

INMIGRACIÓN Y RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN TURISMO. EL PAPEL DE LA DIRECCIÓN DE LA EMPRESA

José Alberto Martínez González

Universidad de La Laguna

jmartine@ull.edu.es

Resumen:

El fenómeno migratorio combina el efecto de origen (la necesidad de una vida mejor) y el efecto de destino (la necesidad de mano de obra a menor precio). El encaje entre ambos aspectos exige la intervención de la Administración Pública y los gobernantes, más allá de la regulación del mercado laboral. Es en este contexto en el que las empresas deben optar por asumir, también en el ámbito de la inmigración, su Responsabilidad social corporativa. Este paper presenta el estado de la cuestión respecto a la inmigración, con especial referencia al caso de Canarias, y sintetiza los principales contenidos respecto a la Responsabilidad social corporativa y el rol del directivo en este campo.

Palabras clave:

Inmigración, Responsabilidad social corporativa, Rol del directivo

1.- INTRODUCCIÓN

El inmigrante es un sujeto construido socialmente y fragmentado institucionalmente. De él se ocupan la ley de extranjería, Asuntos Sociales y Trabajo. También lo tienen en cuenta las políticas culturales e interculturales, por tratarse de un portador de nuevos valores. Por tanto, lo que en principio parece ser una sola categoría de sujeto demuestra estar, en la práctica, englobando múltiples categorías. Y a su vez recibiendo un tratamiento desigual y contradictorio (Ruiz de Lobera, 2004).

Se habla de inmigrante y de extranjero como palabras sinónimas, cuando sin embargo tienen distinto significado. La noción de migrar (inmigrar, emigrar) alude a un cambio de residencia: es un concepto demográfico y no tiene en principio connotaciones políticas, económicas o jurídicas, aunque sus causas y efectos estén asociados a estos ámbitos. Extranjero es en cambio un término jurídico: son extranjeros los que carecen de nacionalidad española, según dispone la Ley de Extranjería (la primera ley de extranjería en España se promulga en 1985).

Por otra parte, los datos de extranjeros e inmigrantes provienen de fuentes estadísticas distintas. Los de inmigración se encuentran en los registros municipales - los padrones - que elaboran los ayuntamientos. Los inmigrantes son todos los nuevos inscritos en el padrón, personas que han inmigrado en un año concreto. Sin embargo, los datos sobre extranjeros los elabora la Dirección General de Ordenación de las Migraciones (perteneciente al Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales), a partir de datos de la Policía (dependiente del Ministerio de Interior). De este modo nos encontramos con que una misma persona puede ser residente para

el padrón, porque recientemente se inscribió en el registro de su municipio, y sin embargo no ser residente para el Ministerio del Interior, porque no dispone del permiso de residencia o de trabajo.

¿Quiénes son entonces los inmigrantes? La pregunta es pertinente, porque podemos apreciar que existe un discurso legal, para el cual no hay inmigrantes sino extranjeros; un discurso de la Administración, que concede permisos de residencia y trabajo. Y existe un tercer discurso: el discurso que conforma la representación social de los inmigrantes (la imagen que cualquier persona puede tener de ellos). Éste último está generado por los medios de comunicación, las autoridades gubernamentales y también por los usos y las prácticas cotidianas en las que al hablar de inmigración de determinada manera y en determinados contextos se contribuye en la cristalización de este término y a su representación social. Dejamos que el lector saque sus propias conclusiones.

Los modelos migratorios han cambiado con el paso del tiempo (Tezanos y Tezanos, 2006). Podemos afirmar que existen tres grandes modelos migratorios:

a) Modelo trasatlántico: vigente hasta la primera mitad del siglo XX, constituyó uno de los pilares de las nuevas naciones (Estados Unidos, Países Latinoamericanos, Australia, etc.). Los motivos para la migración en este primer modelo eran mejorar las perspectivas vitales, afincarse y quedarse. Se abandonaron los países de origen por motivos políticos, religiosos y económicos y se mantuvieron las identidades secundarias.

b) Modelo norte-europeo: modelo vigente en las décadas 60 y 70 del siglo XX que hizo posible en gran medida el desarrollo de las economías de Europa del norte después de la Segunda Guerra Mundial (Alemania, Suiza, Francia, etc.). El objetivo era el ahorro de una cantidad suficiente de recursos para comprar una vivienda en el país de origen. En este segundo modelo el movimiento migratorio se producía por un tiempo limitado, pues constantemente se pensaba en el retorno. Se mantenía la ciudadanía de origen aunque se generaban fuertes lazos afectivos.

c) Modelo actual: modelo vigente desde finales del siglo XX y coherente con un mundo globalizado y desigual. Los pobres emigran hacia los países más ricos para sobrevivir y tener acceso a oportunidades y servicios sociales básicos (educación, sanidad, etc.). Los inmigrantes en este tercer modelo buscan un afincamiento y romper los lazos con el país de origen. No hay integración ni modelos sólidos de acogida. Se caracteriza también por la existencia de una gran heterogeneidad y, especialmente, por la exclusión social.

Como sostienen Abad, Cucó e Izquierdo (1993) la actividad económica en la que se ve inmerso el trabajador inmigrante actualmente, en el tercer modelo descrito, le empuja hacia la marginalidad. Los inmigrantes son arrastrados o empujados hacia la periferia del sistema productivo, obligándoles a aceptar los empleos menos deseables. Es decir, aquellas actividades en general precarias, mal consideradas socialmente y muy afectadas por la evolución del mercado.

Las condiciones de vida de los inmigrantes tienden a producir otra doble exclusión: por una parte quedan fuera del alcance de la justicia y, por otra, se les sitúa al margen de las preocupaciones morales de la población mayoritaria. Las personas trazan fronteras de todo tipo entre los que pertenecen a su propia comunidad, a los que por tanto consideran merecedores de recibir una distribución justa de recursos materiales y los derechos, y los que son excluidos de esa pertenencia. Asimismo, la exclusión social genera una serie de procesos psico-sociales en la población general, tendentes a justificar la situación y a “tranquilizar las conciencias”.

Tezanos (2007) caracteriza perfectamente este tercer modelo migratorio:

a) Constituye el procesos migratorios más extenso (por su número) y más rápido e intenso (por su ritmo) de la historia de la humanidad. Un proceso que se diferencia también por su carácter no controlado (en muchas ocasiones realizado a través de cauces no legales) y por los múltiples efectos socioculturales que está produciendo en las sociedades de acogida.

b) Las actuales migraciones internacionales no están motivadas sólo por la demanda de determinados empleos en los países ricos, sino que en buena medida responden a una lógica social y económica compleja en la que se combinan factores de expulsión y de atracción.

c) Una parte significativa de las experiencias migratorias de nuestro tiempo se están produciendo “a la desesperada”, sin contratos laborales previos y sin seguir los cauces legales establecidos. Esto está dando lugar a que la proporción de inmigrantes en los países de destino supere el 40%.

d) La inmigración actualmente está favoreciendo la aparición de nuevos procesos de precariedad laboral y de exclusión social en los países de acogida. Las saturaciones experimentadas en determinados empleos realizados habitualmente por inmigrantes (en servicio doméstico, en construcción, en recogida agrícola de productos de temporada y en servicios de poca calidad y especialización) están incidiendo en el aumento de las tasas de paro entre inmigrantes, por encima de las medias nacionales, al tiempo que están influyendo en la extensión de las zonas sumergidas de la economía.

e) El funcionamiento y las condiciones de los mercados laborales se están viendo afectados también para el conjunto de la población de los países de acogida, debido a la presencia de mano de obra de reserva que está dispuesta a trabajar en cualquier condición.

f) Aunque en muchos países europeos aún predominen actitudes favorables a la acogida, los datos sociológicos están mostrando un aumento de los indicadores de xenofobia, rechazo y racismo. Por tanto, la sociedad se divide más aún.

g) Se generan nuevas actitudes: buena parte de la población inmigrante no se está integrando adecuadamente en los países de acogida, ni quiere integrarse plenamente.

h) Los datos permiten constatar que aumenta la exclusión social y que las medidas no son eficaces: en casi todos los países son malos los resultados académicos de la segunda generación de inmigrantes, y éstos presentan mayores probabilidades de desempleo y de dependencia de los regímenes de seguridad social.

i) La evolución de la cantidad de delitos en las sociedades desarrolladas se relaciona con la presencia de elevadas proporciones de inmigrantes en condiciones de precariedad y desarraigo, que han seguido itinerarios de entrada que tienden a situarlos al margen de la legalidad desde el inicio del proceso migratorio.

