Misspecification? *Strategic Management Journal*, 21 (5), 603 – 609. Recuperado el 10 de abril de 2012, de <http://web.ebscohost.com>
- McWILLIAMS, A. & SIEGEL, D. (2001). Corporate Social Responsibility: A Theory of the Firm Perspective. , *Academy of Management Review*, 26 (1), 117 – 127. Recuperado el 17 de marzo de 2006, de <http://web.ebscohost.com>
- MESCON, T. S. & TILSON, D. J. (1987). Corporate Philanthropy: A Strategic Approach to the Bottom - Line. *California Management Review*, XXIX (2), 49 – 61. Recuperado el 25 de agosto de 2011, de <http://web.ebscohost.com>
- MISHRA, S. & SUAR, D. (2010). Does Corporate Social Responsibility Influence Firm Performance of Indian Companies? *Journal of Business Ethics*, 95 (4), 571 – 601. Recuperado el 15 de abril de 2012, de <http://web.ebscohost.com>
- MOORE, G. (2001). Corporate Social and Financial Performance: An Investigation in U. K. Supermarket Industry. *Journal of Business Ethics*, 34 (3 – 4), 299 – 315. Recuperado el 11 de mayo de 2007, de <http://web.ebscohost.com>
- MORENO, A. & CAPRIOTTI, P. (2006). La Comunicación de las empresas españolas en sus webs corporativas. Análisis de la información de responsabilidad social, ciudadanía corporativa y desarrollo sostenible. *Zer: Revista de Estudios de Comunicación*, 11 (21), pp. 47-62 Recuperado el 10 de marzo de 2011, de <http://www.ehu.es/zer/es/autores/Angelos-moreno/302>
- MORRISON, G. & HUMLEN, A. (2013). Retailing with purpose: How the pursuit of social responsibility can inspire and sustain retail growth an innovation. *Journal of Brand Strategy*, 2 (2), 155 – 169. Recuperado el 24 de septiembre de 2014, de <http://web.ebscohost.com>
- MONEVA ABADÍA, J. M. & LLENA MACARULLA, F. (1996). Análisis de la Información sobre Responsabilidad Social en las Empresas Industriales que Cotizan en Bolsa. *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, 26 (87), 361-401. Recuperado el 27 de febrero de 2011, de <http://www.aeca.es/pub/refc/articulos.php?id=0351>
- MOSKOWITZ, M. R. (1972). Choosing Socially Responsible Stocks. *Business & Society Review*, 1, 71 – 75. Recuperado el 9 de abril de 2006, de <http://web.ebscohost.com>
- MOSKOWITZ, M. R. (1975). Profile in Corporate Responsibility: The Ten Worst The Ten Best. *Business and Society Review*, 13, 28 – 42. Recuperado el 21 de mayo de 2012, de <http://web.ebscohost.com>

- MOU, L. & TAFFLER, R. J. (2004). Does Corporate Philanthropy Exist? Business Giving to the Arts in the U. K., *Journal of Business Ethics*, 54 (2), 149 – 161. Recuperado el 8 de marzo de 2010, de <http://web.ebscohost.com>
- MOZAS MORAL, A., PUENTES POYATOS, R. & BERNAL JURADO, E. (2010). La E-corporate Social Responsibility en las sociedades cooperativas agrarias andaluzas. . *Ciriec – España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, Número 67, pp. 187 – 212. Recuperado el 2 de abril de 2011, de <http://www.ciriec-revistaeconomia.es/>
- MURPHY, K. R. & DAVIDSHOFER, C. O. (2005). *Psychological Testing: Principles and Applications*. Pearson/Prentice Hall, 6 Ed.
- MURRAY, M. (1997). Philanthropy: No better arena for servants and leaders. *Executive Speeches*, 12 (2), 27 – 31. Recuperado el 8 de agosto de 2011, de <http://www.jstor.org/>
- MURRAY, K. B. & MONTANARI, J. R. (1986). Strategic Management of the Socially Responsible Firm: Integrating Management and Marketing Theory. *The Academy of Management Review*, 11 (4), 815 – 827. Recuperado el 13 de diciembre de 2007, de <http://web.ebscohost.com>
- NACIONES UNIDAS, (1948 – 1998). Derechos Humanos para todos: 50 aniversario de la declaración universal de los derechos humanos”. pp. 1 – 6. Recuperado el 16 de febrero de 2007, de <http://www.un.org/spanish/aboutun/hrights.htm>
- NACIONES UNIDAS, DEPARTAMENTO DE ASUNTOS ECONÓMICOS Y SOCIALES. DIVISIÓN DE DESARROLLO SOSTENIBLE (1992). Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo. Recuperado el 4 de junio de 2009, de <http://www.un.org/spanish/esa/sustdev/agenda21/riodeclaration.htm>
- NACIONES UNIDAS, (2003). Derechos económicos, sociales y culturales: Normas sobre las responsabilidades de las empresas transnacionales y otras empresas comerciales en la esfera de los derechos humanos. Recuperado el 16 de febrero de 2007, de <http://www.cedha.org.ar/docs/doc42-spa.pdf>
- NATIONAL LIBRARY OF AUSTRALIA. “La FDA Protege la Salud Pública; Ocupa Lugar Alto en la Confianza Pública”, Recuperado el 21 de agosto de 2007 <http://catalogue.nla.gov.au/Record/4184140>
- NELLING, E. & WEBB, E. (2009). Corporate Social Responsibility and Financial Performance: The “Virtuous Circle” revisited. *Review of Quantitative Finance & Accounting*, 32 (2), 197 – 209. Recuperado el 10 de abril de 2012, de <http://web.ebscohost.com>
- NIEHOFF, B. P., YANG, C., HSU, L. & SHEU, C. (2011). A comparison of European, US and Asian Manufacturing Plants on the Use of Socially Responsible Practices. *Irish Journal of Management*, 30 (2), 1 – 16. Recuperado el 8 de julio de 2013, de <http://web.ebscohost.com>
- NORMA ISO 14000. Recuperado el 11 de abril de 2010, de <http://www.iso.org/iso/home/standards/management-standards/iso14000.htm>
- NORMA ISO 26000. “Guía de Responsabilidad Social”. Recuperado el 14 de abril de 2010, de http://www.iso.org/iso/iso_26000_project_overview-es.pdf
- NUNNALLY, J.C. (1978). *Psychometric Theory*. 2 Ed. McGraw-Hill.

- NUSSBAUM, A. K. (2009). Ethical corporate social responsibility (CSR) and the pharmaceutical industry: A happy couple. *Journal of Medical Marketing*, 9 (1), 67 – 76. Recuperado el 24 de noviembre de 2014, de <http://web.ebscohost.com>
- OFICINA DEL COMISIONADO DE INSTITUCIONES FINANCIERAS. Recuperado el 15 de octubre de 2010, de <http://www.ocif.gobierno.pr/>
- OFICINA DEL CONTRALOR DE LA MONEDA. Recuperado el 15 de octubre de 2010, de <http://www.usa.gov/gobiernousa/directorios/federal/oficina-contralor-moneda.shtml>
- O' NEILL, H. M., SAUNDERS, C. B. & MCCARTHY, A. D. (1989). Board Members, Corporate Social Responsiveness and Profitability: Are Tradeoffs Necessary? *Journal of Business Ethics*, Vol. 8, Núm. 5, pp. 353 – 357. Recuperado el 11 de septiembre de 2008, de <http://web.ebscohost.com.librarylogin.suagm.edu>
- ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL TRABAJO (2002). Folleto de Información sobre la OIT. Recuperado el 12 de febrero de 2009, de http://www.ilo.org/global/about-the-ilo/WCMS_082363/lang--es/index.htm
- ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL TRABAJO, Acerca de la OIT (s.f.) Recuperado el 6 de abril de 2010, de <http://www.ilo.org/global/about-the-ilo/mission-and-objectives/lang--es/index.htm>
- ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL TRABAJO (2006). Iniciativa InFocus sobre Responsabilidad Social de la Empresa. GB.295/MNE/2/1/, 295ª reunión, marzo. Recuperado el 13 de enero de 2010, de <http://ilo.org/public/spanish/standards/relm/gb/docs/gb295/pdf/mne-2-1.pdf>
- ORGANIZACIÓN PARA LA COOPERACIÓN Y EL DESARROLLO ECONÓMICO (OCDE) (1961). Recuperado el 20 de agosto de 2012, de <http://www.oecd.org/>
- OSTAS, D. T. (2001). Deconstructing Corporate Social Responsibility: Insights from Legal and Economic Theory. *American Business Law Journal*, 38 (2), 261 – 299. Recuperado el 23 de febrero de 2012, de <http://web.ebscohost.com>
- PARLAMENTO EUROPEO (2003). Resolución del Parlamento Europeo sobre el Libro Verde de la Comisión “Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas”. Diario Oficial de la Unión Europea, No. C5-0161/2002 – 2002/2069(COS) de 07/08/2003 p. 180 – 188. Recuperado el 21 de febrero de 2011, de <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX:52001DC0366>
- PEIRCE, C. S. (2008). *El Pragmatismo*. Ediciones Encuentro, S. A., Madrid, España.
- PÉREZ, A. & RODRIGUEZ DEL BOSQUE, I. (2012). The Role of CSR in the Corporate Identity of Banking Service Providers. *Journal of Business Ethics*, 108 (2), 145 – 166. Recuperado el 5 de febrero de 2014, de <http://web.ebscohost.com>
- PIACENTINI, M., MacFADYEN, L. & EADIE, D. (2000). Corporate Social Responsibility in Food Retailing. *International Journal of Retailing & Distribution Management*, 28 (11), 459 – 469. Recuperado el 24 de septiembre de 2014, de <http://web.ebscohost.com>
- PERRINI, F., RUSSO, A. & TENCATI, A. (2007). CSR Strategies of SMEs and Large Firm. Evidence from Italy. *Journal of Business Ethics*, 74 (3), 285 – 300. Recuperado el 20 de septiembre de 2012, de <http://web.ebscohost.com>

