

ARTÍCULO CIENTÍFICO
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

La responsabilidad social empresarial: concepto, teorías y dimensiones

The corporate social responsibility: concept, theories and dimensions

Arévalo Haro, Miryan Janeth ^I; Escobar Arévalo, Sindy Pamela ^{II}

^Imiryan_arevalo@yahoo.com. Universidad regional Autónoma de los Andes, Puyo, Ecuador.

^{II}escobarsindy@gmail.com. Universidad regional Autónoma de los Andes, Puyo, Ecuador.

Recibido: 31/10/2018

Aprobado: 26/11/2018

RESUMEN

El objetivo de este artículo es mostrar como la responsabilidad social empresarial (RSE) ha ido posicionándose en el mundo, la evolución de su definición con el tiempo, hasta llegar a un criterio sobre su definición actual, sustentada en las diversas teorías, para llegar a las dimensiones que nos permite determinar cuáles son las características de las empresas cordialmente responsables. Se realizó a través una revisión documental de bibliografía primaria y secundaria, artículos de investigaciones empíricas, así como de revisión de la teoría que se encuentra disponible. Se concluye que la RSE ha ido cada vez cobrando mayor importancia en todos los ámbitos, que no existe acuerdos en cuanto a su definición y teorías, como de sus dimensiones o perspectivas, lo que permite determinar las características que debe mantener las empresas que se autodefinen como socialmente responsables.

PALABRAS CLAVE: Evolución; responsabilidad social; teorías; dimensiones.

ABSTRACT

The aim of this article is to show how the corporate social responsibility (CSR) has been positioning itself in the world, the evolution of its definition over time, until you reach an opinion on its current definition, based on the different theories, to get to the dimensions that allows us to determine what are the characteristics of cordially responsible companies. He was carried out through a documentary review of primary and secondary bibliography, articles of empirical

research, as well as revision of the theory that is available. It is concluded that CSR has been increasingly gaining greater importance at all levels, that there is no agreements regarding its definition and theories, their dimensions or perspectives, which allows to determine the characteristics that must keep the companies that are they regard themselves as socially responsible.

KEYWORDS: Evolution social responsibility; Social responsibility; theories; dimensions.

INTRODUCCIÓN

En cualquier proyecto de investigación la fase de revisión bibliográfica adquiere importancia en tanto permite establecer cómo ha sido el desarrollo del concepto y conocer tanto las metodologías utilizadas en cada investigación como las conclusiones a las que han llegado, de acuerdo con los objetivos de cada proyecto.

El avance en el conocimiento se produce porque el saber acumulado es la base sobre la que se desarrollan las nuevas investigaciones mediante un proceso de refutación, confirmación o la exploración de nuevas formulaciones que contribuyan a la explicación de los fenómenos de estudio.

Como desarrollo de la fase de revisión bibliográfica del proyecto " LOS EFECTOS DEL LIDERAZGO ÉTICO EN LA RESPONSABILIDAD SOCIAL Y EL COMPORTAMIENTO EMPRESARIAL COOPERATIVO EN LA CIUDAD DE PUYO" se ha realizado una exploración para hacer un acercamiento al concepto de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), que abarca varias discusiones teóricas desarrolladas por investigaciones empíricas en los últimos años.

Terminó en tiempo en que las empresas existen y funcionan, sin responder por los efectos de las decisiones tomadas, es importante que sea la comunidad la que controle la empresa y no la empresa la que controle la sociedad, la posibilidad de participar desde la ciudadanía es muy distinta, pues la empresa mantiene su función pública pero su gestión es privada; su objeto de mercado se convierte, porque es una relación de costo-beneficio que no se relaciona con los derechos humanos, y entonces, es ahí cuando se cuestiona el concepto real de Responsabilidad social.

Se ha comentado que el interés de la empresa debiera estar, más que en la responsabilidad social (RSE), en generar facilidad, exigir transparencia y eficiencia al gobierno, de manera que sea este último -y no la empresa- el que actúe para solucionar los problemas que afrontan las comunidades. Magaña (2016).

Ante la nueva realidad de que los diferentes recursos que necesita el hombre para sobrevivir no son infinitos, las empresas deben jugar un papel preponderante en el accionar de la

comunidad en la que se encuentra localizada, dejando ser un mero espectador de los acontecimientos.

Recientes estudios han mostrado que la responsabilidad social empresarial (RSE) ha evolucionado como un campo de estudio en un sentido progresivo dentro de la disciplina de la administración (management) (Bigné et al., 2010; Rowley y Berman, 2000). Por progresivo se entiende un campo de estudio que se orienta cada vez más por un sentido positivo antes que normativo, o alternativamente, que el deber ser de la práctica en el campo de estudio se soporta cada vez más en la búsqueda de un sistema de generalizaciones que caracterizan el ser de dicho campo (Barley et al., 1988; Friedman, 1953).

Lo anterior es congruente con lo señalado por Carroll (1991) sobre la responsabilidad social del negocio que abarca las expectativas económicas, legales, éticas, y discrecionales que la sociedad tiene de las organizaciones en un punto dado en el tiempo.

En efecto, la RSE como campo de estudio ha sido sujeto de intensa controversia desde la seminal entre los economistas Milton Friedman –que asume la RSE como una anomalía de los negocios bajo condiciones de competencia– y Kenneth Arrow, para quien la RSE es necesaria

La responsabilidad social empresarial (RSE) ha ido posicionándose en el mundo cada día, esto ha sido posible gracias al criterio de que es posible crecer incorporando en su decisiones de inversión conforme a criterios, no sólo económicos, sino también sociales, ambientales y éticos dentro de su gestión.