Si no se toman las medidas adecuadas el panorama de la inmigración de los próximos años estará caracterizado por:

- Aumento de los flujos migratorios.
- Empeoramiento de las condiciones socio-laborales de los inmigrantes.
- Efecto de “contagio” para otros sectores.
- Mayor división social.
- Aumento de la xenofobia y rechazo social.
- Extensión y potenciación de redes de inmigración.
- Saturación crítica de sistemas sociales asistenciales.

Por otra parte, los factores de exclusión social que afectan específicamente a los inmigrantes pueden ser de diversa índole (Tezanos, 2006):

Ausencia de arraigo familiar

Carencia de vivienda

Diferencias lingüísticas, culturales y de costumbres

Prejuicios de la población de destino

Desempleo y empleo estacional

Precariedad laboral

Siniestralidad laboral

Tendencia a formar comunidades aisladas

Accesos restringidos

Dificultades educativas

Limitación derecho de voto

Falta e representación

Carencias administrativas y de ciudadanía

¿Cuáles son las posibles vías de solución para erradicar la exclusión social de los inmigrantes? Como antes mencionamos respecto a la gestión de la exclusión social en general, la superación de la discriminación y el fomento de la integración e inclusión de los inmigrantes y de las minorías étnicas constituyen ejes prioritarios de la Unión Europea para este año 2010. Esperemos que las actuaciones propuestas se realicen verdaderamente, que sean suficientes y que sean eficaces.

Ruíz de Lobera (2004) afirma que cualquier vía de solución de la exclusión social de los inmigrantes debiera conseguir que el colectivo conserve su identidad psico-social y cultural, y que se relacione en el país de destino con otros grupos. En el extremo opuesto, la peor opción sería aquella en la que estos dos aspectos no fueran contemplados. De forma gráfica se recoge esta idea en el siguiente cuadro:

		Mantenimiento de la identidad	
		Si	No
Relaciones con otros grupos	Si	<i>Integración</i>	<i>Asimilación</i>
	No	<i>Separación</i>	<i>Marginación</i>

En España pueden identificarse tres modelos respecto al proceso de integración de los inmigrantes en el Estado del Bienestar, modelos que están interrelacionados (Carrasco y Rodríguez, 2005):

Modelo económico: modelo simplista según el cual los inmigrantes son necesarios desde el punto de vista económico, como mano de obra "barata" para cubrir los puestos de trabajo que han sido abandonados por otros trabajadores o que nadie desea ocupar. Naturalmente, este modelo no tiene en cuenta la problemática general del proceso de inmigración y de exclusión social ni las aportaciones de los inmigrantes a la sociedad. Aún así, esta realidad existe.

Modelo de competencia por los recursos: este modelo considera que los inmigrantes no comunitarios compiten con los españoles y los europeos por los recursos y servicios del Estado

del Bienestar. Algunos incluso consideran que dicha competencia es desleal o al menos desigual, en perjuicio precisamente de los españoles y los europeos.

Modelo realista: la realidad es que una parte de la población inmigrante trabaja en la economía irregular, lo cual supone, en el mejor de los casos, una vía de acceso al Estado de Bienestar de tipo asistencial y residual, a través de las entidades de acción social y los Ayuntamientos principalmente. Además, las tres cuartas partes de los inmigrantes que trabaja y está afiliada a la Seguridad Social está dada de alta con contratos temporales que reducen la intensidad protectora y los períodos de percepción de las prestaciones.

Carrasco y Rodríguez (2005) han sabido sintetizar magistralmente el desarrollo de las medidas para combatir la exclusión social en España. A nivel estatal, afirman los investigadores, las instituciones públicas han tratado de integrar a los inmigrantes en la medida en que ello ha sido posible, pero la coordinación ha sido deficiente. Ha existido preocupación y recelo respecto a los resultados de todo el proceso y las propias características de la inmigración actualmente (perfiles socio-culturales, forma de acceso, rapidez e intensidad) no han facilitado las gestiones.

No obstante, aunque se han ido creando instituciones y se han proclamado leyes que han ido incorporando las nuevas necesidades y regulado los procesos, antes de estos cambios ya había asistencia social. Incluso podemos afirmar que las políticas de integración no son una novedad creada como consecuencia de la inmigración, sino que constituyen la consecuencia directa de la implantación del Estado de Bienestar

La primera norma reguladora de la inmigración en España es la Ley de Extranjería del año 1985. La enorme cantidad de extranjeros en situación irregular que desde el año 1986 no había tenido la oportunidad de regularizar su situación pudo hacerlo el año 1991. Y en ese mismo año una proposición no de ley aprobada por el Congreso anuncia las tres medidas que han constituido los pilares de las políticas de inmigración en España hasta la actualidad:

Cooperación al desarrollo.

Integración de residentes legales.

Control del flujo de inmigración ilegal.

En el año 1994 se aprueba el Plan para la integración social de los inmigrantes, cuyas realizaciones concretas han sido la creación del Foro para la Integración de los Inmigrantes y el Observatorio Permanente de la Inmigración. Dos años después, en el año 1996, se aprueba la Ley Orgánica de Extranjería, que sustituyó al anterior reglamento de ejecución aprobado en 1986. Este nuevo reglamento supuso un avance en varios aspectos considerados esenciales:

Simplificaciones en los trámites administrativos.

Simplificación en la configuración de los permisos administrativos para residir y trabajar.

Adaptaciones a las normas europeas.

Regulación de derechos fundamentales

En el año 2000 se aprueba la debatida Ley sobre Derechos y Libertades de los Extranjeros en España y su Integración Social, modificada por la Ley de agosto de 2000, titulada de igual forma pero siendo más restrictiva desde el punto de vista de la integración social. También se crea en el mismo año la Delegación del Gobierno para la Extranjería y la Inmigración, dependiente del Ministerio del Interior.

En el año 2001 el Observatorio Permanente de la Inmigración pasa a depender del Ministerio del Interior y se crean el Consejo Superior de Política de Inmigración y las Subcomisiones de Coordinación. En ese mismo año se elabora el plan GRECO (El Programa Global de Regulación y Coordinación de la Extranjería y la Inmigración en España). A raíz de la puesta en

práctica de este plan se han firmado convenios de regulación y ordenación de los flujos migratorios con distintos países de origen de la inmigración: Colombia, Ecuador, Marruecos, República Dominicana, Rumania y Polonia. El objetivo de estos acuerdos es controlar los flujos migratorios y, de manera especial, la inmigración laboral.

A nivel autonómico también se han desarrollado actuaciones. Se han elaborado las leyes de Servicios Sociales, las instituciones específicas y los planes de integración social de los inmigrantes, especialmente en las comunidades autónomas a las que más les afecta el fenómeno de la inmigración. Prácticamente la totalidad de las comunidades autónomas han creado, a partir de 1998 y sobre todo desde 2000, comisiones y foros dirigidos al seguimiento del proceso social de la inmigración no comunitaria. En dichas Comisiones y Foros suelen estar representadas las Administraciones, así como las organizaciones sindicales y voluntarias que trabajan en el ámbito de la inmigración. Se trata de órganos de consulta y debate, en parte para la planificación de políticas y en todo caso plataformas de seguimiento de las políticas de inmigración en el ámbito autonómico.

En cuanto a los planes de integración social de inmigrantes, cabe destacar el pionero plan de integración de Cataluña del año 1993, adelantándose incluso al primer plan estatal de integración del año 1994. El resto de los planes son de reciente elaboración. La mayor parte de los planes de integración contienen medidas relacionadas con el uso de los servicios sociales en relación a la difusión de recursos existentes, la primera acogida, el acceso a la atención social, conciliación de la vida laboral y familiar y mediación intercultural.

