

Importancia De La Relación Entre La Responsabilidad Social Empresarial Y Los Grupos De
Interés En Las Organizaciones

Jorge Fabian Mantilla Lizcano

Universidad De Pamplona
Facultada De Artes Y Humanidades
Comunicación Social

Cúcuta

2016

Importancia De La Relación Entre La Responsabilidad Social Empresarial Y Los Grupos De Interés En Las Organizaciones.

Resumen

El presente ensayo busca identificar el funcionamiento ideal de una empresa con el objetivo de lograr la mayor productividad en sus procesos, servicios y productos, contando con un capital humano, obteniendo los ideales de competitividad y éxito organizacional. Siendo necesario contextualizar el desarrollo organizacional, determinando la responsabilidad social que compete a la empresa. Lo anterior indica la cuestión histórica en relación a los estudios de los procesos que se presentan en una organización o empresa a modo de introducción; sin embargo, es fundamental contextualizar el marco empresarial sobre la relación que existe entre los grupos de interés en la formulación de estrategias de Responsabilidad Social Empresarial. En este sentido, implica a los seres humanos en procesos de adaptación, con el objetivo de satisfacer necesidades y mantener un equilibrio emocional; buscando analizar la motivación de las personas que se agrupan por un interés colectivo, por lo tanto los grupos de interés o stakeholder son individuos con determinados intereses. La valoración de estos procesos debe centralizar el aspecto de relevancia del ser humano, focalizando actualmente estas relaciones basadas en términos de economía como principal fuente para la generación de alianzas entre los grupos de interés y las empresas; estableciendo el rol que juegan dándose a conocer a las organizaciones necesidades específicas que sean causantes de un mal rendimiento dentro del clima organizacional. Además, cabe recordar que dichos grupos de interés requieren de los aportes de las diversas y múltiples áreas de las organizaciones, pues estas pueden analizar, intervenir y

mejorar en la interacción que tienen estos grupos con los procesos organizacionales como lo es la responsabilidad social empresarial.

Abstract

This essay seeks to identify the ideal functioning of a company with the objective of achieving the highest productivity in its processes, services and products, with a human capital, obtaining the ideals of competitiveness and organizational success. It is necessary to contextualize the organizational development, determining the social responsibility that belongs to the company. This indicates the historical question in relation to the studies of the processes that are presented in an organization or company by way of introduction; However, it is essential to contextualize the business framework on the relationship between stakeholders in the formulation of Corporate Social Responsibility strategies. In this sense, it involves human beings in processes of adaptation, with the objective of satisfying needs and maintaining an emotional balance; Seeking to analyze the motivation of the people that are grouped by a collective interest, therefore the interest groups or stakeholder are individuals with certain interests. The valuation of these processes must centralize the aspect of relevance of the human being, currently focusing these relations based in terms of economy as the main source for the generation of alliances between the interest groups and the companies; Establishing the role they play by making known to organizations specific needs that are causing poor performance within the organizational climate. In addition, it should be remembered that these stakeholders require the contributions of the various and multiple areas of organizations, as these can analyze, intervene and improve in the interaction that these groups have with the organizational processes such as corporate social responsibility.

Responsabilidad Social Empresarial Y Grupos De Interés

Las empresas funcionan como un sistema complejo que, entre otras cosas, buscan la mayor productividad en sus procesos, servicios o productos, contando para ello con un capital humano, esencial a la hora de lograr los ideales de competitividad y éxito organizacional. Por esto, se debe reconocer que tanto los colaboradores, quienes constituyen la base de un sistema empresarial exitoso, como los demás grupos de interés, a los cuales van dirigidas - directa o indirectamente- las acciones, son imprescindibles para garantizar la estabilidad, crecimiento, reconocimiento y aumento de utilidades de una organización. Es así como se hace importante gestionar formas de relaciones públicas permanentes con cada uno de estos públicos, resaltando al mismo tiempo la necesidad de hacerlo responsablemente y con un sentido social, pues, finalmente, son ellos, al igual que la empresa, parte fundamental de una sociedad a la cual debe servir como organización al tiempo que de ella se beneficia. .