- PINKSTON, T. S. & CARROLL, A. B. (1996). A Retrospective Examination of CSR Orientation: ¿Have they changed? *Journal of Business Ethics*, 15 (2), 199 – 206. Recuperado el 11 de septiembre de 2008, de <http://web.ebscohost.com>
- PLED, V. & IATRIDIS, G. E. (2012). Corporate Social Responsibility Reporting; Evidence from Environmentally Sensitive Industries in the U. S., *International Review of Accounting, Banking and Finance*, 4 (2), 61 – 98. Recuperado el 8 de julio de 2013, de <http://web.ebscohost.com>
- PORTER, M. E. & KRAMER, M. R. (2002). The Competitive Advantage of Corporate Philanthropy. *Harvard Business Review*, 80 (12), 56 – 69. Recuperado el 10 de agosto de 2011, de <http://web.ebscohost.com>
- PORTER, M. E. & KRAMER, M. R. (2006). Strategy & Society: The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility, *Harvard Business Review*, 84 (12), 78 – 92. Recuperado el 8 de agosto de 2011, de <http://web.ebscohost.com>
- PRIOR, F. & ARGANDOÑA, A. (2009). Best Practices in Credit Accessibility and Corporate Social Responsibility in Financial Institutions. *Journal of Business Ethics*. 87 (1), 251 – 265.
- PROGRAMA DE LAS NACIONES UNIDAS PARA EL DESARROLLO. Objetivos del Desarrollo del Milenio (ODM). Recuperado el 28 de mayo de 2009, de <http://www.undp.org/content/undp/es/home/librarypage/hdr/2014-human-development-report.html>
- RAIBORN, C. A. & PAYNE, D. (1990). Corporate Codes of Conduct: A Collective Conscience and Continuum, *Journal of Business Ethics*, 9 (11), 879 – 889. Recuperado el 4 de julio de 2012, de <http://web.ebscohost.com>
- RAMASAMY, B. & YEUNG, M. (2009). Chinese Consumers' Perception of Corporate Social Responsibility (CSR). *Journal of Business Ethics*, 88 (1), 119 – 132. Recuperado el 25 de abril de 2011, de <http://web.ebscohost.com>
- Real Academia Española, *Diccionario de la lengua española* (22.^a edición y las enmiendas incorporadas hasta 2012.) Consultado en <http://lema.rae.es/drae/?val=g%C3%A9nero>
- Real Academia Española, *Diccionario de la lengua española* (22.^a edición y las enmiendas incorporadas hasta 2012.) Consultado en <http://lema.rae.es/drae/?val=empresa>
- REIDENBACH, R. E. & ROBIN, D. R. (1991). A Conceptual Model of Corporate Moral Development, *Journal of Business Ethics*, 10 (4), 273 – 284. Recuperado el 6 de junio de 2012, de <http://web.ebscohost.com>
- RINWIGATI WAAGSTEIN, P. (2011). The Mandatory Corporate Social Responsibility in Indonesia: Problems and Implications. *Journal of Business Ethics*, 98 (3), 455 – 466. Recuperado el 23 de febrero de 2012, de <http://web.ebscohost.com>
- ROBINSON, P. K. (2009). Responsible Retailing: Regulating Fair and Ethical Trade. *Journal of International Development J. Int. Dev.*, 21 (7), 1015 – 1026. Recuperado el 24 de septiembre de 2014, de <http://web.ebscohost.com>
- ROCHLIN, S. (2005). Llevar la Responsabilidad Corporativa al ADN de su empresa, *Harvard Business Review America Latina*, agosto, pp. 3 – 7, Reimpresión R0508B-E
- RODRÍGUEZ BÁEZ, L. (2012). Las Redes de Pequeñas y Medianas Empresas. Perspectivas, Año XIX Número 1, p. 6, San Juan, Puerto Rico.

- ROITSTEIN, F. (2004). La Responsabilidad Social Empresarial en Argentina: Tendencias y Oportunidades. *Revista Latinoamericana de Administración*, No. 32, CLADEA, Bogota, pp. 5 – 28. Recuperado el 24 de marzo de 2005, de <http://revistaacademia.uniandes.edu.co/index.php/Cladea/article/view/24/23>
- RUBIN, H. J. & RUBIN, I. S. (2012). *Qualitative Interviewing: The Art of Hearing Data*. Sage Publications, Inc., 3 Ed.
- RUIZ LOZANO, M., DE LOS RIOS BERJILLOS, A. & TIRADO VALENCIA, P. (2009). La Responsabilidad Social y la Crisis Económica. ¿Responden las entidades financieras españolas a los grupos de interés? *Ciriec – España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, Número 65, pp. 33 – 58. Recuperado el 2 de abril de 2011, de <http://www.ciriecrevistaeconomia.es/>
- SAJARDO MORENO, A. & SERRA YOLDI, I. (2009). Impacto económico y social de la Responsabilidad Social Empresarial en la Comunidad Valenciana. *Ciriec – España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, Número 65, pp. 113 – 141. Recuperado el 10 de marzo de 2011, de <http://www.ciriec-revistaeconomia.es/>
- SALKIND, N. J. & ESCALONA, R. L. (1999). *Métodos de Investigación*, Prentice Hall Hispanoamericana, S. A., México.
- SANTESMASES MESTRE, M., SÁNCHEZ DE DUSSO, F. & KOSIAK DE GESUALDO G (2004). *Marketing: Conceptos y Estrategias*, p. 1032. Ediciones Pirámide, (Grupo Anaya, S. A.). Madrid, España.
- SASSE C. M., TRAHAN, R.T. (2007). Rethinking the New Corporate Philanthropy, *Business Horizons*, 50 (1), 29 – 38.
- SAUL, G. K. (1981). Business Ethics: Where Are We Going? *The Academy of Management Review*, 6 (2), 269-276. Recuperado el 10 de julio de 2012, de <http://web.ebscohost.com>
- SCHWARTZ, M. S. & CARROLL, A. B. (2003). Corporate Social Responsibility: A Three – Domain Approach, *Business Ethics Quarterly*, 13 (4), 503 – 530. Recuperado el 12 de mayo de 2008, de <http://web.ebscohost.com>
- SCHWARTZ, M. S. & CARROLL, A. B. (2008). Integrating and Unifying Competing and Complementary Frameworks: The Search for a Common Core in the Business and Society Field. *Business & Society*, 47 (2), 148 – 186. Recuperado el 10 de febrero de 2011, de <http://web.ebscohost.com>
- SCHWARTZ, R. A. (1968). Corporate Philanthropic Contributions. *The Journal of Finance*, 23 (3), 479 – 497. Recuperado el 5 de octubre de 2011, de <http://www.jstor.org/>
- SERVER IZQUIERDO, R. J. & CAPÓ VICEDO, J. (2009). La Responsabilidad Social Empresarial en un contexto de crisis. Repercusión en las Sociedades Cooperativas. *Ciriec – España*, N. 65, 7 – 31. Recuperado el 5 de febrero de 2014, de <http://web.ebscohost.com>
- SHARP PAINE, L. (1994). Managing for Organizational Integrity, *Harvard Business Review*, 72 (2), 106 – 117. Recuperado el 28 de enero de 2008, de <http://web.ebscohost.com>
- SHUM, P. K. & YAM, S. L. (2011). Ethics and Law: Guiding the Invisible Hand to Correct Social Responsibility Externalities. *Journal of Business Ethics*, 98 (4), 549 – 571. Recuperado el 12 de febrero de 2012, de <http://web.ebscohost.com>

- SILKENAT, J. R. (1976). Book Review. Where the Law Ends: The Social Control of Corporate Behavior. By Christopher Stone. *Harvard Law Reviews*, 89 (7), 1645 – 1653. Recuperado el 23 de febrero de 2012, de <http://web.ebscohost.com>
- SIMPSON, W. G. & KOHERS, T. (2002). The Link Between Corporate Social and Financial Performance: Evidence from the Banking Industry. *Journal of Business Ethics*, 35 (2), 97 – 109. Recuperado el 21 de abril de 2012, de <http://web.ebscohost.com>
- SINGHAPAKDI, A., VITELL, S. J., RALLAPALLI, K. C. & KRAFT, K. L. (1996). The Perceived Role of Ethics and Social Responsibility: A Scale Development, *Journal of Business Ethics*, 15 (11), 1131 – 1140. Recuperado el 6 de agosto de 2012, de <http://web.ebscohost.com>
- SISTEMA DE LA RESERVA FEDERAL (2005). *The Federal System: Purposes and Functions*. Recuperado el 15 de octubre de 2009, de <http://www.federalreserve.gov/aboutthefed/default.htm>
- SMITH, C. (1994). The New Corporate Philanthropy. *Harvard Business Review*, 72 (3), 105 – 116. Recuperado el 8 de agosto de 2011, de <http://web.ebscohost.com>
- SOANA, M-G. (2011). The Relationship between Corporate Social Performance and Corporate Financial Performance in the Banking Sector. *Journal of Business Ethics*, 104 (1), 133 – 148. Recuperado el 5 de febrero de 2014, de <http://web.ebscohost.com>
- SOBCZAK, A. (2004). La Responsabilité sociale de l'entreprise: Menace ou opportunité pour le droit du travail? *Relations Industrielles / Industrial Relations*, 59 (1), 26 – 51. Recuperado el 13 de marzo de 2012, de <http://web.ebscohost.com>
- SOCIAL ACCOUNTABILITY INTERNATIONAL (2008). SA8000. Recuperado el 31 de mayo de 2009, de <http://www.sa-intl.org/index.cfm?fuseaction=Page.ViewPage&PageID=937>
- SOUSA FILHO, J. M. & FARACHE, F. (2011). Corporate Social Strategy and Generation of Benefits: Case Studies in the Brazilian Electricity and Supermarket Industries. *Latin American Business Review*, 12 (2), 99 – 121. Recuperado el 24 de septiembre de 2014, de <http://web.ebscohost.com>
- SPENCER, B. A. & BUTLER, Jr., J. K. (1987). Measuring the Relative Importance of Social Responsibility Components: A Decision Modeling Approach. *Journal of Business Ethics*. Vol. 6, Núm. 7, pp. 573 – 577. Recuperado el 11 de septiembre de 2008, de <http://web.ebscohost.com.librarylogin.suagm.edu>
- SRINIVASAN, M. S. (2010). The Future of Corporate Philanthropy. *Vilakshan: The XIMB Journal of Management*, 7 (1), 157 – 164. Recuperado el 11 de noviembre de 2011, de <http://web.ebscohost.com>
- STREINER, D. L. & NORMAN, G. R. (2008). *Health Measurement Scales: A practical guide to their development and use*. 4 Ed. Oxford University Press.
- STRONG, K. C. & DALE MEYER, G. (1992). An Integrative Descriptive Model of Ethical Decision Making. *Journal of Business Ethics*, 11 (2), 89 – 94. Recuperado el 11 de septiembre de 2008, de <http://web.ebscohost.com>
- STURDIVANT, F. & GINTER, J. L. (1977). Corporate Social Responsiveness Management Attitudes and Economic Performance, *California Management Review*, 19 (3), 30 – 39. Recuperado el 4 de abril de 2012, de <http://web.ebscohost.com>

- SURROCA, J., TRIBO, J. A. & WADDOCK, S. (2010). Corporate Responsibility and Financial Performance: The Role of Intangible Resources. *Strategic Management Journal*, 31 (5), 463 – 490. Recuperado el 16 de abril de 2012, de <http://web.ebscohost.com>
- SWANSON, D. L. (1995). Addressing a Theoretical Problem by Reorienting the Corporate Social Performance Model. *The Academy of Management Review*, 20 (1), 43 – 64. Recuperado el 11 de septiembre de 2008, de <http://www.jstor.org/>
- SWIMBERGHE, K. R. & Wooldridge, B. R. (2014). Drivers of Customer Relationships in Quick-Service Restaurants: The role of Corporate Social Responsibility. *Cornell Hospitality Quarterly*, 55 (4), 354 – 364. Recuperado el 24 de septiembre de 2014, de <http://web.ebscohost.com>
- TASHAKKORI, A. & TEDDLIE, C. (1998). *Mixed Methodology: Combining Qualitative and Quantitative Approaches*, Applied Social Research Methods Series Vol. 46, SAGE Publications, Inc. California, EE.UU. Sage Publications, Inc.
- TASHAKKORI, A. & TEDDLIE, C. (2003). *Handbook of Mixed Methods in Social & Behavioral Research*. California, E.E. U.U.: Sage Publications, Inc.
- TAYLOR, S.J. & BOGDAN, R. (1998). Introduction to qualitative research methods: A guide ad resource. 3 Ed. John Wiley & Sons, Inc.
- TEAL, E. J. & CARROLL, A. B. (1999). Moral Reasoning Skills: Are Entrepreneurs Different? *Journal of Business Ethics*, 19 (3), 229 – 240. Recuperado el 12 de junio de 2011, de <http://web.ebscohost.com>
- TORUGSA, N. A., O'DONOHUE, W. & HECKER, R. (2012). Capabilities, Proactive CSR and Financial Performance in SMEs: Empirical Evidence from an Australian Manufacturing Industry Sector. *Journal of Business Ethics*, 109 (4), 483 – 500.
- UNITED NATIONS GLOBAL COMPACT. El Pacto Mundial. Recuperado el 22 de diciembre de 2008, de <https://www.unglobalcompact.org/languages/spanish>
- UNITED STATES DEPARTMENT OF LABOR. Occupational Safety & Health Administration (OSHA). Recuperado el 10 de octubre de 2010, de <https://www.osha.gov/about.html>
- UNITED STATES DEPARTMENT OF LABOR, Acta de Seguridad Laboral y Salud de 1970. Recuperado el 10 de octubre de 2010, de <https://www.osha.gov/Publications/OSHA3049/osha3049.html>
- UNIVERSITY OF MINNESOTA: HUMAN RIGHTS LIBRARY, (1998). Iniciativa del Comercio Ético: Objetivos, Principios, Programa e Información para ser Miembro. Recuperado el 16 de febrero de 2007, de <http://www.umn.edu/humanrts/links/eticodeS.html>
- UNIVERSITY OF MINNESOTA: HUMAN RIGHTS LIBRARY. The Global Sullivan Principles, Recuperado el 16 de febrero de 2007 <https://www1.umn.edu/humanrts/links/sullivanprinciples.html>
- U.S. FOOD AND DRUG ADMINISTRATION. “What does FDA Regulate” Recuperado el 30 de julio de 2007, <http://www.fda.gov/AboutFDA/Transparency/Basics/ucm194879.htm>
<http://www.fda.gov/AboutFDA/Transparency/Basics/EnEspanol/ucm214754.htm>
- VALENTINE, S. & FLEISCHMAN, G. (2008a). Ethics Programs, Perceived Corporate Social Responsibility and Job Satisfaction. *Journal of Business Ethics*, 77(2), 159 – 172. Recuperado el 3 de junio de 2012, de <http://web.ebscohost.com>