Carrasco y Rodríguez (2005) afirman que las políticas institucionales desarrolladas a favor de los inmigrantes han tenido poca eficacia en la integración social de este colectivo. Solamente en el área de la atención sanitaria parece tener lugar una protección creciente, debido no tanto a un derecho generado por el empleo, sino a las posibilidades que concede el empadronamiento. Entre ellas, la tarjeta sanitaria, a los residentes no comunitarios.

Tres son las principales razones de la falta de eficacia integradora:

Razón sociopolítica: la estructura y funcionamiento del propio Estado del Bienestar, que tiene una acción protectora especialmente contributiva y fuertemente apoyada en la iniciativa privada.

Razón socio-demográfica: las prioridades y objetivos de los inmigrantes son diferentes a las de otros colectivos.

Razón económica: la fragilidad del mercado de trabajo español, caracterizado por altas tasas de empleos temporales y de desempleo, entre otras características.

2.- EL CASO DE CANARIAS

Canarias constituye un reconocido destino turístico y también una conocida región de emigración e inmigración. Como destino turístico conoció su apogeo en la década de los años sesenta y setenta, con el desarrollo del turismo de masas, aunque ya anteriormente fue un lugar escogido por los turistas que amaban la naturaleza y por los que deseaban mejorar su salud y bienestar. En la actualidad, además del turismo de masas, otras propuestas turísticas se han desarrollado, como las que tienen que ver con el turismo volcánico, de aventura, etc. (Cánoves y Blanco, 2009). En cualquier caso, la importancia del turismo en Canarias es tan alta, tanto a nivel económico como desde un punto de vista sociocultural y medioambiental, que su estudio está siempre sobradamente justificado (Santana, Ledesma y Pérez, 2011).

Desde el punto de vista de los movimientos migratorios las Islas Canarias también han constituido una región emisora y receptora de personas de otros países, bien sea como turistas o como inmigrantes, o bien como una cosa primero y como la otra después. Respecto a los movimientos migratorios en Canarias vinculados al turismo podemos sintetizarlos del siguiente modo (Díaz y Delgado, 2005; Godenau y Zapata, 2008):

(i) En los años cincuenta muchos canarios emigraron a América del Sur y posteriormente a Europa, realizando actividades laborales en la restauración, la hostelería, etc. En algunos casos han llegado a ser empresarios de reconocido prestigio en el sector turístico. Pero en realidad es difícil localizar en el tiempo el primer movimiento migratorio relacionado con Canarias: valga aquí la pena comentar, aunque sea a título memorable, la expedición de canarios que fundaron San Antonio de Texas hace ya varios siglos.

(ii) A partir de los años sesenta y setenta Canarias sufre un cambio de signo migratorio, recibiendo europeos (se incluye aquí la población llegada de otros lugares de España) y población rural o de otras islas para trabajar en el sector turístico, en crecimiento. Esos son los años del despegue del turismo de masas en España y en las Islas.

(iii) Al final del milenio comienzan a llegar inmigrantes subsaharianos y de Europa, así como familiares de antiguos emigrantes que ahora retornan, todos ellos trabajarán en la venta ambulante en el sector turístico (especialmente los inmigrantes procedentes de África y Europa), en la administración de empresas turísticas o regentando restaurantes y otras actividades vinculadas al turismo

(iv) En los últimos años la inmigración ha descendido y comienza a producirse, por la crisis, un aumento de la emigración, sobre todo de los jóvenes. Por este motivo y considerando la cierta estabilidad del sector turístico las empresas turísticas tienen dificultades para contratar a mano de obra en sus organizaciones.

No cabe duda de que los movimientos migratorios y el desarrollo del sector turístico están relacionados, tanto en Canarias como en otros contextos. Y también que ambos procesos, el migratorio y el turístico, influyen en las actitudes de los residentes. Sin embargo, las actitudes de los residentes hacia los movimientos migratorios asociados al turismo producidos en Canarias han sido escasamente estudiadas. Investigadores como Facchini (2004), Facchini y Mayda (2008) y Mayda (2006, 2007) se preguntan si la comunidad residente en un destino turístico está a favor de la inmigración o en contra de ésta.

Éstas son algunas de las inquietudes que se recogen en la literatura:

- a) ¿Desarrollan los residentes actitudes favorables a la inmigración?
- b) ¿Qué tipo de inmigración (extranjeros, parientes retornados, etc.)?
- c) ¿Aceptarían los residentes de un destino turístico un incremento de inmigrantes?
- d) ¿Cuáles son los factores o variables – económicas y no económicas (religiosas, de seguridad ciudadana, culturales, etc.) - que se encuentran en la base de la formación de sus actitudes?

Facchini and Mayda (2008) han analizado el impacto de factores económicos de la inmigración en la formación de las actitudes. Entre dichos factores destacan las competencias y las habilidades de los inmigrantes, la contribución de éstos al desarrollo y al crecimiento económico de la comunidad, los efectos de la inmigración en la distribución de la renta o en el bienestar, así como los beneficios que los propios individuos y sus contextos particulares reciben de la inmigración. En el contexto laboral son interesantes los estudios que tienen por objeto analizar la formación de las actitudes de los residentes en función de las habilidades de los inmigrantes en un contexto socio-económico concreto, según puedan complementar o sustituir a la mano de obra residente. Por último, las investigaciones también ponen de manifiesto la percepción que los residentes poseen acerca de la eficiencia de las políticas de los gobernantes.

Efectivamente, Facchini y mayda (2012) afirman que en la literatura existente se demuestra que existen dos vías fundamentales en la formación de las actitudes hacia la inmigración por parte de los residentes: (i) los factores no económicos, especialmente los de orden cultural y étnico (Burns y Gimpel, 2000; Hainmueller and Hiscox, 2007; Facchini, Mayda y Puglisi, 2009); y sobre todo (ii) los factores económicos (Hanson, 2005; Hanson, Scheve y Slaughter, 2007;

Facchini and Mayda, 2009; Ortega y Peri, 2009; Ortega and Polavieja, 2010). Sin embargo, hemos de reconocer que, aunque puedan ser de gran utilidad, estos estudios no vinculan, de manera clara y determinante, las actitudes del residente respecto a los movimientos migratorios asociados al turismo.

Niedomysl (2004, 2005) afirma que el turismo constituye una industria que posee, desde un punto de vista económico y laboral, un efecto llamada, tanto para la población local residente, como para la población rural y para los inmigrantes, especialmente porque en el sector no se exigen excesivas competencias y porque se desarrolla un ambiente dinámico y diverso. Esta constituye una de las razones por las que algunos investigadores han propuesto la necesidad de un estudio integrado migración-turismo (Williams y Hall, 2000).

Por otra parte, existe un hecho que arroja complejidad a este tipo de estudio. Gustafson (2002) y Williams and Hall (2000) afirman que existe una zona gris en el marco de las complejas formas de movilidad al determinar si se trata de migración o turismo. Para algunos el turismo es concebido como un flujo unidireccional que concluye con la integración de los inmigrantes en la comunidad de destino. Para otros, en una más reciente perspectiva la migración es un proceso continuo que envuelve a flujos continuos de personas, interacciones sociales y expresiones culturales.

En cualquier caso, los gestores públicos y privados responsables de los procesos turísticos y migratorios deben realizar esfuerzos para determinar las actitudes de los residentes y otros stakeholders, respecto a ambos procesos, pues los residentes pueden constituir una resistencia hacia el desarrollo turístico y la integración social o, como sería lo deseable, un acicate, agentes colaboradores en el éxito de ambos procesos.

Afirman Vargas, Porras y Plaza (2011) que es sólo a partir de los años setenta cuando los residentes comienzan a recibir atención, tal y como se demuestra en la literatura que aborda los modelos de desarrollo turístico con los que minimizar los impactos negativos del turismo. Nawijn y Mitas (2012) estudiaron los impactos percibidos del turismo distinguiendo entre los socioeconómicos, los culturales y los medioambientales. En general, afirman los autores citados que el desarrollo turístico tiene un positivo impacto económico percibido, pero negativo desde el punto de vista medioambiental y socio-cultural. Llegan a la conclusión de que las actitudes de los residentes hacia el turismo están en función de los beneficios y costes percibidos (Sirakaya, Teye y Sönmez, 2002).