Se propone, entonces, acercarse de manera progresiva a los aspectos que conllevan a incluir procesos de responsabilidad social empresarial, direccionando la misma a los denominados grupos de interés. De esta manera se hace necesario contextualizar el desarrollo organizacional y sus principales fenómenos estudiados, con el objeto de llegar a la dimensión de responsabilidad social que le compete a la empresa.

En este punto, es importante la comprensión histórica de la administración como ciencia que ha permitido el desarrollo de los diversos análisis de los fenómenos organizacionales. De allí que es preciso retomar aspectos asociados a las teorías clásicas de la administración, desde los

aportes de Taylor y Fayol. Para ello, Dávila (2001) y Gorbaneff (2011) han recopilado aspectos puntuales de los aportes realizados por los autores mencionados a los estudios de la administración de las organizaciones, que dan base a los procesos de análisis de dichos fenómenos.

Es así que Taylor resalta los principios básicos de la administración científica, que se fundamentan en varios principios (:) el de la preparación, que se basa en la selección adecuada de los trabajadores, el de control, centrado en el sistema que permite controlar los procesos y tareas y, por último, el de la ejecución, que se caracteriza por la distribución de las responsabilidades del trabajo para la ejecución disciplinada, como lo argumentan Dávila (2001) y Gorbaneff (2011).

Por otra parte, Dávila (2001) y Gorbaneff (2011) exponen de la teoría clásica de Henry Fayol quien menciona una serie de 14 fundamentos o principios administrativos, los cuales a nivel general se precisan a continuación (:) la división del trabajo, la autoridad y respeto, la disciplina, la unidad de mando, la unidad de dirección, la subordinación de trabajo, remuneración del personal, la centralización, las jerarquías, la orden, la equidad, la estabilidad, la iniciativa y el espíritu de equipo. Estos principios son los que para Fayol generan y afianzan la capacidad de administrar las estructuras organizacionales.

Estos dos grandes aportes, han sustentado las bases de los análisis tanto estructurales de una organización como también la línea base para la evolución de los estudios acerca del comportamiento humano en el trabajo. Cabe resaltar que la diferencia entre los aportes de Fayol y Taylor fue el uso del tiempo, comprendiendo que Fayol se centró estrictamente en lo estructural de la organización y Taylor se enfocó más en los métodos y medios para el trabajo en pro de la eficacia.

Sin embargo, se reconoce que la administración científica y la teoría clásica fueron métodos apropiados para atender los requerimientos de su época en términos de la evolución social y cultural. En este sentido, si bien asentó las bases para el desarrollo de los análisis de las empresas y organizaciones orientados a los procesos y la estructura, no pasó mucho para que se dirigieran al análisis de un factor clave para la vida de las empresas como lo es el ser humano.

Ahora bien, lo anterior indica la cuestión histórica en relación a los estudios de los procesos que se presentan en una organización o empresa a modo de introducción; sin embargo, es fundamental contextualizar el marco empresarial sobre la relación que existe entre los grupos de interés en la formulación de estrategias de Responsabilidad Social Empresarial. Según Chiavenato (2007) (: “Una organización existe solo cuando hay personas capaces de comunicarse, que están dispuestas a contribuir en una acción conjunta, a fin de alcanzar un objetivo común” (p.6). Lo anterior refiere a la importancia de la comunicación entre las personas que conforman una organización u empresa y el trabajo en equipo para alcanzar sus intereses, resumidos en la importancia de la cultura y el clima organizacional.

Se reconoce, entonces, que uno de los elementos primordiales es el rol del ser humano en la interacción cotidiana en el contexto laboral. De allí que el papel de las diversas disciplinas que estudian estos componentes se focalicen no solo en lo estructural de la organización, sino que se expandan a los procesos que recaen sobre el ser humano, como los de responsabilidad social, por ejemplo.