El desarrollo conceptual de la RSE ilustrado como una escalera de conceptos y marcos de referencia justifica –de alguna manera– la consideración de la RSE como campo progresivo con fronteras disciplinares permeables (Carroll, 1999; Windsor, 2001; Wood, 2000). Desde esta perspectiva, el campo se ha consolidado en el sentido progresivo sin un paradigma conceptual dominante, en donde la investigación en RSE sigue recurriendo a elementos conceptuales planteados en forma complementaria más que competitiva

La importancia de este concepto, dentro de la realidad empresarial actual, queda reflejada en el creciente número de artículos publicados sobre el tema, tanto en revistas de carácter científico, como en informes provenientes de instituciones públicas o sin ánimo de lucro, en los que se manifiestan las implicaciones de las acciones de Responsabilidad Social a nivel mundial.

El objetivo de este artículo es analizar la razón por la cual en el Perú los programas de RSE de las empresas se orientan fundamentalmente a temas relacionados con la comunidad y el medio ambiente, y dan menos atención al tema laboral. En este artículo entendemos como RSE en el ámbito laboral a las acciones de las empresas orientadas a ofrecer «un trabajo decente y productivo, en condiciones de libertad, igualdad, seguridad y dignidad humana».3

Esto implica una remuneración suficiente y condiciones de trabajo adecuadas, que permitan no solamente la supervivencia inmediata del trabajador, sino también la protección de su futuro y el de sus hijos

El objetivo de este artículo es analizar las diferentes perspectivas bajo las cuales se han investigado y relacionado la RSE de las empresas y establecer información esencial que permita levantar una línea base que tribute a la investigación del proyecto señalado.

MÉTODOS

Este trabajo dada la orientación hacia los Derechos Humanos tiene un toque humanista, el cual trata de una actitud que intenta poner especial énfasis en la dignidad y el valor de la persona humana, considerándola como un ser racional, capaz de practicar el bien y encontrar la verdad.

La metodología utilizada es la investigación bibliográfica mediante el Constructivismo Social, inspirado por Vigotsky, el cual considera que el sujeto aprende de los demás a través de la interacción social, porque es un ser activo que, sustentado en una preconcepción teórica de la realidad, tiene la capacidad de ordenar, desordenar y organizar el conocimiento en su interior para luego exteriorizarlo a través de comportamientos.

En este sentido, la realidad se construye socialmente y por tanto la Sociología del conocimiento debe analizar los procesos por los cuales se produce. Se pretende mostrar cómo ha ido cobrando importancia la RSE en el mundo, se utiliza el método histórico para describir la evolución de los aspectos más importantes de este estudio, así como el enfoque descriptivo con el fin de dar a conocer los fenómenos que han logrado el desarrollo cada vez más creciente de la RSE en el ámbito de las finanzas.

RESULTADOS

Responsabilidad Social empresarial

Aproximación histórica a los conceptos de responsabilidad social empresarial en el plano internacional

Para comenzar a adentrarse en el tema de responsabilidad social empresarial, se considera necesario ubicarse en la evolución histórica del concepto para entender e identificar, qué sucede frente al tema en la actualidad. Se parte de un análisis evolutivo en las diferentes fases, empieza con la publicación del libro *Social Responsibilities of the Businessman* (Bowen, 1953), el concepto de responsabilidad social corporativa ha sido ampliamente analizado por académicos e investigadores de ramas tan diversas como el marketing, la economía o la organización de empresas, entre otras.

- Fase inicial. Ocurrió durante el siglo XIX y la primera mitad del siglo XX; no existe la Responsabilidad Social Empresarial como tal, las instituciones y organizaciones proporcionaban soluciones a los diferentes problemas sociales que se presentaban.
- Fase primera, Se da en la primera mitad del siglo XX; nace espontáneamente la participación voluntaria por parte de las organizaciones en la comunidad, aceptando la responsabilidad de participar en el bienestar de la sociedad, a partir de la realización de actividades filantrópicas puntuales.
- Fase segunda, ocurre en la segunda mitad del siglo XX, la comunidad en general comienza a tomar conciencia sobre la capacidad del sector privado para influir y solucionar los problemas sociales, al reconocer los daños y riesgos que su actividad ocasionaba a la comunidad, obligando a la intervención del estado mediante normativas como medida de protección. A los intereses públicos y a los recursos naturales. Entre los años 50 y 60, se adquirió más conciencia por parte del sector privado norteamericano, de la necesidad de impulsar causas sociales, por ejemplo de la década de los 60, Thomas Watson de IBM y David Rockefeller de Chase Manhattan Bank plantean la idea de la Responsabilidad Social Empresarial-
- Fase tercera, En la década de 1960, organizaciones, instituciones y Gobierno, buscan estrategias para hacer frente al cambio social y se caracteriza por una mezcla de obligaciones que emanan de las normas del Gobierno y de la sensibilidad de las empresas. En este tiempo, ha adquirido especial relevancia el estudio de la relación entre responsabilidad social y actuación financiera de la empresa (Aupperle, Carroll, y Hatfield, 1985; McGuire, Sundgren y Scheeweis, 1988; Waddock y Graves, 1997; McWilliams y Siegel, 2001)

Austin (Dinero, 2000, pp. 65) de Harvard Business School, afirma que las relaciones entre las empresas privadas y las organizaciones sin ánimo de lucro evolucionan en tres etapas: filantrópica, de transacción y la integrativa, siendo esta última la más beneficiosa para tales relaciones;

Correa J. (2007) señala: Esa dinámica de cambio, entonces, se ha fundamentado en elementos como:

- Cambios de la sociedad: los cambios en los valores sociales conllevan una crítica al orden social existente, implicando nuevas exigencias sociales a las organizaciones.
- Cambios en la relación organización / sociedad: la concentración de poder en pocas organizaciones implica mayor control sobre las mismas, ya que no pueden dar nuevas formas a la sociedad.