3.- LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA ANTE LA INMIGRACIÓN

¿Qué pueden hacer las empresas? La respuesta a esta pregunta pasa irremediablemente por la adopción de la Responsabilidad Social Corporativa con contenidos que favorezcan la integración y no exclusión de los inmigrantes. Respecto a la definición, la Responsabilidad Social Corporativa es un término polémico y controvertido, además de disperso, confuso y ambiguo (Godfrey, 2005). Ello es debido, como afirman Aragón y Rocha (2009), a que la RSC constituye un fenómeno relativamente reciente, más reciente aún que los movimientos migratorios. En realidad el movimiento en pro de la RSC emerge a finales del pasado siglo en un contexto histórico de globalización.

Más concretamente la RSC tal y como se concibe en la actualidad surge en los años cincuenta del siglo pasado, cuando se publica el estudio crítico de Bowen (1953). Posee sus antecedentes más claros y significativos en el mundo anglosajón (Aragón y Rocha, 2009). En la actualidad la RSC se está imponiendo rápidamente en todos los sectores de la economía, y su importancia no ha dejado de crecer (Fernández y Cuadrado, 2011).

Como manifiesta Méndez (2005) en las dos últimas décadas el comportamiento de las empresas está evolucionando hacia una competitividad empresarial que se basa no sólo en la obtención de mayores niveles de beneficios económicos, sino también en actuaciones que favorezcan el entorno social y medioambiental, a través de la adopción de políticas de mejora de las condiciones laborales, especialmente de los inmigrantes, del respeto a los derechos

humanos, del desarrollo de programas de recuperación de los entornos naturales, etc. (Valor y De la Cuesta, 2003; Boza y Pérez, 2009).

Una de las razones del desarrollo de la RSC, señala García (2004), es que el escenario en el que se desenvuelven las empresas se ha transformado en los últimos años, lo que impide mirar hacia otro lado y hacer oídos sordos. Y es que en gran medida el proceso de globalización ha transformado el papel social de las empresas, aumentando su poder y su responsabilidad, al mismo tiempo que surge y se afianza un movimiento global a favor de los valores sociales: la empresa está aumentando su capacidad de acción y junto a ella su responsabilidad social, entendida como la necesidad de responder de sus acciones ante la sociedad.

De una manera más concreta la importancia que actualmente tiene la RSC se debe a factores externos e internos de la empresa:

a) Externamente la crisis económica y financiera ha puesto en entredicho la reputación de algunos sectores empresariales, como es el caso del sector financiero, al que se le acusa de ser el principal responsable de la actual situación (Bravo, Matute y Pina, 2011). También por la promoción y difusión de buenas prácticas, o por influencia de instrumentos como el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, las Directrices para Empresas Multinacionales de la OCDE o el Libro Verde para la Responsabilidad Social Corporativa de la Comisión Europea (Jiménez y Paternostro, 2010). Todo ello ha supuesto cierta presión social para que se produzcan cambios que obliguen a las empresas a asumir su RSC.

b) Internamente la relevancia actual de la RSC se asocia a factores de política empresarial, ante la necesidad de tener que atender los objetivos y valores de los principales grupos de interés de las empresas (accionistas, directivos, clientes, consumidores, recursos humanos). También debido a factores estratégicos, en la medida en que la RSC representa una fuente de ventaja competitiva, al lograr legitimidad y reputación ante la sociedad y ante sus potenciales clientes y consumidores (imagen, credibilidad, confianza) (Pérez y Rodríguez, 2012).

Respecto a la definición de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC), no existe una que sea universalmente aceptada (Martínez, Pérez y Rodríguez, 2012). En la literatura la RSC se define como el proceso asociado al reconocimiento e integración en las operaciones de la empresa de las preocupaciones económicas, sociales y medioambientales vigentes. Ello da lugar a prácticas empresariales que satisfagan dichas preocupaciones y, a partir de las mismas, configurar las relaciones con los interlocutores (Bigné, Chumpitaz, Andreu y Swaen, 2005). Para Fernández y Cuadrado (2011) la RSC se relaciona con el compromiso adquirido por las empresas para mejorar el bienestar de la comunidad a través de prácticas y contribuciones empresariales discrecionales y voluntarias realizadas con recursos corporativos, tal y como también sugieren Kotler y Lee (2005).

Rodríguez, Fernández y Martí (2007) aseguran que, en términos generales, puede decirse que la responsabilidad social corporativa está relacionada con los siguientes aspectos:

La gestión y gobierno de la empresa

La política y la estrategia alineada con la visión organizativa, la misión y los valores

La gestión de los recursos humanos y las relaciones con los individuos dentro de la organización

El valor añadido de los accionistas

Las relaciones con los clientes

Las relaciones con la comunidad en la que se sitúa el negocio

Las implicaciones de desarrollo para la comunidad

La responsabilidad por el impacto ambiental de las operaciones y la gestión sostenible de los recursos

Las relaciones con las Administraciones Públicas

Las relaciones con los competidores y el mercado

Las relaciones con el desarrollo de la compañía

Respecto al contenido de la RSC, en la literatura predomina la teoría del desarrollo sostenible para legitimar los tres componentes de la RSC: económico, medioambiental y social (Bigné, Chumpitaz, Andreu y Swaen, 2005). Por tanto, el encuentro entre la RSC y el desarrollo sostenible se ha llevado a cabo mediante un proceso de transición desde un modelo tradicional, centrado en el interés exclusivo por los rendimientos económicos de los accionistas,

a otro más amplio y abierto asociado a los stakeholders. Para Fernández y Martínez (2008) y Jiménez y Paternostro (2010) este marco integrado de desarrollo sostenible y RSC es especialmente útil en el estudio de sectores de actividad con un mayor impacto ambiental (Pérez y Rodríguez, 2012).

Se ha demostrado que la RSC constituye un activo intangible de indudable importancia para todo tipo de entidades empresariales (Carrasco, 2005). En este sentido existe un consenso en la literatura acerca de los beneficios que la RSC ejerce sobre la imagen de la empresa por parte de los stakeholders, lo que a su vez contribuye a mejorar su reputación y consecuentemente las actitudes del consumidor hacia la misma (López y Segarra, 2011). La RSC también puede ayudar a las entidades a minimizar los impactos negativos de la recesión (Selvi, Wagner y Turiel, 2010).

Por otra parte, las respuestas de los sujetos ante las iniciativas de RSC de las empresas dependerán del grado de identificación cognitivo y afectivo del consumidor con la entidad, generado por la empresa a través de los mensajes de RSC. La identificación posibilita a los consumidores satisfacer necesidades de auto-definición a través de la vinculación con una marca o entidad socialmente responsable (Lichtenstein, Drumwright y Braig, 2004). Bigné, Chumpitaz, Andreu y Swaen (2005) y Bigné y Currás (2008) concluyen que el grado en el que un sujeto satisfaga sus necesidades de definición personal, a través de su conexión con una entidad socialmente responsable con la que comparte la tenencia o aspiración a un valor social, mediará de manera indirecta en las posteriores respuestas del comportamiento. Pero situándose por detrás de otros factores como el precio, la disponibilidad, la calidad de los productos o la imagen de marca (en términos de prestigio y reputación). Currás, Bigné y Alvarado (2009) han demostrado que la identificación del consumidor con la empresa se puede producir sin que exista una necesaria respuesta afectiva (Bhattacharya y Sen, 2003; Cornwell y Coote, 2005).

Como afirman de Valor y De la Cuesta (2003) y De la Cuesta (2004), cada empresa debe fijar el contenido de su responsabilidad social corporativa, a raíz de un análisis sistemático de los puntos de cruce de las principales áreas de actividad de la empresa (marketing, finanzas, producción y recursos humanos, por ejemplo) y los agentes sociales afectados por la gestión. Además, la definición de esas responsabilidades debe hacerse teniendo en cuenta dos límites:

- a) El límite inferior o mínimo de responsabilidad: se corresponde con la observancia de las normas jurídicas más restrictivas. En aspectos donde no exista legislación se atenderá a los usos y costumbres.
- b) El límite superior o máximo de responsabilidad: cuando la asunción de responsabilidad pueda suponer la pérdida de competitividad para la organización, mermando gravemente su rentabilidad y, en última instancia, poniendo en peligro su existencia.

