

opción

Revista de Antropología, Ciencias de la Comunicación y de la Información, Filosofía,
Lingüística y Semiótica, Problemas del Desarrollo, la Ciencia y la Tecnología

Año 35, 2019, Especial N°

25

Revista de Ciencias Humanas y Sociales

ISSN 1012-1587/ ISSN-e: 2477-9385

Depósito Legal pp 193402ZU45



Universidad del Zulia
Facultad Experimental de Ciencias
Departamento de Ciencias Humanas
Maracaibo - Venezuela

opción

Revista de Ciencias Humanas y Sociales

© 2019. Universidad del Zulia

ISSN 1012-1587/ ISSNe: 2477-9385

Depósito legal pp. 198402ZU45

Portada: De Cabimas a Maracaibo enamorado

Artista: Rodrigo Pirela

Medidas: 100 x 60 cm

Técnica: Mixta sobre tela

Año: 2010

Proyección de la responsabilidad social corporativa: perspectiva desde los recursos humanos

Patricia Vargas Portillo
ESIC Business & Marketing School
jennypatricia.vargas@esic.edu

Resumen

En la época actual, gran parte del tejido empresarial es consciente de la importancia que, en la práctica ostenta, la responsabilidad social empresarial. Una de las manifestaciones de la misma son los códigos éticos reguladores de diferentes extremos de cierta relevancia en el ámbito corporativo.

Palabras clave: buenas prácticas; ética; principios de conducta; tejido empresarial; recursos humanos.

Projection of corporate social responsibility: perspective from human resources

Abstract

Currently, much of the business network is aware of the importance that, in practice holds, the corporate social responsibility. One of the manifestations of it are the ethical codes that regulate different ends of some relevance in the corporate environment.

Keywords: good practice; ethics; principles of conduct; the business sector; human resources.

1. INTRODUCCIÓN

El tejido empresarial español, reflexivo de las importantes prerrogativas, ha tomado conciencia de la conveniencia de poner en práctica códigos éticos que pongan de relieve su postura ante

numerosos aspectos. Entre otros, podemos, sin ánimo agotador, destacar los siguientes: el profesional, financiero, medio ambiente, relación con los clientes y trato con los proveedores. Tales textos de carácter escrito son dados a conocer a la sociedad con el objetivo de que la opinión pública pueda ser protagonista de las prácticas éticas con las que maniobran las empresas (Martín-Romo Romero y De-Pablos-Heredero, 2017).

La forma más usual de integración de la ética en la gestión de las corporaciones está siendo su formalización en textos articulados que se denominan Declaraciones Éticas Corporativas. A nuestro juicio, el soporte de los códigos de conducta es de claro carácter ético (López Jiménez y Redchuk, 2015). Con esta última expresión suele hacerse indicación a aquellos documentos escritos que presentan los principios y nociones que gobiernan las actuaciones éticas de la firma.

La decisión de elaborar códigos de buenas prácticas se asienta dentro de lo que se denomina Responsabilidad Social Corporativa o Empresarial, expresión respecto a la que no hay, en modo alguno, unanimidad en cuanto a su significado (Bazaine Gallegos, 2016). En cualquier caso, hay algunas voces muy críticas con cuanto se manifiesta, pues consideran que las acciones que pueden ser comprendidas en la RSC son una mera táctica de marketing sin trasfondo ético alguno. Según tal teoría, las acciones aptas de ser integradas en aquélla, persiguen, a través de un fortalecimiento de la imagen de la compañía, la búsqueda de un suculento aumento de las

ganancias. Sin embargo, conviene advertir que no todos los trabajos empíricos han encontrado una relación entre RSC y beneficios.

2. NOTAS SOBRE EL FENÓMENO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Actualmente, asistimos a una clara revolución socio-empresarial. La concepción de que la empresa es una organización que efectúa una labor de primer nivel en la sociedad, no limitada, con carácter exclusivo, a la generación de riqueza y de empleo, es gradualmente más aceptada, perdiendo, de esta manera, credibilidad los arcaicos esquemas conceptuales de la escuela de Friedman (Gardberg, 2006). Éste estableció que la única responsabilidad de la empresa es maximizar el beneficio empresarial con la única restricción fijada por la ley y las costumbres mercantiles.

Debe señalarse la evolución que ha protagonizado el concepto de empresa hasta llegar al modelo de empresa socialmente responsable. La contracción de la empresa a una ficción legal, detrás de la cual únicamente concurren una serie de contratos privados, deja de lado que impera una empresa como organización, alianza o corporación de agentes económicos (aparte de los individuos que la componen). El conjunto de recursos acumulados, a través de las relaciones sociales externas e internas por la organización y por sus partícipes, constituyen su capital social (Pineda-Albaladejo, Moya-Faz y López Puga, 2017). No es una mercancía negociable, sino que

constituye un recurso moral que se amplía con su uso en lugar de reducirse y que se basa en la lealtad y la confianza.