Entonces, retomando lo que son los axiomas de la comunicación mencionados por Watzlawick y Cols (1985, citados por Arango, Rodríguez, Benavides y Ubaque, 2016), se conoce como el primero aquella posibilidad que tienen los seres humanos para enviar un mensaje que generará una movilización de conducta de quien participe de ella, es decir, que aquellos

fenómenos conductuales, emocionales o de jerarquía que ocurran al interior de una institución u organización podrán repercutir en el accionar de todos los que tengan contacto con ella, siendo así, una pieza clave para la responsabilidad social empresarial, el que aquel impacto conductual y emocional hacia el exterior, horizontal y vertical ascendente o descendente dentro de las labores de la organización sean un factor potencializador para la satisfacción, propiciando adecuadas pautas de relación y convivencia, para el mejoramiento de la dinámica social.

En este sentido, los seres humanos están implicados en procesos de adaptación en gran variedad de situaciones, con el objetivo de satisfacer necesidades y mantener un equilibrio emocional. Esta adaptación varía de una persona a otra debido a sus características individuales. La salud mental sería un buen sinónimo de aquel proceso de adaptación y es cuando la persona se encuentra bien consigo misma, entabla buenas relaciones interpersonales y es capaz de enfrentarse a obstáculos diarios de la vida. Lo anterior se refiere al clima organizacional, que se da gracias al ambiente interno entre los miembros de la organización y está íntimamente relacionada con el grado de motivación de sus integrantes, es por ello que Maslow (1943) diseñó una Teoría de Jerarquía de Necesidades, proponiendo una pirámide que va desde las necesidades más básicas del ser humano hasta las más complejas para lograr una autorrealización.

Es de reconocer que para las organizaciones es importante los procesos de cambio motivacional, esto no sería reconocible si no se hubieran desarrollado mecanismos de análisis de la motivación de las personas referente a la organización. En este sentido Maslow, desde la década del 40 del siglo pasado, referencia en su jerarquía de las necesidades (que) la organización puede y debe tener en cuenta para un adecuado proceso que motive a las personas.

En principio, la motivación surge de la satisfacción de los diferentes niveles de necesidad, y que Maslow agrupó en orden ascendente (:) necesidades fisiológicas, de seguridad, de

reconocimiento o estima, necesidades sociales y necesidades de auto-superación o de auto realización. El cumplimiento continuo de cada una de ellas permite sostener aspectos motivacionales que conlleven al bienestar de la persona en su ambiente de trabajo, de allí surge como complejidad no solo adecuar procesos de forma individual, sino que es necesario definir aspectos que se focalicen en los intereses de los diversos grupos que interactúan con la empresa.

Cabe resaltar que la motivación en el análisis de las organizaciones ha tenido muchos constructos teóricos que aportan al interés de las empresas por mantener en adecuado bienestar a las personas, e incluso han aportado a los modelos de gestión humana. La teoría de las tres necesidades de Mc Clelland enmarca un modelo más sencillo y acoplado a las cualidades de la interacción humana en las organizaciones. Al respecto Chiavenato (2011) describe la necesidad de logro como el impulso que tienen las personas de sobresalir, de lucha por el éxito, el reconocimiento y los premios o incentivos recibidos. En esta se agrupa ciertos grupos de personas, la necesidad de poder asociada principalmente a las personas con cargos de mando, la necesidad de afiliación que corresponde a los procesos de relaciones interpersonales.

Cada una de las anteriores necesidades, puede ser observada y pueden cohesionar a grupos de personas en el ambiente de las organizaciones; por lo que directa e indirectamente se asocia al bienestar de las mismas al clima laboral y a la cultura organizacional. De estos modelos surge los componentes que se asocian a la responsabilidad social empresarial desde los factores internos y externos sobre los cuales se desarrolla.