- Cambios internos en la organización: la creciente dispersión de la propiedad de las organizaciones trae consigo que las decisiones empresariales se tomen con mayor cautela, incorporando el sistema de arbitraje.
- Aumento en el nivel de la educación, fenómeno que influye indudablemente sobre la preferencia del público por los productos con alto valor agregado.
- Aumento en el nivel de la educación, fenómeno que influye indudablemente sobre la preferencia del público por los productos con alto valor agregado.
- La facultad del consumidor de comparar los productos entre ellos, para elegir el que responde a los criterios culturales deseados, lo que genera como resultado que el precio del producto no sea el principal determinante de la demanda.
- Mayor conocimiento de los miembros de las organizaciones (Talento Humano), sobre los derechos laborales y de los instrumentos para obligar al respeto de estos, a partir del contacto con organizaciones sindicales y por mayor acceso a la información a partir del rápido desarrollo de las tecnologías de la información.
- Evolución de las regulaciones en materias sociales, económicas, penales, entre otras, ya que una de las tendencias del derecho moderno es su mayor pretensión de proteger a los actores sociales en situación de inferioridad.
- Se generan cambios en las organizaciones debido a varios factores: el empresario, hombre de negocios y ciudadano, sensible a los valores éticos y la estructura del mercado evoluciona, dejando de estar centrada en la producción y comercialización de bienes, adquiriendo mayor importancia el sector de los servicios

En el 2000, la revista Forbes, manifiesta: "El capitalismo ha ganado la victoria sobre otras ideologías en el debate económico. Ahora le falta ganar el debate moral" (Forbes, 2000, pp.11). En plena era del neoliberalismo, los capitalistas del mundo se están viendo obligados a defenderse.

Correa (2007) señala en el siglo XX, las acciones de RSE se incrementaron, especialmente en la década de 1930, a raíz de la gran depresión, la cual trajo como consecuencia el desempleo masivo y la pobreza que debió afrontar la mayoría de la población, no sólo en Estados Unidos, sino también en Europa y Latinoamérica.

Durante la segunda parte del siglo XX, se gesta la sensibilidad social frente a los temas éticos, por la evolución de los públicos y por la constante preocupación social sobre una ética en los negocios, desencadenando los siguientes factores:

Otras influencias que han determinado la evolución de la RSE son la globalización, la liberalización del comercio, la degradación del medio ambiente, el desarrollo ambiental sostenible, los códigos de buen gobierno, y la exclusión de sectores de la sociedad como resultado del desarrollo, entre otras.

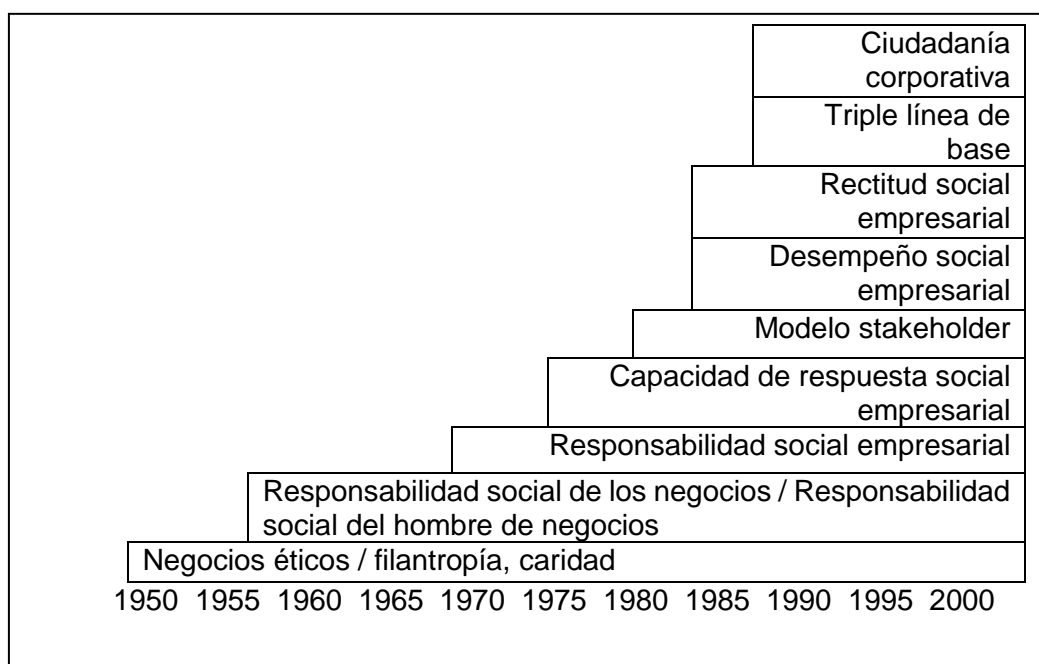


Figura 1. Desarrollo conceptual de la RSE

Fuente: Mohan (2003)