- VALENTINE, S. & FLEISCHMAN, G. (2008b). Professional Ethical Standards, Corporate Social Responsibility, and the Perceived Role of Ethics and Social Responsibility, *Journal of Business Ethics*, 82(3), 657 – 666. Recuperado el 6 de octubre de 2011, de <http://web.ebscohost.com>
- VALOR, C. (2006). ¿Por qué donan los directivos? Aplicando la teoría del comportamiento pro-social para entender las donaciones de las empresas. *Revista Internacional de Marketing Público y No Lucrativo*, 3 (1), 17 – 28. Recuperado el 11 de mayo de 2011, de <http://www3.unileon.es/personal/wwwdejvb/joomla/downloads/003001004ES.pdf>
- VALOR, C., PALOMO, R., ITURRIOZ, J. & MATEU, J. L. (2007). Socially Responsible Investments among Saving Banks and Credit Unions: Empirical Findings in the Spanish Context. *Annals of Public and Cooperative Economics*, 78 (2), 301 – 326. Recuperado el 10 de marzo de 2011, de <http://dspace.ceu.es/handle/10637/571>
- VALOR, C. & HURTADO, I. (cords.) (2009). *Las empresas españolas y la responsabilidad social corporativa. La contribución a los objetivos de desarrollo del Milenio*. Los libros de la Catarata, Madrid, España. p. 230.
- VANCE, S. C. (1975). Are Socially Responsible Corporations Good Investment Risks? *Management Review*, 64 (8), 18 – 24. Recuperado el 7 de abril de 2006, de <http://web.ebscohost.com>
- VARGAS SÁNCHEZ, A. & VACA ACOSTA, R. M. (2005). Responsabilidad Social Corporativa y Cooperativismo: Vínculos y potencialidades. *Ciriec – España*, N. 53, 241 – 260.
- VARMA, A., JAIN, M. K. & VARMA, I. (2010). Social Responsibility Paradigm and Practices in the Power Sector. *Amity Global Business Review*, 5 (1), pp. 167 – 173.
- VERBOVEN, H. (2011). Communicating CSR and Business Identity in the Chemical Industry through Mission Slogans. *Business Communication Quarterly*, 74 (4), 415 – 431. Recuperado el 8 de julio de 2013, de <http://web.ebscohost.com>
- VITELL, S. J., RAMOS, E. & NISHIHARA, C. M. (2010). The Role of Ethics and Social Responsibility in Organizational Success: A Spanish Perspective Identity, *Journal of Business Ethics*, 91(4), 467 – 483. Recuperado el 2 de abril de 2011, de <http://web.ebscohost.com>
- WADDOCK, S. A. & GRAVES, S. B. (1997). The Corporate Social Performance-Financial Performance Link. *Strategic Management Journal*, 18 (4), 309 – 319. Recuperado el 2 de abril de 2007, <http://web.ebscohost.com>
- WAGNER, T., BICEN, P. & HALL, Z.R. (2008). The dark side of retailing: Towards a scale of corporate social irresponsibility. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 36 (2), 124 – 142. Recuperado el 24 de septiembre de 2014, de <http://web.ebscohost.com>
- WARTICK, S. L. & COCHRAN, P. L. (1985). The Evolution of the Corporate Social Performance Model. *The Academy of Management Review*, 10 (4), 758 – 769. Recuperado el 8 de marzo de 2006, de <http://www.jstor.org/>
- WOLCOTT, H. F. (1994). *Transforming Qualitative Data: Description, Analysis and Interpretation*. Sage Publications, Inc., United State of America.
- WOOD, D. J. (1991). Corporate Social Performance Revisited. *The Academy of Management Review*, 16 (4), 691 – 718. Recuperado el 8 de marzo de 2006, de <http://www.jstor.org/>

- WORLD BUSINESS COUNCIL FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT (WBCSD). Corporate Social Responsibility, Recuperado el 12 de enero de 2010, de <http://www.wbcsd.org/work-program/business-role/previous-work/corporate-social-responsibility.aspx>
- WORLD BUSINESS COUNCIL FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT (WBCSD). Recuperado el 30 de mayo de 2009 de <http://www.wbcsd.org/about.aspx>
- WULFSON, M. (2001). The Ethics of Corporate Social Responsibility and Philanthropic Ventures. *Journal of Business Ethics*, 29 (1-2), 135 – 145. Recuperado el 27 de abril de 2010, de <http://web.ebscohost.com>
- YEUNG, S. (2011). The Role of Banks in Corporate Social Responsibility. *Journal of Applied Economics and Business Research*, 1 (2), 103 – 115. Recuperado el 5 de febrero de 2014, de <http://web.ebscohost.com>
- ZADEK, S. (2005). El Camino hacia la Responsabilidad Corporativa, *Harvard Business Review America Latina*, agosto, pp. 15 – 22, Reimpresión R0508E-E.
- ZENISEK, T. J. (1979). Corporate social responsibility: A Conceptualization Based on Organizational Literature. *The Academy of Management Review*, 4 (3), 359 – 368. Recuperado el 3 de mayo de 2006, de <http://www.jstor.org/>
- ZHANG, R., ZHU, J., YUE, H. & ZHU, C. (2010). Corporate Philanthropic Giving, Advertising Intensity, and Industry Competition Level. *Journal of Business Ethics*, 94 (1), 39 – 52. Recuperado el 9 de enero de 2011, de <http://web.ebscohost.com>

NORMATIVA LEGAL.

- Directiva 2004/35/CE del Parlamento Europeo y del Consejo. Recuperado el 27 de Julio de 2009, http://europa.eu/legislation_summaries/enterprise/interaction_with_other_policies/128120_es.htm#AMENDINGACT
- Ley Número 4, CAPITULO 131, Oficina del Comisionado de Instituciones Financieras. Recuperado el 13 de junio de 2007, de http://www.presupuesto.gobierno.pr/Tomo_II/suppdocs/baselegal/075/075.HTM
- Ley Núm. 9 (1970), según enmendada hasta el 4 de marzo de 2000. (12 L.P.R.A. sec. 1121)). Recuperado el 16 de febrero de 2007, de <http://www.lexjuris.com/LEXMATE%5Cambiental%5Clexleyambiental.htm>
- Ley Núm. 40 (1928), según enmendada. 7 LPRA §§ 301-500. Recuperado el 21 de septiembre de 2006, de “[Ley de Compañías de Fideicomisos](#)”.
- Ley Número 25 (2001): La Ley de Prohibición de Ruidos de 2001, (P. de la C. 981). Recuperado el 16 de febrero de 2007, de <http://www.lexjuris.com/Lexlex/Leyes2001/lex2001025.htm>
- Ley Número 55 (1933), según enmendada LPRA §§1-231 “Ley de Bancos de Puerto Rico”. Recuperado el 21 de septiembre de 2006, de <http://www.cif.gov.pr/documents/LEYDEBANCOSDEPUERTORICO.pdf>
- Ley Número 75 (2000): Para enmendar el Código de Rentas Internas de Puerto Rico de 1994, Mayo, (P. del S. 2059). Recuperado el 5 de mayo de 2007, de <http://www.lexjuris.com>
- Ley Número 82 (2010): Ley de Política Pública de Diversificación Energética por Medio de la Energía Renovable Sostenible y Alternativa en Puerto Rico (P. del S. 1519) Recuperado el 29 de marzo de 2011, de <http://www.lexjuris.com/lexlex/Leyes2010/lex12010082.htm>
- Ley Número 83 (2010): Ley de Incentivos de Energía Verde de Puerto Rico (P. de la C. 2610) Recuperado el 15 de abril de 2013, de <http://www.lexjuris.com/lexlex/Leyes2010/lex12010083.htm>
- Ley Número 88 (2004): Para declarar la tercera semana de marzo como la “Semana de la Responsabilidad Social Empresarial”, (P. de la C. 4356), Recuperado el 16 de febrero de 2007, de <http://www.lexjuris.com/lexlex/leyes2004/lex12004088.htm>
- Ley Número 114 (2001): Ley de la Corporación Pública para la Supervisión y Seguro de Cooperativas de Puerto Rico. (P. de la C. 843). Recuperado de <http://www.lexjuris.com/lexlex/leyes2001/lex2001114.htm>
- Ley Número 120 (2014): Para crear Ley de Incentivos para la Generación y Retención de Empleos en Pymes, (P. de la C. 1909). Recuperado de <http://www.lexjuris.com/lexlex/Leyes2014/lex12014120.htm>
- Ley Número 151 (2000): Para enmendar el artículo 5 de la Ley de Aguas de 1976, (P. de la C.2788). Recuperado el 16 de febrero de 2007, de <http://www.lexjuris.com/Lexlex/Leyes2000/Lex2000151.htm>
- Ley Número 152 (2010): Para enmendar la Ley Núm. 194 de 2003; Ley para el Desarrollo Tecnológico de los Microempresarios, Pequeños y Medianos Comerciantes. Recuperado el 21 de Noviembre de 2011, de <http://www.lexjuris.com/lexlex/Leyes2010/lex12010152.htm>

- Ley Número 172 (2007): Para enmendar el artículo 1, inciso (H) del párrafo 2 del apartado (aa) de la Sección 1023 de la Ley Núm. 120 de 31 de octubre de 1994. Recuperado el 20 de agosto de 2008, de <http://pr.microjuris.com>
- Ley Número 178 (2007): Para añadir a la Sección 1023 de la Ley Número 120 de 1994: Código de Rentas Internas de Puerto Rico. Recuperado el 17 de noviembre de 2008, de <http://www.lexjuris.com>
- Ley Número 197 (2010): Para enmendar el inciso (e) y añadir los incisos (h) e (i) a la Sección 3, del Artículo VI de la Ley Núm. 72 de 1993; Ley de la Administración de Seguros de Salud de Puerto Rico (ASES)”. Recuperado el 21 de noviembre de 2011, de <http://www.lexjuris.com/lexlex/Leyes2010/lex12010197.htm>
- Ley Número 250 (1999): Para instituir el programa adopte una playa, (P. de la C. 1946). Recuperado el 16 de febrero de 2007, de <http://www.lexjuris.com/LEXLEX/Ley1999/lex99250.htm>
- Ley Número 255 (2002). Ley de Sociedades Cooperativas de Ahorro y Crédito de 2002. (P. del S. 1370) Recuperado de <http://www.lexjuris.com/lexlex/leyes2002/lex12002255.htm>
- Ley Número 261 (2004): Ley del Voluntariado de Puerto Rico, (P. del S. 2438). Recuperado el 21 de febrero de 2007, de <http://www.lexjuris.com/lexlex/leyes2004/lex2004261.htm>
- Ley Número 267 (2004): Ley sobre Política Pública de Desarrollo Sostenible. (P. de la C. 4185). Recuperado el 21 de febrero de 2007, de <http://www.lexjuris.com/LexLex/Leyes2004/lex2004267.htm>
- Ley Número 310 (2000): Ley para la prevención de la contaminación 2000, (P. de la C. 3065). Recuperado el 16 de febrero de 2007, de <http://www.lexjuris.com/LexLex/Leyes2000/lex2000310.htm>
- Ley Número 329 (2003): Para disponer que el tercer sábado de cada mes de septiembre se conocerá como “El Día Nacional de Limpieza de Playas”, (P. del S. 1752). Recuperado el 16 de febrero de 2007, de <http://www.lexjuris.com/lexlex/leyes2003/lex12003329.htm>
- Ley Número 411 (2000): Para enmendar la Ley para la Reducción y el Reciclaje de 1992. (P. Del S. 2573). Recuperado el 21 de febrero de 2007, de <http://www.lexjuris.com/LexLex/Leyes2000/lex2000411.htm>
- Ley Número 416 (2004): Ley sobre Política Publica Ambiental, (P. de la C. 4790). Recuperado el 16 de febrero de 2007, de <http://www.Lexjuris.com/lexlex/Leyes2004/lex12004416.htm>

ANEXOS.