La teoría de los *stakeholders* de Freeman establece que si se tienen en cuenta, de forma proporcionada, los reclamos de los diferentes grupos de interés, los gestores pueden aumentar la eficacia de la adaptación de su organización a las demandas externas. Se obtienen resultados no sólo satisfaciendo, de manera separada, las relaciones bilaterales con los grupos de interés, sino, con carácter complementario, por la coordinación y priorización de los intereses de los *stakeholders* multilaterales (Godfrey, 2005).

Las empresas coexisten en un contexto competitivo que les constriñe a realizar una diferenciación, en todos los sentidos, para poder mantenerse en los mercados internacionales (Hemingway, 2004). Las compañías, dicho en otros términos, precisan encontrar nuevas fuentes de ventaja profesional que les permitan ser competitivas en el tiempo. Es aquí donde radica la importancia de la RSC en el mundo de los negocios que conocemos. Los ámbitos en los que la misma opera son múltiples y muy diversos entre sí –uno de ellos, sin ánimo agotador, estriba en la igualdad de género (López Jiménez y Adamo, 2018)-.

La RSC se erige en una herramienta condicionante, y también podría decirse que integrante, de la estrategia empresarial (López Jiménez y Dittmar, 2018), tanto a nivel corporativo –establecerá el tipo

de actividad y el lugar donde se vaya a desarrollar- como de negocio – mediará en la forma de competir-.

El término “responsabilidad social corporativa” no tiene, a tenor de las consideraciones doctrinales actualmente existentes, un significado unánime aunque simboliza una expresión contigua a la comunicación de los valores. Debe valorarse que la responsabilidad social corporativa, a fecha de hoy, continúa siendo un término todavía difuso que se convierte en actuaciones y objetivos distintos dependiendo de la empresa, entidad u organización que la integra.

En consecuencia, no parece factible ofrecer una definición relativamente consensuada de la responsabilidad social corporativa o de la empresa. De hecho, el concepto que se diera dependería, entre otras variables, del ámbito geográfico, de los presupuestos ideológicos, de la perspectiva científica, económica, sociológica y/o de la teoría política con la que el investigador se acerque a tal aspecto (Villalobos-Antúnez, 2016; Villalobos-Antúnez, 2018; Severino-González et al., 2019).

La RSC supone una mayor implicación de la empresa en los retos y dificultades económicas, sociales y medioambientales de la sociedad. Sin obviar las consideraciones exhibidas, la RSC puede definirse como el elenco de obligaciones y compromisos –de carácter legal y ético- nacionales e internacionales, con los grupos de interés, que proceden de los impactos que la actividad y operaciones de las organizaciones producen en el ámbito social, laboral, medioambiental

y de los derechos humanos. En consecuencia, puede afirmarse que la RSC afecta a la propia gestión de las organizaciones, tanto en sus actividades productivas y comerciales, como en sus relaciones con los respectivos grupos de interés (Luo y Bhattacharya, 2006).

Una de las definiciones más reconocida es la ofrecida por parte de la Comisión Europea en su Libro Verde (Iñarritu, 2016). Esta última define la RSC como “la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y en sus relaciones con sus interlocutores”. En un sentido parecido se manifiesta la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas cuando dispone que es “el compromiso voluntario de las empresas con el desarrollo de la sociedad y la preservación del medio ambiente, desde un comportamiento responsable hacia las personas y grupos sociales con quienes se interactúa”.

Las áreas de responsabilidad corporativa son básicamente tres, la económica, la sociocultural y la medioambiental. En las mismas, se pueden encontrar diversas formas de entender el comportamiento social de la empresa. Todas presentan efectos positivos para el entorno social, pero de distinto origen, intensidad y consistencia. El inicio del comportamiento social lo establece la creencia de que la corporación es un ente social y como tal ha de comportarse. Este comienzo repercute, de forma considerable, en la intensidad del protagonismo social, interno y externo, que la empresa libra, y en su estabilidad y perdurabilidad en el tiempo (Koch, 1981).

Cada vez un mayor número de empresas desean asumir plenamente su responsabilidad social –actuaciones más honestas, claridad en la gestión, cuidado del medio ambiente, etc.-. En este sentido, son conscientes de que, en la economía actual de mercado, la fidelidad para poder operar debe venir concedida por todos aquellos agentes o grupos de interés con los que se relaciona la organización – *stakeholders*-.