Definiciones de Responsabilidad social

La RSE como campo de estudio ha sido sujeto de intensa controversia desde la seminal entre los economistas Milton Friedman -que asume la RSE como una anomalía de los negocios bajo condiciones de competencia- y Kenneth Arrow, para quien la RSE es necesaria mas no suficiente en mercados no eficientes desde la perspectiva de la competencia (Arrow, 1973; Friedman, 1970). Según Carroll (1979): «la responsabilidad social es la forma en que la empresa da respuesta a sus obligaciones económicas, legales, éticas o discrecionales.

Esta tensión teórica respecto a la conceptualización de la RSE como anomalía empresarial vs. Necesidad en mercados imperfectos ha llevado a una pregunta fundamental sobre el tipo de evolución que ha experimentado el concepto de la RSE (De Bakker et al., 2005; Bigné et al., 2010; Lockett et al., 2006).

Se puede definir la RSC como «el reconocimiento e integración en sus operaciones por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales, dando lugar a prácticas empresariales que satisfagan dichas preocupaciones y configuren sus relaciones con sus interlocutores» (De la Cuesta y Valor, 2003; página 11). También la AECA (2004; página 21) define la RSC como «el compromiso voluntario de las empresas con el desarrollo de la sociedad y la preservación del medio ambiente, desde su composición social y un comportamiento responsable hacia las personas y grupos sociales con los que se interactúa». La RSC tiene como misión satisfacer las demandas de los principales grupos de interés (Maignan y Ferrell, 2004; Mitchell et al., 1997), y así lo demuestran distintos trabajos para el

caso de clientes (Brown y Dacin, 1997), trabajadores (Turban y Greening, 1997), directivos (Lerner y Fryxell, 1994) o accionistas (Clarkson, 1995). Por tanto, derivado de estos razonamientos, es lógico pensar que la RSC no sólo debe tener un impacto positivo sobre los resultados financieros (Orlitzky et al., 2003), sino que también tenga un impacto positivo sobre la posición competitiva de la empresa.

La RSC ya no es una moda pasajera, por lo que tenemos definiciones de organizaciones y países que a continuación se señala;

Business for Social Responsibility (BSR), Estados Unidos: "La responsabilidad social empresarial se define como la administración de un negocio de forma que cumpla o sobrepase las expectativas éticas, legales, comerciales y públicas que tiene la sociedad frente a una empresa"

World Business Council for Sustainable Development (WBCSD), Suiza: "La responsabilidad social empresarial es el compromiso que asume una empresa para contribuir al desarrollo económico sostenible por medio de colaboración con sus empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad en pleno, con el objeto de mejorar la calidad de vida"

Prince of Wales Business Leadership Forum (PWBLF), Inglaterra: "La responsabilidad social empresarial es el conjunto de prácticas empresariales abiertas y transparentes basadas en valores éticos y en el respeto hacia los empleados, las comunidades y el ambiente".

Para el Instituto Ethos de Empresas y Responsabilidad Social, de Brasil, "... es una forma de gestión que se define por la relación ética de la empresa con todos los públicos con los cuales ella se relaciona, y por el establecimiento de metas empresariales compatibles con el desarrollo sustentable de la sociedad; preservando recursos ambientales y culturales para las generaciones futuras, respetando la diversidad y promoviendo la reducción de las desigualdades sociales"

La Fundación Empresa y Sociedad, de España, entiende por Responsabilidad Social Empresarial (RSE) una filosofía empresarial adoptada por la alta dirección de la empresa para actuar en beneficio de sus propios trabajadores, sus familias y el entorno social en las zonas de influencia de las empresas. En otras palabras, es una perspectiva que no se limita a satisfacer al consumidor, sino que se preocupa por el bienestar de la comunidad con la que se involucra.

Por su parte la Fundación PRO humana, de CHILE, afirma que responsabilidad Social es la responsabilidad que tienen las personas, instituciones y empresas para contribuir al aumento del bienestar de la sociedad (local y global). La Responsabilidad Social Empresarial es la contribución al desarrollo humano sostenible, a través del compromiso y confianza con sus empleados y familias, la sociedad en general y la comunidad local en pos de mejorar su capital social y calidad de vida.

Mientras, que el The Center for Corporate Citizenship at Boston College de Estados Unidos, identificándola como ciudadanía corporativa hace referencia a la manera en que la empresa integra valores sociales básicos con sus prácticas comerciales, operaciones y políticas cotidianas; afirmando que una empresa que se adhiere al principio de la ciudadanía corporativa entiende que su propio éxito está entrelazado con la salud de la sociedad y el bienestar general.