Anexo A

Comparación entre las diversas definiciones de Responsabilidad Social Empresarial

Variables	Instituciones / Organismos	Investigadores / Estudiosos
Voluntario	<ul style="list-style-type: none"> • compromiso voluntario... • integración voluntaria... • iniciativa de carácter voluntario... • integración voluntaria con su gobierno y gestión... 	
Compromiso	<ul style="list-style-type: none"> • compromiso de la empresa para... • conjunto de compromisos de diverso orden... 	<ul style="list-style-type: none"> • es utilizar los recursos y compromisos de ... • es un conjunto de obligaciones y compromisos... • es el compromiso consiente y congruente...
Grupos de Interés	<ul style="list-style-type: none"> • desarrollo de la sociedad... • sus relaciones con los grupos de interés... • trabajando con los empleados,... • actividades sobre la sociedad... • contribuyendo al progreso social... • dialogo transparente con sus grupos de interés... • a las personas, a las comunidades... 	<ul style="list-style-type: none"> • la sociedad tiene ciertas expectativas... • parecen promover algún bien social... • con los grupos de interés... • va ha tratar a los grupos de interés de... -los grupos de interés existen dentro y fuera... • considerando las expectativas de todos sus participantes... - la gente, las comunidades...
Medio Ambiente	<ul style="list-style-type: none"> • preservación del medio ambiente... • preocupaciones medioambientales... • diverso orden medio ambiental... • respeto al medio ambiente... 	<ul style="list-style-type: none"> • producen en el ámbito medioambiental... • El medio ambiente natural es un grupo de interés. • considerando las expectativas de todos... -en lo ambiental... -demostrando respeto al medio ambiente...

continúa

Anexo A (continuación)

Económico	<ul style="list-style-type: none">• contribuir al desarrollo económico sostenible...• de diverso orden económico...• contribuyendo a la vez al progreso económico...• es lograr el éxito comercial de un negocio...• de forma tal que sean buenas para los negocios...	<ul style="list-style-type: none">• actividades dirigidas a obtener ganancias...• abarca unas expectativas económicas...• convierte un problema social en oportunidades económicas y los beneficios económicos en...• Lo social incluye responsabilidad económica...-mientras se mantiene la rentabilidad de la empresa...• cumplir integralmente con la finalidad de la empresa...• considerando las expectativas de todos...-en lo económico,...
Legal	<ul style="list-style-type: none">• cumplimiento con sus obligaciones legales...• cumplimiento estricto de las obligaciones legales vigentes...	<ul style="list-style-type: none">• dentro de un marco legal...• abarca unas expectativas legales...• es un conjunto de obligaciones y compromisos legales...
Ético	<ul style="list-style-type: none">• y un comportamiento responsable hacia...• en la que afirman los principios y valores por...• responsabilizándose así de las consecuencias...• cumpliendo con los valores éticos y el respeto a las...	<ul style="list-style-type: none">• y de costumbres éticas...• abarca unas expectativas éticas...• hacia la conducta apropiada de los...• es un conjunto de obligaciones y compromisos éticos...• la empresa éticamente o de una manera responsable...• demostrando el respeto por los valores éticos...
Desarrollo Sostenible	<ul style="list-style-type: none">• en el marco de un desarrollo sostenible.	

Fuente: Elaboración propia

Anexo B

Propósitos de las Instituciones Internacionales que fomenta la Responsabilidad Social Empresarial entre el período 1919 al 2006

Fechas	Instituciones	Propósito
1919	Organización Internacional del Trabajo (OIT)	Fomentar la justicia social, los derechos humanos y laborales internacionalmente reconocidos.
1948	Declaración Universal de los Derechos Humanos de las Naciones Unidas	Promover el respeto a los derechos y libertades de los pueblos y naciones.
1961	Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE)	Promover el crecimiento económico sustentable y de empleo y contribuir con la expansión de los países miembros y con el comercio mundial.
1977	Norma SA 8000	Auditar y certificar en las empresas el cumplimiento de la responsabilidad corporativa.
1986	<i>Caux Round Table (CRT)</i>	Promover el capitalismo moral para un mundo mejor.
1989	<i>Coalition for Environmentally Responsible Economies (Ceres)</i>	Integrar la sostenibilidad con los mercados de capital por el bienestar de la humanidad y de los recursos del planeta Tierra.
1992	<i>World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)</i>	Involucrar a las grandes multinacionales en los asuntos sustentables.
1992	La Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo	Establecer una alianza mundial, alcanzar nuevos acuerdos internacionales y reconocer la naturaleza independiente del planeta Tierra.
1995	<i>Corporate Social Responsibility Europe (CSR Europe)</i>	Apoyar a las compañías a integrar la RSC en sus prácticas diarias de hacer negocios.
1998	Iniciativa de Comercio Ético (ETI)	Identificar y promover buenas prácticas en la ejecución de los códigos de conducta laborales.

continúa

Anexo B (continuación)

1997	<i>Global Reporting Initiative</i> (GRI)	Desarrollar guías de Memorias de Sostenibilidad.
1999	Pacto Mundial	Brindar un aspecto humano al mercado mundial.
1999	Los Principios Globales de Sullivan de Responsabilidad Social	Trabajar a favor de los derechos humanos, la justicia social, la protección del medioambiente y las oportunidades económicas de todos los trabajadores
1999	<i>Fair Labor Association</i> (FLA)	Proteger los derechos de los trabajadores.
2000	La Cumbre del Milenio	Alcanzar para el 2015 una serie de metas y objetivos cuantificables.
2001	Comisión de las Comunidades Europeas	Fomentar un marco europeo para la responsabilidad de las empresas.
2002	Comisión de las Comunidades Europeas	Presentar el resultado del debate generado por la presentación del Libro Verde ante la comunidad europeas.
2003	Subcomisión de Promoción y Protección de los Derechos Humanos de las Naciones Unidas	Presentar las Normas sobre las Responsabilidades de las Empresas Transnacionales y otras Empresas Comerciales en la Esfera de los Derechos Humanos.
2006	Comisión de las Comunidades Europeas	Fomentar la cultura empresarial y promover la competitividad de la economía europea.

Fuente: Elaboración propia

Anexo C

Definición oficial del Estado Libre Asociado de Puerto Rico para Clasificar a las Empresas por Tamaño

Ley de Incentivos para la Generación y Retención de Empleos en PyMEs

Ley Núm. 2014 de 31 de julio de 2014

<http://www.lexjuris.com/lexlex/Leyes2014/lexl2014120.htm>

Artículo 1.3 Definiciones

Para fines de esta Ley, los siguientes términos, frases y palabras tendrán el significado y alcance que se expresan a continuación:

- (b) PyMEs- Comprende los siguientes tipos de negocios: (i) microempresas- generan un ingreso bruto menor de quinientos mil dólares (\$500,000) cada año, y emplean siete (7) empleados o menos; (ii) empresas pequeñas generan un ingreso bruto menor de tres millones de dólares (\$3,000,000) cada año, y emplean veinticinco (25) empleados o menos a tiempo completo o su equivalente según se define dicho término en esta Ley; y (iii) empresas medianas generan un ingreso bruto menor de diez millones de dólares (\$10,000,000) cada año, y emplean cincuenta (50) empleados o menos o su equivalente según se define dicho término en esta Ley.

Anexo D

Carta de presentación del cuestionario

___ de _____ de 20__

Sr. _____, Presidente
Nombre de la compañía

Estimado Sr. _____:

Soy estudiante del programa doctoral de la Universidad de San Pablo CEU, Madrid, España, así como profesora de la Escuela de Negocio y Empresarismo de la Universidad del Turabo. En estos momentos me encuentro realizando mi disertación doctoral, *La Responsabilidad Social Empresarial en los Sectores del Comercio, la Industria y las Entidades Financieras de Puerto Rico*. Con el resultado de esta investigación se podrá conocer y comparar los niveles de responsabilidad social de un grupo de empresas en Puerto Rico.

Por este medio solicito su apoyo completando el cuestionario adjunto. El tiempo estimado de duración es seis minutos. Se incluye un sobre con sello para devolver el cuestionario completado a mi correo postal.

Esta investigación cumple con los estándares de la Junta para la Protección de Seres Humanos en la Investigación (*Institutional Review Board, IRB*) el cual vela por el bienestar del ser humano para que su confidencialidad y dignidad no se vea afectada a través del estudio. Toda la información que usted proporcione será tratada de forma anónima y estrictamente confidencial.

Respetuosamente le solicito tome unos minutos de su ocupado tiempo para llenar el cuestionario. Confío que en diez (10) días laborales pueda completar el mismo y someterlo a mi atención. No dude en comunicarse conmigo si tiene alguna pregunta o duda referente a este asunto.

Gracias anticipadas,

Sra. Sylvia Cardona Colón
PO Box 143486
Arecibo, PR 00614-3486

Tel. (787) 616-4829

E-mail: scardona@suagm.edu ; scardona501@gmail.com

Anexo E

Hoja Informativa para el Cuestionario en el Idioma Español



Universidad CEU San Pablo - España
Programa Doctoral – Puerto Rico

HOJA INFORMATIVA

Introducción: Soy estudiante del Programa Graduado de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de San Pablo CEU y como parte de los requisitos, se requiere realizar una investigación dirigida a completar mis estudios doctorales. El propósito del estudio es describir y comparar la RSE en el sector del comercio, la industria y las entidades financieras en Puerto Rico desde la perspectiva de sus empleados. La muestra estará compuesta aproximadamente de 226 participantes que trabajen en posiciones administrativas relacionadas a la RSE de sus empresas.

Usted ha sido invitado a participar de este estudio con el propósito de conocer la orientación de la responsabilidad social, desde la perspectiva de los empleados de un grupo de empresas de Puerto Rico. La sociedad y los participantes se beneficiarán de este estudio por que podrán identificar donde las empresas se encuentran sobre cada responsabilidad y saber como perciben la ética en los negocios.

Antes de decidir si participará en el estudio, se le solicitará que revise las preguntas del cuestionario que acompaña esta Hoja Informativa. Si usted acepta, entonces responda el cuestionario de forma completamente anónima, proceso que debe tomarle aproximadamente diez minutos de su tiempo.