Entonces, los análisis acerca de la motivación de las personas también se agrupan a través de un beneficio colectivo; por tanto, los stakeholder son individuos que tienen determinados intereses y aspiraciones con respecto a la empresa, entre ellos se incluyen los jefes, accionistas, empleados, clientes y a los proveedores, entre otros

“Se entiende por stakeholder cualquier individuo o grupo de interés que, de alguna manera —explícita o implícita; voluntaria o involuntaria— tenga alguna apuesta hecha — to stake, poner algo en juego— en la marcha de la empresa; y que si, por un lado, se ven condicionados, de manera más o menos directa, por la actividad de aquélla, pueden, a su vez, condicionarla. En resumidas cuentas, cualquier grupo o individuo que puede afectar o ser afectado por la consecución de los objetivos empresariales” (Freeman, 1984, p.24).

La organización es un sistema que tiene varios grupos de interés (stakeholders) con los cuales establece sus relaciones. se trata de personas y grupos capaces de influir o ser influidos por los resultados logrados, además de que poseen derechos respecto al desempeño de la empresa, es por ello que la organización debe tener ideas claras sobre lo que los distintos grupos de interés esperan de ella, con el fin de atender de manera equilibrada los distintos intereses.

Otro nivel de grupos de interés son los grupos sociales que actualmente ejercen la supervisión de los cumplimientos y requerimientos de las empresas de sus objetivos. En la actualidad se describe que las relaciones entre las organizaciones y los grupos sociales sostienen unos riesgos latentes, si se retoma el inicio de este ensayo, la administración como ciencia solo se enfocaba en los aspectos de la eficacia en el cumplimiento de las tareas, notándose cómo actualmente la organización convive con un aspecto complejo, de allí que se asume la tensión relacional de las organizaciones con los grupos sociales y proveedores principalmente.

De este modo, Suárez Tirado (2007) entabla una discusión sobre las necesidades y riesgos de los grupos de interés, enfatizando en cómo las relaciones entre organizaciones y stakeholders sostienen una necesidad basada en la interacción mutua entre los diversos grupos de interés. Es importante resaltar que la dependencia radica en que la empresa necesita de un actor principal como lo es el Estado, en términos de seguridad y todo el complejo sociopolítico y económico

que permite la supervivencia de la empresa, pero el Estado depende de la empresa como fuente de recursos.

De lo anterior, uno de los grandes retos se presenta en la elaboración de los contratos entre las organizaciones y los stakeholders, “Ahí entra en juego la responsabilidad social empresarial” como un componente que según el modelo puede representar la supervivencia o no de las organizaciones, entonces un aspecto clave que en términos económicos puede sustentar la orientación de las adecuadas relaciones de las empresas con los diversos grupos de interés, es el de desarrollo sostenible, ya que le permite a las empresas el fortalecimiento de la economía en términos del progreso de la sociedad, de modo que se debe buscar aspectos de renovación y transformación de los modelos de gestión tradicionales por modelos orientados como empresas ciudadanas.

En el caso de los contratos entre las organizaciones y los grupos de interés tienen un sentido que puede ser formal e informal, que pueden ser explícitos e implícitos, que deben sostener mecanismos donde resalten los incentivos. Para Suárez Tirado (2007), los incentivos representan un factor que determinan las decisiones de los grupos de interés en incursionar de forma participativa a una organización, en este sentido es que los grupos de interés adquieren un rol de ventaja o desventaja competitiva. Es preciso aclarar que estos procesos conllevan a conflictos que deben ser solventados y afrontados por las empresas y los grupos de interés. Se debe tomar en consideración que no porque haya conflictos no se pueda equilibrar los intereses en cada una de las partes.