La Responsabilidad Social Empresarial es cumplir integralmente con la finalidad de la empresa en sus dimensiones económica, social y ambiental en sus contextos interno y externo. Esta responsabilidad lleva, por tanto, a la actuación consciente y comprometida de mejora continua, medida y consistente que permite a la empresa ser más competitiva no a costa de, sino respetando y promoviendo el desarrollo pleno de las personas, de las comunidades en que opera y del entorno, atendiendo las expectativas de todos sus participantes: inversionistas, colaboradores, directivos, proveedores, clientes, gobierno, organizaciones sociales y comunidad. (Centro Mexicano para la Filantropía, CEMEFI, México)

Teorías

Teoría de los accionistas

La posición más antigua según la cual la dimensión ética queda, por así decir, externa a la esfera de acción de la empresa y del actuar económico. Milton Friedman es el ejemplo de tal corriente de pensamiento, con la frase "Capitalism and Freedom":

Hay una sola responsabilidad social de la empresa; aumentar sus ganancias... El verdadero deber social de la empresa es obtener las más altas ganancias - obviamente en un mercado abierto, correcto y competitivo - produciendo así riqueza y trabajo para todos de la manera más eficiente posible.

Según esta Escuela, entonces, la única legitimación ética y social del actuar de una empresa es la de apuntar a la maximización de las ganancias en el respeto de las reglas de juego económico. La justificación de una proposición tan comprometida es: dado que la ganancia es un indicador sintético del uso eficiente de los recursos, la empresa que lo maximiza hace el mejor uso posible de los recursos escasos, evitando que se desperdicie y distorsione, y por lo tanto contribuye a crear, aún sin quererlo, "riqueza y trabajo para todos".

En tales condiciones, valor económico y valor social se superponen completamente: la empresa es tanto más socialmente responsable cuanto más obra guiada solamente por el "profit motive".

Teoría de La ética de las intenciones.

Una acción es definida como moralmente buena cuando se atiene a dos reglas: la regla próxima (la conciencia) y la regla remota (la ley). El sujeto que, logrando armonizar la

conciencia a la ley, se comporta consecuentemente, es un sujeto que cumple un acto moralmente bueno. Sólo las intenciones del actor y no también las consecuencias de sus actos son relevantes a los fines de definir éticamente un comportamiento. Es la intención, por lo tanto, la que "importa" y la que hace beneficiosa la manera en que la riqueza es producida. Tenemos el ejemplo de un gran capitalista filántropo: Andrew Carnegie, autor en 1889 de *The Godspell of wealth*. Carnegie se quedó desconcertado frente a las protestas de distintos sectores de la sociedad con respecto a sus métodos, por supuesto no demasiados civilizados, para conducir los negocios de su empresa. "En 1892, el Saint Luis Post-Dispatch fue vocero del fuerte resentimiento de los obreros locales por las obras de beneficencia de Carnegie, sosteniendo que diez mil bibliotecas Carnegie no habrían podido resarcir al pueblo por los males directos e indirectos provocados por el cierre de su fábrica".

Un intento teórico que, en tiempos recientes, ha tratado de ir más allá de los confines de la ética de las intenciones es el del "*good ethic is good business*": el comportamiento ético contribuye de forma positiva a la buena performance empresarial; que es como decir que "la ética rinde". Esta es una posición que postula un autointerés brillante por parte de los agentes económicos; ya no la maximización de las ganancias año a año, sino por un largo período. Concretamente, esto significa que la responsabilidad social entra, como argumento, en la función objetiva de la empresa y no más en el sistema de relaciones, como sucede en la teoría de los accionistas. Sin duda, se trata de un paso adelante, pero demasiado corto para resultar interesante. En primer lugar, porque no se logra comprender como el gerenciamiento pueda realizar una función objetiva cuando, entre sus fundamentos, figuran variables materiales como la ganancia o la tasa de crecimiento de la empresa y variables inmateriales como son las que tendrían que expresar la dimensión social. En segundo lugar, porque mientras a la ética se le asigne un rol puramente instrumental – como exige el utilitarismo – ella no estará nunca a la altura de incidir sobre los estados de ánimo de los actores – los sentimientos morales, en el sentido de A. Smith – y, por lo tanto, sobre sus comportamientos.

La teoría de los stakeholders

Se remonta a los años 80 del siglo pasado y que encontró en Edward Freeman (1984) su primer sistematizador. Grande fue el impacto de tales líneas de pensamiento, tanto sobre el comportamiento gerencial como sobre el plano del ordenamiento institucional. Podemos decir que, cada grupo de stakeholders, tiene derecho a no ser tratado como un "medio" orientado para cualquier fin, sino que debe participar de las determinaciones del rumbo futuro de la empresa" (Evan y Freeman, 1988), de esto se desprende que el fin de la empresa no es sólo la maximización de la ganancia, como es para la teoría de los accionistas. Por lo tanto, es tarea del directorio de la empresa, realizar un balance entre los intereses de todos los stakeholders.

Para precisar: el manager es portador de una relación fiduciaria que lo une, tanto a los stakeholders cuanto a la empresa como entidad abstracta. Él está capacitado tanto para actuar, tanto según los intereses de los stakeholders como si fuera un agente de ellos como para el interés de la empresa, para garantizar su supervivencia, salvaguardando los intereses a largo plazo de cada grupo". (Evan y Freeman, 1988, p. 104).