En este marco afirman Fernández y Martínez (2008) la RSC constituye un elemento integrante de la estrategia empresarial y de las operaciones cotidianas, y tiene que ver con la consecución de objetivos estratégicos y el éxito empresarial a largo plazo, más que con el altruismo o cuestiones morales. Por este motivo, conocer la manera en que la RSC influye en la estrategia del negocio constituye el primer paso para realizar un diseño adecuado de la estrategia más conveniente para la organización. No existe, por tanto, una actividad empresarial separada de la RSC, están integradas.

Para integrar la RSC en la estrategia de la empresa afirma Redondo (2005) que es necesario comenzar a construir por los cimientos, esto es, plantear y comprometerse en “lo que la empresa quiere ser”, y seguidamente dar los pasos necesarios para alcanzar dichos compromisos. Veamos con más detenimiento estos pasos:

- a) Asumir el protagonismo de los aspectos medioambientales y sociales en la estrategia, políticas, códigos de conducta o misión de la compañía. De este modo, la integración implica:

*Plantear hacia dónde se quiere llevar la estrategia y en qué aspectos de la RSC se debe avanzar.
Observar el entorno y la realidad interna y considerar hacia dónde se deben dirigir los esfuerzos.
Valorar las oportunidades, pero también los riesgos que se van a asumir.*

Consultar a los demás, especialmente a las partes interesadas, conocer su percepción – cómo perciben a la empresa desde el punto de vista de responsabilidad - y qué esperan de la empresa, y decidir qué nivel de compromiso se debe asumir.

Decidir qué actuaciones hay que acometer y realizar los cambios necesarios.

Comunicar la nueva estrategia empresarial y obtener el impulso de la alta dirección para su puesta en práctica.

b) Coherencia con la cultura empresarial. Es el aspecto más difícil de lograr, el que más tiempo ocupa y el que plantea más dificultades para ser cambiado. La RSC no debe incorporarse a presión en la cultura de la organización. En general es más sencillo determinar lo que no debe hacerse que lo que se debe hacer. El liderazgo desde arriba a favor de la RSE es esencial.

c) Plantear objetivos y crear nuevos procedimientos y nuevos sistemas para gestionar la RSC: las actividades diarias deben contemplar la RSC. No se deben crear complejos sistemas o procedimientos para justificar el desempeño en RSC.

d) Las actuaciones deben surgir de una forma natural dentro de la organización: no se trata de emular lo que hacen otros o intentar ser extremadamente excepcionales.

c) Imbricación con procesos y relaciones internas y externas. Está empezando a ser práctica común que las empresas establezcan un departamento interno para gestionar la RSC, o que asignen la responsabilidad a una unidad ya existente. No obstante, esta práctica sólo tiene sentido si de lo que se trata es de coordinar, impulsar y asegurarse de que los procesos y sistemas están bien diseñados para evitar los riesgos y aprovechar las oportunidades derivadas de la interrelación con las partes interesadas. La RSC en una empresa no debe ser un parche que se adhiera a la organización, debe estar imbricada en todo aquello se hace día a día:

Internamente, dentro de las prácticas habituales de compras, recursos humanos, administración, clientes, diseño de productos y servicios, comunicación interna...

Externamente, en la comunicación externa, las relaciones institucionales, el marketing, las relaciones con accionistas, la protección ambiental, los aspectos de seguridad, etc.

d) Comunicación hacia el exterior, sobre todo a través de la memoria de la empresa. Uno de los aspectos que más destacan en el desarrollo de las estrategias de RSC de algunas compañías es que, a diferencia de lo que sería lógico, se ha comenzado por informar antes de implantar las actuaciones de RSC. Una reflexión inicial que toda empresa debería hacerse - y que no siempre se hace - es si realmente se encuentra en condiciones de informar sobre su desempeño en RSC, y si dicha información le va a reportar los beneficios esperados. En esta reflexión debe considerarse que:

La memoria no debe constituir el objetivo prioritario: las memorias de RSC son probablemente uno de los mejores vehículos para lograr transmitir este tipo de informes hacia el exterior, con transparencia. La memoria de RSE no debe ser un "fin" en sí misma, sino el reflejo de los resultados logrados a través de una estrategia de RSC.

La memoria implica un compromiso de transparencia a largo plazo. Su edición supone un ejercicio de transparencia que implica tener claro desde el principio cómo se va a avanzar y desarrollar la voluntad de estar dispuestos a informar de los logros, pero también de los "fracasos".

e) Implantar la RSC

Es necesario reflexionar y establecer la fórmula por la que la RSC se ha de integrar en la estrategia y cultura global de la empresa. También cómo afectará a las operaciones cotidianas y a la reputación. Es esencial integrar las opiniones e intereses de los agentes implicados en el desarrollo de la RSC.

El segundo paso debe consistir en instrumentar y desarrollar la estrategia, definida en planes y programas concretos que cubran los objetivos estratégicos de la RSC e integren los que ya se

están llevando a cabo. Se deben definir indicadores de medición específicos para el seguimiento de su ejecución y definir cuál será el sistema de control y seguimiento de la gestión de la RSC.

En tercer lugar, se deberán implantar las actuaciones concretas que permitan llevar a cabo los objetivos planteados y realizar un seguimiento de las mismas que permita conocer su grado de avance.

Por último, una vez desarrolladas las etapas anteriores, podremos transmitir a la sociedad las actuaciones llevadas a cabo y los logros conseguidos (indicadores de avance y memoria de RSC).

Para conocer las actitudes y opiniones de los futuros profesionales respecto a la RSC recientemente se llevó a cabo una investigación por Martínez (2012) con una muestra de 257 jóvenes de 18 a 22 años (el 30% eran hombres). Utilizando una escala de 21 ítems diseñada ad hoc tomando como base el conocido documento "Indicadores de responsabilidad social empresarial ADEC-ETHOS, versión 1.0" (ADEC, 2010) se obtuvieron algunos interesantes resultados. En primer lugar los jóvenes consideran que las empresas SI deben asumir su RSC. La escala en su conjunto alcanzó el 80% del total máximo posible si todos los estudiantes hubieran puntuado con un 5 cada ítem. Además, la mayor parte de los ítems alcanzó porcentajes entre 70% y 97%. No obstante, los jóvenes consideran que la dedicación de la empresa a la gestión de su RSC no debiera ser igualmente importante en todos los ámbitos o apartados.

Por otra parte, la investigación ha puesto de manifiesto que existen 7 factores o grupos específicos objeto de RSC, ordenados de mayor a menor relevancia a través del análisis factorial. Los factores son los siguientes:

- Responsabilidad social
- Responsabilidad en el desarrollo
- Responsabilidad medio-ambiental
- Responsabilidad social con los empleados
- Atención y ética con los clientes internos y externos
- Ética de la organización
- Responsabilidad en información exterior

No es posible adoptar con éxito la RSC sin liderazgo. Como sostienen Hiep y Pruijs (2006) el liderazgo es un factor crítico que distingue a unas organizaciones de otras en la consecución de sus objetivos, especialmente en época de crisis y en un contexto de responsabilidad y sostenibilidad. Un buen liderazgo, añaden los autores, genera en las organizaciones nuevas perspectivas y cambios de actitud y mentalidad, lo que conlleva nuevas emociones, nuevas conductas y mejores resultados. Cardona y Rey (2010) y Rodríguez y Álvarez (1999) destacan cómo la importancia del liderazgo no ha dejado de crecer en las últimas décadas, y que muy probablemente seguirá creciendo en las venideras.