Riesgo de participación: Su participación es anónima. Por lo tanto, este estudio conlleva riesgo mínimo que podría incluir cansancio y dolor de cabeza.



Ana G. Mendez University System
Institutional Review Board (IRB)

Protocol No. 06-007-12
Approval Date 09/24/13
Expiration Date 09/23/14
Signature MCA

Página 1 de 2

Anexo E (continuación)



Universidad CEU San Pablo - España Programa Doctoral – Puerto Rico

Confidencialidad: Su participación en este estudio es completamente voluntaria y anónima. Para contestar el cuestionario no necesita incluir su nombre ni otro tipo de información que le pueda identificar. Los datos obtenidos de sus contestaciones en el cuestionario serán utilizados exclusivamente por la Prof. Sylvia Cardona Colón y sus mentores de la investigación y no serán compartidos por otras personas. Los cuestionarios serán almacenados bajo llave en el hogar de la investigadora por cinco años y luego serán triturados.

Derechos: Si después de leer este documento, usted decide participar, por favor entienda que su participación es voluntaria. Usted tiene el derecho de abstenerse de participar, retirarse en cualquier momento sin penalización o no contestar alguna pregunta del cuestionario.

Si desea más información sobre este estudio, favor de comunicarse con la Prof. Sylvia Cardona Colón a los siguientes teléfonos: (787) 616-4829, (787) 743-7979, Ext. 4697 o al correo electrónico scardona@suagm.edu. También, puede comunicarse con la Sra. Josefina Melgar, Coordinadora de la Oficina de Cumplimiento Institucional (IRB) - Turabo, al teléfono (787) 743-7979, Ext. 4126 o al correo electrónico jmelgar@suagm.edu.



Ana G. Mendez University System
Institutional Review Board (IRB)

Protocol No. 06-007-12
Approval Date 09/24/13
Expiration Date 09/23/14
Signature [Handwritten Signature]

Página 2 de 2

Anexo F

Cuestionario para la Investigación Cuantitativa en el Idioma Español

Universidad CEU-San Pablo-España
Programa Doctoral-Puerto Rico

Responsabilidad Social Empresarial

El objetivo del cuestionario es conocer cuál es la orientación de la responsabilidad social, desde la perspectiva de los empleados de un grupo de empresas en Puerto Rico. Le agradezco que tome unos minutos de su tiempo para contestar el mismo. En cada una de las siguientes aseveraciones marque con una "X" la respuesta seleccionada. El número cinco representa que para usted es muy importante; y el número uno, le indica que en nada es importante.

1 = Nada importante

2 = Poco importante

3 = Algo importante

4 = Importante

5 = Muy importante

Es importante en las empresas en Puerto Rico					PREMISAS	Es importante en mi empresa				
1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
Responsabilidad Económica										
					1. proveer información clara y precisa sobre los productos y servicios ofrecidos para obtener ganancias extraordinarias.					
					2. mejorar la imagen pública con la finalidad de fortalecer los márgenes de ganancia.					
					3. desarrollar actividades dirigidas a mejorar la moral del empleado con el objetivo de incrementar la productividad.					
					4. realizar solo aquellas negociaciones que produzcan ganancias.					
					5. lograr las metas de ventas dirigidas a alcanzar los objetivos económicos y financieros.					



Ana G. Mendez University System
Institutional Review Board (IRB)

Protocol No. 06-007-12

Approval Date 09/24/13

Expiration Date 09/23/14

Signature: [Handwritten Signature]

Anexo F (continuación)

Es importante en las empresas en Puerto Rico					PREMISAS	Es importante en mi empresa				
1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
					6. recuperar la inversión elaborando y mercadeando productos y servicio de la más alta calidad.					
					7. maximizar el uso de los recursos para ser más rentable.					
					8. mantener un volumen aceptable de ventas con el fin de honrar los compromisos económicos.					
Responsabilidad Legal										
					9. cumplir rigurosamente con las reglamentaciones estatales y federales al trabajar con productos peligrosos a la salud.					
					10. cumplir con las leyes y reglamentos para evitar conflictos laborales.					
					11. prever los efectos de una nueva legislación o reglamentación para cumplir con la misma.					
					12. proveer bienes y servicios a los clientes que por lo menos satisfagan los requerimientos mínimos exigidos por ley y los estándares de calidad.					
					13. evitar violaciones a los contratos de trabajo para mantener un alto nivel de eficiencia operacional.					
					14. cumplir con todas las leyes que protegen el medio ambiente y al consumidor como una medida útil de ejecución corporativa.					
					15. predecir las posibles consecuencias legales al vender algún producto o servicio sin las debidas advertencias requeridas por ley.					
					16. tomar decisiones a tenor con las leyes vigentes.					
Responsabilidad Ética										
					17. incrementar la responsabilidad ética y moral de la propia organización siguiendo un código ético interno.					
					18. proceder de acuerdo a los códigos de conducta para evitar daños innecesarios a los clientes.					
					19. proveer asistencia a instituciones sin fines de lucro que promuevan el bien de la sociedad.					



Ana G. Mendez University System
Institutional Review Board (IRB)

Protocol No. 06-007-12
Approval Date 09/24/13
Expiration Date 09/23/14
Signature [Handwritten Signature]

Anexo F (continuación)

Es importante en las empresas en Puerto Rico					PREMISAS	Es importante en mi empresa				
1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
					20. ofrecer productos o servicios que les provean beneficios a las comunidades locales.					
					21. reconocer el patrocinio de los consumidores mediante actividades que mejoren el entorno social, ambiental y cultural.					
					22. desarrollar y apoyar actividades que protejan el medio ambiente.					
					23. actuar profesionalmente en los procesos de evaluación de personal.					
					24. que los directivos actúen en forma ética en la toma de decisiones.					

Identificar con una marca de cotejo (X) el tipo de empresa en la que trabaja.

25. Comercio 29. Industria 35. Entidades Financieras

¿A cuál específicamente pertenece?

26. Vehículos de motor	
27. Supermercados	
28. Cadena de restaurantes de comida rápida	

¿A cuál específicamente pertenece?

30. Productos químicos	
31. Productos farmacéuticos	
32. Equipos eléctricos / electrónicos	
33. Bebidas	
34. Tabaco	

¿A cuál específicamente pertenece?

36. Banca Comercial	
37. Compañía de Inversión	
38. Cooperativa	



Ana G. Mendez University System
Institutional Review Board (IRB)

Protocol No. 06-007-12
Approval Date 09/24/13
Expiration Date 09/23/14
Signature MCS

Anexo F (continuación)

¿Cuál de los siguientes ingresos anuales se ajusta a la empresa en la actualidad?

39. Menor de \$100,000	
40. \$100,001 - \$2,000,000	
41. \$2,000,001 - \$4,000,000	
42. \$4,000,001 - \$6,000,000	
43. \$6,000,001 - \$8,000,000	
44. Mayor de \$8,000,001	

¿En qué departamento trabaja usted?

45. Presidencia	
46. Vicepresidencia	
47. Asuntos Corporativos	
48. Recursos Humanos	
49. Marketing	
50. Relaciones Públicas	
51. Otro:	

¿Cuántos empleados trabajan en su empresa?

Considerar empleados en nómina.

Género:

52. Femenino	
53. Masculino	

Edad:

54. Entre 21 – 30 años	
55. Entre 31 – 40 años	
56. Entre 41 – 50 años	
57. Entre 51 – 60 años	
58. Entre 61 – 70 años	

Muchas gracias por su colaboración.



Ana G. Mendez University System
Institutional Review Board (IRB)

Protocol No. 06-007-12

Approval Date 09/24/13

Expiration Date 09/23/14

Signature MCSH

Anexo G

Carta de presentación para la entrevista en profundidad

__ de ____ de 20__

Sr. _____, Presidente CEO
Nombre de la compañía

Estimado Sr. _____:

Soy estudiante del programa doctoral de la Universidad de San Pablo CEU, Madrid, España, así como profesora de la Escuela de Negocio y Empresarismo de la Universidad del Turabo. En estos momentos me encuentro realizando mi disertación doctoral, *La Responsabilidad Social Empresarial en los Sectores del Comercio, la Industria y las Entidades Financieras de Puerto Rico*. Con el resultado de esta investigación se podrá conocer y comparar los niveles de responsabilidad social de un grupo de empresas en Puerto Rico.

Como requisito de la disertación doctoral es necesario entrevistar a un grupo de ejecutivos del sector del comercio, la industria y de las entidades financieras. Por este medio le estoy solicitando la oportunidad de entrevistarle con el propósito de conocer sobre la responsabilidad social de su empresa.

Esta investigación cumple con los estándares de la Junta para la Protección de Seres Humanos en la Investigación (*Institutional Review Board, IRB*) el cual vela por el bienestar del ser humano para que su confidencialidad y dignidad no se vea afectada a través del estudio. Toda la información que usted provea será tratada de forma anónima y estrictamente confidencial.

Respetuosamente le solicito una cita para realizar la entrevista a su conveniencia. Usted puede comunicarse conmigo vía telefónica al 787-616-4829 o a los e-mail scardona@suagm.edu; scardona501@gmail.com. Gracias anticipadas por la atención que le brinde a este asunto. Adjunto las preguntas y la hoja informativa.

Gracias anticipadas,

Sra. Sylvia Cardona Colón
PO Box 143486
Arecibo, PR 00614-3486

Anexo H

Hoja Informativa para la Investigación Cualitativa en el Idioma Español



Universidad CEU San Pablo - Spain
Programa Doctoral – Puerto Rico

HOJA INFORMATIVA

Introducción: Soy estudiante del Programa Graduado de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad San Pablo CEU, como parte de los requisitos, se requiere realizar una investigación dirigida a completar mis estudios doctorales. El título del estudio es La Responsabilidad Social Empresarial en los sectores del Comercio, la Industria y las Entidades Financieras de Puerto Rico. El propósito del estudio es explorar las creencias que tienen los empleados de una muestra del sector del comercio, la industria y entidades financieras con respecto a la RSE de sus empresas. La muestra estará compuesta aproximadamente de seis participantes que trabajen en posiciones administrativas relacionadas a la RSE de sus empresas.

Usted ha sido invitado a participar de este estudio con el propósito de conocer la orientación de la responsabilidad social, desde la perspectiva de los empleados de un grupo de empresas de Puerto Rico. La sociedad y los participantes se beneficiarán de este estudio por que podrán identificar donde las empresas se encuentran sobre cada responsabilidad y saber como perciben la ética en los negocios.

Antes de decidir si participará en el estudio, se le solicitará que revise las preguntas guías de la entrevista que acompaña esta Hoja Informativa. De usted aceptar, favor de contestar a la entrevista de forma completamente anónima, proceso que debe tomarle aproximadamente veinte minutos de su tiempo. Además, usted indicará si autoriza el audio grabación de la misma.

Riesgo de participación: Su participación es anónima. Por lo tanto, este estudio conlleva riesgo mínimo que podría incluir cansancio, dolor de cabeza o ponerse nervioso.



Ana G. Mendez University System
Institutional Review Board (IRB)

Protocol No. 06-007-12
Approval Date 09/24/13
Expiration Date 09/23/14
Signature [Handwritten Signature]

Página 1 de 2

Anexo H (continuación)



Universidad CEU San Pablo - Spain Programa Doctoral – Puerto Rico

Confidencialidad: Su participación en este estudio es completamente voluntaria y anónima. Para contestar la entrevista no será necesario incluir su nombre ni otro tipo de información que le pueda identificar. Los datos obtenidos de sus contestaciones en la entrevista serán utilizados exclusivamente por la Prof. Sylvia Cardona Colón y sus mentores de la investigación y no serán compartidos por otras personas. La entrevista se transcribe y se presenta a los entrevistados para que corroboren lo que dijeron. Toda entrevista grabada se borrará. Las entrevistas transcritas serán almacenadas bajo llave en el hogar de la investigadora por cinco años y luego serán trituradas.