Dos observaciones críticas que se dirigen a la teoría de los stakeholders. Ante todo ella se remonta a la teoría, según la cual la empresa es básicamente un "organismo" en el que conviven distintos centros de poder, cada uno dotado de un específico objetivo a alcanzar. El problema entonces es el de cómo hacer para coordinar intereses múltiples, cómo hacer que sean compatibles, entre ellos, los objetivos de los distintos grupos de intereses: al manager le pagan los accionistas para que éste trate de satisfacer sus intereses, es decir, maximizar las ganancias; pero, al mismo tiempo balancear los intereses de todas las categorías de stakeholders. La segunda observación crítica es que, a pesar de las apariencias, la teoría de los stakeholders tiene un limitado fundamento ético. Está bien claro que esa teoría se apoya sobre la ética de la responsabilidad, que se limita sólo al control de los efectos previsibles derivados de una acción. Sin embargo, lo propio de la función emprendedora es generar continuamente efectos imprevisibles. En esta situación, la ética de la responsabilidad deviene insuficiente. Llegando a este punto, surge el interrogante acerca de si hay o no diferencias entre la responsabilidad social de la empresa del tipo "capitalista" y la de la empresa denominada del tipo "social". La diferencia, básicamente, es que la empresa social está, por su naturaleza, orientada a la equidad. Es éste un principio que confiere a la RSE, practicada desde una empresa del tipo "social", un matiz bien preciso. Recordemos, de hecho, que lo que caracteriza a la empresa social no es solamente la organización democrática del proceso productivo - en el caso de la cooperativa, el conocido principio de "una cabeza, un voto"- sino también y fundamentalmente, el hecho de que ella rechaza la "lógica de los dos tiempos": primero se obtienen las ganancias (o valor agregado) y después se provee a su distribución..

El punto crucial remite a una cuestión fundamental: cómo hacer para superar la contradicción, aún tan enraizada en nuestra cultura occidental, entre "interés propio" e "interés por los demás", entre egoísmo y solidaridad.

Dimensiones

De conformidad a las definiciones se puede determinar e identificar las dimensiones que abarcan las mismas

Según Carroll (1979): «la responsabilidad social es la forma en que la empresa da respuesta a sus obligaciones económicas, legales, éticas o discrecionales». Divide, por tanto, el

concepto de RSC en cuatro dimensiones, que por orden de importancia, para el autor, son las siguientes: 1) económica, 2) legal, 3) ética y 4) discrecional.

La responsabilidad económica requiere que la empresa sea eficiente en la provisión de bienes y servicios para la sociedad, implicando con ello la necesidad de producir o prestar servicios de calidad, desarrollar innovaciones en los productos y procesos, lograr que los recursos humanos sean productivos, capacidad para la resolución adecuada de las quejas de los consumidores, etcétera. La responsabilidad legal implica la obligación de cumplir con las leyes, o luchar por su adecuación al sistema a través de los cauces políticos. Ejemplos es la adecuación a la normativa laboral, el pago de los impuestos o las normas de producción. La responsabilidad ética incluye los comportamientos y actividades, que no están contemplados en la ley, pero que están incluidos en los resultados que los miembros de la sociedad esperan de los negocios. Hablamos, por tanto, de seguir códigos de conducta considerados como moralmente correctos, como facilitar al consumidor la máxima información posible sobre el producto, la no utilización de sustancias peligrosas, la transparencia en la gestión de cara a los accionistas minoritarios, etcétera. Por último, la responsabilidad discrecional engloba todas las actividades de acción social que son voluntarias, altruistas o filantrópicas, guiadas sólo por el deseo de las empresas de verse envueltas en una sociedad mejor. Algunos ejemplos pueden ser las donaciones al desarrollo, el impulso de los desfavorecidos, apoyo a eventos culturales, etcétera.

Lo expresa (Toffler, 1981) “no podemos encerrar el mundo embrionario del mañana en los cubículos convencionales de ayer”, el concepto y la utilidad tradicional de empresa (desde las altamente tecnológicas hasta las de actividades agrícolas) se ha visto presionado por nuevas prácticas como; la Responsabilidad Social Empresarial, estándar que va más allá de una moda impuesta por los gobiernos y que de acuerdo con (Perdiguero & Andrés, 2005) involucra a cuatro niveles esenciales de responsabilidad; 1.- La responsabilidad en las relaciones con los trabajadores, la organización y la calidad del trabajo. 2.- Las responsabilidades que afectan la calidad, la seguridad y la utilidad social de los productos y servicios. 3.- La responsabilidad de la empresa en el desarrollo social. 4.- La responsabilidad con los consumidores, accionistas, inversionistas, proveedores, distribuidores etc.

Caravedo (1998, 1999) señala que el objetivo de la empresa es satisfacer lo que llama necesidades sociales, para lo cual actúa en tres dimensiones: la económica, la laboral y la de la comunidad. La dimensión económica se refiere a la rentabilidad de la empresa, la dimensión laboral se refiere a la capacitación de los trabajadores y su participación más directa en la cadena productiva, y la dimensión de la comunidad se refiere a que la empresa debe tomar en cuenta que su accionar genera consecuencias positivas y negativas sobre la comunidad y el medio ambiente.

La RSC toca varias áreas de gestión de la empresa indicados por BSR, PWBLF y el WBCSD Ética, valores y principios de los negocios La ética corporativa ha pasado del énfasis tradicional en el mero cumplimiento de las exigencias legales hacia el compromiso de un comportamiento ético basado en valores. Según la organización Business for Social Responsibility (BSR), “el espectro de la ética empresarial se ha expandido no sólo para incluir la manera cómo una empresa trata a sus empleados o cumple con la ley, sino también la naturaleza y la calidad de las relaciones del negocio con sus accionistas.” Los valores éticos deben comunicar los compromisos de una empresa y reflejar la forma cómo establece sus relaciones con los públicos interesados. Entre esos valores éticos se destacan la honestidad, la integridad, el respeto, la transparencia y la apertura.