Cabe efectuar una doble consideración. Por un lado, la responsabilidad social corporativa no representa un fin ni un medio, sino que se erige en un principio que debe gobernar, en toda su amplitud, el elenco de las actuaciones empresariales que han de estar presentes en el razonamiento anterior a toda toma de decisión. Por otro lado, que la RSC se encuentra relacionada con la predisposición de transportar el comportamiento empresarial a un nivel superior que sea proporcionado a las normas, valores y expectativas sociales de todos los grupos existentes y próximos a la organización, pero sin olvidar la preferencia económica de su naturaleza y las imposiciones normativas (Levitt, 1958).

La responsabilidad social corporativa abarca múltiples aspectos heterogéneos entre sí, como son la integración de la empresa en el entorno social, la gestión de recursos humanos, la acomodación al cambio, gestión del impacto ambiental, toma de decisiones-buen gobierno, reputación corporativa y prestación eficiente de servicios a clientes. Asimismo, debe indicarse que la RSC requiere a la empresa, en gran medida, una convicción ética integral en su raíz y una forma

de concebir las relaciones que se mantienen en la sociedad en las que se actúa basadas en la reciprocidad y actitud de servicio para dar respuesta a sus demandas (Luo, 2005; Villalobos-Antúnez, 2013; URDANETA GONZÁLEZ y VILLALOBOS ANTÚNEZ, 2016).

Aunque la RSC únicamente puede ser asumida por las empresas, las demás partes interesadas o todos aquellos que mantienen una relación de interés con la empresa –trabajadores, inversores, consumidores, etc.-, pueden desempeñar un papel fundamental solicitando a las empresas a adoptar prácticas socialmente responsables. En otras palabras, los *grupos de interés* son los individuos que afectan o son afectados por la actividad tendente al logro de los fines de la sociedad.

En este primer acercamiento a la responsabilidad social corporativa debe indicarse que, si bien este concepto se aplica sobre todo en las grandes empresas, ya se están acometiendo prácticas socialmente responsables en todas las modalidades de sociedades, públicas y privadas, incluidas dentro de las mismas las Pymes y cooperativas.

Para terminar el presente apartado, debe advertirse que la asunción de la RSC, por parte de la empresa, en la gran mayoría de los casos, tiene que ver más con la obtención de sus objetivos estratégicos que con cuestiones morales (Villalobos-Antúnez y Ganga-Contreras, 2018). La realidad que puede observarse en el plano cotidiano es que las empresas y las organizaciones hacen uso de los valores de una

manera, en principio, superficial únicamente dirigida a los intereses comerciales y de imagen. Parece, por consiguiente, que una empresa construye e informa sus valores corporativos porque éstos le generan sustanciosos dividendos y, simultáneamente, fortifican su imagen y reputación en el contexto de la competencia. En otros términos, muchas empresas y organizaciones han asumido públicamente una labor responsable o declaran sus compromisos sociales con el único objetivo de crear imagen corporativa o, lo que se ha dado en llamar, reputación empresarial, supuestos en los que lo publicitado no se corresponde con lo efectuado.

3. EL SUPUESTO DE LOS CÓDIGOS ÉTICOS DE CARÁCTER LABORAL

Uno de los ámbitos con los que, *a priori*, más se vincula el fenómeno de la responsabilidad social corporativa en general y los códigos de conducta en particular es el del Derecho del trabajo (Rodríguez-Piñero Royo y Lázaro Sánchez, 2002; Rodríguez Sanz de Galdeano, 2011). Sin perjuicio de que nos detendremos en los códigos de conducta elaborados por las propias empresas, cabe también enunciar la posibilidad de que los mismos sean elaborados por organismos de carácter internacional. A título de ejemplo, podemos enunciar el código práctico de conducta de la Comisión de las Comunidades Europeas para combatir el acoso sexual y el código de conducta de ámbito supranacional dictado por la *Union Network International* –UNI-, elaborado en el contexto de una campaña

iniciada en 1998, a nivel mundial, con el objetivo de apoyar el reconocimiento de los derechos *on line* en la empresa para los trabajadores y sus representantes.

De hecho, en el escenario que comentamos, se alude a la responsabilidad social interna o laboral que esencialmente se refiere a la actitud de la empresa –que también podría ser el propio sector público- ante sus trabajadores en determinados contextos.

Habitualmente, el articulado tales documentos prevé su aplicación a todo trabajador de la empresa, incluyendo a los altos cargos, empleados temporales, personal en prácticas y becarios. No obstante, determinados códigos de buenas prácticas pueden estar concebidos únicamente para el personal directivo de la compañía –por tanto, esencialmente, a directores, subdirectores, jefes de sección, jefes de equipo, supervisores y otros cargos similares- a los que, naturalmente, se les exige una relación considerada, digna y ejemplarizante con los trabajadores a su cargo.