En el contexto de la RSC y como señala Castro (2006) el líder tiene la capacidad de influir y motivar a sus seguidores, contribuyendo al logro de los objetivos establecidos y al éxito del proyecto organizacional de manera integrada con el proyecto de RSC. Cardona y Rey (2008) afirman que existen tres tipos de liderazgo que pueden ser válidos para integrar la RSC en la organización:

El *liderazgo transaccional* se caracteriza por una relación de influencia entre el directivo y sus colaboradores que es esencialmente económica, pues el directivo se apoya en los premios y castigos para motivarlos. De hecho, su capacidad de influencia coincide con su capacidad de dar o de retirar incentivos, y también de establecer reglas de juego claras y objetivos bien diseñados. Su estilo de dirección tiende a ser de "orden y mando", con énfasis en el control y fuerte uso del poder formal.

Es un líder que se fija en el corto plazo y maneja los procesos y los recursos de manera eficiente. Se trata, por tanto, de un buen gestor, aquel que busca la mejora permanente a base

de una conseguir una mayor estandarización y repetición de los procesos que ya son conocidos en la organización. Suelen ser buenos negociadores, autoritarios y hasta agresivos, de modo que casi siempre obtienen el máximo fruto de la relación de influencia de intercambio que han creado. Sin embargo las cosas pueden no ir tan bien cuando se trata de crear y gestionar otras relaciones de mayor valor añadido, pues este tipo de directivo se centra especialmente en los comportamientos exigidos formalmente.

Por su parte, el *liderazgo transformador* se caracteriza por una relación de influencia profesional con los colaboradores que va más allá del intercambio de esfuerzos e incentivos. En este caso el colaborador no sólo está interesado en la retribución económica que percibirá a cambio de su trabajo, sino también en el trabajo mismo: el reto de llevarlo a cabo, el aprendizaje que conlleva, el atractivo que representa, etc. La influencia del líder transformador es más profunda que la del líder transaccional, pues éste no sólo influye a base de premios y castigos, sino también a base de ofrecer un trabajo atractivo en el que los colaboradores aprendan y se comprometan.

Cardona y Rey (2008) consideran que el líder transformador es inconformista, visionario y carismático. Replantea continuamente el modo de hacer las cosas en la empresa y también las aspiraciones e ideales de los seguidores. Es un líder con gran capacidad de comunicación: arrastra, convence y tiene una gran confianza en sí mismo y en su visión. También tiene un alto grado de determinación y energía para llevar a cabo los cambios que se proponga realizar. El líder transformador no es necesariamente opuesto al líder transaccional: más bien es un líder transaccional enriquecido.

Sin embargo, aunque en determinados contextos este liderazgo pueda ser efectivo, dificulta enormemente el desarrollo de nuevos líderes en la organización y, a su vez, constituye un freno para la captación, el desarrollo y la retención del talento para el liderazgo. De este modo los colaboradores que poseen un alto potencial como líderes suelen verse forzados a buscar alternativas, en caso de no conseguir subir a la cúspide en un plazo relativamente corto de tiempo, para poder desarrollar su liderazgo en otros ámbitos de la empresa o en otras organizaciones.

El *liderazgo trascendente* conlleva una relación de influencia personal en la que el colaborador, además de buscar la retribución y el atractivo del trabajo, busca mediante una labor bien hecha, satisfacer necesidades reales de personas, colectivos o de la sociedad en general. La influencia del líder trascendente es aún más profunda que la del líder transformador, pues puede influir no sólo con premios y castigos, o con retos profesionales atractivos, sino también apelando a la necesidad que otros tienen de contribuir a un proyecto que realmente vale la pena.

El líder trascendente está fuertemente comprometido con determinadas personas o colectivos. Puede tratarse de sus clientes, de sus colaboradores o de sus compañeros. O incluso de determinadas causas u obras sociales. Ahora bien, para ser un líder trascendente no basta con estar comprometido con determinados colectivos: el líder debe impulsar ese mismo compromiso entre sus colaboradores. Además, al promover este espíritu de servicio, el líder trascendente no retiene el liderazgo a su nivel, sino que procura que el liderazgo trascienda en sentido vertical.

Se trata de un líder generador de líderes, que tiene una mayor capacidad que los demás directivos para captar, desarrollar y retener el talento vinculado al liderazgo, y que concibe su labor como un servicio a sus colaboradores. Por ello, está más desprendido de su propio ego que todos los demás. Exige una gran responsabilidad y prefiere compartir el éxito con sus colaboradores. Es un líder más ambicioso y, a la vez, más humilde que el líder transformador.

En la actualidad predomina un enfoque del liderazgo basado en las competencias. Como afirman Cardona y Rey (2010) las competencias constituyen un sistema que integra “saber”, “saber hacer” y “saber ser-estar”.

a) El *saber*, es decir, disponer de los conocimientos técnicos necesarios para la tarea.

- b) El *saber hacer*, o capacidad de aplicar y utilizar dichos conocimientos mediante el despliegue de las habilidades y destrezas apropiadas.
- c) El *saber estar*, es decir, adoptar las actitudes y desarrollar el comportamiento adecuado a las normas y cultura de la organización.
- d) El *querer hacer*, mostrando el interés y la motivación precisos
- e) El *poder hacer*, es decir, disponer de los medios y recursos necesarios para llevar a cabo la actividad.
- f) Se manifiesta en comportamientos observables de eficacia en un contexto determinado.

Según Cardona (1999), Cardona y García (2004) y Cardona y Rey (2010) las competencias directivas se refieren a los comportamientos observables y habituales que posibilitan el éxito de una persona en su función directiva. Una de las más divulgadas propuestas sobre competencias directivas es la del IESE, que surge del análisis empírico resultante de la aplicación el Cuestionario de Competencias Directivas a una muestra de 150 directivos (Chinchilla y Torres, 2002; García, Cardona y Chinchilla, 2001), y que incluye las siguientes competencias. Podrá observar el lector que NO se incluye ninguna competencia directamente relacionada con la RSC. Éste es, precisamente, el reto de los directivos: adoptar competencias asociadas a la RSC.

1. *Competencias estratégicas*: hacen referencia a la capacidad estratégica de un directivo y a su relación con el entorno externo de la empresa, siendo necesarias para el logro de resultados económicos. Incluyen las siguientes:

- a) Visión de negocio
- b) Resolución de problemas
- c) Gestión de recursos
- d) Orientación al cliente
- e) Red de relaciones efectivas
- f) Negociación
- g) Orientación inter-funcional

2. *Competencias intratéticas*: se refieren a la capacidad ejecutiva y de liderazgo en relación con el entorno interno de la empresa, y se orientan a desarrollar a los empleados e incrementar su compromiso y confianza con la organización. Incluye las siguientes competencias básicas:

- a) Comunicación
- b) Organización
- c) Empatía
- d) Delegación
- e) Coaching
- f) Trabajo en equipo
- g) Desarrollo y compromiso de los empleados
- h) Liderazgo
- i) Dirección de personas
- j) Resultados económicos

3. *Competencias de eficacia personal*: son los hábitos que facilitan una relación eficaz de la persona con su entorno y que se refieren tanto al equilibrio y desarrollo personal como al mantenimiento de una relación activa, realista y estimulante con el medio, potenciando la eficacia de las competencias directivas antes mencionadas. Las competencias de eficacia personal miden la capacidad de auto-dirección, imprescindible para dirigir a otras personas, y contienen seis competencias básicas, cada una de las cuales se divide a su vez en varias competencias más:

- a) Proactividad, que incluye iniciativa, creatividad y autonomía personal
- b) Autogobierno, en el que se insertan la disciplina, concentración y autocontrol

- c) Resolución de problemas, que incluye intuición, capacidad de análisis y toma de decisiones
- c) Gestión personal, que implica gestión del tiempo, gestión del estrés y gestión del riesgo
- d) Integridad: credibilidad, honestidad, equidad
- d) Desarrollo personal, donde se incluyen la autocrítica, el auto-conocimiento, relación de la persona consigo misma y con el entorno y el aprendizaje y cambio personal.