Derechos humanos, trabajo y empleo.-Es quizás la dimensión más desarrollada de la RSC debido a la temprana definición de estándares internacionalmente aceptados. Los estándares de trabajo de la OIT formulados en 1919 y la Declaración Universal de Derechos Humanos de las Naciones Unidas se consideran la base. Los cuatro principios fundamentales de la OIT y del derecho al trabajo son: a. El respeto por libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho de negociación colectiva; b. La eliminación de todas las formas de trabajo forzado u obligatorio; c. La abolición efectiva del trabajo infantil, y d. La eliminación de cualquier discriminación con respecto al empleo.

Gobernabilidad corporativa.- La estructura de gobernabilidad define la distribución de derechos y responsabilidades entre los diferentes actores relacionados con las empresas —junta directiva, accionistas, administradores, y otros públicos interesados—, así como las reglas y procedimientos para tomar decisiones. Los sistemas de gobernabilidad permiten la transparencia, la justicia, y la rendición de cuentas que son un pre-requisito para la integridad y la credibilidad de los mercados.

Impactos sobre el medio ambiente.- A las compañías se les insta a participar activamente en los asuntos relacionados con salud pública, acceso al agua potable, saneamiento básico, vivienda, alimentación y transporte, tanto para sus empleados como para las comunidades. Además, la RSC motiva a las compañías a reconocer y manejar su rol en los problemas ambientales globales, tales como el cambio climático y el deterioro de la biodiversidad.

Relaciones con proveedores.- La RSC motiva a las empresas a descubrir de qué manera sus negocios generan efectos sobre todo el ciclo de producto o cadena de valor, desde el proveedor de materia prima hasta el consumidor final. Algunas compañías han tomado la delantera al establecer estándares sociales y ambientales y sistemas de monitoreo para sus proveedores.

Filantropía e inversión social.- La RSC motiva a las compañías a descubrir formas innovadoras de vincularse solidariamente con las comunidades, tales como la adquisición directa de

materiales y servicios disponibles en el medio, el subcontrato laboral y otras prácticas similares que coadyuven al bienestar económico y social de las comunidades vecinas. Asimismo, se sugiere sustituir las donaciones en dinero por aportes en especie o en servicios, apoyo a proyectos específicos y vinculación de los empleados mediante trabajo voluntario a los procesos de la comunidad. La consulta a los públicos interesados juega un importante papel, y es entre estos y las empresas quienes deben identificar la mejor forma de colaborar con la comunidad

DISCUSIÓN

Del análisis exploratorio bibliográfico se derivaron los siguientes hechos:

El concepto de RSE ha llenado los despachos de los departamentos de Marketing y Comunicación. Pero este concepto, que algunos consideran una estrategia más de las empresas para vender y lavar su imagen, y otros un paso importante en la definición del papel de las empresas en la sociedad, se ha ido construyendo desde los años veinte haciendo un salto a la década del cincuenta a partir de donde se harán cortes decenales, tomando de cada década puntos que se consideran relevantes sobre el concepto, en los años noventa, en que ha ido cobrando fuerza y evolucionado tras el advenimiento de la globalización, el aceleramiento de la actividad económica, la conciencia ecológica y el desarrollo de nuevas tecnologías. En la década del 2000 se han producido algunas transformaciones en diferentes aspectos alrededor del tema, desde modificaciones laborales hasta iniciativas globalizadoras, que han provocado la aparición de propuestas alternativas donde el requisito fundamental es la contextualización de las definiciones.

La evolución de la responsabilidad ha ido adelante a la par del cambio profundo en la noción de comportamiento ético. Se produjo una pluralidad de teorías éticas, cada una de las cuales ha ejercido una gran influencia sobre la manera de definir los contenidos de la RSE.

La posición más antigua y, en un tiempo más defendida, es la propuesta por la teoría de los accionistas, según la cual la dimensión ética queda, por así decir, externa a la esfera de acción de la empresa. Milton Friedman es el ejemplo de tal influyente corriente de pensamiento. En la Teoría de la ética de las Intenciones, para tratar de captar el sentido último consideramos el ejemplo de Rockefeller que, para sostener sus iniciativas filantrópicas, no titubeaba en humillar y ofender la dignidad de sus obreros. Lo que determina que si mi actividad, sostenida por una recta intención, genera consecuencias que repercuten sobre los demás sujetos, puede suceder que un acto moral subjetivamente lícito, sea objetivamente ilícito. En esta teoría de los stakeholders, "la auténtica finalidad de la empresa es la de obrar como vehículo para coordinar los intereses de los stakeholders". Por lo tanto es tarea del directorio de la

empresa, realizar un balance entre los intereses de todos los stakeholders. Llegando a este punto, surge el interrogante de si hay o no diferencias entre la responsabilidad social de la empresa capitalista y aquella de la empresa social. Cada vez que, por las razones indicadas, la ética de la responsabilidad cesa de ser una guía segura para definir un comportamiento socialmente responsable; la empresa de tipo no capitalista logra igualmente definir cánones morales de manera de dirigir las acciones. Cerrando. El punto ahora destacado: cómo hacer para superar la contradicción, aún tan enraizada en nuestra cultura occidental, entre "interés propio" e "interés por los demás", entre egoísmo y altruismo. Es esta contraposición errada la que no nos permite captar la razón de lo que constituye el propio bien.