Por otro lado, en el caso concreto de España, el código de conducta de los funcionarios públicos se encuentra regulado en los artículos 52 a 54 del Ley española 7/2007, de 12 de abril, del Estatuto Básico del Empleado Público (Capítulo VI del Título III), que incluye tanto los deberes de los empleados públicos, como los principios éticos y los denominados propiamente como principios de conducta. Además, se establece la descripción de las distintas conductas

sancionables, como faltas disciplinarias, sin perjuicio de que la comisión de determinados hechos pueda incluirse en el ámbito penal.

En esta línea, parte de los códigos de buenas prácticas se limitan a ejemplificar los comportamientos aceptables para la empresa, las pautas de conducta compatibles con sus valores, así como el marco estratégico de la sociedad, conformando una suerte de guías deontológicas que no van más allá del plano estrictamente potestativo. En un alto porcentaje de casos, las conductas prohibidas pueden reconducirse a las causas generales previstas en la ley o por la negociación colectiva como la trasgresión de la buena fe contractual, desobediencia o el abuso de confianza. En todo este sector, a título de ejemplo, se habla de códigos de ética, declaraciones de principios, declaraciones de relaciones laborales y principios fundamentales de relaciones.

Los temas que habitualmente son abordados en dichos documentos se centran en la exposición de las pautas éticas de conducta (Valdés Alonso, 2010; Villalobos-Antúnez, 2015) relativas al compromiso de los miembros de la empresa respecto a, entre otros aspectos, la protección de los recursos naturales, al manejo de la documentación e información interna y, finalmente –que no, por ello, menos importante–, al acoso sexual en el ámbito del trabajo (García Perrote, 2008). En otras ocasiones, parte de sus reglas aluden al apoyo de la compañía a las iniciativas sociales, culturales y educativas de sus empleados, al respeto de los derechos de todos los trabajadores o al desarrollo de un entorno de trabajo libre, creativo y motivador.

Cabe hacer una serie de consideraciones, de carácter general, sobre los códigos de conducta. En efecto, a tal efecto, podemos advertir que concurren fundadas sospechas sobre la verdadera motivación o razón de ser de estos códigos de conducta, por parte de ciertas empresas, susceptibles de ser englobados en el ámbito laboral en sentido amplio.

No en vano, en un alto porcentaje de casos, son códigos de conducta, de carácter unilateral, redactados y verificados –o, dicho de otro modo, no existe organismo, imparcial e independiente, encargado de controlar el cumplimiento de tal documento- por la propia empresa que los implanta.

Nótese que, en su confección, dado que son obra de la empresa, se está prescindiendo de los sindicatos. Al respecto, hay que indicar que, hasta la fecha, los tribunales españoles se han pronunciado sobre estas cuestiones de manera plenamente incidental. No obstante, conviene destacar la sentencia del Tribunal Supremo de 8 de febrero de 2005 que declara competente a la jurisdicción social para conocer de la impugnación de una circular que aprueba un código de conducta para el personal laboral del Banco de España.

Las organizaciones sindicales que interpusieron la demanda, a través del proceso de conflictos colectivos (arts. 151 y siguientes de la Ley española de Procedimiento Laboral), solicitaron la nulidad de la circular, por considerar que de ella se derivaban nuevas obligaciones laborales, que no pueden ser objeto de imposición unilateral, sino de

negociación previa con la representación de los trabajadores. Cabe señalar que el Alto Tribunal estimó el recurso de casación.

En este sentido, un gran número de ellos no incluyen, además, un verdadero catálogo de sanciones que deban imponerse frente al incumplimiento de los buenos propósitos presentes en los códigos de conducta laborales. Ahora bien, otro grupo minoritario sí podría prever sanciones frente a su transgresión. En esta línea, la inobservancia de sus principios rectores suscitaría la imposición de unas medidas disciplinarias que, a menudo, estarían previstas en el mismo documento. Sobre este extremo, debemos reseñar que, en este caso, el código de conducta indicaría, de forma expresa, que dicho documento es de obligada observancia para todos los empleados y personas afectadas por el mismo, sin que quepa ninguna actuación discordante, exigiendo periódicamente a sus destinatarios que reafirmen por escrito su compromiso con los valores del código.