Derechos: Si luego de leer este documento, usted decide participar, por favor entienda que su participación es voluntaria. Usted tiene el derecho de abstenerse de participar, retirarse del estudio en cualquier momento sin penalidad alguna o no contestar alguna pregunta de la entrevista.

Si desea más información sobre este estudio, favor de comunicarse con la Prof. Sylvia Cardona Colón a los siguientes teléfonos: (787) 616-4829, (787) 743-7979, Ext. 4697 o al correo electrónico scardona@suagm.edu. También, puede comunicarse con la Sra. Josefina Melgar, Coordinadora de la Oficina de Cumplimiento Institucional (IRB) - Turabo, al teléfono (787) 743-7979, Ext. 4126 o al correo electrónico jomeigar@suagm.edu.



Página 2 de 2

Anexo I

Preguntas Guías para la Investigación Cualitativa en el Idioma Español

Universidad CEU San Pablo - España
Programa Doctoral – Puerto Rico

Responsabilidad Social Empresarial

Usted ha sido invitado a participar en este estudio cuyo objetivo es conocer la orientación de la responsabilidad social, desde la perspectiva de los empleados de un grupo de empresas de Puerto Rico. Si decide participar en la entrevista, usted responderá de forma anónima, lo que le tomará aproximadamente veinte minutos de su tiempo.

Gracias anticipadas,
Sylvia Cardona Colón

Entrevista

Hora de comienzo: _____

Hora en que finaliza: _____

1. ¿Cuáles son aquellas actividades internas y externas que su empresa desarrolla relacionadas al concepto de responsabilidad social?
2. ¿Cree usted que la responsabilidad social en su empresa se orientada más hacia lo económico, lo legal o lo ético? ¿Por qué?
3. ¿Por qué es importante que su empresa sea consistentemente rentable?
4. ¿En qué forma su empresa se beneficia al desarrollar actividades que mejoren la imagen pública de esta o la moral del empleado? Explique.
5. ¿Cuáles son algunas de las acciones que su empresa lleva a cabo para cumplir con las leyes que la regulan?
6. ¿Cuáles son las consecuencias para su empresa al evitar su responsabilidad legal?
7. ¿En qué forma su empresa se beneficia al tomar decisiones de acuerdo a un código ético?
8. ¿La responsabilidad ética de los directivos en su empresa promueve el bien común de los empleados? Explique.
9. ¿Por qué es importante que los directivos de su empresa asuman un compromiso con el servicio comunitario?
10. ¿Cuán importante es para su empresa ser ambientalmente responsable?
11. ¿La responsabilidad económica, legal y ética en su empresa, se debe llevar a cabo de forma independiente una de la otra? ¿Por qué?



Ana G. Mendez University System
Institutional Review Board (IRB)

Protocol No. 06-007-12

Approval Date 09/29/13

Expiration Date 09/23/14

Signature MCH

Anexo J
Carta para los Expertos

___ de _____ de 20__

Sr. _____

Estimado Sr. _____:

Me dirijo a usted con el propósito de solicitarle su colaboración en la validación del cuestionario sobre Responsabilidad Social Empresarial que usaré como técnica de recopilación de información que utilizare en mi disertación doctoral. Adjunto a la presente encontrará un documento referido al propósito del estudio, las preguntas de investigación del estudio, el propósito del cuestionario, una breve descripción del instrumento utilizado, la planilla de especificaciones, el instrumento para la validación por expertos y el cuestionario con todas sus partes.

Le agradezco la colaboración que pueda brindarme con sus recomendaciones y juicios sobre toda la estructura del cuestionario. Las recomendaciones hechas por usted representan un valioso aporte para mejorar el cuestionario.

Le reitero mis agradecimientos por su contribución

Atentamente:

Sylvia I. Cardona Colón
Doctoranda
Universidad CEU-San Pablo

Anexo K

Instrumento para la Validación por Expertos

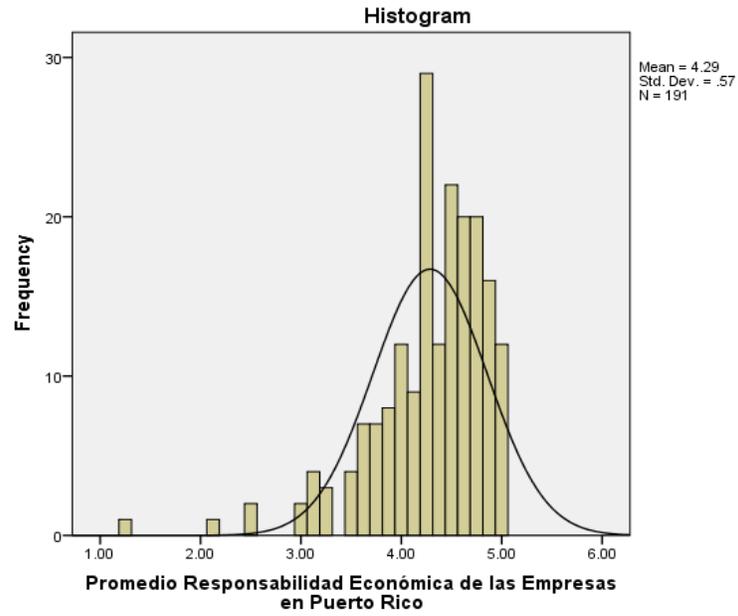
El grado de pertinencia, redacción y adecuación Bueno, Regular o Deficiente se señalará colocando una marca de cotejo en las casillas B, R o D respectivamente. La Pertinencia indica el grado de relación que pueda existir entre el ítem y el propósito del cuestionario. La Redacción indica el grado de calidad gramatical del ítem. La Adecuación indica si el ítem está de acuerdo o compagina con la escala utilizada en el cuestionario. La columna de observaciones servirá para realizar algunos señalamientos para los ítemes.

Ítem	Pertinencia			Redacción			Adecuación			Observaciones
	B	R	D	B	R	D	B	R	D	
1.										
2.										
3.										
4.										
5.										
6.										

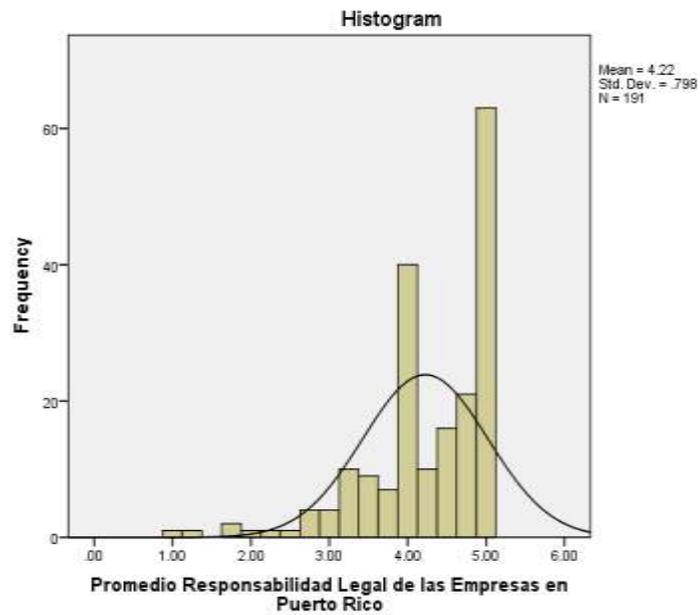
Anexo L

Curva de Distribución Normal

Responsabilidad Económica de las Empresas de Puerto Rico.



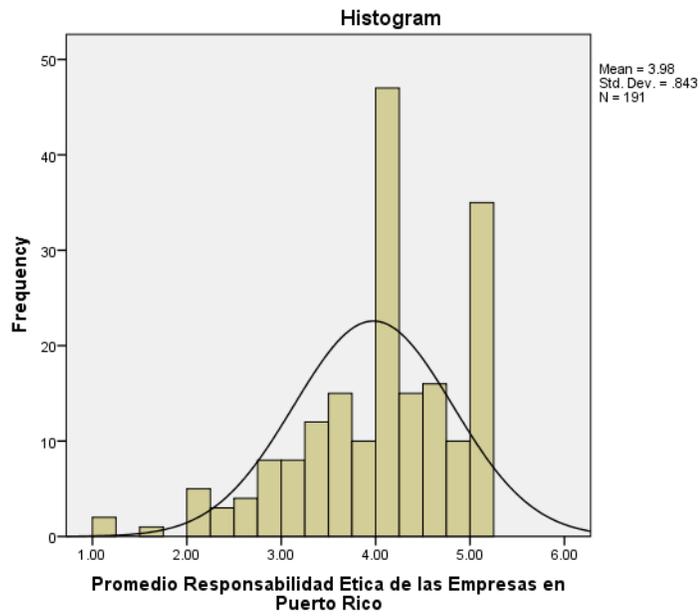
Responsabilidad Legal de las Empresas de Puerto Rico.



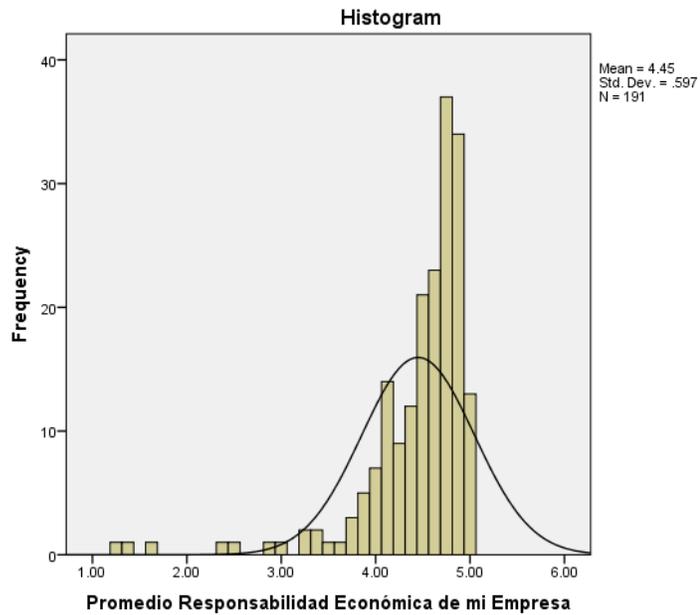
continúa

Anexo L (continuación)

Responsabilidad Ética de las Empresas de Puerto Rico.



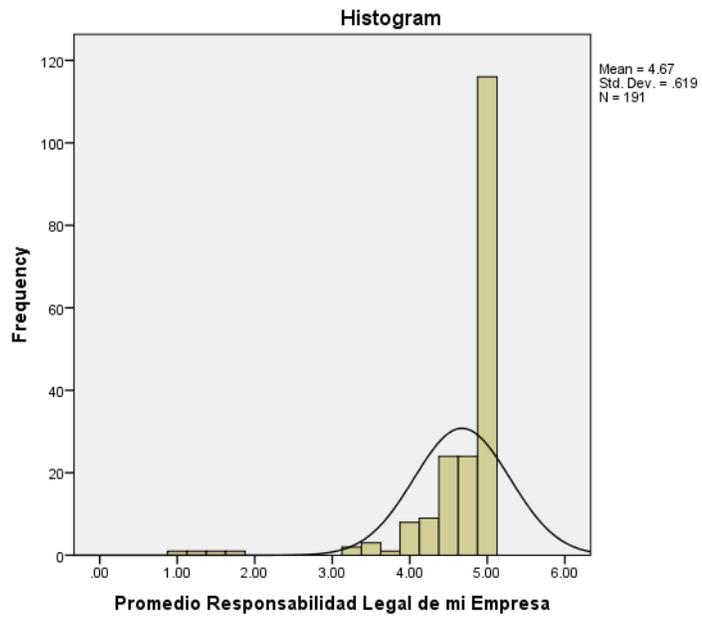
Responsabilidad Económica de mi Empresa.