Debemos acudir a las propuestas de competencias del liderazgo relacionadas con empresas sociales para apreciar el interés que dichas competencias tienen. Carreras, Leaverton y Sureda (2009) han investigado las competencias del líder en las organizaciones sociales, más concretamente en las ONG. Estos líderes desarrollan la RSC desde dentro primeramente, para ser eficaces en el ámbito externo de la RSC. Sus investigaciones consiguen aportar un triple conjunto de datos de gran interés:

Competencias del rol visionario y estratega

- Análisis del contexto externo e interno
- Diseño de la misión y la visión
- Comunicación y motivación
- Definición y promoción de los valores y cultura organizativa
- Planificación y ejecución estratégica. Políticas de actuación.
- Toma de decisiones
- Gestión financiera y presupuestaria

Competencias del rol del líder organizador

- Selección y reclutamiento
- Construcción y dirección de equipos
- Desarrollo de colaboradores
- Resolución de conflictos
- Diseño organizativo y de procesos
- Gestión del cambio
- Medición de resultados y cuadro de mando. Rendición de resultados
- Aprendizaje organizativo

Competencias del líder con rol emprendedor

- Detección y aprovechamiento de oportunidades
- Iniciativa emprendedora
- Generación de cambios y capacidad de adaptación
- Creatividad e innovación
- Análisis y asunción de riesgos
- Captación y fidelización de donantes y recursos
- Tolerancia a la frustración
- Orientación a resultados

Competencias del líder ONG rol social

- Análisis y relación con diferentes *stakeholders*
- Persuasión, influencia y negociación.
- Comunicación pública y movilización social.
- Activismo
- Presión política
- Participación en medios de comunicación
- *Networking* y alianzas

CONCLUSIONES

La inmigración es un fenómeno social y económico que obedece a un efecto llamada y un efecto de salida en el origen. Constituye un problema y también una oportunidad. En el primer caso debido a las fórmulas de organización y gestión, tanto en origen como en destino, en

muchos casos descontroladas y carentes de toda ética y moral. Particularmente en el caso de las empresas, los directivos deben asumir su responsabilidad social para facilitar la inclusión dentro de los límites de la norma jurídica y de la cultura de la responsabilidad social corporativa.

Bibliografía

Abad, L., Cucó, A. e Izquierdo, A. (1993) *Inmigración, pluralismo y tolerancia*. Madrid: Popular.

ADEC (2010). *Indicadores de responsabilidad social empresarial, V. 1.0*. Asunción (Paraguay): ADEC.

Aragón, J. y Rocha, F. (2009). Los actores de la responsabilidad social empresarial. *Cuadernos de Relaciones Laborales*, 27(1), 147-167.

Beck, U. (1998). *¿Qué es la globalización?: falacias del globalismo, respuestas a la globalización*, Barcelona: Paidós.

Bhattacharya, C. y Sen, S. (2003). Consumer-company identification: A framework for understanding consumers' relationships with companies. *Journal of Marketing*, 67, 76–88.

Bigné, E. y Currás, R. (2008). ¿Influye la imagen de responsabilidad social en la intención de compra? El papel de la identificación del consumidor con la empresa. *Universia Business Review*, 3, 10-23.

Bigné, E., Chumpitaz R., Andreu, L. y Swaen, V. (2005). Percepción de la responsabilidad social corporativa: un análisis cross-cultural. *Universia Business Review*, 1, 14-27.

Bowen, H. R. (1953). *Social responsibilities of the businessman*. Nueva York: Harper & Row.

Boza, J. y Pérez, D. (2009). Estudio de la responsabilidad social de las empresas. Aplicaciones a las empresas de Gran Canaria. *EAWP: Documentos de Trabajo en Análisis Económico*, 8(4), 29-38.

Bravo, R., Matute, J. y Pina, J. (2011). *Corporate social responsibility as a key element of banks' identity: A content analysis*. Proceedings 40th EMAC Conference, Ljubljana (Eslovenia).

Burns, P. y Gimpel, J. (2000). Economic insecurity, prejudicial stereotypes and public opinion on immigration policy. *Political science quarterly*, 115(2), 201–25.

Cánoves, G. y Blanco, A. (2009). Turismo, mercado e inmigración en España: un análisis de la situación en las comunidades de Murcia, Canarias, Valencia y Andalucía. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 50, 259-280.

Cardona, P. y Rey, C. (2008). *El liderazgo centrado en la misión: cómo lograr el liderazgo en toda la organización*. Ocasional paper 08/04. Barcelona: IESE.

Cardona, P. y Rey, C. (2010). Ventaja competitiva empresarial. La organización del liderazgo. *Ideas, Revista de Antiguos Alumnos del IESE*, 118, 1-3.

Carrasco, C. y Rodríguez, G. (2005). La protección social de los inmigrantes no comunitarios. *Cuadernos de relaciones laborales*, (23)2, 66-69.

Carrasco, I. (2005). La ética como eficiencia: la responsabilidad social en las cooperativas de crédito españolas. *CIRIEC-España: Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 53, 351-367.

- Carreras, I., Leaverton, A. y Sureda, M. (2009). *Líderes para el cambio social. Características y competencias del liderazgo en la ONG*. Barcelona: Instituto de Innovación Social de Esade.
- Carrión, V. R. (2009). Análisis teórico y pírico de la exclusión social: el caso de Tijuana 2005. *Revista legislativa de estudios sociales de opinión pública*, (2)4, 73-108.
- Castel, R. (2004). Encuadre de la exclusión. En S. Karsz: *La exclusión: bordeando sus fronteras. Definiciones y matices*. Barcelona: Gedisa.
- Castro, A. (2006). Teorías implícitas del liderazgo, contexto y capacidad de conducción. *Anales de Psicología* 22(1), 89-97.
- Cebollada, Á. (2006). Aproximación a los procesos de exclusión social a partir de la relación entre el territorio y la movilidad cotidiana. *Documents d'Análisis Geogràfic*, (48), 105-121.
- Chinchilla, M. y Torres, M. (2002). *Liderazgo personal*. Nota técnica. Barcelona: IESE Publishing.
- Cornwell, B. y Coote, L. (2005). Corporate sponsorship of a cause: The role of identification in purchase intent. *Journal of Business Research*, 58, 268-276.
- Currás, R., Bigné, E. y Alvarado, A. (2009). The role of self-definitional principles in consumer Identification with a socially responsible company. *Journal of business ethics*, 89, 547-564.
- De la Cuesta, M. (2004). El por qué de la responsabilidad social corporativa. *Información Comercial Española (ICE)*, 2813, 45-58.
- Díaz, M. C. y Delgado, C. R. (2005). Mercado laboral y nuevos perfiles de la inmigración extranjera en Canarias. *Scripta Nova*, 9, 181-204.
- Estivill, J. (2003). *Panorama de la lucha contra la exclusión social. Conceptos y estrategias*. Ginebra: O.I.T.
- Facchini, G. (2004). The political economy of international trade and factor mobility: A survey. *Journal of Economic Surveys*, 18, 1-31.
- Facchini, G. y Mayda, A. M. (2008). From individual attitudes toward migrants to migration policy outcomes: Theory and evidence. *Economic policy*, 23(56), 651-713.
- Facchini, G. y Mayda, A. M. (2009). Individual attitudes towards immigrants: Welfare state determinants across countries. *Review of economics and statistics* 91(2), 291-314.
- Facchini, G. y Mayda, A. M. (2012). Individual attitudes toward skilled migration: an empirical analysis across countries. *World economy*, 35(2), 183-196.
- Facchini, G., Mayda, A. M. y Puglisi, R. (2009). Illegal Immigration and Media Exposure: evidence on individual attitudes. Working paper 7593. London: CEPR.
- Fernández, M. T. y Cuadrado, R. (2011). La responsabilidad social empresarial en el sector hotelero: revisión de la literatura científica. *Cuadernos de Turismo*, 28, 47-57.
- Fernández, R. y Martínez, A. (2008). Naturaleza estratégica de la responsabilidad social empresarial. *Revista de Globalización, Competitividad y Gobernabilidad*, 2(2), 45-57.
- García, M. R. (2006). Las competencias de los alumnos universitarios. *Revista Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 20(3), 253-269.
- García, P. Cardona, P. Chinchilla, N. (2001). *Las competencias directivas más valoradas*. Ocasional paper. Barcelona: IESE Publishing.