Conviene recordar que el art. 20 del Estatuto español de los Trabajadores recoge la obligación de trabajar de acuerdo con las órdenes e instrucciones adoptadas por el empresario en el ejercicio regular de su poder directivo. Los códigos de conducta tienen como fuente el poder de dirección patronal y, por consiguiente, estarán sometidos a sus límites. Esto significa que el empresario no dispone de una discrecionalidad absoluta a la hora de especificar las normas que van a integrar estos documentos. El límite del poder empresarial directivo son los derechos del trabajador, en cuanto persona y en

cuanto asalariado (Calvo Gallego, 2011; Landa Zapirain, 2011; Morato García, 2011).

Esencialmente, podrían ser reputados como meras declaraciones unilaterales de voluntad, concebidas, en gran medida, como una estrategia comercial de imagen –de hecho, representa, como hemos indicado, su objetivo más visible- (Perulli, 1999; Sastre Ibarreche, 2003; Abad Castelos, 2011), sin perjuicio de lo cual es probable que el transcurso del tiempo haya llevado a sofisticar ligeramente tanto su presentación como eventualmente también su práctica (Perulli, 2004). Es, en cierta medida, patente que con estos documentos de buenas prácticas, en el escenario que comentamos, se pretende, insistimos, mejorar públicamente la imagen de la empresa que los implanta. En este sentido, también coadyuvan a tal fin, las denominadas normas ISO en el ámbito de la responsabilidad social.

Aunque nos ocuparemos de tales normas, en las nuevas tecnologías, más adelante, cabe mencionar, por su relevancia en el ámbito laboral, la ISO 26000. Se trataría de una norma de vocación universal, voluntaria y, en este caso, a diferencia de la mayoría de las normas ISO, no certificable, a solicitud del empresario y con la conformidad de los representantes sindicales participantes.

No obstante, el contenido de tal norma solo son recomendaciones, orientaciones, pautas o sugerencias –y, por tanto, sin sanción alguna- que enunciarían expectativas redactadas en condicional, que propondrían el cumplimiento de la legislación

nacional y de algunas normas internacionales (a diferencia de lo previsto en el libro verde de la Unión Europea, que considera que la responsabilidad social empresarial debe significar un plus respecto de la legislación). Finalmente, debe reseñarse que la norma que enunciamos es no certificable.

Podría, qué duda cabe, criticarse, en todo este orden de cuestiones, el uso de la expresión responsabilidad social interna. Todos los aspectos que comentamos tienen cierta vinculación con el Derecho Privado. Así, el anuncio público de asumir compromisos de responsabilidad social corporativa puede llegar a fundamentar la responsabilidad del actor por publicidad engañosa. Tal supuesto se planteó en el caso de Nike que, en 2002, fue condenada por haber engañado a los consumidores a través de la publicación de informes sociales relativos a la producción del calzado de tal marca con pleno respeto de los derechos sociales que, dicho sea de paso, no se correspondía con la realidad. En este escenario, existe el firme compromiso de respetar una práctica cuya inobservancia sería desleal respecto a los destinatarios.

Al hilo de cuanto esbozamos, apunta la Organización Internacional del Trabajo –OIT- que los códigos de conducta de las empresas transnacionales son ciertamente bien conocidos en los países donde las mismas tienen su sede, pero muy poco difundidos o, más inclusive, desconocidos en los países de destino, en los que, dicho sea de paso, se realiza la mayor parte de la producción y donde, por consiguiente, sería mucho más necesario y útil su conocimiento y

aplicación. Para hacer frente, de alguna manera, a tal eventualidad, se han aprobado, en virtud también del fenómeno de la autorregulación, los denominados acuerdos marco, internacionales o globales, en el ámbito laboral. El contenido fundamental de estos acuerdos es la imposición de condiciones mínimas de trabajo en todos los centros de la empresa transnacional.

A pesar de las críticas que cabe formular –como, someramente, hemos visto- frente a esta modalidad de códigos de conducta, en el plano que comentamos, debemos ir más allá de su contenido, y, a este respecto, considerar la posible relevancia que estos últimos puedan llegar a ostentar en el futuro (Valdés Dal-ré, 2005; López Jiménez et al., 2013). En la actualidad, a pesar de ser voluntarios, y no comportar sanciones para las empresas que los aprueben, pueden presentar cierta utilidad. A este respecto, el código de conducta podrá ser utilizado para, llegado el caso, interpretar una cláusula del contrato de trabajo o, más incluso, las actitudes del empresario. Ese uso interpretativo del código de conducta unilateral solo podría efectuarse en el marco de las reglas hermenéuticas del Derecho del trabajo, es decir, a nuestro entender, únicamente podrá operar en favor del trabajador.