Entonces, la atención que se le debe prestar a los grupos de interés de las organizaciones es lo que se denomina como Responsabilidad Social Empresarial. Según el Centro Colombiano de Responsabilidad Social (2008), es “la capacidad de respuesta que tiene una empresa frente a

los efectos e implicaciones de sus acciones sobre los diferentes grupos con los que se relaciona (stakeholders o grupos de interés)". Es por ello la importancia que en la época actual se esté retomando el concepto de Responsabilidad Social Empresarial para generar un estado de bienestar en la organización desde los dirigentes de esta, sus empleados y, por supuesto, los clientes, pueden cubrir las necesidades del hombre es esencial para la satisfacción y motivación del ser al interior de la empresa, es por esto que estas necesidades se han convertido en el campo de acción en la práctica de la Responsabilidad Social Empresarial.

Por otra parte, Druker (1980), retoma el modelo propuesto por Friedman, según el cual "el objetivo de las corporaciones es maximizar y optimizar sus niveles de beneficios económicos"; los recursos económicos de una empresa son responsabilidad de la misma, y la que no obtiene beneficios es irresponsable socialmente y se cataloga como despilfarrador de cada uno de los recursos y le reduce valor. Por el contrario el rendimiento económico no es la única responsabilidad que tiene. También es necesario tener en cuenta que estas acciones por la productividad de la empresa puede ser un factor de riesgo si no se sabe orientar de acuerdo al horizonte organizacional de la empresa.

Así lo expresaba, Friedman (1970) en reedición (2009) del New York Times, crítica en la que rechaza el concepto de responsabilidad social empresarial, en líneas generales dado que da por supuesto el hecho de que la empresa intrínsecamente es responsable con el trabajador. Actos propios de la empresa como es el dar empleo, asumir el pago salarial, las obligaciones tributarias obligatorias de las empresas, resumen para Friedman el hecho de que en sí misma la empresa es responsable socialmente, por tanto no se le debe exigir una responsabilidad social, claro está en el proceso de vida de una empresa enmarcada en una economía neoliberal, en la que se rescatan los valores de una supuesta libertad competitiva.

Destacando el rol que deben asumir las empresas ante los grupos de interés siendo esta una participación en conjunto, es importante mantener los canales para una integración adecuada de las relaciones que allí se expresa; centrado en lo significativo que es la gestión realizada por la responsabilidad social empresarial más allá del modelo tradicional que en si misma representa lo defendido por Milton Friedman. En referencia Suárez Tirado (2007) expone lo siguiente:

“Situándonos en el contexto económico, social y político actual, vale la pena destacar que efectivamente la principal responsabilidad de la empresa es utilizar eficientemente los recursos de que dispone con el fin de obtener beneficios económicos, pero teniendo en cuenta que la materialización de estos fines se realiza gracias a una amplia gama de personas o grupos sociales, es lógico pensar que se debe humanizar la gestión organizacional. Como consecuencia del desarrollo de la actividad económica empresarial, se genera una gran cantidad de externalidades que en su mayoría impactan directamente el bienestar de los miembros de la comunidad en forma negativa, es decir, afectan la calidad de vida de la población en general; entre estas externalidades tenemos la contaminación ambiental, la generación de residuos sólidos y líquidos, el consumo y agotamiento de los recursos naturales (impacto directo en el medio ambiente), la instalación de plantas de producción en diversos sectores de las ciudades y poblaciones, entre otros” (Suárez Tirado; 2007, P. 4).

Teniendo en cuenta las posturas expuestas, se reconoce que la responsabilidad social empresarial comienza a añadir un factor de ventaja competitiva entre las diversas organizaciones contribuyendo en las necesidades de los Grupos de interés aportando a mayores ingresos para la organización. Pues al tener a sus empleados comprometidos y vinculados con los objetivos organizacionales, existirán mayores incrementos en la productividad; lo que a su vez le permita incrementar su incidencia en el contexto social en el que se encuentra. Siendo así, una actividad

recíproca y generadora de cambios significativos a nivel social puesto que en ella intervienen de manera adecuada y continua a las necesidades de los stakeholders, al punto de ser beneficiados por la responsabilidad social empresarial. Como bien se conoce su objetivo debe ser el mejoramiento social, económico y ambiental, propósitos que se logran incursionando y empoderando también a sus clientes o beneficiarios de la importancia de estos tres pilares que contribuyen a la reconstrucción de un tejido social afectado por diversos fenómenos como el desempleo, la inseguridad, la contaminación y posibilitando el desarrollo integral de todas las personas que de una u otra manera son alcanzadas por esta labor altruista de las empresas.