- García, V. D. (2004). La responsabilidad social de la empresa: una definición desde la ética empresarial. *Revista Valenciana de Economía y Hacienda*, 12, 77-98.
- Godenau, D. y Zapata, V. M. (2008). Canarias: inmigración en una región fronteriza del Sur de la Unión Europea. *Política y sociedad*, 54(1), 61-84.
- Godfrey, P. C. (2005). The relationship between corporate philanthropy and shareholder wealth: A risk management perspective. *The Academy of Management Review*, 30(4), 777-791.
- Gustafson, P. (2002). Tourism and seasonal retirement migration. *Annals of tourism research*, 29(4), 899-918.
- Hainmueller, J. y Hiscox, M. J. (2007). Educated preferences: Explaining attitudes toward immigration in Europe. *International organization*, 61, 2, 399-442.
- Hainmueller, J. y Hiscox, M. J. (2010). Attitudes towards highly skilled and low skilled immigration: Evidence from a survey experiment. *American political science review*, 104(1), 61-84.
- Hanson, G. H. (2005). *Why does immigration divide America? Public finance and political opposition to open borders*. Washington, D.C.: Institute for International Economics.
- Hanson, G. H. (2006). Illegal migration from Mexico to the United States. *Journal of economic literature*, 44, 869-924.
- Hanson, G. H., Scheve, K. y Slaughter, M. (2007). Public finance and individual preferences over globalization strategies. *Economics and Politics* 19(1), 1-33.
- Hernández, M. (2008). *Exclusión social y desigualdad*. Murcia: Universidad de Murcia.
- Hiep, E. y Pruijs, L. (2006). Cómo demostrar un liderazgo efectivo en un ámbito intercultural. *Información Comercial Española*, 830, 125-132.
- Jiménez, J. J. y Paternostro, S. (2010). La participación de los grupos de interés como instrumento de responsabilidad social corporativa. El caso de las pequeñas y medianas empresas familiares. *Revista de Estudios Empresariales*, 2, 7-34.
- Kotler, P. y Lee, N. (2005). *Corporate social responsibility: Doing the most good for your company and your cause*. Hoboken, NJ: Wiley.
- Laparra, M. et al. (2007). Una propuesta de consenso sobre el concepto de exclusión social. Implicaciones metodológicas. *Revista española del Tercer sector*, (5), 15-57.
- Laparra, M., Gaviria, M. y Aguilar, M. (1996). *Peculiaridades de la exclusión social en España: propuesta metodológica y principales hipótesis a partir del caso de Aragón*. Madrid: Fundación Argentina.
- Lenoir, R. (1974). *Les Exclus: Un Français sur Dix*. Paris: Editions du Seuil.
- Lichtenstein, D., Drumwright, M. y Braig, B. (2004). The effect of corporate social responsibility on customer donations to corporate-supported nonprofits. *Journal of Marketing*, 68, 16-32.
- López, M. Á. y Segarra, M. (2011). Actitudes de los estudiantes de administración de empresas hacia la responsabilidad social corporativa y la ética empresarial. *Revista Complutense de Educación*, 22(2), 235-248.
- López-Arangúren, E. (2005). *Problemas sociales. Desigualdad, pobreza y exclusión social*. Madrid: Biblioteca nueva.

- Marco, M. (2000). Consideraciones en torno al concepto de exclusión social. *Revista de investigaciones sociales*, (11), 11-21.
- Martínez, J. A. (2012). La responsabilidad social de las empresas turísticas: percepciones de los estudiantes. *TURyDES*, 1-16.
- Martínez, P., Pérez, A. y Rodríguez, I. (2012). Análisis de la práctica corporativa de la responsabilidad social en el sector turístico: un estudio de casos. *Cuadernos de Turismo*, 30, 145-164.
- Mayda, A. M. (2006). Who is against immigration? A cross-country investigation of individual attitudes toward immigrants. *Review of economics and statistics*, 88, 510–530.
- Mayda, A. M. (2007). Why are people more pro-trade than pro-migration? IZA Working Paper nº 2855.
- Méndez, M. T. (2005). Ética y responsabilidad social corporativa. *Información Comercial Española (ICE)*, 823, 141-150.
- Moriña, A. (2007). *La exclusión social: análisis y propuestas para su intervención*. Madrid: Fundación alternativas.
- Muñoz del Bustillo, R. (2002). Mercado de trabajo y exclusión social. *Revista Acciones e investigaciones sociales*, (16), 89-124.
- Navas, Molero y Morales (2001). Inmigración, prejuicio y exclusión social: reflexiones en torno a algunos datos de la realidad española. *Internacional journal of psychology an psychological therapy*, (1)1, 11-32.
- Nawijn, J. y Mitas, O. (2012). Resident attitudes to tourism and their effect on subjective well-being: The case of Palma de Mallorca. *Journal of travel research*, 51(5), 531-541.
- Niedomysl, T. (2004). Evaluating the effects of place marketing campaigns on interregional migration in Sweden. *Environment and Planning*, 36(11), 1991-2009.
- Niedomysl, T. (2005). Tourism and Interregional Migration in Sweden: an Explorative Approach. *Population, space and place*, 11(3), 187-204.
- Ortega, F. y Peri, G. (2009). The causes and effects of international migrations: Evidence from OECD countries 1980-2005. California: University of California.
- Ortega, F. y Polavieja, G. J. (2010). Labor-market exposure as a determinant of attitudes toward immigration. Barcelona: Universitat Pompeu Fabra.
- Pérez, A. y Rodríguez, I. (2012). La imagen de responsabilidad social corporativa en un contexto de crisis económica: El caso del sector financiero en España. *Universia Business Review*, 1, 14-29.
- Raya, E. (2005). Categorías sociales y personas en situación de exclusión. Una aproximación desde el País Vasco. *Cuadernos de relaciones laborales*, (23)2, 247-267.
- Redondo, H. (2005). Cómo integrar la responsabilidad social en la cultura empresarial. *Revista Asturiana de Economía*, 34, 31-41.
- Rodríguez, O., Fernández, J. y Martín, J. I. (2007). Percepción directiva de las relaciones entre responsabilidad social y ética empresarial. *Información Comercial Española (ICE)*, 2927, 43-56.
- Ruíz de Lobera, M. (2004). Inmigración, diversidad, integración exclusión: conceptos clave para el trabajo con la población inmigrante. *Revista de estudios de juventud*, (66), 11-21.

- Santana, M., Ledesma, F. y Pérez, J. V. (2011). Tourism and trade in small island regions: the case of the Canary Islands. *Tourism economics*, 17(1), 107-125.
- Selvi, Y., Wagner, E. y Turiel, A. (2010). Corporate social responsibility in the time of financial crisis: Evidence from Turkey. *Annales Universitatis Apulensis Series Oeconomica*, 12(1), 281-290.
- Sirakaya, E., Teye, V. y Sönmez, S. (2002). Understanding residents' support for tourism development in the Central Region of Ghana. *Journal of Travel Research*, 41, 57-67.
- Subirats, J. (2005). Análisis de los factores de exclusión social. *Documentos de trabajo de la Fundación BBVA*, (4), 35-48.
- Tezanos S. y Teznos J. F. (2006). La cuestión migratoria en España: tendencias en inmigración y exclusión social. *Sistema*, (190), 9-40.
- Tezanos, J. F. (2006). Inmigración y exclusión social. *Temas para el debate*, (136), 23-26.
- Tezanos, J. F. (2007). Nuevas tendencias migratorias y sus efectos sociales y culturales en los países de recepción: doce tesis sobre inmigración y exclusión social. *Reis*, (117), 11-34.
- Touraine, A. (1991). Inegalités de la Société Industrielle, Exclusion. *Espirit*, (5), 169-175.
- Valor, C. y De la Cuesta, M. (2003). Responsabilidad social de la empresa, medición y desarrollo en España. *Información Comercial Española (ICE)*, 2755, 7-20.
- Vargas, A., Porras, N. y Plaza M. D. (2011). Explaining residents' attitudes to tourism: Is a universal model possible? *Annals of tourism research*, 38(2), 460-480.
- Williams A. M. y Hall, C. M. (2000). Tourism and migration: new relationships between production and consumption. *Tourism geographies*, 2, 5-27.