Nos referimos a que los mismos, en un sentido abstracto, logren inspirar la adopción de normas de carácter vinculante (Goñi Sein, 2011; Palomeque López, 2011; López Jiménez, 2014). En este sentido, ha de precisarse que el monopolio estatal del Derecho es un dogma consolidado en el siglo XIX que, en parte, se vio quebrado en el siglo XX, precisamente por el Derecho laboral en virtud del convenio

colectivo -fuente no estatal de Derecho-, que tal vez haya surgido no como la norma jurídica plena que es hoy en la mayor parte del mundo, sino –quizás- como una palabra de honor o pacto de caballeros (Lyon Caen, 1993; Palomeque López, 1994) –Reino Unido- o incluso como un armisticio o tratado de paz (Ramos Quintana, 1993; Santor Salcedo, 2006) –Suiza o Alemania-.

Sin perjuicio de las consideraciones esbozadas, si lo previsto por un determinado código de conducta entrase en contradicción con lo señalado en la norma convencional –contenida en un convenio colectivo- prevalecería, obviamente, la regulación prescrita en esta última. En efecto, el ejercicio del poder disciplinario sólo puede conducirse por los cauces marcados por los convenios colectivos (De La Villa Gil, 2008).

4. CONCLUSIONES

La empresa constituye una organización que desempeña una función de primer orden en la sociedad, no limitada, con carácter exclusivo, a la generación de riqueza y de empleo. Debe subrayarse la evolución que ha protagonizado el concepto de empresa hasta alcanzar el modelo de empresa socialmente responsable que es el que, con buen criterio, impera en ciertas corporaciones.

El tejido empresarial, consciente de las importantes bondades, ha tomado conciencia de la necesidad de elaborar códigos de conducta

que manifiesten su postura ante numerosos aspectos corporativos (Jiménez, Redchuk y Vargas, 2016). Se ha hecho alusión a gran parte de los mismos.

Pueden definirse como documentos específicos y formalizados normalmente por escrito, que contienen los principios o reglas que guían las actuaciones éticas de la firma. Asimismo, dicha figura se inscribe en lo que se denomina responsabilidad social corporativa, a lo que nos hemos referido. Cierta sector de la literatura académica considera que las actuaciones susceptibles de ser englobadas en la RSC son, en esencia, una pura estrategia de marketing. Ahora bien, si la misma se inscribe en una actuación seria y rigurosa, con un organismo de control, externo e independiente verificador de las actuaciones desarrolladas por la empresa, respecto al código de buenas prácticas, la veracidad de tal afirmación se mitiga sensiblemente.

En suma, la responsabilidad social corporativa, en cuyo seno se inscriben los códigos de conducta, constituye un elemento condicionante, y también podría decirse que integrante, de la estrategia empresarial, tanto a nivel corporativo –condicionará el tipo de actividad y el lugar donde se vaya a desarrollar- como de negocio –influirá en la forma de competir-.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABAD CASTELOS, Montserrat. 2011. “Fuentes del Derecho y sociedad civil: la participación de ésta en la creación normativa, desde la perspectiva del ordenamiento jurídico internacional”. En

- Perspectivas actuales de las fuentes del Derecho.** Dykinson y Universidad Carlos III de Madrid. Madrid (España).
- BAYLOS GRAU, Antonio. 2011. **Ética empresarial y códigos de conducta.** La Ley. Madrid (España).
- BAZAINÉ GALLEGOS, Victoria. 2016. “La comunicación de la Responsabilidad Social Corporativa: mediación, evasión y contradicción”. En **Opción: Revista de Ciencias Humanas y Sociales.** No. 9: 198-217.
- DE LA VILLA GIL, Luis Enrique. 2008. “Acerca de la responsabilidad social corporativa. Algunas consideraciones críticas desde la perspectiva de las relaciones laborales”. En **Revista General de Derecho del Trabajo y de la Seguridad Social.** No. 16: 2-30.
- GARCÍA PERROTE, Ignacio. 2008. “Acoso sexual, acoso por razón de sexo y acoso en la Ley de Igualdad de mujeres y hombres”. En **Relaciones Laborales.** No. 4: 255-281.
- GARDBERG, Naomi. 2006. “Corporate Citizenship: Creating Intangible Assets Across Institutional Environments”. En **Academy of Management Review.** No 31: 329-346.
- GODFREY, Paul. 2005. “The Relationship between Corporate Philanthropy and Shareholder Wealth: A Risk Management Perspective”. En **Academy of Management Review.** No 30: 777-798.
- GOÑI SEIN, José Luis. 2011. **Ética empresarial y códigos de conducta.** La Ley. Madrid (España).
- HEMINGWAY, Christine. 2004. “Managers’ Personal Values as Drivers of Corporate Social Responsibility”. En **Journal of Business Ethics,** No. 50: 33-44.
- ÑARRITU, Beatriz 2016. “The New EU Economic Governance”. En **Harvard Deusto Business Research,** Vol. 5, No 1: 13-39.
- KOCH, Frank. (1981) “A Primer on Corporate Philanthropy”. En **Business and Society Review.** No. 81: 48-52.
- LEVITT, Theodore. 1958. “The Dangers of Social Responsibility”. En **Harvard Business Review.** No. 36: 41-50.