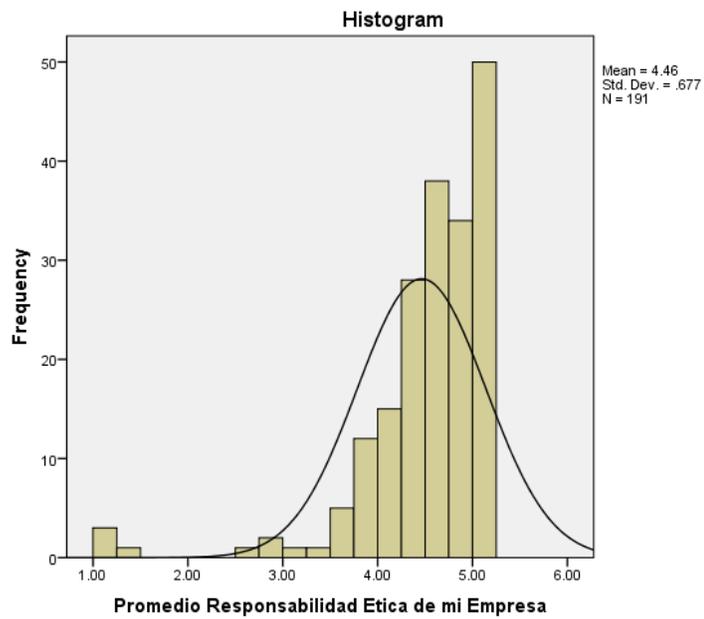
continúa

Anexo L (continuación)

Responsabilidad Legal de mi Empresa.



Responsabilidad Ética de mi Empresa.



Anexo M

Resultados de la Investigación Cualitativa

Categoría “Educación”

Como ejemplo de esta categoría se presenta lo expresado por el Sr. González quien explicó que la educación es uno de los principios del movimiento cooperativo.

Sr. González: Uno de los elementos con los cuales el movimiento cooperativo se relaciona mucho es la educación. Porque la educación es un pilar del cooperativismo. Por lo tanto, las causas que tienen que ver con la educación nosotros la fomentamos. Tenemos un programa de becas, en lo que uno cree es en lo que uno financia, decide, promueve, orienta.

Entrevistadora: Entonces, en este caso, ¿la cooperativa sólo está enfocada en la educación y es lo único que promueve?

Sr. González: Es una de ella. Hay educación a diferentes niveles. Educación para la gente, educación para el socio, por ejemplo en términos financiero. Hay diferentes niveles. Pero eso es uno de los pilares. Cualquier causa que sea educación, nosotros la fomentamos.

Entrevistadora: ¿Es la principal?

Sr. González: Es una de las principales. De hecho, nosotros tenemos un Comité de Educación que nace, que está adscrito a la Junta de Directores porque es uno de los valores principales del movimiento.

Otro participante, el Sr. Reyes expresa que la compañía que representa se preocupa que sus empleados tengan la oportunidad de estudiar una carrera relacionada a lo que la empresa produce. El programa de educación esta disponible para todos los niveles en la empresa. Sin embargo, reconoce que los empleados que están aprovechando la oportunidad trabajan en los puestos administrativos y que el grupo de producción no ha demostrado interés en este beneficio.

Sr. Reyes: Es una compañía que se preocupa por su empleomanía en términos no tan sólo de los beneficios que es lo que todo el mundo quiere medir de alguna forma, sino que también se preocupa que su empleomanía, sabiendo que tiene un retorno relativamente inmediato, sea una empleomanía que este entrenada, que esté debidamente entrenada, que tenga conocimiento, que se convierta hasta cierto modo en expertos en la materia. Por lo tanto, como parte de la responsabilidad social en este caso, con sus socios que

serían los empleados, aquí hay programas de entrenamiento, aquí hay programas de mejoramiento continuo, hay programas de educación. Se le pide a sus empleados o le indican que si ellos quisieran estudiar una carrera que entiendan que es aplicable a lo que nosotros hacemos, que la sometan. Pasa por un comité y hasta ahora, en este grupo, hemos tenido como ocho personas que incluso se han graduado de bachillerato. Aquí un empleado que pueda probar que quiere estudiar algo, que no tan solo va a ser necesariamente un bachillerato, sino por ejemplo, nosotros aquí tenemos mecánicos y operadores. Si alguno de ellos quisiera, puedo dar un ejemplo, tomar un taller de soldadora o de primeros auxilios, cosa como esas, la compañía generalmente fomenta que eso se haga porque sabe que un grupo bien entrenado va a tener un efecto directo.

Entrevistadora: Lo ideal es que todos tengan esa oportunidad, que tengan el deseo de superación y que lo sepan aprovechar.

Sr. Reyes: Lamentablemente no está pasando. El programa está disponible para todo el mundo aquí. Incluyendo para mi posición y una vez estuvo disponible, todavía está disponible para post graduado. Sin embargo, entre más cercano al *blue collar*, al grupo de producción o menos elaborado el puesto, no menos importante, pero menos elaborado nos ha dado más trabajo poder reclutar. Y que ellos mismos entienden que va desde un curso en computadora, que te sirve para lo que seas que quieran hacer por el resto de su vida.

También, el Sr. Reyes expresa que no importa que los empleados de producción tengan y cobren una beca. La compañía le rembolsa el coste de los estudios por las notas de A, B y C que obtuvieron.

Sr. Reyes: Incluso, se lo he puesto de manera que si alguno de ellos cualifica para beca, no importa. La compañía, aquí le va a rembolsar su coste de matrícula, es por nota. La A se rembolsa en un 100 por ciento, la B me parece que van hasta un 90 por ciento, las C hasta un 80 por ciento y la D y la F son gratis. Esas no hay desembolso de ninguna clase. Eso lamentablemente corre por cuenta de ellos. Se fomenta que lo hagan bien, que lo hagan de esa forma y si tienen su beca, cobran la beca y de igual forma la compañía le rembolsa. La compañía no mira el hecho de que tengas una ayuda. Se le rembolsa el coste directo y aun así no le llaman, no logro captar la atención. El programa existe, es parte de la responsabilidad social que tiene esta compañía con su grupo, con su empleomanía, está disponible. No lo han tocado, aun en los momentos más precarios que haya tenido esta compañía por la baja en volumen.

Categoría “Comunidad”

La Sra. Jiménez respondió que las actividades externas relacionadas a la responsabilidad social que desarrolla la empresa están muy conectadas a la comunidad.

Sra. Jiménez: Y entonces, el apoyo filantrópico, que es a las comunidades. Nosotros somos una empresa que trabaja mucho con el sector sindical, el sector religioso, las universidades y el sector sin fines de lucro. Y son nuestros clientes, pero más allá de ser nuestros clientes, pues todo tipo de actividad que nosotros podamos apoyar, la vamos apoyar. Ya sea, sirviendo como oradores invitados en conferencias, participando de mesa redonda, discusiones o participando económicamente en apoyo en lo que se nos es posible, lo vamos hacer. Estamos haciendo mucho trabajo en el sector público, de apoyar la rama legislativa, la rama ejecutiva, evaluación de modelos económicos. Y eso son cosas que se hacen, porque se hacen, porque somos ciudadanos responsables, porque entendemos nuestro rol como ciudadano responsable tanto corporativo como individuo. Y es algo que yo personalmente *encourage*, es la palabra en inglés, yo animo, invito, a lo más posible a que hagan todos los miembros del equipo de la empresa.

Otro participante, el Sr. Reyes expresó que la empresa matriz le solicita al directivo un número de horas para realizar trabajo comunitario.

Sr. Reyes: Actividades externas, quizás esta entrar dentro del grupo filantrópico, por que ciertamente ABC a nosotros nos monitorea y a esta compañía le exige que nosotros hagamos actividades extracurriculares con la comunidad. A mi me exigen y esta dentro de mis expectativas, para el año dentro de la compañía, a mi me exigen que yo debo presentar en esta compañía y fomentar que haya cierta cantidad de horas anuales en actividades. Por ejemplo, el año pasado nosotros terminamos con más de 1,000 horas. Teníamos al compañero que es ingeniero ambiental que participa en varias actividades. Va ha las playas recogiendo basura y hace otro tipo de actividades. Tenemos otro compañero que estaba de *coach* en un equipo de pelota para niños con su hijo. El era el *coach* y cualificaba. Yo estaba participando en varias asociaciones. Entre una de ellas, es dentro de la comunidad en donde yo vivo. Yo era parte de la directiva de la comunidad de la urbanización, también cualificaba. Reunimos todas las horas, se no hizo prácticamente transparente porque eran cosas que ya estábamos haciendo y cualificaron y es lo que fomentamos. Le pedimos a todos, hay un compañero que esta muy activo en su Iglesia y es pastor de jóvenes, también cualificó. La compañía lo monitorea, lo establece como objetivo y de nuevo nos monitorea, nos exige que al fin de año debamos hacer algo. No nos obliga, pero si es parte de mi evaluación. Hay que presentar algo y si no se presenta ellos típicamente hablan contigo. Esto es, te dan un ejemplo, un coaching para que estas cosas se hagan. Eso sería un ejemplo de una actividad externa.

Entrevistadora: y ¿le piden un mínimo de horas?

Sr. Reyes: Ciertamente no piden un mínimo de horas, si yo le presente 1,000 horas el año pasado pues a lo mejor este año quieren que no haga menos de 800 pero tampoco me dicen que tengo hacer 1,000 o 1,200 horas. Sino se monitorea de otra forma por que estas cosas pueden variar. Pero lo importante es que se haga algo. Si yo, por ejemplo, en vez de 800, que no lo es, no menos de eso, entonces yo le voy a presentar 500, no hay problema porque lo importante es que se haga algo.

Categoría “Responsabilidad Legal”

Como ejemplo de esta categoría la Sra. Jiménez expresa que tiene que haber un balance entre la responsabilidad económica y la ética dentro del entorno legal. Establece claramente que hay que respetar la ley y que de no hacerlo cierran la compañía.

Sra. Jiménez: Pero, si ese es un motor que nos mueve en este momento, yo te diría que es más un balance entre lo económico y lo ético. Y sí dentro del entorno legal. No podemos evitar lo legal, porque el entorno legal es el que te dice, pues, por ejemplo, en términos de los beneficios a empleados. El marco legal, yo te diría, desde ese punto de vista y también nosotros estamos regulados. El marco legal que nos rige tenemos que respetarla, tenemos que ser responsables en ese sentido, porque si no nos cierra. Y eso sí, también tiene un efecto material.

Categoría “Responsabilidad Ética”

Como ejemplo de esta categoría se ubica lo expresado por la Sra. Jiménez.

Sra. Jiménez: Nosotros no hacemos las cosas que hacemos porque las tenemos que hacer o porque nos vemos obligados hacerlas por ley. Las hacemos porque nos hace sentido. Es como el sentido común. Yo diría que probablemente hay un peso ético, una pisada hay ética... que hay unas cosas que nosotros entendemos que tú las haces porque... porque es lo correcto, porque es lo justo. No querer sacarle partida a una oportunidad sencillamente porque le puedes sacar partida... y lamentablemente, verdad, uno ve eso todos los días. Nosotros aquí damos muy serias consideraciones, inclusive de clientes que queremos servir y no queremos servir, en función de ¿Cuál es el *standing* de esa otra entidad o de ese individuo en esta comunidad?

El siguiente participante explica que la responsabilidad ética fomentan las prácticas de negocios éticas.