Además, la importancia de los grupos de interés frente a su interacción con las organizaciones requiere de una atención y gestión asociada a los mecanismos que puede ofrecer la responsabilidad social empresarial; también se puede tomar en cuenta que la complejidad de esta interacción no radicaría solamente en las variables directas que pueden existir entre las organizaciones y los grupos de interés, sino que debe contemplar y adecuar los mecanismos que aporten a la estructura social, política, y económica de donde se desarrolla la empresa.

Retomando lo expuesto por Suárez Tirado (2007) es importante considerar la noción de empresa ciudadana, donde la responsabilidad social empresarial adquiere una dimensión central en el proceso de la direccionalidad de las organizaciones, cambiando la forma tradicional de gestión y estimando las cualidades internas y externas de la cultura organizacional, el clima laboral y la representatividad con el medio externo, de allí que la relevancia de la interacción de los grupos de interés y las organizaciones desde la valoración del impacto económico que tienen en la comunidad general.

Se resalta, que la valoración de estos procesos debe centralizar el aspecto de relevancia del ser humano, focalizando actualmente estas relaciones basadas en términos de economía como

principal fuente para la generación de alianzas entre los grupos de interés y las empresas. Es fundamental resaltar que se requiere mayor gestión e investigación para que los mecanismos adopten un sentido más humano desde la integralidad que puede representar el bienestar de la persona en el marco de interacción que puede proporcionar la responsabilidad social empresarial.

En este sentido, se concluye que se debe realizar una adecuada Responsabilidad Social Empresarial dirigida a los grupos de interés de la empresa, se obtendrán el máximo rendimiento de estos sujetos activos como partícipes en la productividad de la empresa, por tanto los mecanismos deben orientarse a los procesos de bienestar organizacional, donde los factores del clima organizacional y cultura de la misma incorpore una adecuada gestión que les permita representar competitividad y sostenibilidad a las empresas.

El rol de los grupos de interés es dar a conocer a la organización aquellas necesidades específicas que están causando que en el clima organizacional exista un mal rendimiento y llegue a afectar estas relaciones interpersonales, es ahí donde la Responsabilidad Social Empresarial a través del talento humano podrá gestionar procesos de resocialización e intervención para solventar aquellas necesidades que surgen en el interior de las empresas por los inadecuados procesos que pueda desarrollar.

Por tanto, se concluye que para la realización de un adecuado proceso de responsabilidad social empresarial, la comunicación debe ser bidireccional, es decir, de stakeholders a organización y de organización a stakeholder, ya que de esta parte la efectividad de dicha “responsabilidad”, esto a manera de un diagnóstico de los grupos de interés, pues este es un gran mecanismo que aporta a la adecuada implementación de procesos que potencialicen la gestión de talento humano, permitiéndole así a las organizaciones estructurar planes de mejoramiento orientados al desarrollo sostenible como impacto social, como se mencionó anteriormente, está

ligado en gran parte a la percepción de tengan los beneficiarios de ella. Cabe resaltar que la responsabilidad social empresarial de manera interna como externa debe asumir el compromiso para la adecuación de modelos que conlleven a un sentido de bienestar no solo en el contexto interno de cada empresa, sino en interacción con los grupos sociales. Es decir que se visualice como una empresa generadora de bienestar permitiéndose cumplir sus objetivos teniendo en cuenta el valor de lo humano.