- LÓPEZ JIMÉNEZ, David y ADAMO, Emanuele. 2018. “Notas relativas a la tasa rosa: medidas frente a una actuación eventualmente discriminatoria”. En **Opción: Revista de Ciencias Humanas y Sociales**. No. 18: 1996-2017.
- LÓPEZ JIMÉNEZ, David y DITTMAR, Eduardo. 2018. “Consumer protection from abuses in commercial communications sent via radiofrequency”. En **Revista de Direito, Estado e Telecomunicacoes**, Vol. 10, No. 1: 37-60.
- LÓPEZ JIMÉNEZ, David y REDCHUK, Andrés. 2015. “Tendencias sociales en el comercio electrónico de América Latina a propósito de los proveedores adheridos a códigos de buenas prácticas”. En **Opción**, Vol. 31, No. 78: 65-79.
- LÓPEZ JIMÉNEZ, David. 2014. “Current tendencies in self-regulation: The case of commercial communications in Venezuela”. En **Revista de Ciencias Sociales**, Vol. 20, No. 2: 399-402.
- LÓPEZ JIMÉNEZ, David; REDCHUK, Andrés y VARGAS, Leonel. 2016. “The self-regulation of electronic commerce: An appraisal in accordance to the Chilean Law of unfair competition”. En **Revista de Direito, Estado e Telecomunicacoes**, Vol. 8, No. 1: 19-30.
- LÓPEZ JIMÉNEZ, David; REDCHUK, Andrés; DITTMAR, Eduardo y VARGAS PORTILLO, Jenny Patricia. 2013. “Los logotipos de privacidad en Internet: Percepción del usuario en España”. En **RISTI - Revista Iberica de Sistemas e Tecnologias de Informacao**, No. 12: 49-63.
- LUO, Xueming y BHATTACHARYA, Chitrabhanu. 2006. “Corporate Social Responsibility, Customer Satisfaction, and Market Value”. En **Journal of Marketing**, No.70: 1-18.
- LUO, Xueming. 2005. “A contingent perspective on the advantages of store’s strategic philanthropy for influencing consumer behavior”. En **Journal of Consumer Behaviour**, No. 4: 390-401.
- LYON CAEN, Antoine. 1993. **Droit social international et européen**. Dalloz. París (Francia).
- MARTÍN-ROMO ROMERO, Santiago y DE-PABLOS-HEREDERO, Carmen. 2017. “Contribution of Privacy by Design (of the

- Processes)". En **Harvard Deusto Business Research**, Vol. 6, No 3: 176-191.
- MERINO SEGOVIA, Amparo y RENTERO JOVER, Jesús. 2003. "Formas atípicas de regulación de las relaciones laborales en la empresa transnacional: códigos de conducta y buenas prácticas". En **La dimensión europea y transnacional de la autonomía colectiva**. Bomarzo. Albacete (España).
- MORATO GARCÍA, Rosa. 2011. "Incumplimiento de los códigos de conducta y potestad disciplinaria del empresario". En **Ética empresarial y códigos de conducta**. La Ley. Madrid (España).
- MOREAU, Marie. 2006. **Normes sociales, droit du travail et mondialisation. Confrontations et mutations**. Dalloz. París (Francia).
- PALOMEQUE LÓPEZ, Manuel Carlos y ÁLVARO DE LA ROSA, Manuel. 2005. **Derecho del Trabajo**. Ceura. Madrid (España).
- PALOMEQUE LÓPEZ, Manuel Carlos. 1994. **Derecho sindical español**. Tecnos. Madrid (España).
- PALOMEQUE LÓPEZ, Manuel Carlos. 2011. "Autorregulación empresarial en códigos de conducta y autonomía colectiva: puntos de fricción". En **Ética empresarial y códigos de conducta**. La Ley. Madrid (España).
- PERULLI, Adalberto. 1999. **Diritto del Lavoro e Globalizzazione: clause sociali, codici di condotta e commercio internazionale**. Cedam. Padova (Italia).
- PERULLI, Adalberto. 2004. "La dimensione sociale del mercato globale". En **Scritti in memoria di Massimo D'Antona**. Giuffré. Milán (Italia).
- PINEDA-ALBALADEJO, Juan; MOYA-FAZ, Francisco, y LÓPEZ PUGA, Jorge. (2017). "Training in Values as an Incubator for Sustainability Attitudes". En **Harvard Deusto Business Research**, Vol. 6, No. 2: 133-140.
- RAMOS QUINTANA, Margarita. 1993. **El deber de paz laboral (su regulación en la ley y en el convenio colectivo)**. Civitas. Madrid (España).