Sr. Alicea: Mucha gente que esta buscando hacer negocios en una empresa como, por ejemplo, alguien que quiere establecer un negocio de comida aquí buscará una empresa, buscará quienes hay en panadería o repostería en Puerto Rico que estén afiliados al BBB. Además, de que ayuda a identificar le da el confort a la gente que esta haciendo negocio con nosotros, que esta haciendo negocio con una empresa ética que se adhiere a esas normas de carácter.

Categoría “Responsabilidad Económica”

Como ejemplo de esta categoría se ubica lo expresado por la Sra. Jiménez.

Sra. Jiménez: Pero, muchas de estas cosas, también son bien costo efectivas, hay un impacto económico en uno ser eficiente. Hay materialidad en la responsabilidad corporativa. Hay materialidad en tu reducir tus costos de operación, en reducir los gastos de energía, el ser más eficiente en uso del agua, en ser más eficiente en el uso del papel. O sea, que la conservación de recursos naturales tiene una ventaja económica, que yo creo, más y más se esta materializando y se esta calculando

Otro participante, el Sr. González se explica su responsabilidad económica de la siguiente forma.

Sr. González: Nosotros trabajamos más con lo económico. O sea, la base, la base es económica porque nosotros ofrecemos unos beneficios y unos servicios que son de naturaleza económica.

Categoría “Gastos Operacionales”

Se le preguntó al Sr. González y se expresó de la siguiente forma.

Sr. González: Por ejemplo, nosotros nos preocupamos por que haya suficiente capital para respaldar la inversión que hacen los socios. Nosotros, la cooperativa tiene que tener y eso sí que está regulado por ley, un por ciento de capital requerido y nosotros siempre estamos buscando estar por encima de esa cantidad. Ahora mismo, nosotros estamos como un cinco por ciento por encima de esa cantidad que se nos requiere. He... nosotros miramos la parte del éxito económico, también, porque al igual que otras empresas nosotros tenemos empleados asociados y nosotros tenemos que cumplir con unos aumentos consistentes que hay en términos de los gastos operacionales: salarios, beneficios marginales como retiro, informes, etc.

Categoría “Productividad”

Como ejemplo de esta categoría se ubica lo expresado por el Sr. Reyes.

Sr. Reyes: Todo lo que nosotros hacemos está orientado a que un empleado contento, conforme en su entorno y con su compañía, va hacer un empleado más productivo. Más productividad como usted sabe trae otros beneficios.

En esta participante vemos como lleva a cabo el proceso para cumplir con las leyes que la regulan.

Sra. Jiménez: Y nosotros hemos armado todo un protocolo procesal y de recurso humano para cumplimiento con todos los reglamentos que nos gobiernan. En adición a montar el

protocolo, es un protocolo vivo. Es un protocolo donde los componentes interactúan continuamente, reuniones de comités de cumplimiento, levantar documentos, pequeñas auditorías internas periódicas cada 90 días para cumplir con, asegurar que estamos cumpliendo con los reglamentos. Tenemos asesores externos que nos hacen auditorías independientes anualmente para asegurarnos que estamos cumpliendo. Es un protocolo de cumplimiento multinivel. Y es continuo, como te digo, las auditorías externas, es que aquí mensualmente hay una reunión de comité de cumplimiento donde se informan los informes que se prepararon, lo que esta en calendario para este trimestre, asegurar que los documentos que nos requieren mensualmente, pues se entregaron en el mes, que los que se van a requerir en el trimestre se entregaron en el trimestre.

Otro participante, el Sr. Alicea dijo lo siguiente:

Sr. Alicea: Bueno, nosotros tenemos aquí, yo manejo todo el asunto legal de la empresa y tenemos personal que se llama de *compliance*, que son los que están trabajando continuamente para asegurarse que nosotros cumplimos con todas las normas regulatorias que nos requiere el gobierno para renovar la licencia.

Categoría “Cierre de la Empresa”

En la siguiente conversación, se observa como la Sra. Jiménez respondió inmediatamente a la pregunta.

Sra. Jiménez: Sí, nos cierran, cierran, vienen te lo quitan, te quitan la licencia y te dicen ya no puedes funcionar.

Entrevistadora: Así de drástico.

Sra. Jiménez: Así de drástico es. Juntas financieras, quiebras o cierre. Porque hay empresas que no cierran, no las cierran pero las quiebran por las multas, por los gastos legales por lo que hay que incurrir en esto.

Otro participante, el Sr. Alicea, también expresa que puede haber multas y cerrar la empresa.

Sr. Alicea: Las consecuencias es que pueden haber multas, pueden cerrar la empresa. El FDA tiene la facultad de que si llega y encuentra unas condiciones sanitarias no adecuadas o que no se este cumpliendo con alguna reglamentación con la leyenda que aparece en los empaques, cada empaque tiene que identificar todos los productos utilizados en la manufactura o elaboración de ese producto. Si hay algún ingrediente que no se menciona, hay cuando ellos vienen y ven una cosa como esa hacen un *recall*. Recógeme toda esa mercancía que salió y te ponen multas, hay que hacer un *disclosure*,

sacar avisos en el periódico para el que lo compró, hacer una devolución para el que lo tenga en la casa, hay que darle un crédito. Nosotros nunca hemos pagado, nunca, una reclamación de productos de baja calidad.

Categoría “Transparencia”

El Sr. González respondió de la siguiente forma cuando se preguntó sobre el código de ética y el beneficio hacia la empresa.

Sr. González: ¿En que nosotros nos beneficiamos? Bueno... yo creo que una de las cosas que más respeta la gente es la transparencia. Este... cualquier organización debe ser transparente ante su público y ante la gente que sirve. Y los códigos de ética una de las funciones es... demuestran que esa organización es transparente. Lo que llaman el *face value*. La organización es lo que representa, no hay nada escondido. Así que el código de ética, número uno, te da una imagen de transparencia que es lo tu debes mostrar a tu gente.

En la siguiente conversación, se muestra como la Sra. Jiménez responde a la pregunta.

Sra. Jiménez: Parte de nuestro manual de cumplimiento contiene un código de ética y aquí hay un proceso de educación continua de todos los empleados sobre el manual de cumplimiento y el código de ética. El código de ética se centra en un principio fundamental que es el estándar fiduciario, que es que nosotros nos debemos al mejor interés de nuestros clientes.

Entrevistadora: Yo entre a la página del *Securities & Exchange Commission* y vi un reglamento enmendado que dice que toda compañía de inversión registrada tiene que tener un código de ética.

Sra. Jiménez: Sí, eso empezó en agosto del 2004 y se tiene que tener un manual de cumplimiento, se tiene que tener un *Chief Compliance Officer*, se tiene que tener un código de ética como parte de ese manual. Y si vas a la nuestra página, y bajas el *settlement*, porque una de las cosas que nos hicieron poner en nuestro sitio en la Internet, lo que vas a ver es el código de ética. Porque el código de ética tiene que ver con transparencia, tiene que ver con no anteponer los intereses de la empresa a los intereses del cliente.

Categoría “Conducta ética del directivo”

El Sr. González se expresa de la siguiente forma cuando se pregunta si con su ejemplo promueve el bien común de los empleados.

Sr. González: Seguro que sí, definitivamente. En la medida en que tú eres ético, tú facilitas, número uno; el trabajo de los empleados, número dos; las relaciones entre los empleados y número tres; las relaciones entre empleados y funcionarios electos como somos nosotros. Seguro que sí, mantiene un ambiente positivo en toda la organización general. No tienen que estar respondiendo a peticiones antiéticas. Así que en la medida en que uno es ético y no utilizar el poder de forma inadecuada eso le da una garantía al empleado de poder desenvolverse.

Otro participante, el Sr. Alicea expone lo siguiente:

Sr. Alicea: Con mucho gusto hemos salvado nuestro trabajo. En ese sentido somos responsables y compartimos eso con ellos y le explicamos porque es importante que se cumpla con esas normas. Así que pues, esa es la mejor forma de garantizar que se beneficien todos los empleados. Es que es un equipo, sino se trabajan en conjunto pueden verse sin empleos. Todos aquí podemos acabando quedándonos fuera.

Categoría “Importancia del Servicio Comunitario”

Como ejemplo de esta categoría se presenta lo expresado por el Sr. Reyes.

Sr. Reyes: En mi carácter personal yo lo promuevo. Yo creo y es una política muy personal mía, yo creo que uno ha sido bien agradecido en tener un buen trabajo, en las cosas que se hayan logrado. Hay que devolver un poco de lo uno haya recibido, por poco o mucho que sea, siempre hay que devolver un poco a los demás. En la manera en que se devuelve, no es queriendo hacer grandes obras, sino actos cotidianos, pequeñitos que ayuden a otra persona y si tú logras convencer que ese otro también devuelva ese favor a alguien más adelante, cuando antes que te des cuenta, tienes una cadena completa de personas haciendo otras cosas. Yo soy muy partidario de eso.

La siguiente participante manifiesta que la participación en el servicio comunitario tiene un doble propósito.

Sra. Jiménez: Es importante por dos razones. Es importante porque yo creo que la empresa, yo escojo que esta empresa fomente, esa es la palabra que buscaba, que fomente en sus empleados un sentido de que ellos no viven solos. De que ellos son parte de un tejido comunitario mucho más grande. Más allá de su familia, más allá de los vecinos y que en la medida en que son empleados de esta empresa, ellos representan esta empresa donde quieran que se paran. En la medida en que ellos comprendan que es importante, que abona a la calidad de vida de uno. Uno ser parte, de algo que es más grande que uno. Yo no los puedo obligar, pero lo oyen de mí continuamente, porque yo estoy metida en juntas de directores, en cantidad de cosas que dan muy buen negocio. Sí, vamos a ser egoístas, también es bueno porque en esas juntas, ese servicio comunitario uno se sorprende la cantidad de personas que uno conoce, que en el caso nuestro caso se han convertido en clientes. Y sin embargo, porque ven en uno, un espíritu de cooperación, un

desprendimiento de su tiempo y de su recurso, eso ha abonado a una imagen positiva de la empresa. Así que lo podemos mirar desde un punto de vista altruista o lo podemos mirar desde el punto de vista puramente oportunista, como quiera el país gana, el país gana.

Categoría “Medio Ambiente”

La Sra. Jiménez respondió de la siguiente forma cuando se preguntó sobre la importancia de la responsabilidad ambiental.

Sra. Jiménez: Hay un aspecto económico bien básico, ambientalmente responsable para nosotros es, reducir nuestro uso de recursos naturales todo lo más posible. Que nuestro ambiente es la luz, o sea la energía, el agua, el papel... y la creación de desperdicios. Entonces, pues, ¿Por qué es importante? ¿Por qué?, porque impacta al presupuesto. Yo creo que es bien importante porque primero afecta el *botton line*, pero también, porque tenemos que concienciar que esto es un problema global.

Categoría “Integración de las tres responsabilidades”

El Sr. González respondió así a la pregunta que se le formuló:

Sr. González: No, yo creo que se interrelacionan totalmente. No hay forma de que tú cumplas con parámetros legales si tú no eres ético y no hay forma de que tú seas económicamente efectivo si no cumples con los parámetros legales. Están tan, tan unidas que separar una de la otra te hace daño.

Otro participante, la Sra. Jiménez se expresa de la siguiente manera:

Sra. Jiménez: En nuestro negocio no se pueden independizar. No pueden caminar por carriles independientes porque uno toca a la otra y toca la otra. Muy poco de lo legal, es poco ético. Lo ético y lo legal verdaderamente van de la mano. Y los costos relacionados con no hacer las cosas bien echas nos pueden quebrar. No vale la pena hacer la cosa medio dobla por ganarse 1,000 pesos más cuando el riesgo que te corres es que te cueste cien veces eso. En una multa, en una investigación o que cierren por problema de credibilidad que no se puede recuperar. Para nosotros van todos de la manito y para nosotros son los pilares de todo lo que hacemos aquí... que más te puedo decir.

