

Stakeholders: gestión de la
responsabilidad social empresarial

Una breve revisión crítica

Edgar Orlando Benítez Salcedo
Profesor Universidad Icesi
Cali

[Contenido]

1. Introducción
2. El enfoque *stakeholders*: gestionando la responsabilidad social de las empresas
3. Limitaciones y perspectivas éticas
4. Cierre

[1. Introducción]

¿Tienen las empresas responsabilidades sociales?

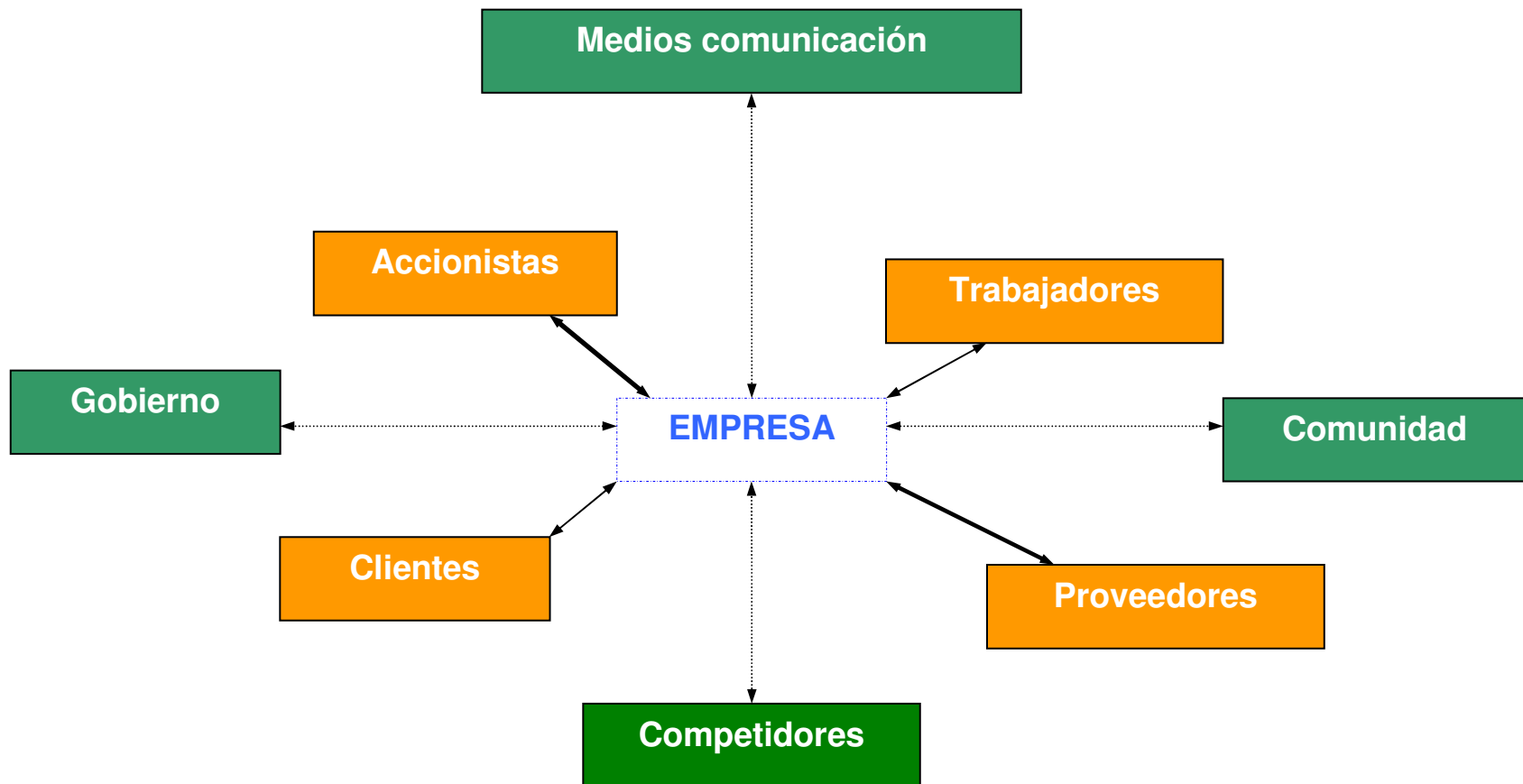
1. Naturaleza de la empresa.
2. Ser responsable (dos sentidos)
3. Social: ¿todos, algunos, quiénes?

2. El enfoque *stakeholder* gestionando la responsabilidad social en las empresas

- El poder de las empresas.
Poder económico-político-social-cultural-medioambiental- tecnológico (Epstein, 1973)
- Stakeholder: reconocimiento de cuál es la realidad del poder *de* la empresa.
- ¿Quiénes son los *stakeholders*?

2. El enfoque *stakeholder* gestionando la responsabilidad social en las empresas

Mapa de los *stakeholders*



3. Limitaciones y perspectivas éticas

1. Todos los intereses deben contar, pero ¿deben contar por igual?
2. ¿Cómo se establecen qué intereses y de qué tipo?
3. ¿Sólo responsabilidad en el sentido negativo?

[4. Cierre]

La teoría de los *stakeholders* no es mas que un marco de referencia para ayudarnos a poner en marcha la función verdaderamente difícil: decidir exactamente qué *obligaciones* de las empresas caen bajo la denominación de responsabilidad social de las empresas (Boatright, 1993).