- RODRÍGUEZ SANZ DE GALDEANO, Beatriz. 2011. “La regulación, mediante códigos, del uso y control de los medios informáticos y de comunicaciones puestos a disposición del trabajador de las secciones sindicales”. En: **Ética empresarial y códigos de conducta**. La Ley. Madrid (España).
- RODRÍGUEZ-PIÑERO ROYO, Miguel y LÁZARO SÁNCHEZ, José Luis. 2002. “Los derechos on-line en el ordenamiento laboral español: estado de la cuestión”. En **Derecho y Conocimiento**, No. 2: 153-171.
- SANTOR SALCEDO, Helena. 2006. **La mediación en los conflictos de trabajo: naturaleza y régimen jurídico**. La Ley. Madrid (España).
- SASTRE IBARRECHE, Rafael. 2003. “Algunas claves para un sindicalismo también mundializado”. En **Globalización económica y relaciones laborales**. Universidad de Salamanca. Salamanca (España).
- SERVAIS, Jean Michel. 2004. “Normes internationales du travail et responsabilité sociale des entreprises”. En **Les normes internationales du travail: un patrimoine pour l’avenir. Mélanges en l’honneur de Nicolas Valticos**. OIT. Ginebra (Suiza).
- SEVERINO-GONZÁLEZ, Pedro; VILLALOBOS-ANTÚNEZ, José Vicente; CHAMALI-DUARTE, Nataly; VERGARA-PIÑA, Gonzalo y GONZÁLEZ-SOTO, Nataly. 2019. “Responsabilidad social de estudiantes universitarios y políticas educacionales institucionales. Reconociendo los compromisos con la sociedad”. En **Opción**, Vol. 35, No. 90: 1171-1197.
- SIERRA HERNÁIZ, Elisa. 2011. “Tipificación y caracterización de los códigos de conducta unilaterales de las empresas”. En **Ética empresarial y códigos de conducta**. La Ley. Madrid (España).
- URDANETA GONZÁLEZ, Ester y VILLALOBOS ANTÚNEZ, José. 2016. “Bioética como marco de la responsabilidad social en hospitales públicos”. En **Opción**: Vol. 32, No. 12: 830-856.
- VALDÉS ALONSO, Alberto. 2010. “Algunas consideraciones sobre el contenido laboral de los códigos de conducta”. En **Aranzadi Social**, No. 13: 59-85.

- VALDÉS DAL-RÉ, Fernando. 2005. “Soft law, Derecho del Trabajo y orden económico globalizado”. En **Relaciones Laborales**. No. 4: 37-54.
- VILLALOBOS ANTÚNEZ, José Vicente. 2013. “El lugar del saber en la formación universitaria. Bioética, currículo y gestión del conocimiento para el desarrollo humano”. En **Opción**, Vol. 29, No. 72: 9-19.
- VILLALOBOS ANTÚNEZ, José Vicente. 2015. “La ética en las organizaciones y los valores de convivencia”. En **Opción**, Vol. 31, No. 78: 5-7.
- VILLALOBOS ANTÚNEZ, José Vicente. 2016. “De nuevo al debate sobre la cuestión de los paradigmas científicos”. En **Opción**, Vol. 32, No. 81: 7-10.
- VILLALOBOS ANTÚNEZ, José Vicente. 2018. “Politics as a requirement. On the concept of human rights and the right to an autobiography as an ethical category”. En **Opción**, Vol. 34, No. 85: 8-17.
- VILLALOBOS ANTÚNEZ, José Vicente; Ganga-Contreras, Francisco. 2018. “Techno-business and techno-knowledge: A perspective from business bioethics”. En **Fronteiras**, Vol. 7, No. 3: 214-230.



**UNIVERSIDAD
DEL ZULIA**

opción

Revista de Ciencias Humanas y Sociales
Año 35, Especial No. 25 (2019)

Esta revista fue editada en formato digital por el personal de la Oficina de Publicaciones Científicas de la Facultad Experimental de Ciencias, Universidad del Zulia.
Maracaibo - Venezuela

www.luz.edu.ve

www.serbi.luz.edu.ve

produccioncientifica.luz.edu.ve