CONCLUSIONES

El objetivo de este artículo era analizar la evolución de la definición de Responsabilidad Social Empresarial fundamentalmente a temas relacionados con la teoría y dimensiones.

Entendemos por RSE que existen una gran número de definiciones que empieza desde los años veinte haciendo su evolución conforme evoluciona la sociedad y las exigencias de los diversos grupos de interés, en cada etapa.

Existen representantes destacados como Milton Friedman que asume la RSE como una anomalía de los negocios bajo condiciones de competencia o algo más actual como la definición para el Instituto Ethos de Empresas y Responsabilidad Social, de Brasil, "... es una forma de gestión que se define por la relación ética de la empresa con todos los públicos con los cuales ella se relaciona, y por el establecimiento de metas empresariales compatibles con el desarrollo sustentable de la sociedad; preservando recursos ambientales y culturales para las generaciones futuras, respetando la diversidad y promoviendo la reducción de las desigualdades sociales".

La literatura revisada permite concluir que si bien existe una preocupación por llevar a cabo políticas de RSE por parte de las empresas, estas se centran sobre todo en el alivio de la pobreza y en los problemas ambientales, dejando en un último plano la ejecución de políticas de RSE en el ámbito laboral. Son las presiones de organismos multilaterales y regionales, fundamentalmente de los países desarrollados, las que determinan la ejecución y la composición interna de las políticas socialmente responsables.

REFERENCIAS

Barley, S.; Meyer, G.; and Gash, D. (1988). Cultures of culture: Academics, practitioners, and the pragmatics of normative control. *Administrative Science Quarterly*, 33, 24-61

- Bigné, E.; Alvarado, A.; Currás, R.; and Rivera, J. (2010). Latest evolution of academic research in corporate social responsibility: An empirical analysis. *Social Responsibility Journal*, Emerald Group Publishing, 6, 332-344.
- Bour, E. (2012). Responsabilidad social de la empresa análisis del concepto. *Estudios Económicos*, 29(59), 1-30
- CALVO, Cristina. Las diferentes teorías que sustentan la Responsabilidad Social de la Empresa: estado de situación y prospectiva. En: *CRISES-UQAM Université du Quebec à Montreal, Canadá*, 2000
- Caravedo, Baltazar. 1998 Perú: empresas responsables. Lima: Seguimiento, Análisis y Evaluación para el Desarrollo. 1999 Lo social y la empresa a fines de siglo. Responsabilidad social empresarial: avances y logros. Lima: Universidad del Pacífico.
- Castillo, Ms. T. P. A., Benítez, Ms. L. B. C., & Pereira, Ms. J. G. S. (2017). Desarrollo sostenible y evolución de la legislación ambiental en las MIPYMES del Ecuador. *Universidad y Sociedad*, 9(1), 91-99
- Comisión de las Comunidades Europeas. (2001). Libro verde: fomentar un marco Europeo para la responsabilidad social de la empresa. Bruselas: Comisión de las Comunidades Europeas.
- Carrol, Archie 1979 «A three-dimensional conceptual model of corporate performance». *The Academy of Management Review*, Vol. 4, N° 4, pp. 497-505, Briarcliff Manor
- Correa, M. E. (2004). *Responsabilidad social corporativa en América Latina: una visión empresarial*. United Nations Publications.
- Cuevas Moreno, Ricardo. «Las dimensiones de la responsabilidad social de las empresas: una guía de lectura para su estudio». *Revista Facultad de Ciencias Económicas* 19, n.º 1 (31 de diciembre de 2010): 7-26. <https://doi.org/10.18359/rfce.2258>.
- DE LA CUESTA GONZÁLEZ, Marta y VALOR MARTÍNEZ, Carmen. Responsabilidad social de la empresa: concepto, medición y desarrollo en España. En: *Boletín Económico de ICE*. N° 2755, 2003
- Hernández, R. (s. f.). Responsabilidad Social Empresarial y Logística Sustentable. Recuperado de: https://www.academia.edu/7623923/Responsabilidad_Social_Empresarial_y_Log%C3%ADstica_Sustentable
- Magaña, T. E. (2016). La responsabilidad social y las estructuras de poder. *Ciencia, Cultura y Sociedad*, 3(1), 71. <https://doi.org/10.5377/ccs.v3i1.2963>
- Padilla, I., & María, A. (2014). Principios de la responsabilidad social empresarial en el ordenamiento jurídico colombiano. *Revista de Derecho*, (41). Recuperado de <http://www.redalyc.org/resumen.oa?id=85131029003>
- Perdiguer, T. G. (2005). *La responsabilidad social de las empresas y los nuevos desafíos de la gestión empresarial*. Universitat de València.
- Razeg, F. C. (2010). Entre el concepto y la práctica: responsabilidad social empresarial. *Estudios Gerenciales*, 26(117), 119-130. [https://doi.org/10.1016/S0123-5923\(10\)70137-6](https://doi.org/10.1016/S0123-5923(10)70137-6)
- Ruffini, M. L. (2017). El enfoque epistemológico de la teoría crítica y su actualidad. *Cinta de moebio*, (60), 306-315. <https://doi.org/10.4067/S0717-554X2017000300306>
- Ruiz, A. P. (2008). LAS DIMENSIONES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LAS EMPRESAS COMO DETERMINANTES DE LAS INTENCIONES DE COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR, 22.