Finalmente, se debe enfatizar que en la complejidad de las organizaciones y sus sistemas de relación interna y externa, es donde la comunicación adecuada juega un papel primordial, ya que como bien lo expone Chiavenato (2011), los conflictos que se originan internos o externos a una organización, es decir, aquellos que pueden afectar tanto a trabajadores, directivos, clientes, usuarios o beneficiarios que se genera comúnmente solo por la mala praxis respecto a la comunicación, en donde los intereses son expresados de manera aversiva al receptor, generando así conductas contraproducentes para el emisario y una brecha entre la satisfacción de la responsabilidad social empresarial y una obligación con la comunidad, pues es allí que se puede generar un proceso altruista de alto impacto para el desarrollo integral de las comunidades, como un efecto dominó que pueda derrocar los procesos de crecimiento que se puedan tener.

Además, cabe recordar que dichos grupos de interés requieren de los aportes de las diversas y múltiples áreas de las organizaciones, pues estas pueden analizar, intervenir y mejorar en la interacción que tienen estos grupos con los procesos organizacionales, como lo es la responsabilidad social empresarial, enfatizando claramente que deben asumirse compromisos de incidencia sostenible, frente a la presencia o ausencia de dicha organización, ya que este deberá ser apropiado por los beneficiarios a fin de generar procesos de replicación que puedan ser

factores generadores de una ampliación de dicho impacto, siempre teniendo presente a la comunidad como pilar fundamental de toda la labor realizada y por realizar.

Referencias Bibliográficas

- Vergara, M. y Vicaria, L. (2009). *Ser o aparentar la responsabilidad social empresarial en Colombia: Analisis organizacional basado en los lineamientos de la Responsabilidad Social Empresarial*. Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá.
- Chiavenato, I. (2007). *Administración de recursos humanos: El capital humano de las organizaciones*. México, D.F: McGraw-Hill Interamericana
- Cancino, C. y Morales, M. (2008). Responsabilidad Social Empresarial. Departamento Control de Gestion y Sistemas de Información de la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad de Chile. Recuperado el día 7 de Noviembre del 2016 de http://datateca.unad.edu.co/contenidos/101010/Evaluativas/EvaluativaUnidad2/teorias_rse.pdf
- Strandberg, L. (2010). El compromiso con los grupos de interés. Universidad de Navarra: Catedra “la Caixa” de Responsabilidad Social de la Empresa y Gobierno Corporativo. Recuperado el día 7 de Noviembre del 20016 de http://www.iese.edu/es/files/Cuaderno%20No%2010_tcm5-61597.pdf
- Fernandez, J. y Bajo, A. (2012). La teoría de Stakeholder o de los Grupos de interés, pieza clave de la RSE, del éxito empresarial y de la sostenibilidad. *Revista internacional de investigacion en Comunicación aDResearch ESIC*, 6(6), 130-143.
- Gorbaneff, Y. (2011). Teorías clásicas de la organización y el management. *Innovar*, 21(40), 241-241.
- Dávila, C. (2001). *Teorías organizacionales y administración*. Bogotá: McGraw-Hill.

- Friedman, M. (2009). La responsabilidad social de las empresas es incrementar sus beneficios. *New York Times Magazine*, 13. Revisado y recuperado de [http://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/38096855/Friedman.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAJ56TQJRTWSMTNPEA&Expires=1478741266&Signature=m%2BDc%2B7fDKVurT4cZslwBVGAI9ig%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DLa_responsabilidad_social_de_la_empresa.pdf]
- Suárez Tirado, J. (2007). Relaciones entre organizaciones y stakeholders: necesidad de una interacción mutua entre los diversos grupos de interés. *Innovar*, 17(30), 153-158. Revisado y Recuperado de [http://www.bdigital.unal.edu.co/23015/1/19717-65428-1-PB.pdf]
- Arango, M. Z., Rodríguez, A. M., Benavides, M. S., & Ubaque, S. L. (2016). Los axiomas de la comunicación humana en Paul Watzlawick, Janet Beavin, Don Jackson y su relación con la terapia familiar sistémica. *Revista Fundación Universitaria Luis Amigó*, 3(1), 33-50. Revisado y recuperado de [http://www.funlam.edu.co/revistas/index.php/RFunlam/article/view/1887/1500]